



HAL
open science

Le tourisme dans les îles tropicales

Jean-Christophe Gay

► **To cite this version:**

Jean-Christophe Gay. Le tourisme dans les îles tropicales. Fagnoni E. Les espaces du tourisme et des loisirs, Armand Colin, 2017, 978-2-200-62008-0. halshs-03583673

HAL Id: halshs-03583673

<https://shs.hal.science/halshs-03583673>

Submitted on 22 Feb 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.

Le tourisme dans les îles tropicales

Jean-Christophe GAY

Pourquoi s'intéresser spécifiquement au tourisme dans les îles tropicales ? Probablement pas en raison de leur poids dans le tourisme international, puisque si l'on utilise les statistiques de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), sur les 1,2 milliard de touristes recensés en 2016, ces destinations, situées entre les deux tropiques, ne représentent même pas le vingtième de ce flux. Les îles de la Caraïbe totalisent environ 24 millions de touristes, soit moins que la Thaïlande, et celles de l'océan Indien à peine plus de 5 millions, en incluant le Sri Lanka. Toutefois, un certain nombre d'îles tropicales ne sont pas prises en compte par l'OMT, car totalement intégrées à des États continentaux, comme c'est le cas des deux territoires insulaires tropicaux les plus fréquentés : Hainan, province chinoise de 33 900 km², qui accueille plus de 30 millions de touristes actuellement, et l'archipel d'Hawaï, État fédéré des États-Unis, avec ses 8,9 millions de touristes en 2016. On peut aussi évoquer Phuket (plus de 6 millions de touristes en 2015), mais reliée au continent par un pont, ou Ko Samui (1,5 million de touristes) qui sont des îles thaïlandaises, sans oublier les îles de Malaisie (Langkawi, Tioman, etc.) ou l'archipel des Whitsunday (Australie). D'autres îles côtières connaissent une fréquentation notable, mais la mise en désir des îles est optimale aujourd'hui lorsque celles-ci répondent à un « *cahier des charges psychologiques* » (Moles, 1982, p. 284). En d'autres termes, l'« îléité » est maximale quand la taille de l'île est réduite et son isolement élevé. Le séjour touristique est alors influencé par ce microcosme retiré dont on peut faire le tour en une journée ou qui possède un sommet duquel on peut voir la mer, le circonscrire, résumant l'île à un littoral.

Dans ce contexte, les figures de l'île-hôtel et du retranchement insulaire sont devenues des éléments incontournables de l'offre touristique, quand bien même elles ne concernent qu'une toute petite minorité des touristes. Si peu en jouissent, beaucoup en rêvent et la promotion touristique s'en inspire abondamment, pour vendre toute sorte de destinations. On ne compte plus les slogans et les publicités élevant le séjour touristique insulaire à un voyage sensuel dans le temps, à la rencontre de mondes disparus ailleurs. On vante souvent ces lieux pour que nous allions y contempler des écosystèmes originels et de véritables autochtones, ce qui renvoie à l'idée de paradis. Les études sémiotiques en marketing le corroborent, l'île étant sur l'axe factoriel devoir/plaisir, du côté de ce dernier, associée à « rêver », « nudité », « volupté », « sauvage », « charnel », « émotion », « mystère », « séduire », des valeurs fortement appréciées par la clientèle des moins de trente ans et des plus diplômés de 30 à 55 ans, et opposées à « discipline », « morale », « obéir » et « frontière » (Lebart, Piron et Steiner, 2003, p. 21).

L'importance des îles va donc bien au-delà de leur simple fréquentation tant leur emprise sur l'imaginaire contemporain est forte. Notre monde aime les îles et ce sentiment est à son comble lorsqu'on les associe aux mers tropicales. Ainsi, dans sa forme archétypique, l'île tropicale, baignée par des mers toujours chaudes, est comprise comme petite et éloignée du continent, ce qui focalise l'attention sur ses plages, idéalement de sable blanc, bordée par des cocotiers ainsi que par un lagon aux eaux transparentes et bleu turquoise. Une telle définition ne doit cependant pas nous faire écarter nombre d'îles qui ne répondent pas à

tous ces critères, car grandes (Madagascar, Sri Lanka...), montagneuses (la Réunion) ou littorales (Phuket, Zanzibar...). Par contre, nous ne traiterons pas de la cité-État de Singapour ou de l'île de Hong Kong, partie de la région administrative chinoise de Hong Kong, car ces îles côtières sont des destinations urbaines plus que tropicales. Nous commencerons par analyser l'influence fondamentale du Pacifique dans cette idéalisation des charmes spirituels et esthétiques des îles. Nous poursuivrons en montrant que pour que le tourisme s'y développe l'amélioration de leur accessibilité a été fondamentale. Nous terminerons en montrant la diversité des trajectoires de mise en tourisme insulaire tropicale.

1. Le Pacifique aux sources du *Sea, Sand and Sun*

Plus que les autres océans, le Pacifique a fortement influencé le développement du tourisme, spécialement tropical mais aussi méditerranéen. C'est ici que se met en place un nouveau système d'appréciation des îles tropicales, associé à une réévaluation progressive des climats chauds et à une nouvelle esthétique paysagère. Le mythe occidental de la Polynésie, si prégnant encore actuellement, est né du récit par Bougainville (*Voyage autour du monde*), publié en 1771, de sa très brève escale à Tahiti (du 4 au 15 avril 1768), dans lequel il s'est livré à une surinterprétation érotique des offrandes sexuelles présentées par les Tahitiens aux Français (Tcherkézoff, 2004). Cette méprise explique que les Français se croyaient arrivés au Jardin d'Éden. La séparation maritime rend plausible la découverte tardive de lieux dans lesquels les hommes vivaient libres et heureux. Le « bon sauvage » prend alors les traits de l'insulaire et Denis Diderot dans son *Supplément au voyage de Bougainville* (1796) s'en inspire. Un siècle plus tard, Pierre Loti en remet une couche avec son roman *Le Mariage de Loti* (1882), un livre qui va connaître un succès considérable et dans lequel il raconte sa liaison avec une vahiné. Paul Gauguin succombe au mythe tahitien, mais la mise en images du mythe polynésien lui est antérieure. Marins, peintres d'expédition ou artistes voyageurs sont hantés par la vahiné, devenue une icône de la pureté féminine. Cette mythification est pour beaucoup dans l'engouement, jusqu'à nos jours, pour les « Mers du Sud ».

L'influence étatsunienne à Hawaï, annexé en 1898, est tout aussi capitale, car, à partir de la fin du XIX^e siècle, les États-Unis deviennent un lieu d'innovation en matière de pratiques touristiques. Le rôle d'Hawaï ne se limite pas au fait que cet archipel est, avec les Bahamas (cf. infra), le précurseur de la mise en tourisme des autres îles tropicales. En effet, cette antériorité se combine au rôle incubateur, au début du xx^e siècle, du *Sea, Sand and Sun*, avec la mise en place de ses composantes esthétiques et balnéaires. Ce système inédit de valeurs, correspond à l'émergence d'un nouveau rapport à l'eau, au soleil et au corps, invention qui s'est ensuite diffusée sur le continent, via la Floride et Juan-les-Pins, sur la Côte d'Azur, dans les années 1920. L'affranchissement de la visée thérapeutique du bain de mer s'est mis en place au début du XX^e siècle. Au « bain à la lame », pratiqué dans une eau froide, s'est substitué un bain hédonique dans une eau chaude et sous un soleil jugé bénéfique. Jack London (1876-1916) ou Duke Kahanamoku (1890-1968) sont des acteurs importants de cette révolution sociale. Les écrits du premier, qui séjourna à Waikiki, en rendent compte. Il consacre, à partir de 1907, ce plaisir aquatique et formalise un nouveau modèle esthétique en peignant tout à la fois les frissons du surf, la température idéale de l'eau et l'association de la peau bronzée aux valeurs positives du sport : « *L'eau qui bat la plage de Waikiki ne diffère pas de celle qui baigne les côtes de toutes les îles hawaïennes : c'est une eau idéale*

*pour la natation, suffisamment fraîche pour qu'on s'y trouve à l'aise, et chaude à point pour vous permettre d'y demeurer toute une journée sans contracter le moindre refroidissement [...] En plein large, au milieu d'un tourbillon d'embruns, un troisième personnage, nommé Freeth, se joignit à nous. Chassant l'eau de mes yeux, je sortais d'une vague et regardais devant moi pour épier la suivante, lorsque je vis surgir sur le dos de celle-ci un jeune dieu bronzé par le soleil »¹. Le deuxième, triple champion olympique de natation en 1912 et 1920, surfeur ayant fait découvrir ce sport lors de nombreuses démonstrations sur les côtes des États-Unis, d'Australie ou de Nouvelle-Zélande, et acteur ensuite à Hollywood, incarne, avec le métis irlando-hawaïen George Freeth (1883-1919), cette nouvelle esthétique du corps valorisant la peau brune. Il devient la figure emblématique du *beach boy*, héros athlétique à rapprocher des statues grecques sculptées d'ailleurs dans le bronze.*

Lieu de l'invention des « 3 S », Waikiki est donc aussi le foyer de la diffusion planétaire du surf, figure paroxystique des activités physiques sur la plage et dans l'eau. On peut aussi probablement dire que Waikiki contribua à l'émergence du bronzage, en relation avec l'a priori racial positif dont bénéficiaient les Polynésiens, avec le mythe du « bon sauvage » (cf. supra). Les Étatsuniens firent ainsi de la « race polynésienne » une branche du « stock aryen ». La figure érotisée de la vahiné polynésienne, déclinée en *hula girl*² aux Hawaï, a certainement favorisé cette assimilation et c'est spécialement sur les rivages australiens et étatsuniens du Pacifique que le bronzage, au début du XX^e siècle, est devenu un signe extérieur de richesse. En effet, dans les sociétés industrielles où la classe ouvrière s'est retrouvée exploitée en usine, la vie en plein-air s'est muée en un privilège de ceux qui avaient les moyens de pratiquer des sports et de partir en vacances. Ainsi, par un renversement des valeurs, d'un stigmat social ou racial le bronzage est devenu un signe de distinction (Segrave, 2005, p. 9).

Cinéma et radio contribuèrent à développer l'imaginaire touristique sur Hawaï. Quant à la fascination pour le bleu turquoise des lagons tropicaux, attribut incontournable du caractère paradisiaque des mers du Sud (Vacher, 2016), elle remonte aux années 1950 avec la diffusion de la photographie en couleurs ou la sortie de films comme *Les Révoltés du Bounty* (1962), avec Marlon Brando, tourné en technicolor à Moorea et Bora Bora (Polynésie française). Depuis, le bleu turquoise colore le fond des piscines. Une attraction géothermale islandaise est appelée le « Blue Lagoon ». Le Harry's New York Bar de Paris revendique la création du cocktail Blue Lagoon en 1960 et la société L'Oréal lance, en 1963, Obao premier produit parfumé pour le bain combinant influence japonaise (le mot vient de l'expression japonaise « O.Fu.Ro » qui désigne le rituel du bain) et océanienne avec sa couleur bleu turquoise.

Le Club Méditerranée, emblématique de la massification du tourisme et des « 3 S », ne s'est pas privé de convoquer l'imaginaire des mers du Sud pour mettre à la portée de beaucoup les « paradis lointains » réservés à quelques privilégiés. L'idéal tahitien a été porté par le fondateur du Club, Gérard Blitz, dont l'épouse, Claudine, était originaire de Tahiti. C'est avec l'ouverture du village de Corfou, en 1952 que s'opère l'étonnant mélange entre la

¹ London J., 1911, *The Cruise of the Snark*, trad. française, 1913.

² La *hula* est une danse polynésienne des îles Hawaï qui a évolué à l'époque contemporaine sous l'influence occidentale. Portant la jupe en paille, une couronne et un collier de fleurs, la danseuse de *hula* ondule langoureusement au son d'une musique sirupeuse.

Méditerranée et le mythe polynésien. Claudine lança la mode du paréo, le premier symbole du Club. Les GO (gentils organisateurs) le portaient et les GM (gentils membres) l'achetaient dans les boutiques des villages de vacances. Elle introduisit également les colliers de fleurs, qui accueillaient les clients comme les visiteurs à Tahiti, et les *crazy signs* inspirés des danses polynésiennes. Le modèle du *fare* polynésien fut transposé, donnant le premier village de cases à Corfou. De surcroît, pour animer le village de vacances, Claudine avait envoyé tout un groupe d'étudiants tahitiens de Paris, qui jouaient de la musique et apprenaient à danser le tamouré (Peyre et Raynouard, 1971). La veine de l'utopie et de l'exterritorialité fut exploitée, avec des toponymes suggestifs ou le collier-bar, la nouvelle monnaie du Club à partir de 1957. La même année, le Club Med racheta le Club Polynésie qui avait des villages en Corse, en Espagne et en Yougoslavie. Une société où l'argent est invisible et où règne l'abondance s'invente en Méditerranée, une vie de robinsonnade dans des enclaves polynésiennes créées pour l'occasion, bien que le Club Med n'hésite pas à s'installer en Polynésie française en 1955. Nul doute que les jolies GM portaient un maillot de bain deux pièces inventé en 1946 par le styliste français Louis Réard et qu'il baptise « bikini », du nom d'un atoll micronésien, parce qu'il devait faire sur les plages, selon son créateur, l'effet d'une bombe, comparable à celui des essais nucléaires qui allaient être effectués sur cette île du Pacifique, mais anatomique ! Enfin notons que de multiples établissements de plage à travers le monde se nomme « Tahiti », « Bora Bora », « Moorea », « Kon Tiki » ou « Bikini », à commencer sur la fameuse plage de Pampelonne à Ramatuelle.

2. Une histoire d'accessibilité

L'éloignement des principaux foyers émetteurs touristiques explique le retard de la mise en tourisme des îles tropicales et son assujettissement à l'évolution des moyens de transport. Les Bahamas, par leur proximité à la Floride, jouèrent un rôle d'éclaireur. Dès les années 1850 le gouvernement colonial se soucie de l'accueil des visiteurs pouvant arriver par bateaux à vapeur. Henry Flagler, l'homme d'affaires à l'origine du développement du tourisme à Miami et sur son littoral, investit avec la construction du *Colonial Hotel* en 1900. Nassau devient un lieu de villégiature hivernale. Au même moment, Cuba et la Jamaïque voient arriver les premiers touristes. La soixantaine de vapeurs bananiers de la United Fruit Company forment l'essentiel de l'offre régulière, à laquelle se rajoute toute une série de croisières hivernales. En 1904, la United Fruit Company ouvre le *Titchfield Hotel* à Port Antonio, sur le littoral septentrional de la Jamaïque, près de ses plantations. Waikiki prend le tournant touristique dans les années 1880. Dans le Pacifique Sud, il faut attendre l'entre-deux-guerres pour que la Papouasie-Nouvelle-Guinée, les îles Salomon ou les Nouvelles-Hébrides soient parcourues par des croisiéristes confortablement installés sur des paquebots (Douglas, 1996). À partir de ce moment-ci, des hôtels convenables les accueillent dans les centres administratifs et des excursions sont proposées. Il en va de même pour les Fidji, la Polynésie française ou la Nouvelle-Calédonie où le tourisme apparaît dans les années 1910-1920 (Gay, 2009). Le caractère excentré et l'absence de foyers émetteurs importants de touristes sur ses rivages expliquent le sensible retard des îles de l'océan Indien. Le tourisme y a véritablement pris son essor dans les années 1970. En 1971, Maurice, la Réunion, les Seychelles et les Maldives réunis attiraient 50 000 touristes seulement, soit bien moins que la Martinique. La même année, les îles Hawaï en accueillaient 24 fois plus.

L'avion fait rentrer le tourisme insulaire tropical dans une autre ère, à partir des années 1950. Les progrès de l'aéronautique, spécialement dans les domaines du rayon d'action et de la capacité des appareils. Par exemple, le célèbre Lockheed Constellation, en permettant des vols directs New York-Nassau, déclenche un changement d'échelle de l'exploitation touristique des Bahamas. Durant les années 1950, le rayon d'action limité des appareils impose des escales sur des trajets trans-océaniques, telles l'île Maurice entre l'Australie et l'Afrique du Sud ou les Fidji entre l'Australie et les États-Unis. Cette courte période est loin d'être anecdotique, parce qu'elle est à l'origine de la mise en place d'une hôtellerie de standard international.

Mais c'est l'arrivée des Boeing B-707 et McDonnell Douglas DC-8, avions à réaction long-courriers, qui provoque un boom touristique spectaculaire de certaines îles et leur démocratisation. De 1950 à 1970, le coût moyen du transport aérien d'un passager est divisé par trois en monnaie constante, tandis que la croissance du trafic commercial progresse de 15 % par an. Les points les plus éloignés de notre planète sont désormais accessibles des foyers émetteurs. Les îles tropicales doivent ainsi beaucoup à l'avion, car il n'existe pas d'alternative à ce mode de transport pour gagner ces lieux quand on est touriste. Les nombreuses pistes d'aviation militaires qui y ont été construites durant la deuxième guerre mondiale ont préparé leur touristification. À défaut, la construction tardive de pistes dans les îles de l'océan Indien ou Pacifique pour quadriréacteurs long-courriers, constitue une mutation fondamentale du tourisme dans ces contrées lointaines. Une poignée de visiteurs au statut incertain (touristes, aventuriers, commerçants...) est remplacée par les foules touristiques, comme c'est le cas à Tahiti, avec l'inauguration de l'aéroport de Faa'a en 1960 ou aux Seychelles, à la suite de l'ouverture de l'aéroport de Pointe Larue, en 1971. Le transport aérien devient définitivement de masse au début des années 1970 avec la mise en service des gros porteurs long-courriers (B-747 ou DC-10) et moyen-courrier (Airbus A-300).

La capacité hôtelière des îles tropicales s'est alignée sur l'offre aérienne plus la destination était petite et le nombre d'hôtels réduit. Les aéroports ont commandé étroitement les premières implantations touristiques. Souvent les établissements hôteliers initiaux s'installent à proximité, tel le *Mocambo* dans les années 1950, tout proche de l'aéroport de Nadi (Fidji). À Maurice, après le *Park Hotel* de Curepipe, le premier hôtel de classe internationale, *Le Chaland* (rebaptisé en 1990 *Shandrani*) ouvre ses portes en 1961 à quelques kilomètres de l'aéroport de Plaisance, sur la côte au vent. À Tahiti, deux des trois plus grands hôtels construits après 1960 l'ont été à proximité de l'aéroport : le *Maeva Beach* et le *Beachcomber*. Il en va de même aux Seychelles, où le premier établissement moderne, le *Reef Hotel*, est ouvert en janvier 1972 à moins de 3 km de l'aérogare. À la même date, les deux premiers complexes hôteliers maldiviens, le *Kurumba Village* et le *Bandos Island Resort*, sont inaugurés sur des îlots respectivement à 3 et 9 km de l'île-aéroport d'Hulhule (Gay, 2000).

À Hawaï, le changement d'échelle des structures hôtelières est à mettre au crédit de l'évolution des avions. Dans les années 1950, on imagine l'« hôtel-building », au moment où le Boeing 707 et le DC 8 métamorphosent la desserte en faisant passer la durée du vol de/vers la Californie d'une douzaine d'heures à cinq heures. Les compagnies aériennes poussent à la construction d'hôtels, sur le modèle du *Reef Hotel* (1955) et ses 350 chambres, pour accueillir des touristes en forte progression (100 000 en 1955, 500 000 en 1964). Les

jumbo-hotels qui apparaissent à Waikiki à la fin des années 1960 et au début des années 1970, dont l'archétype est le célèbre *Sheraton Waikiki* avec ses 1900 chambres, sans équivalent dans le monde au moment de son ouverture en 1971, sont conçus au départ pour mettre à profit le Boeing 747, appelé « Jumbo Jet » à ses débuts, eu égard à sa taille ou au nombre de sièges qu'il propose, et qui commence à desservir l'aéroport d'Honolulu en 1970.

À l'échelle des archipels, l'accessibilité aérienne est aussi capitale, puisque pour les États ou territoires pluri-insulaires, les îles principales sont les premières à accueillir le flux touristique (Gay, 2000, p. 18), car c'est dans ces îles que sont concentrés les grands équipements portuaire et aéroportuaire, de même qu'elles sont les premières à disposer d'une eau potable, de l'électricité, du téléphone, d'hôpitaux ou d'écoles. Autant d'éléments indispensables si l'on veut qu'arrivent en nombre les touristes. Jadis fréquentées uniquement par des touristes découvreurs, elles se destinent aujourd'hui à une autre clientèle, recherchant surtout le repos dans de confortables hôtels. Et ce sont les îles ou archipels périphériques (Palawan aux Philippines, les Yasawa aux Fidji...), plus difficiles d'accès et moins visités, qui ont repris le flambeau de la découverte et de l'aventure, en développant une offre écotouristique notamment.

3. Massification, diversification et retranchement

De nombreuses petites économies insulaires (PEI) ont pris le tournant touristique ces trente dernières années, aboutissant à la mise en évidence d'un nouveau modèle de développement baptisé SITEs, i. e. « Small Island Tourist Economies » par J. L. McElroy (2006). Le tourisme a donc été capable de réduire l'assistanat des États et territoires relevant du modèle MIRAB (« Migration, Remittances, Aid & Bureaucracy »), développé par Geoff Bertram et Ray F. Watters (1985), c'est-à-dire dont les ressources provenaient des remises des émigrés et de l'aide internationale, alimentant une bureaucratie pléthorique. La plupart des îles tropicales ont connu une très forte augmentation de leur fréquentation. Par exemple, les îles du Pacifique sont passées de 0,7 million de touristes en 1965 à 6,8 millions en 1988, 10,5 millions en 2010 et près de 13 millions en 2016, bien que le modèle SITEs ne concerne qu'une minorité de PEI océaniques, contrairement à la Caraïbe, où le nombre de touristes est passé de 4,2 millions en 1970 à 8 millions en 1985, 20 millions en 2000 et presque 25 millions aujourd'hui (voir carte). Les Cinquième (1986-1990) et Sixième Plans (1991-1995) de développement de la Malaisie ont largement aidé la touristification des îles Langkawi, Pangkor ou Tioman.

En Asie du Sud-Est ou dans les océans Indien et Pacifique, l'arrivée des Chinois modifie rapidement la fréquentation des îles. Avec 135 millions de Chinois partis à l'étranger en 2016 contre 10 millions en 2000, ce pays est devenu le premier marché émetteur du monde et a bénéficié de nombreuses destinations lointaines, tels les États-Unis ou l'Europe, mais aussi plus proches en Asie et dans le Pacifique. Si l'intérêt pour les îles tropicales a d'abord profité à l'île d'Hainan, et notamment à son littoral méridional avec la station de Sanya (Wang et Liu, 2013), il a profondément transformé le tourisme aux Maldives par exemple, qui ont dépassé récemment l'île Maurice, avec 1,286 million de touristes en 2016 contre 1,275. Les Chinois représentent désormais presque le tiers de la clientèle internationale aux Maldives, contre seulement 6 % à Maurice, mais dans les deux cas leur part est en forte croissance puisqu'ils ne représentaient que 5 % du flux touristique aux Maldives en 2007 et moins de 1

% à Maurice. À Palaos, l'arrivée des Chinois est un vrai défi pour cette destination qui se veut écotouristique, privilégiant un tourisme de découverte et de petits effectifs (85 000 touristes en 2010) et qui est aujourd'hui confrontée à l'arrivée en nombre de Chinois, qui ont représenté 45 % des 146 000 touristes en 2016. En Thaïlande, le nombre de touristes chinois est passé de 0,7 million en 2007 à près de 9 millions en 2016, soit presque le tiers de la fréquentation internationale. Un touriste sur quatre est Chinois à Phuket aujourd'hui. D'autres foyers de croissance stimulent le tourisme dans leur environnement régional, comme l'Australie et de la Nouvelle-Zélande à l'origine de la forte progression du tourisme fidjien avec 44 % de croissance en dix ans (792 000 touristes en 2016), nonobstant la modestie de la clientèle asiatique. En effet, deux tiers des touristes de la première destination touristique du Pacifique Sud sont Australiens et Néo-Zélandais.

Carte : La fréquentation des îles tropicales en 2015

Cette carte a été élaborée à partir de données variées, spécialement les statistiques fournies par la Caribbean Tourism Organization (CTO) et la Pacific Asia Travel Association (PATA). De nombreux services statistiques nationaux ou régionaux ont aussi été utilisés. Nous avons strictement respecté la zone intertropicale en écartant, par exemple, l'île de Kish (Iran) dans le golfe Persique. Nous avons choisi de ne représenter que les destinations dépassant les 100 000 touristes. Nous avons écarté des destinations s'éloignant trop du modèle tropical insulaire comme Singapour, Hong Kong ou Taïwan. Afin de cerner plus finement cette fréquentation, nous avons opté pour une approche infranationale qui nous permet, par exemple, de prendre en compte les îles de la Grande Barrière de Corail en Australie, des îles touristiques au sein d'États multi-insulaires (Philippines, Indonésie) ou continentaux (Vietnam, Thaïlande...), des îles tropicales qui sont ignorées par l'OMT, car totalement intégrées à des États continentaux (Hainan, Hawaï ou les Galapagos).

Ces considérations quantitatives doivent être complétées par une approche plus qualitative qu'a cherché à théoriser G. Baldacchino (2006) en introduisant le modèle PROFIT, pour *People* (immigration, acteurs), *Resources* (gestion), *Overseas Management* (diplomatie), *Finance* (finance, assurance, fiscalité) et *Transport*. Il se rapporte à des PEI qui, jouant sur leur stabilité politique, leur qualité de vie, leur accessibilité ou leur sécurité, ont diversifié leur économie, en utilisant le tourisme comme vitrine. C'est le cas des paradis fiscaux qui ont émergé dans la Caraïbe, telles les îles Turks-et-Caïcos, les îles Caïmans, les Îles Vierges britanniques ou la Barbade, et qui accueillent des centres bancaires *offshore*, des compagnies d'assurance ou des immatriculations de navires (Dehoorne, 2014). Espaces de dérogations, allant des allègements de taxes aux paradis fiscaux, des îles ont su répondre à la montée du shopping dans les pratiques touristiques. La présence de boutiques de luxe hors taxes est un élément déterminant dans la Caraïbe. C'est, par exemple, le statut de zone franche accordé en 1967 à l'île Margarita (Venezuela) qui explique que des centaines de milliers de nationaux y passent leurs vacances.

Le retranchement et la multiplication des enclaves touristiques est une tendance plus généralisée. Le phénomène semble débiter en Australie en 1950, avec l'ouverture du *Royal Hayman Hotel* sur Hayman Island dans les îles Whitsunday (Queensland), à l'initiative de la compagnie aérienne Ansett, premier opérateur hôtelier du pays à cette époque-là. Ansett et

d'autres compagnies aériennes vont être à l'origine de l'ouverture d'autres îles-hôtels sur Daydream, Brampton, Great Keppel, Lindeman, Hamilton... Plus au nord, dans la région de Cairns, Green Island, Dunk Island ou Fitzroy Island vont aussi devenir des îles-hôtels. Le cas d'Hamilton Island (6 km²) est édifiant. Inhabitée en 1980, l'île a été totalement métamorphosée en quelques années, avec immeubles de 20 étages, aéroport, marina, clubs de vacances, piscines géantes... Aujourd'hui l'archipel des Whitsunday est fréquentée par plus de 650 000 touristes séjournant en moyenne plus de cinq nuits.

Le retranchement revêt d'autres formes comme ces comptoirs touristiques constitués de plusieurs grands établissements que l'on trouve, par exemple, en République dominicaine, avec Punta Cana ou Puerto Plata, ainsi qu'à Cuba avec Caya Coco (Dehoorne, 2006, p. 293). La fermeture est ici une garantie de sécurité et pas d'entre-soi pour des lieux massivement investis par une clientèle rarement très fortunée. Les puissantes compagnies de croisière sillonnant la Caraïbe ont aussi créé leurs propres enclaves en louant ou achetant certaines îles ou plages, dans le dessein de capter les dépenses de leurs clients en dehors des paquebots. Princess Cruises possède Princess Cays (Bahamas). Royal Caribbean loue depuis 1985 l'enclave de Labadie à Haïti (Labadee pour le marché anglophone), qui propose plusieurs plages, des restaurants, des activités nautiques, un parc d'attraction aquatique, tout cela circonscrit par une haute clôture...

Les destinations réservées à l'élite sont plus spécifiques aux petits mondes insulaires, tels les îles Caïmans, Turks-et-Caïcos, Saint-Barthélemy, Anguilla ou Barbuda, qui ne possèdent que de petits hôtels luxueux ou des villas dont la location coûte très cher. Encore plus exclusives, les îles privées sont destinées à la villégiature de milliardaires, de vedettes du *show-biz* ou d'hommes politiques invités. L'île Moustique (6 km²), dans le micro-État de Saint-Vincent-et-les-Grenadines, est probablement un cas extrême. À côté de ces lieux spécifiques, l'île-hôtel est devenue la forme démocratisée de l'insulation vacancière, transformant le séjour en une expérience ouverte à une population de plus en plus large, ce qui peut être paradoxal et ne va pas sans contradiction. Sur une île-hôtel maldivienne, l'atmosphère est plus celle de *La Montagne magique* de Thomas Mann que celle de *Robinson Crusoé* de Daniel Defoe, car on a plus le loisir d'y observer une société oisive, et parfois cosmopolite, que de goûter à la vie solitaire (Gay, 2001, p. 42), tant la promiscuité peut être forte lorsque plusieurs centaines de touristes sont regroupés sur quelques dizaines d'hectares. Le développement d'une infrastructure hôtelière de classe internationale sur des îles petites et éloignées demande des investissements importants : construction d'une petite centrale thermique, d'une usine de dessalement de l'eau de mer, d'un port ou d'une piste d'atterrissage, etc.

Conclusion : les paradis artificiels

Après plus de deux siècles de mise en tourisme, les îles attirent aujourd'hui, pour des raisons différentes d'hier. L'industrie touristique a bâti des lieux extraterritoriaux, comme aux Maldives où il a parfois fallu importer de la terre du continent et où, actuellement, on remodele ou multiplie les îles à l'aide de matériaux coralliens ponctionnés dans le lagon. On est bien loin du « luxe à l'état brut », un slogan du ministère seychellois du tourisme du début des années 2000 (Gay, 2004, p. 335), vanté par les professionnels du tourisme. Une nouvelle fois, la mystification du mythe insulaire fonctionne, car grande est la crédulité des continentaux vis-à-vis d'îles lancées dans l'écoblanchiment, en se donnant une image écologique responsable, alors qu'elles sont entrées dans l'ère du tourisme hors-sol en

s'affranchissant des contraintes du site. Le tourisme insulaire se renouvelle et se diversifie à l'heure des îles artificielles de Dubaï ou des bulles tropicales de l'Europe du Nord-Ouest. Parmi celles-ci, la plus grande se nomme *Tropical Islands*. Située à une soixantaine de kilomètres de Berlin, elle est dotée d'une « mer tropicale » et d'un « lagon de Bali ». Ses ancêtres, tel le premier *Center Parcs*, inauguré en 1980 près d'Amsterdam, ou le *City Club Vienna*, ouvert par le Club Med en 1985, utilisaient aussi abondamment l'imaginaire insulaire, ce dernier proposant un « climat des Mers du Sud sous une pyramide de verre ». Le thème de l'île, comme image de marque des tropiques, est donc désormais associé aux loisirs des mégalopolitains et aux courts séjours touristiques.

Bibliographie

- BALDACCHINO G. (2006), « Managing the Hinterland Beyond: Two Ideal-type Strategies of Economic Development for Small Island Territories », *Asia Pacific Viewpoint*, Vol. 47, n° 1, pp. 45-60.
- BALDACCHINO G., ed. (2015), *Archipelago Tourism. Policies and Practices*, Londres-New York, Routledge.
- BERTRAM G. et WATTERS R. F. (1985), « The MIRAB economy in South Pacific microstates », *Pacific Viewpoint*, vol. 26, 1985, pp. 497-519.
- DEHOORNE O. (2006), « Les bulles touristiques en milieu tropical », in Rieucan J. et Lageiste J. (dir.), *L'Empreinte du tourisme. Contribution à l'identité du fait touristique*, Paris, L'Harmattan, pp. 289-319.
- DEHOORNE O. (2014), « Les petits territoires insulaires : positionnement et stratégies de développement », *Études caribéennes* [En ligne], 27-28 | Avril-Août 2014, mis en ligne le 14 août 2014. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/7250> ; DOI : 10.4000/etudescaribeennes.7250
- DOUGLAS N. (1996), *They Came for Savages. 100 Years of Tourism in Melanesia*, Alstonville (Australie), Southern Cross University Press.
- DUVAL D. T., ed. (2004), *Tourism in the Caribbean*, Londres-New York, Routledge.
- GAY J.-Ch. (2000), « La mise en tourisme des îles intertropicales », *Mappemonde*, n° 58, pp. 17-22 [en ligne].
- GAY J.-Ch. (2001), « L'île-hôtel, symbole du tourisme maldivien », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, n° 213, pp. 26-52.
- GAY J.-Ch. (2004), « Tourisme, politique et développement aux Seychelles », *Revue Tiers Monde*, n° 178, pp. 319-339.
- GAY J.-Ch. (2009), *Les Cocotiers de la France. Tourismes en outre-mer*, Paris, Belin.
- GAY J.-Ch. et MONDOU V. (2017), *Tourisme et transport. Deux siècles d'interactions*, Bréal, à paraître.
- LEBART L, PIRON M. et STEINER J.-F. (2003), *La Sémiométrie. Essai de statistique structurale*, Paris, Dunod.
- LOCKHART D. G. et DRAKAKIS-SMITH D., ed. (1997), *Island Tourism. Trends and Prospects*, Londres & New York, Pinter.
- McELROY J. L. (2006), « Small island tourist economies across the life cycle », *Asia Pacific Viewpoint*, Vol. 47, pp. 61-77.
- MOLES A. (1982), « Nissonologie ou science des îles », *L'Espace géographique*, n° 4, pp. 281-289.

- PEYRE Ch. et RAYNOUARD Y., 1971, *Histoire et légendes du Club Méditerranée*, Paris, Le Seuil.
- SEGRAVE K. (2005), *Suntanning in the 20th Century America*, Jefferson (Caroline du Nord) et Londres, McFarland & Company.
- TCHERKÉZOFF S. (2004), *Tahiti – 1768. Jeunes filles en pleurs. La face cachée des premiers contacts et la naissance du mythe occidental (1595-1928)*, Pirae (Tahiti), Au Vent des Îles.
- VACHER L. (2016), « The Marvel of Tropical Waters: The Invention of an Imaginary at the Pace of Technological Advances », in Gravari-Barbas Maria & Graburn Nelson (ed.), *Tourism Imaginaries at the Disciplinary Crossroads, Places, Practices, Media*, Londres & New York, Routledge, pp. 197-209.
- WANG J. et LIU Y. (2013), « Tourism-Led Land-use Changes and their Environmental Effects in the Southern Coastal Region of Hainan Island, China », *Journal of Coastal Research*, Vol. 29, n° 5, pp. 1118-1125.