



HAL
open science

Une ethnographie des appropriations touristiques d'une croisière maritime en Chine

Véronique Mondou, Benjamin Taunay

► To cite this version:

Véronique Mondou, Benjamin Taunay. Une ethnographie des appropriations touristiques d'une croisière maritime en Chine. *Mondes du tourisme*, 2016, Hors-série, pp.1-1. 10.4000/tourisme.1127 . hal-01828052

HAL Id: hal-01828052

<https://hal.science/hal-01828052>

Submitted on 30 May 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Une ethnographie des appropriations touristiques d'une croisière maritime en Chine

Véronique Mondou et Benjamin Taunay



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/tourisme/1127>

DOI : 10.4000/tourisme.1127

ISSN : 2492-7503

Éditeur

Association Mondes du tourisme

Ce document vous est offert par Université de Rouen – Bibliothèque Universitaire



Référence électronique

Véronique Mondou et Benjamin Taunay, « Une ethnographie des appropriations touristiques d'une croisière maritime en Chine », *Mondes du Tourisme* [En ligne], Hors-série | 2016, mis en ligne le 01 septembre 2016, consulté le 30 mai 2022. URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/1127> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/tourisme.1127>

Ce document a été généré automatiquement le 30 septembre 2020.



Mondes du tourisme est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Une ethnographie des appropriations touristiques d'une croisière maritime en Chine

Véronique Mondou et Benjamin Taunay

NOTE DE L'AUTEUR

Cette recherche s'inscrit dans le cadre de trois programmes : « Les stratégies de développement de la croisière maritime à Ningbo », projet financé par l'Institut de recherche et de développement économique et social de l'université de Ningbo (numéro du projet : QYYS1212) ; « L'industrie de la croisière dans la province du Zhejiang », projet financé par la Commission de l'éducation de la province du Zhejiang (numéro du projet : Y201018012) ; « La mise en tourisme des littoraux au Zhejiang », projet financé par le Centre de recherches provincial de la culture et de l'économie maritimes du Zhejiang (numéro du projet : 11HYJDYY06).

Introduction

- 1 Dans un monde marqué par un nouveau système touristique, la Chine tient une place de choix. Les ressortissants de République populaire de Chine (RPC) qui peuvent se le permettre, ceux qui disposent de temps et des ressources économiques suffisantes, sont d'abord de plus en plus visibles dans les grandes capitales du Monde (Arlt, 2006 et 2012). Proportionnellement plus présents en Asie (Wang, 2009), ils sont encore plus nombreux au sein de leur espace national (Taunay, 2011), où le phénomène touristique se complexifie rapidement. Alors que les séjours payés par les unités de travail, pour les ouvriers méritants, étaient majoritaires à la fin des années 1980 (Zhang, 1989), la situation avait déjà bien changé dix ans plus tard où les séjours payés individuellement l'emportaient déjà sur les autres types de pratiques (Xu, 1999). Avec le tournant des

congés payés en 1999 et des congés payés à l'ancienneté, c'est une plus grande partie de la société urbaine chinoise qui accède à la dimension récréative (au sens de l'équipe Mit, 2002).

- 2 Le cas chinois n'est pas isolé en Asie où d'autres sociétés accèdent elles aussi rapidement au tourisme intérieur (Cabasset-Semedo *et alii*, 2010) et international au sein du continent (Winter, 2006), mais il se distingue par sa dimension numérique et parce qu'il s'inscrit dans un espace qui a enfanté les principales structures culturelles d'Asie orientale, le confucianisme en particulier. Sans postuler *a priori* et tomber dans les écueils de l'anthropologie culturelle (le culturalisme), il est tout de même possible de formuler l'hypothèse d'un rapport différent à l'altérité pour cause d'habitudes sociales et spatiales autres que celles du foyer de naissance du tourisme. Aussi, lorsqu'un phénomène ou une activité de loisirs se développe en Chine, on peut supposer que les pratiques touristiques qui lui sont associées prennent une autre expression que ce qui était connu ailleurs dans le monde. Autrement dit, si tous les touristes à l'échelle du monde ont des pratiques touristiques, toutes ne se ressemblent pas quand elles se confrontent aux mêmes objets ou aux mêmes lieux (Taunay et Violier, 2012).
- 3 Cet article propose d'illustrer cette hypothèse en s'intéressant au développement des croisières en Chine en général et aux pratiques touristiques des croisiéristes en particulier. Phénomène en pleine croissance numérique depuis le milieu des années 2000, extrêmement récent à l'échelle du système touristique mondial, les croisières sont donc un théâtre social et spatial nouveau dans le cadre des pratiques touristiques chinoises. Après en avoir rappelé l'histoire et avoir souligné la pertinence qu'il y a à travailler sur un tel sujet, ce texte insistera sur la méthodologie ethnographique employée et les problèmes auxquels celle-ci doit trouver des solutions afin de limiter les différents biais existants. La dernière partie précisera les premiers résultats obtenus sur les pratiques observées, selon différentes modalités liées à la découverte, la sociabilité, la valorisation de soi à bord du bateau, le rapport au corps, le respect des rythmes de la croisière. Une mise en perspective de ces observations permettra d'évaluer leurs singularité, proximité ou similarité à l'aune des recherches déjà menées sur les pratiques touristiques chinoises.

Les enjeux d'un travail sur les croisiéristes chinois

Y-a-t-il un intérêt à travailler sur les croisières en Chine ?

- 4 Les travaux sur les croisières sont relativement récents et ont presque tous été produits à partir des années 2000 (Dehoorne et Petit-Charles, 2013). Ils restent centrés d'abord sur les deux bassins principaux où existe majoritairement ce phénomène ; les Caraïbes (Wilkinson, 1999, 2006 ; Wood, 2000) et secondairement la Méditerranée (Fournier, 2011 ; Soriani *et alii*, 2009). Très peu de travaux ont traité de l'espace de la mer de Chine, où pourtant se développent depuis plusieurs années des croisières destinées aux touristes chinois de République populaire de Chine. D'un point de vue thématique, les auteurs traitent avant tout la dimension économique (Chin, 2008 ; Dwyer et Forsyth, 1998 ; Klein, 2006 ; Vogel, 2009 ; Weaver, 2005), sociale (Milde, 2009 ; Terry, 2011) et intègrent plus récemment les impacts environnementaux (Klein, 2011). Notre approche est centrée sur les pratiques et représentations des croisiéristes, thématique relativement peu traitée (Hung et Petrick, 2011 ; Petrick et Li, 2006 ; Rory, 2011 ; Yarnal, 2004).

- 5 Travailler sur la croisière est pertinent : il s'agit d'un phénomène récent, dont les services sont commercialisés par des compagnies étrangères, et méconnu de la clientèle chinoise (Mondou, 2011 ; Mondou et Taunay, 2012). Les premières croisières datent de 2006 avec l'arrivée de la compagnie Costa, société italienne appartenant au premier groupe international, l'Américain Carnival. Elle est rapidement suivie (2008) par la compagnie Royal Caribbean International (RCI) aux mains de son concurrent direct, le groupe lui aussi américain Royal Caribbean Cruise Line (RCCL). Le troisième opérateur est la compagnie malaisienne Star Cruises, rachetée par le groupe hongkongais Genting. Avec ses 5 unités, il s'agit d'une compagnie plus modeste face aux poids lourds européens ou américains (15 bateaux pour Costa et 22 pour RCI). Ces compagnies ont investi prudemment ce marché, en positionnant tout d'abord 1, puis 2 bateaux de capacité plus importante¹. Ces choix s'inscrivent dans un contexte de très forte croissance de l'offre au niveau mondial, résultat de la combinaison de la mise en service de nouveaux bateaux et d'une augmentation de la capacité unitaire. Deux conséquences en résultent : d'une part, la nécessité de trouver de nouvelles clientèles – et la clientèle chinoise offre des perspectives attrayantes, avec l'émergence d'une classe d'individus urbains aisés, plus accessible pour les compagnies étrangères depuis que la RPC a rejoint l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en 2001. D'autre part les compagnies trouvent dans ce nouveau marché un « déversoir » où positionner les bateaux les plus anciens, proposant ainsi aux clientèles historiques les nouvelles unités dont les aménagements rivalisent pour proposer des innovations toujours plus spectaculaires (parcs aquatiques, vagues de surf artificielles, passerelles ou douches vitrées au-dessus de l'eau...). Mais l'implantation de la croisière dans ce pays au gouvernement autoritaire n'est possible que si l'activité est soutenue par les autorités. Le gouvernement central donne l'impulsion au travers des plans de programmation de l'économie et les provinces investissent dans des infrastructures portuaires et initient des politiques de communication à l'intention des compagnies afin de les inciter à faire du port une escale ou un lieu d'embarquement. Enfin, le potentiel du marché chinois incite les compagnies déjà en place à poursuivre leurs investissements et à innover (Costa a ainsi lancé son premier tour du monde au départ de Shanghai, RCI a positionné un nouveau bateau, le *Quantum of the Seas*, à Shanghai), attire de nouveaux concurrents internationaux et pousse des sociétés chinoises à investir ce marché, comme en témoigne la timide apparition de compagnies chinoises en 2012.
- 6 Travailler sur les croisiéristes chinois n'a donc rien d'anodin. Il s'agit d'un moment original dans les pratiques touristiques chinoises, où des individus urbains s'approprient depuis peu une forme récréative nouvelle, issue d'un système de référents qui n'est pas le leur. Il y a ainsi un réel intérêt à se pencher sur les pratiques touristiques qui s'expriment avec le développement des compagnies de croisières car cela interroge la mondialisation de l'offre et des comportements touristiques. Si l'on suppose que les modalités des pratiques touristiques sont invariables à l'échelle du monde (jeu, repos, découverte, sociabilité, shopping), on peut dès lors se demander comment ces modalités s'agencent, dans l'espace et dans le temps d'une croisière en Chine, pour des individus ressortissants de RPC. Puisque le bronzage n'est pas un canon dominant au sein de la classe de loisirs chinoise, le soin de soi (repos) sur le pont avec un bain de soleil est-il aussi important que dans des configurations européennes par exemple ? Nous avons déjà observé une diminution de la surface allouée à la piscine et à la pratique du bain (Mondou et Taunay, 2012), peu d'individus sachant nager, mais la modalité du jeu, par exemple, est-elle

absente ou s'exprime-t-elle sous d'autres formes ? On peut notamment s'interroger sur la possibilité de jouer au casino : cette activité interdite en RPC est-elle plébiscitée par les touristes chinois ?

Les obstacles méthodologiques

- 7 Après des premiers travaux plutôt quantitatifs et liés aux stratégies des entreprises et des acteurs publics (Mondou et Taunay, 2012), nous avons choisi une approche complémentaire, à dimension ethnographique, fondée sur une observation non participante des croisiéristes chinois. Les données statistiques chinoises concernant la croisière sont peu nombreuses, et le manque de précision sur le mode de collecte des données rend difficile la distinction entre les flux des croisiéristes chinois au départ de ports du pays de l'ensemble des croisiéristes faisant escale en Chine. Ce type d'approche permet de mieux saisir qualitativement la réalité des pratiques touristiques.

Comment les observations ont été menées

- 8 Ne pouvant pas étudier l'ensemble des pratiques touristiques dans le contexte de croisières pour les Chinois concernés en Chine, nous avons choisi de commencer notre analyse par une approche exploratoire des manières de faire avec l'espace *in situ*, dans le cadre d'une compagnie. L'objectif n'est pas ici d'être représentatif mais de produire plutôt un canevas opérationnel permettant d'entrer dans la logique du phénomène. Nous avons donc cherché une manière de concevoir les appropriations différenciées d'un lieu touristique particulier, clos mais en mouvement. Dans le contexte d'une croisière, et d'une seule pour l'instant, nous avons mis en place une grille d'observation pour recueillir ce que font les différents types de touristes à différents endroits du lieu et à différents moments. L'opération n'est pas aisée puisque l'ensemble du lieu n'est pas visible dans son ensemble pour l'enquêteur, le bateau comprenant treize ponts, dont la moitié est dédiée à diverses activités telles que le casino, les boutiques, les restaurants, le karaoké, la piscine, etc. L'observation est donc de type ethnographique mais en mouvement (Teissonnières, 2010). Concrètement, nous avons suivi un circuit chaque jour qui cherchait à établir d'abord les principales concentrations touristiques (en lien avec quel type d'activités ?), les circulations dans le temps (rythmes) des touristes et leurs comportements et attitudes en fonction de leurs pratiques.
- 9 À chaque observation, localisée dans l'espace et datée dans le temps, des photos ont été prises et des commentaires ont été rédigés. Ce sont ceux-ci, structurés *a posteriori* par types, que nous souhaitons présenter dans cet article. Replacés dans leur contexte, ils nous permettent d'avoir une première approche ethnographique, de terrain, de pratiques touristiques chinoises en condition de croisière. Ceci permet de contourner la rigidité du discours chinois, en particulier d'un important nombre d'universitaires dans le pays qui déconseillent aux chercheurs étrangers d'essayer de faire passer des enquêtes de terrain (quantitatives et/ou qualitatives) et qui privilégient les discours déjà accessibles dans les documents officiels. Notre approche se veut donc au plus près de la réalité du terrain, celle des croisiéristes et ainsi « réfute tout argument d'autorité », ainsi que le conseille Bachelard dans *La Formation de l'esprit scientifique* (2000).

Les limites d'un tel travail de terrain

- 10 Ce travail comporte bien évidemment un grand nombre de limites. Celles évoquées plus haut de la représentativité, même si le but recherché n'était pas celui-là. Notre position de chercheur étranger, blanc, dans une configuration où l'écrasante majorité des pratiquants sont Chinois pose problème dans le cadre d'une observation non participante. Facilement repérables avec notre carnet et notre stylo à la main, bien que comme tous les touristes nous ayons des appareils photos, nous passons difficilement inaperçus et avons probablement perturbé le système que nous observions et c'est pourquoi, en fin de séjour, nous avons commencé à interagir avec certains touristes, leurs posant un certain nombre de questions et sortant de notre position « distante ». Ceci peut être une limite mais aussi un avantage, car selon Bachelard (2000), il s'agit de « laisser sa raison inquiète », et donc de savoir aussi faire évoluer sa méthode d'enquête en fonction de la situation observée, pas toujours conforme à celle pour laquelle la grille d'observation a été réalisée au préalable.
- 11 Bachelard précise également que doit être réalisée une « catharsis intellectuelle et affective » (2000). En somme, la connaissance de la société chinoise, de ses codes et de ses normes, si elle est indéniablement un atout pour penser ce phénomène, peut aussi être un obstacle. Nous avons en effet suivi les touristes selon les principales concentrations sur le bateau, mais en revenant fréquemment sur certains en particulier, pas toujours les plus fréquentés. Il s'agit de la piscine, du casino et du pont extérieur. Ayant précédemment montré que le bronzage est plutôt une pratique dépréciée et stigmatisante au sein des comportements de nombre d'individus chinois, nous pensions en effet *a priori* que se rendre à la piscine, où le corps est dévoilé, serait pertinent. De même, les transats sur le pont extérieur nous semblaient un lieu intéressant pour observer l'hexis corporel. Dans le cas de la piscine se rajoute la faible compétence de natation déjà observée par le passé. La lecture de travaux sur le jeu en Chine nous poussait également vers le casino pour observer si les croisiéristes chinois profitaient de leur séjour hors des eaux territoriales pour s'adonner aux jeux de hasard. Il nous faudrait donc « réformer notre esprit » au fur et à mesure de nos enquêtes. En particulier pour ne pas transposer notre regard de chercheur français sur un terrain chinois.
- 12 Enfin, l'observation non participante reste un outil méthodologique parmi d'autres. Même itinérante et dynamique, elle pose un problème de taille, le risque de figer une situation et ainsi d'en perdre le dynamisme. Il s'agit de lutter contre une réification de la situation sociale observée. De plus, peu de personnes étaient présentes sur le bateau lors de la croisière que nous avons effectué (275 sur une capacité de 1 500 croisiéristes). La période était plutôt creuse avec d'abord une population de groupes, constituée d'individus plutôt âgés, même si quelques jeunes couples, toutefois sans enfants, étaient présents. Notre travail n'a donc pas, pour l'instant, vocation à être exhaustif ni représentatif, il s'agit d'un premier jalon qualitatif pour mieux cerner une réalité sociale et spatiale méconnue. Après les premiers résultats nous souhaitons toutefois aller plus loin et pouvoir transposer cette méthode à d'autres terrains dans le monde chinois.

Perspectives méthodologiques

- 13 Afin d'affiner ces constats, plusieurs pistes s'offrent à nous. La première serait de multiplier les périodes d'observations, de les répéter plusieurs fois en basse saison,

plusieurs fois en haute saison. Dans chaque cas il faudrait différencier les jours de la semaine et ceux du weekend, où l'on peut supposer un plus grand afflux de ceux qui ne peuvent se libérer la semaine. Les semaines d'or, périodes de congés payés pour tous les employés en Chine (la semaine du 1^{er} octobre et celle de la fête du printemps), devraient également être distinguées car une simple analyse statistique montre le renforcement des flux touristiques pendant ces semaines. Ce type d'analyse a l'inconvénient d'être coûteux et long à mettre en place puisqu'il faudrait ne pas se contenter de Star Cruises. Cette compagnie n'étant pas le leader du marché, on peut supposer que les autres compagnies voient des clientèles différentes auxquelles il faudrait appliquer la même méthode, ce qui est clairement impossible sans disposer d'une armée d'enquêteurs, formés à ce type de méthode qui plus est.

- 14 Il est donc illusoire de proposer une quantification des pratiques touristiques chinoises dans le cadre de croisières au départ de RPC. Au contraire, nous souhaitons investir une méthodologie plus qualitative dans un premier temps, qui pourrait être doublée d'un complément quantitatif dans un second temps. Les cadres que nous a fournis cette première analyse pourraient maintenant être testés auprès de différents responsables de plusieurs compagnies de croisières (étrangères et chinoises) pour essayer de valider, ou non, les types esquissés. Une grille d'entretien questionnerait ainsi plus précisément les pratiques touristiques chinoises que si cet outil avait été pensé *a priori*. Le croisement de ces deux informations qualitatives (observations déjà menées et entretiens semi-directifs à conduire) permettra la construction d'un questionnaire d'autant plus pertinent qu'il aura été construit à partir du terrain et non à partir de référents extérieurs au référentiel étudié. *In fine*, ce travail alimenterait une dimension quantitative à partir d'une approche d'abord qualitative. Pour le compléter réellement plus en profondeur, nous pourrions mener une dernière série d'entretiens, avec les croisiéristes chinois cette fois-ci, avec une grille d'analyse construite sur la base des résultats du questionnaire précité.

Discussion autour des premiers résultats et réflexions sur le travail ultérieur

- 15 Ce travail n'est qu'une étape dans une réflexion plus longue, engagée plus tôt et se poursuivant encore aujourd'hui. Cette dernière partie présente donc les premiers résultats de nos observations en essayant de les repenser dans un cadre plus vaste d'investigations à venir. Nous proposons de multiplier les observations et de croiser par la suite les méthodes des sciences sociales pour mieux comprendre ces pratiques.

Première lecture des pratiques et comportements des croisiéristes

- 16 Nous pouvons esquisser l'importance, ou pas, de plusieurs modalités connues des pratiques touristiques.
- 17 La *découverte* est d'abord peu valorisée : une traversée maritime est l'occasion de percevoir différemment les paysages entourant le bateau, la navigation en pleine mer offre l'opportunité de contempler l'océan et les ports d'escale, qui sont autant de découvertes chaque matin. Mais on constate un faible intérêt pour les paysages extérieurs, qu'il s'agisse de l'architecture contemporaine de l'île de Phoenix (une île artificielle ultramoderne créée dans la baie de Sanya, de laquelle part le navire de

croisière et qui abritera sous trois ans plusieurs services d'importance : stade olympique, hôtel 6 étoiles, bureaux hauts de gamme, etc.), de la baie d'Along, de la mer, du coucher de soleil.



III. 1. Jour 2, 10h00.

Jour 2 (22/11/2012), le bateau a déjà accosté dans la baie d'Along - 10h00 - Pont 10, vue sur la piscine

Seuls 2 couples observent le paysage et les bateaux qui passent. Ils ont 30 ans ou moins environ. Tout ceci pendant la manœuvre de demi-tour du bateau. 2 minutes plus tard les couples partent.

- 18 La croisière en baie d'Along se fait dans une modeste embarcation à deux niveaux : une terrasse permet de jouir d'une vue panoramique sur le paysage de pics karstiques, d'habitations flottantes sur une mer émeraude, l'étage en dessous est clos et sa configuration laisse peu de places près des fenêtres. Les touristes restent à ce niveau et regardent l'espace de quelques instants ces paysages, ils le font seulement lorsque le guide leur dit que le paysage est remarquable. Cela concourt à l'idée d'« harmonie » qui doit régner dans un séjour touristique, comme le montrent Anna Kwek et Young-Sook Lee (2010, p. 141) : « Basé sur des observations participantes menées avec des groupes de touristes chinois, cet article suggère que la notion d'harmonie influe et sous-tend les comportements des touristes concernés². » Il s'agit de respecter « l'harmonie » du groupe, si quelqu'un fait ainsi alors tout le monde fait de même.

Jour 2 (22/11/2012), sur le bateau dans la baie d'Along - 11h30

14 personnes sont sur le pont supérieur à se prendre en photo. 21 sont à l'intérieur, 3 autres à l'extérieur.

La guide explique la proximité avec la Chine, le Guangxi : « Il y a 1500 pics karstiques ici, nous allons vers la zone des 800 pics. Le premier pic est 湖島 ». Quand elle dit « vous pouvez aller sur le pont supérieur prendre des photos », 11 personnes montent.

Toutes les personnes redescendent au bout de quelques minutes, je reste seule sur le pont-terrasse le reste de la croisière.

- 19 La *sociabilité* est en revanche un des moteurs de cette croisière. Être ensemble, se retrouver, partager des activités semble la principale préoccupation des passagers. Cela se manifeste de multiples façons. Le jeu, notamment le jeu de cartes, est un moment partagé par les hommes. Les femmes restent à l'écart, les regardent et discutent entre elles.
- 20 Le regroupement entre amis, ou avec la famille, se fait aussi autour du repas. L'ouverture des restaurants, des buffets est chaque fois l'occasion de regroupements.
- Jour 1 (21/11/2012), 18h25 - pont 12*
Beaucoup de personnes mangent sur le pont 12, les tables sont quasiment toutes occupées. Repas sous les chansons des deux animateurs. Deux vahinés accompagnent (et chantent parfois). Les 5 artistes ont des colliers de fleurs type hawaïen.
Il n'y a que 2 personnes dans le jacuzzi, toujours personne à la piscine. Même chose dans la piscine des enfants.
Des personnes se reposent sur des transats sur le pont 12. Peu de personnes regardent l'éloignement du port, le coucher du soleil.
- 21 Si les paysages sont peu regardés, il est en revanche incontournable *d'être pris en photo* devant les éléments les plus remarquables : les gratte-ciel de Phoenix, les reliefs de la baie d'Along, le soleil couchant. Ces prises de vue s'accompagnent d'un soin apporté à la mise en scène. Se photographier, voilà ce qui intéresse les touristes en place. Il y a un grand intérêt pour la photo de soi et celle de groupe. Des photos sont prises en toute occasion, elles sont répétées, on vérifie si les photos sont correctes.



III. 2. Jour 1, 16h00.



III. 3. Jour 2, 9h00.



III. 4. Jour 2, 11h00.

Jour 2 (22/11/2012), 09h40 - pont 12

2 hommes, bonnet de bain sur la tête, sont dans le jacuzzi. Ils prennent la pose pour la photo devant leur ami, lui aussi en maillot de bain, confortablement installés.

À une table, 5 hommes jouent aux cartes (leurs femmes sont autour à les regarder jouer). Ils abattent bruyamment leur jeu sur la table.

Une trentaine de touristes prennent la pose. Majoritairement des hommes.

Jour 1 (21/11/2012), 16h20 - pont 12

3-4 groupes de 10 personnes (Chinois) ne cessent de se prendre en photo devant le bord du bateau. Chacun prend la pose et prend le photographe ensuite en photo. 6-7 personnes prennent la barmaid en photo. Des photos également à côté du buffet. Plusieurs utilisent des tablettes.

Un homme âgé prend sa femme en photo dans le jacuzzi avant de la rejoindre.

Jour 1 (21/11/2012), 19h55 - pont 9 - piscine

9 retraitées en maillots une pièce avec jupette. Elles n'ont pas nagé et ont seulement trempé leurs pieds dans l'eau mais n'ont cessé de se prendre en photo (de groupe). Une amie (en robe) prend la photo. Sourires et rires. Positions avec les bras levés.

- 22 On peut toutefois noter les différences visibles existant entre les touristes chinois d'une part et les quelques étrangers présents sur le bateau pendant cette croisière (sur les 275 passagers, une dizaine seulement n'était pas chinois, il s'agissait d'un groupe de touristes suédois) :

Jour 2 (22/11/2012), 08h25 - pont 12

8 Suédois, 8 Chinois.

Un Chinois prend ses collègues en photos (de nombreuses fois, celui du pont 12 de 17h00 hier), un Suédois prend des photos de la baie.

2 Suédois méditent devant le paysage, aucun Chinois ne le fait.

- 23 Il en va de même avec le *rapport au soleil et à la piscine*. Au sein des croisiéristes chinois, personne ne reste au soleil à se faire bronzer, quelques personnes seulement vont dans la piscine, beaucoup pour s'y amuser, discuter plus que nager. Au retour de l'excursion au Vietnam plusieurs groupes se succèdent à la piscine au pont 9. Ils restent en majorité assis au bord de la piscine qui est à l'ombre. Le soleil n'est pas recherché, les quelques personnes s'allongeant sur les transats s'installent dans les zones ombragées. Afin de limiter l'exposition au soleil, un parapluie est parfois employé. Quelques personnes s'essaient à la natation, cela ne dure jamais plus de quelques minutes, rentrer dans l'eau semble un exercice difficile, l'eau étant considérée comme froide (il fait une trentaine de degrés à l'extérieur). Les personnes s'encouragent à rentrer dans l'eau, certaines montrent l'exemple. Lorsque quelqu'un nage, cette performance est saluée par les autres nageurs. Cela se traduit aussi dans les tenues, les maillots de bain ne sont pas conçus pour faire du sport, c'est plus un accessoire de mode. Le groupe de Suédois, lui passe toute la fin de l'après midi au bord de la piscine, assez peu dans l'eau mais ils investissent l'espace qui est resté au soleil. Il n'y a pas d'interactions entre les deux groupes.



III. 5. Jour 2, 17h10.



III. 6. Jour 2, 19h55.

Jour 2 (22/11/2012), 17h50 - piscine

Les Chinois passent, les 4 Suédois sont toujours là.

Un homme chinois met son bonnet avant d'entrer dans l'eau. Il restera 3 min.

Une femme veut entrer dans l'eau, la trouve froide et s'asperge petit à petit avant de finalement entrer dans l'eau.

Un homme descend du pont 10, se met en position pendant que sa femme attend pour prendre la photo, puis plonge (alors que c'est interdit).

Pendant ce temps-là, les Suédois sont toujours au même endroit et ne se mélangent pas aux Chinois. Ces derniers ne venant d'ailleurs pas les voir.

À 18h10, après être sortie de l'eau, une femme qui hésitait à rentrer dans l'eau auparavant prend un iPad et photographie la piscine, puis son amie. Elle lui propose alors de poster la photo sur Weibo (微博).

24 On notera que les passagers sont *disciplinés* : un programme est donné au début de la croisière avec les horaires de chaque animation ou l'ouverture des différents espaces. Les passagers vont en masse dans les espaces ouverts : restaurants, spectacles.

25 Là encore, les seuls passagers en décalage ne sont pas chinois. Les attentes par rapport à une croisière en milieu tropical ne sont pas les mêmes et cela s'en ressent sur les horaires, les rythmes et les appropriations différenciés du bateau.

Jour 1 (21/11/2012), 19h15 - pont 12

Une employée philippine me demande : "Something to drink please?" On sent que c'est déjà la fin du repas. Les employés nettoient.

15 minutes plus tard, presque tout est vide.

Les deux personnes (des Asiatiques non chinois) qui étaient dans le jacuzzi arrivent pour manger. Idem pour le groupe de Suédois (une partie seulement, 5 personnes).

La différence avec les croisiéristes chinois est visible, les appropriations de l'espace différenciées. Les autres Suédois arrivent quelques minutes après.

26 On peut considérer ces observations comme une photographie à un moment donné de pratiques partagées par la majorité des passagers le temps d'une croisière. La particularité de la composition des passagers (beaucoup de groupes de personnes relativement âgées) ne permet pas de déceler des comportements que l'on puisse qualifier de générationnels. Nous avons par exemple déjà remarqué (Mondou et Taunay, 2012) que la pratique de la natation diffère selon l'âge, les enfants et les jeunes étant beaucoup plus à l'aise avec l'eau que les générations plus âgées. Par ailleurs, il est particulièrement intéressant de pouvoir étudier un phénomène *in progress* : des changements apparaissent déjà entre le moment de l'introduction de la croisière en Chine en 2006, à une date où l'activité était inconnue, et aujourd'hui où les croisières tendent déjà à se banaliser dans les offres proposées par les professionnels du tourisme. Les passagers commencent à se familiariser avec cette activité et en conséquence les comportements sont amenés à évoluer.

Des premiers résultats qui confirment des travaux déjà menés

27 Les premières observations de terrain nous poussent à nous interroger sur la manière dont cette prestation touristique, fortement ancrée dans un univers et des référents occidentaux, est appréciée par les touristes chinois, pour l'instant abordés dans leur globalité, faute d'informations supplémentaires. Il s'agit d'essayer de comprendre dans quelle mesure cette population conserve ses modes de vie et ses pratiques à bord des bateaux ou si cette nouvelle offre permet d'expérimenter de nouvelles activités et par là même de profiter des quelques jours à bord pour adopter, du moins en partie, de nouvelles attitudes. L'absence des obligations quotidiennes, le changement de lieu peuvent avoir pour effet un relâchement des contraintes sociales (dans le contexte occidental : équipe Mit, 2002) permettant aussi parfois le relâchement du corps et du rapport aux autres.

- 28 Même si nos travaux ne permettent pas à l'heure actuelle de généraliser les résultats, la réponse semble plutôt négative et la façon dont les croisiéristes chinois abordent ces quelques jours en mer n'est pas radicalement en opposition avec les comportements habituels. La modalité qui domine est la sociabilité, être ensemble, profiter des personnes avec qui le voyage est effectué, que ce soit pour partager des repas ou jouer. Ainsi, nombreux étaient les groupes d'individus se connaissant et jouant aux cartes sur le pont extérieur supérieur, individus qui privilégiaient l'entre-soi à la découverte du paysage alentour. Il s'agit donc plus de transposer un mode de vie quotidien dans un ailleurs, qu'expérimenter un ailleurs en se dépassant avec des pratiques nouvelles. En revanche, se prendre en photo est une pratique récurrente, ce qui n'est pas une pratique du quotidien, mais constitue toutefois une modalité touristique bien connue, en Chine en particulier. Ici, la valorisation de la croisière passe par la prise de vue de soi sur et dans le bateau, les paysages n'étant que des supports à une « mise en scène ». La photographie constitue un marqueur social, signe de différenciation par la preuve de sa présence dans le lieu, qui est à la fois nouveau (le bateau) et international (on fait alors l'hypothèse que l'attrait pour le passage de frontières attire tout autant que l'expérience du bateau en lui-même). Le manque d'intérêt pour ce qui se passe autour, qu'il s'agisse des autres passagers, chinois ou étrangers, les paysages, etc., est en effet manifeste. Il en va de même pour une des attractions principales du bateau, la piscine, qui est négligée. Peu de touristes y vont, et s'ils le font, ce n'est que pour quelques minutes.
- 29 Les comportements observés confirment donc les études déjà réalisées et il semble qu'il y ait un simple déplacement de pratiques réalisées habituellement dans d'autres lieux. Il n'en reste pas moins que la croisière connaît une très forte augmentation en Chine avec un taux de croissance supérieur à la moyenne mondiale, c'est donc qu'il existe une attente importante d'une partie de la population à « expérimenter » cette nouvelle offre. Un vaste champ de recherches s'ouvre donc au sein des pratiques touristiques chinoises, celui des attentes exprimées par les croisiéristes chinois et les représentations associées (travail qualitatif par entretiens), ainsi qu'une quantification de celles-ci aux moyens d'une enquête par questionnaire qui reste à construire.

Conclusion

- 30 Le phénomène des croisières va en s'accroissant dans la mer de Chine et ceci est la résultante du développement d'une clientèle chinoise de RPC. Nous avons ici esquissé des appropriations d'un navire, différenciées entre les groupes de Chinois présents et les étrangers, soulevant la question des fondements sociaux et culturels des pratiques touristiques au sein d'un nouveau système touristique mondial. Cette phase de recherche qualitative est une étape qui doit à l'avenir être complétée, en particulier avec des entretiens auprès des croisiéristes chinois. Un tel travail pourrait consister en la collecte de récits de vie des différents types d'individus en présence. Ceci permettrait de déceler à quel moment se réalise l'accès à la pratique de la croisière, quels sont ses préalables, ses représentations associées. En particulier, quels sont les rapports à l'espace constitué par le bateau et les espaces visités (ou non) pendant les escales ? Mais aussi quels sont les discours associés à ces pratiques et quels sont les vecteurs sociaux de sa diffusion ?
- 31 Un autre chantier de recherche concerne la question de la coprésence entre les croisiéristes chinois et les étrangers présents au même moment sur le bateau. Esquissée au cours de ce texte, la question reste entière, notamment parce que nous avons pu

observer que les pratiques et temporalités sont différenciées entre les deux populations. Ceci pourrait d'ailleurs constituer le corps d'un seul travail. Mais pour l'instant, les résultats de notre méthodologie, même si elle reste à préciser, recoupe déjà des résultats acquis par d'autres auteurs s'intéressant également aux pratiques touristiques chinoises. Les travaux sont donc à poursuivre, et permettraient de mieux comprendre, de manière générale, la réalité des pratiques de croisières chinoises en Chine, et par là les difficultés des acteurs en présence à proposer une offre adaptée aux attentes des individus croisiéristes. En ce sens, nos recherches s'inscrivent dans un questionnement plus large sur l'habiter touristique des individus chinois. Ceux-ci donnent des valeurs et ont des usages des lieux que la recherche contemporaine ne peut ignorer, et cela bien au-delà du domaine du tourisme.

BIBLIOGRAPHIE

Wolfgang Georg Arlt, *China's Outbound Tourism*, Routledge, 2006.

Wolfgang Georg Arlt (dir.), *Cotri Yearbook 2012*, Peter Lang, 2012.

Gaston Bachelard, *La Formation de l'esprit scientifique*, Vrin, 2000 (1938).

Christine Cabasset-Semedo, Emmanuelle Peyvel, Isabelle Sacareau et Benjamin Taunay, « De la visibilité à la lisibilité : le tourisme domestique en Asie », *Espace populations sociétés* n° 2-3, 2010, p. 231-235 [<http://eps.revues.org.buadistant.univ-angers.fr/4118>].

Christine B. N. Chin, *Cruising in the Global Economy. Profits, Pleasure and Work at Sea*, Ashgate, 2008.

Olivier Dehoorne et Nathalie Petit-Charles, « Tourisme de croisière et industrie de la croisière », *Études caribéennes*, n° 18, 2011 [<http://etudescaribeennes.revues.org/5623>]

Larry Dwyer et Peter Forsyth, « Economic significance of cruise tourism », *Annals of Tourism Research*, vol. 25, n° 2, 1998, p. 393-415.

Carine Fournier, « Le tourisme de croisières en Méditerranée », *Géococonfluences*, 2011 [<http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/tourisme/TourScient6.htm>].

Kam Hung et James F. Petrick, « Why do you cruise? Exploring the motivations for taking cruise holidays, and the construction of a cruising motivation scale », *Tourism Management*, n° 32, 2011, p. 386-393.

Ross A. Klein, « Turning water into money: the economics of the cruise industry, dans Ross K. Dowling (dir.), *Cruise Ship Tourism*, Cabi, 2006, p. 261-269.

Ross A. Klein, « Responsible cruise tourism: issues of cruise tourism and sustainability », *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 18, n° 1, 2011, p. 107-116.

Anna Kwek et Young-Sook Lee, « Chinese tourists and Confucianism », *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol. 15, n° 2, 2010, p. 129-141.

Petra Milde, « The future of Filipino workforce in the cruise sector », dans Alexis Papatthanassis (dir.), *Cruise Sector Growth. Managing Emerging Markets, Human Resources, Processes and Systems*, Gabler, 2009, p. 79-94.

- Équipe Mit, *Tourismes. 1, Lieux communs*, « Mappemonde », Belin, 2002.
- Véronique Mondou et Benjamin Taunay, « The adaptation strategies of the cruise line to the Chinese tourists », *Tourism*, vol. 60, n° 1, 2012, p. 43-54.
- Véronique Mondou, « Le développement du marché des croisières maritimes en Chine : quelle adaptation de l'offre aux pratiques des croisiéristes chinois ? », communication orale, 1^{er} colloque sino-européen du tourisme, Ningbo, 15 et 16 juin 2011.
- James E. Petrick et Xiang Li, « What drives cruise passenger's perceptions of value? », dans Ross K. Dowling (dir.), *Cruise Ship Tourism*, Cabi, 2006, p. 63-73.
- Victor Jones Rory, « Motivations to cruise: an itinerary and cruise experience study », *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 18, n° 1, 2011, p. 30-40.
- Stefano Soriani, Stefania Bertazzon, Francesco Di Cesare et Gloria Rech, « Cruising in the Mediterranean: structural aspects and evolutionary trends », *Maritime Policy and Management*, vol. 36, n° 3, 2009, p. 235-251.
- Benjamin Taunay, *Le Tourisme intérieur chinois*, « Espace et territoires », Presses universitaires de Rennes, 2011.
- Benjamin Taunay et Philippe Violier, « L'émergence au prisme du tourisme chinois », *EchoGéo*, n° 21, 2012, [<http://echogeo.revues.org/13190>].
- Gilles Teissonnières, *La Tour Eiffel : ethnologie d'un espace touristique*, Comité des travaux historiques et scientifiques, 2010.
- William C. Terry, « Geographic limits to global labor market flexibility: the human resources paradox of the cruise industry », *Geoforum*, n° 42, 2011, p. 660-670.
- Michael P. Vogel, « Onboard revenue: the secret of the cruise industry's success? », dans Alexis Papathanassis (dir.), *Cruise Sector Growth. Managing Emerging Markets, Human Resources, Processes and Systems*, Gabler, 2009, p. 3-15.
- Xinjun Wang, « The characteristics and trends of Chinese outbound travel under the crisis », communication orale au colloque de Guilin (Chine) le 15 novembre 2009.
- Adam Weaver, « The McDonaldization thesis and cruise tourism », *Annals of Tourism Research*, vol. 32, n° 2, 2005, p. 346-366.
- Paul F. Wilkinson, 1999, « Caribbean cruise tourism : delusion ? illusion ? », *Tourism Geographies*, vol. 1, n° 3, p. 261-282.
- Paul F. Wilkinson, 2006, « The changing geography of cruise tourism in the Caribbean », dans Ross K. Dowling (dir.), *Cruise Ship Tourism*, Cabi, 2006, p. 170-183.
- Tim Winter, « Rethinking tourism in Asia », *Annals of Tourism Research*, vol. 34, n° 1, 2006, p. 27-44.
- Robert E. Wood, « Caribbean cruise tourism. Globalization at sea », *Annals of Tourism Research*, vol. 27, n° 2, 2000, p. 345-370.
- Gang Xu, *Tourism and Local Economic Development in China: Case Studies of Guilin, Suzhou and Beidaihe*, Curzon, 1999.
- Careen Mackay Yarnal, « Missing the boat? A playfully serious look at a group cruise tour experience », *Leisure Sciences. An Interdisciplinary Journal*, vol. 26, n° 4, 2004, p. 349-372.
- Gangrui Zhang, « Ten years of Chinese tourism. Profile and assessment », *Tourism Management*, vol. 10, n° 1, 1989, p. 51-62.

NOTES

1. Costa : *Costa Victoria*, 2 394 passagers ; *Costa Atlantica*, 2 680 ; *Voyager et Mariner of the Seas*, 3 114. Star Cruises : *SuperStar Aquarius*, 1 511 passagers. Les premiers bateaux positionnés par Costa et RCI avaient une capacité moyenne de 1 500 passagers.

2. « *Based on participant observations of group package tours, this paper suggests that the notion of harmony dominates and underlines the Chinese tourists' behaviour as tourists.* »

RÉSUMÉS

Dans un contexte de forte croissance touristique en République populaire de Chine (RPC), le potentiel de ce pays n'échappe pas aux compagnies internationales de croisières en quête de nouveaux marchés porteurs. Le gouvernement central chinois donne dans le même temps à l'activité de croisière une place de choix dans les projets de développement touristique. L'activité de croisières maritimes dispose donc d'un environnement favorable, poussée conjointement par les instances publiques et les multinationales américaines. Mais reste un paramètre à prendre en compte afin de saisir la nature du phénomène : les croisiéristes chinois. D'une activité ultra-confidentielle il y a encore six ans, nous sommes passés, de l'avis des compagnies de croisière, des agences de voyages et tour-opérateurs chinois, à un segment touristique très prometteur. Si les touristes chinois sont séduits par la croisière, nous pouvons nous interroger sur leurs attentes vis-à-vis de ce produit de culture américaine. Sans volonté de généralisation et à partir d'une observation exploratoire *in situ*, il s'agit de recouper les comportements observés avec les connaissances déjà collectées. Le travail présenté ici s'attache donc à proposer des pistes de compréhension du phénomène d'appropriation des croisières par les touristes chinois.

In a context of strong tourism growth in China (PRC), the potential of this country has not been invisible to the international cruise companies seeking new growth markets. The Chinese central government is at the same time giving cruising activity pride of place in its tourism development projects. The activity of cruising is therefore operating under favorable conditions, jointly encouraged by public bodies and the US multinationals. But there is another factor to consider in order to understand the nature of the phenomenon: Chinese cruise passengers. From a highly restricted activity just 6 years ago it has become, in the opinion of the cruise companies, travel agencies and Chinese tour operators, a hugely promising tourism segment. If Chinese tourists are attracted by the idea of cruising, we can question their expectations with regard to this product of American culture. Without any will of generalization, and from an exploratory "*in situ*" observation period, we need to compare the observed behavior with the previously acquired knowledge. The work presented here therefore focuses on providing ways to understand the phenomenon of cruising adopted by Chinese tourists.

INDEX

Keywords : cruising, China, appropriation, tourist activities

Mots-clés : croisières maritimes, Chine, appropriation, pratiques touristiques

AUTEURS

VÉRONIQUE MONDOU

Université d'Angers, UMR CNRS 6590, ESO – Espaces et Sociétés.

Maître de conférences en géographie, UFR Esthua – Tourisme et Culture,

7 allée François-Mitterrand,

BP 40455, 49004 Angers

veronique.mondou@univ-angers.fr

BENJAMIN TAUNAY

Université d'Angers, UMR CNRS 6590, ESO – Espaces et Sociétés.

Maître de conférences en géographie, UFR Esthua – Tourisme et Culture,

7 allée François-Mitterrand,

BP 40455, 49004 Angers

benjamin.taunay@univ-angers.fr