



HAL
open science

Le rôle de la diaspora dans le développement de l'activité touristique à Porto Rico

Jordan Semedo

► **To cite this version:**

Jordan Semedo. Le rôle de la diaspora dans le développement de l'activité touristique à Porto Rico. Sciences de l'Homme et Société. 2017. dumas-02058979

HAL Id: dumas-02058979

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02058979>

Submitted on 18 Mar 2019

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.

UNIVERSITE DE PARIS 1 - PANTHEON SORBONNE

INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ETUDES SUPERIEURES DU TOURISME

**LE RÔLE DE LA DIASPORA DANS LE DÉVELOPPEMENT DE
L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE À PORTO RICO**

Mémoire présenté pour l'obtention du

Diplôme de Paris 1 - Panthéon Sorbonne

MASTER 2 Spécialité Économie du Développement Touristique International (EDTI)

Par Jordan SEMEDO

Directeur de mémoire : Monsieur Sébastien JACQUOT

Membres du jury : Madame Linda BOUKHRIS
Monsieur Sébastien JACQUOT

Année universitaire 2016-2017

REMERCIEMENTS

Pour commencer, je veux adresser mes remerciements à mon directeur de mémoire, Sébastien Jacquot, pour sa grande disponibilité et tous ses précieux conseils tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Je tiens également à remercier tous les membres de la diaspora ainsi que les professionnels du tourisme porto ricains ayant participé à l'avancée de mes recherches et à l'élaboration de ce travail.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	3
PREMIÈRE PARTIE : La notion de tourisme à travers la diaspora porto ricaine	
Introduction de la première partie	6
CHAPITRE I : Les fondements du tourisme de diaspora.....	8
1.1 Identités et diasporas.....	8
1.2 Ni résident, ni touriste ?.....	12
1.3 Des stratégies publiques aux actions entrepreneuriales.....	15
CHAPITRE 2 : Le cas portoricain.....	18
2.1 Les spécificités du cas porto ricain.....	18
2.2 Le phénomène de diasporisation de Porto Rico.....	22
2.3 L'industrie du tourisme à Porto Rico.....	26
DEUXIÈME PARTIE : Le tourisme diasporique à Porto Rico : La transnationalité au cœur du développement touristique	
Introduction de la deuxième partie.....	31
CHAPITRE 1 : Le panorama des touristes issus de la diaspora porto ricaine.....	32
1.1 Qui sont-ils ?.....	32
1.2 Pourquoi voyagent-ils ?.....	36
1.3 Perception diasporique.....	39
CHAPITRE 2 : La diaspora porto ricaine en tant que consommatrice et porteuse d'image.....	41
2.1 Une consommation locale.....	41
2.2 Revalorisation et dynamiques territoriales	44
2.3 Les effets collatéraux en faveur tourisme porto ricain.....	46

TROISIÈME PARTIE : La diaspora portoricaine en tant qu'instigatrice du développement touristique : Une réalité ?

Introduction de la troisième partie.....	53
CHAPITRE 1 : La diaspora en tant qu'investisseurs.....	54
1.1 Les investissements dans le secteur touristique à Porto Rico : Vision globale.....	54
1.2 Une implication encore fragile de la diaspora.....	58
1.3 État des lieux du cadre législatif et financier.....	61
CHAPITRE 2 : La diaspora a-t-elle une influence sur les stratégies adoptées par les professionnels du tourisme ?.....	67
2.1 Le secteur privé – Les entreprises du tourisme à Porto Rico.....	67
2.2 Secteur public et organismes	72
CONCLUSION.....	78
BIBLIOGRAPHIE.....	80
WEBOGRAPHIE.....	83
ANNEXES.....	85
SOMMAIRE DES ENTRETIENS.....	93
TABLE DES MATIERES.....	94
ABSTRACT.....	98

INTRODUCTION

« L'identité n'est jamais donnée une bonne fois pour toutes, elle se construit et se transforme tout au long de l'existence ». Par ces mots, Amin Maalouf souhaite mettre en avant la nature changeante et inconstante de la notion d'identité, fondée à partir de perceptions culturelles dont les variables sont propres à chacun. Lorsqu'une personne quitte son territoire et son peuple pour en rejoindre un autre, elle se voit confrontée à de nombreux changements sociétaux et par extension culturels, les plongeant dans une condition d'hybridité. C'est de ce phénomène dont témoigne Amin Maalouf dans *Les Identités Meurtrières*, racontant son émigration vers la France pour des raisons politiques. Cette condition d'exilé existe depuis toujours et continue d'exister, conduisant des individus à se déplacer dans le temps et l'espace, expérimentant ainsi de nombreuses transitions intrinsèques.

Ces mouvements migratoires donnent lieu à la création de groupes d'individus aux particularités sociologiques fortes communément regroupées sous la terminaison « diaspore ». Il s'agit de la dispersion d'un peuple dans un contexte spatio-temporelle plus ou moins large et reliant un pays ou territoire d'origine à un ou plusieurs pays d'accueils. De ce fait, chaque groupe diasporique est défini par sa singularité.

L'histoire coloniale et moderne de Porto Rico, que ce soit pour des raisons politiques ou économiques, a toujours entraîné des vagues de flux migratoires, notamment vers les États-Unis, dont il est un État libre associé. Ces mouvements incessants ont favorisés la création d'une communauté diasporique importante, surpassant le nombre de porto ricains restés sur l'île.

Les diasporas s'inscrivent dans un contexte de mondialisation, entraînant une densification de la mobilité humaine qui favorise la mise en circulation des identités. Parallèlement, le sentiment d'appartenance à un peuple d'origine allié à la facilité de déplacement et de mise en communication propre à la globalisation permet aux membres de la diaspora de renouer ou resserrer des liens déjà existants avec leur pays d'origine. Le tourisme s'intègre par conséquent dans la « routine diasporique », ce qui est notamment vrai dans le cas porto ricain. Cependant, le statut politique de Porto Rico, entre pays, état et colonie, ainsi que son

contexte socio-économique ayant entraîné des migrations étalées dans le temps, diversifiant par conséquent les caractéristiques des diasporés, en fait un cas d'étude bien particulier qui laisse à réfléchir quant à leur rôle vis-à-vis de l'activité touristique. Dans ce sens, il convient de se demander :

Quel est l'impact de la diaspora sur le développement de l'activité touristique à Porto Rico ?

Il est possible de supposer que :

- Le tourisme diasporique à Porto Rico engendre une consommation différente de celle issue d'un tourisme « conventionnel », les liens affectifs et le passé commun ayant un impact direct sur les habitudes de consommation.
- La diaspora agit comme levier de développement sur l'industrie du tourisme, non seulement en tant que touristes, mais également en adoptant un rôle d'investisseur.
- L'existence d'une diaspora peut avoir un impact sur les stratégies de développement adoptées par le secteur public et/ou privé, la considérant comme un segment porteur de croissance.

Afin de répondre à ces interrogations, et à l'aide de questionnaires et d'entretiens destinés aux membres de la diaspora et aux acteurs du secteur public et privé, nous chercherons à intégrer la notion de tourisme à travers le prisme de la diaspora portoricaine, en mettant en avant ses particularités pour ensuite voir comment, lorsqu'elle a un rôle de touriste, met son caractère transnational au service du développement de l'activité touristique. Enfin, nous analyserons le rôle des diasporés en tant qu'instigateurs de croissance économique via le tourisme, en mettant en avant leur impact sur les décisions prises par les professionnels du secteur, la perception que ces derniers ont d'eux et les réactions des membres diasporiques à leur égard.

PREMIÈRE PARTIE

La notion de tourisme à travers la diaspora porto ricaine

Introduction de la première partie

Les mobilités humaines n'ont cessées de s'intensifier ces dernières décennies et le phénomène de mondialisation prend une ampleur toujours plus importante.

L'industrie du tourisme a par conséquent considérablement évoluée, encouragée par les mutations sociales qui ont permis la démocratisation des congés payés occasionnant un allongement du temps de vacances, entre autres, puis les avancées technologiques et entrepreneuriales ayant entraîné une diversification de l'offre touristique.

Parallèlement, les conflits géopolitiques mondiaux et les différentes crises économiques ont depuis toujours favorisés les mouvements, donnant une autre dimension aux flux de mobilités humaines.

C'est cette notion de mouvement qu'il est intéressant d'analyser. En effet, par définition, « diaspora » et « tourisme » ne sont pas des termes qui ont pour habitude d'être associés. Quand l'un se réfère à une situation qui évoque un mouvement migratoire subi sur le long terme, l'autre est assimilé à un déplacement voulu, lié au loisir et par extension à la liberté, sur le court terme. Par conséquent, que se passe-t-il lorsque ces deux notions se croisent ?

C'est dans ce contexte ambigu que se développe la notion de tourisme diasporique, qui en plus de prendre en compte les spécificités du tourisme ordinaire, doit considérer une dimension sociologique complexe.

En analysant le rapport des diasporés face à leur « terre d'origine » et les spécificités et enjeux de l'industrie touristique moderne, il est possible d'affirmer que ces deux types de mobilités montrent une certaine compatibilité qui justifierait une analyse mettant en avant les manières d'exercer le tourisme d'un groupe social en particulier.

Il s'agira ici d'analyser l'exemple concret de Porto Rico, un archipel latino-américain, situé dans les Grandes Antilles et faisant parti du Commonwealth en tant que territoire non incorporé des États Unis.

De ce statut découle une certaine ambiguïté aussi bien au niveau culturel et politique qu'identitaire et pour des raisons qui seront analysées par la suite, il y a aujourd'hui plus de

portoricains hors de Porto Rico que sur le territoire insulaire, la plupart se trouvant aux États-Unis. En effet les Portoricains, ayant la nationalité États-Unienne, peuvent par conséquent jouir d'une libre entrée dans le pays et profiter de tous les droits que le gouvernement octroie à ses citoyens. Plusieurs vagues migratoires ont eu lieu tout au long du XX^{ème} siècle et continuent d'être une réalité aujourd'hui.

Est-il d'ailleurs correct de parler de vagues migratoires ? La plupart d'entre eux se revendiquent portoricains et non États-Uniens¹. Cet élément est-il suffisant pour parler d'émigration ? À quoi est dû cette ambivalence identitaire ? Le terme diaspora serait-il justifié ? C'est à ces questions que ce chapitre s'efforcera de répondre.

¹ Recensement du Census Bureau United States - 2001

CHAPITRE I : Les fondements du tourisme de diaspora

1.1 Identités et diasporas

1.1.1. L'évolution sémantique du terme

Il convient donc dans un premier temps de définir la notion de diaspora. Historiquement, ce terme a d'abord été utilisé pour se référer à la colonisation de l'Asie et de la méditerranée par le peuple grecque. Il s'agissait donc d'un terme positif lié à la gloire et à la victoire. Il commence à prendre une connotation négative durant l'Antiquité lorsqu'il est utilisé pour définir le phénomène de dispersion du peuple juif suite à la destruction de Jérusalem. C'est au XXème siècle, dans les années 1980, qu'il est possible d'assister à un élan de théorisation moderne du concept.

Gabriel Sheffer² s'efforce de démontrer que plusieurs communautés antiques rassemblaient les « conditions » pour être définies comme des diasporas, et que les raisons qui ont engendrées la création de ces diasporas sont identiques, quel que soit l'époque en question : Crise économique, persécutions raciales, troubles sociaux et culturels, entraînant un phénomène de mobilité massif d'un peuple.

Aujourd'hui, la définition la plus courante qui lui est trouvée est : « l'état de dispersion d'un peuple, d'une communauté »³. Son sens s'est élargi au fur et à mesure des siècles jusqu'à englober l'ensemble des personnes d'un même peuple vivant hors de ses terres d'origines⁴. Les travaux sémantiques ayant été menés à ce sujet par Sheffer permettraient également de considérer les enfants d'immigrés ayant un fort sentiment d'appartenance au pays d'origine de leurs parents comme faisant partie de cette diaspora. C'est notamment sur cette définition du terme que mon étude sera basée, bien que cette nuance puisse parfois être source de désaccord, certains théoriciens invoquant une perte de légitimité du terme « diaspora ».

² Sheffer, G (1987). *Modern Diasporas in International Politics*. Croom Helm.

³ Définition du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales

⁴ Tölölyan, K. (1996). " *Rethinking Diaspora(s): Stateless Power in the Transnational Moment*" *Diaspora: A Journal of Transnational Studies* pp. 13-15

Un autre courant préfère aborder le concept en le considérant comme une source favorisant le cosmopolitisme et l'hybridation culturelle. La diaspora représenterait alors une nation hors de ses frontières. Selon Wang Gung-Wu « l'intérêt actuellement porté à l'idée de diaspora nous rappelle combien peu profondes sont les racines du nationalisme en comparaison de la longue histoire des diasporas »⁵ et met donc en avant l'importance des liens créés entre la diaspora et le pays d'origine, permettant ainsi d'appréhender ce concept non plus seulement comme un enchaînement de critères qui permettent de définir la diaspora à partir de sa création, mais plutôt comme un processus qui prend en compte l'évolution moderne et les attaches établies par chacune d'entre elles.

1.1.2. La structure de la diaspora

Ces différentes dimensions Robin Cohen les a théorisées afin de mettre en avant la diversité et l'hétérogénéité de ce concept laissant apparaître des types de diasporas aux origines diverses et variées.⁶

Les diasporas « victimes »	Juive, arménienne
Les diasporas « main d'œuvre »	Indienne, chinoise, turque, italienne
Les diasporas « coloniales »	Russe, grecque
Les diasporas « commerçantes »	Libanaise, Indienne, chinoise
Les diasporas « hybrides »	Caribéenne

Chaque diaspora est née pour des raisons différentes et a suivie des parcours distincts. Quand certaines devaient fuir leur pays afin d'échapper à des persécutions, d'autres ont décidées de quitter leur pays d'origine afin de prospérer économiquement ailleurs. Compte tenu de leur histoire, certaines vont revendiquer leurs « racines » quand d'autres vont chercher à s'en défaire. Cette classification met en lumière l'importance d'interpréter la

⁵ Wang Gung-Wu (1997). Global History and Migrations. P.16

⁶ Robin Cohen (1997). Global Diasporas: an introduction. UCL Press & Seattle: University of Washington Press, p.178

diaspora non pas seulement d'un point de vue géographique, c'est-à-dire le déplacement physique d'un groupe de personnes d'un pays vers un autre, mais aussi comme une suite d'évènements ayant conduits ces mêmes personnes à migrer. En d'autres termes, s'intéresser aux raisons de la création de ce groupe, ce qui permet de mieux comprendre leurs particularités et de mieux expliquer les subtilités de leur condition actuelle. Mais s'il existe tant de modèles différents, comment pouvons-nous justifier l'existence de ce concept ? Car en effet, la diaspora est un groupe social, et par définition un groupe est un « Ensemble de personnes ou de choses ayant des caractéristiques communes »⁷. Quel que soit « l'ensemble » en question, aussi différent que puissent être leurs fondements et leitmotiv, il existe des attributs communs au fonctionnement d'un groupe. Dans le cas concret des diasporas, Cohen expose le fait que le phénomène de dispersion, quel que soit la diaspora étudiée, est intrinsèquement lié à une notion de mémoire collective et à une idéalisation de la terre d'origine qui pousse les membres de la diaspora à y retourner fréquemment, quand cela leur est possible. Ces allers et retours ont pour but de perpétuer et de transmettre, notamment à leurs enfants nés dans le pays d'accueil, une culture qui fait partie d'eux et qui leur est chère. Ces liens étroits avec le pays d'origine engendrent souvent des relations houleuses et une sensation de mal-être, rejetée sur le pays d'accueils. Ce sentiment ambigu, qui pourrait être caractérisé de trouble identitaire, pousse ces communautés à développer un esprit de solidarité.

Les diasporés sont donc tiraillés entre deux mondes, entre différentes cultures. Des relations flottantes entre deux espaces qui les poussent, souvent, à se déplacer physiquement dans leur pays d'origine. Quelle est leur motivation ?

1.1.3. Les différents types de tourisme diasporique

Les membres de la diaspora ont pour habitude de retourner à la rencontre de leurs terres d'origines à l'aide de voyages qui ont pour but de les mener « de soi à soi »⁸. C'est à ce

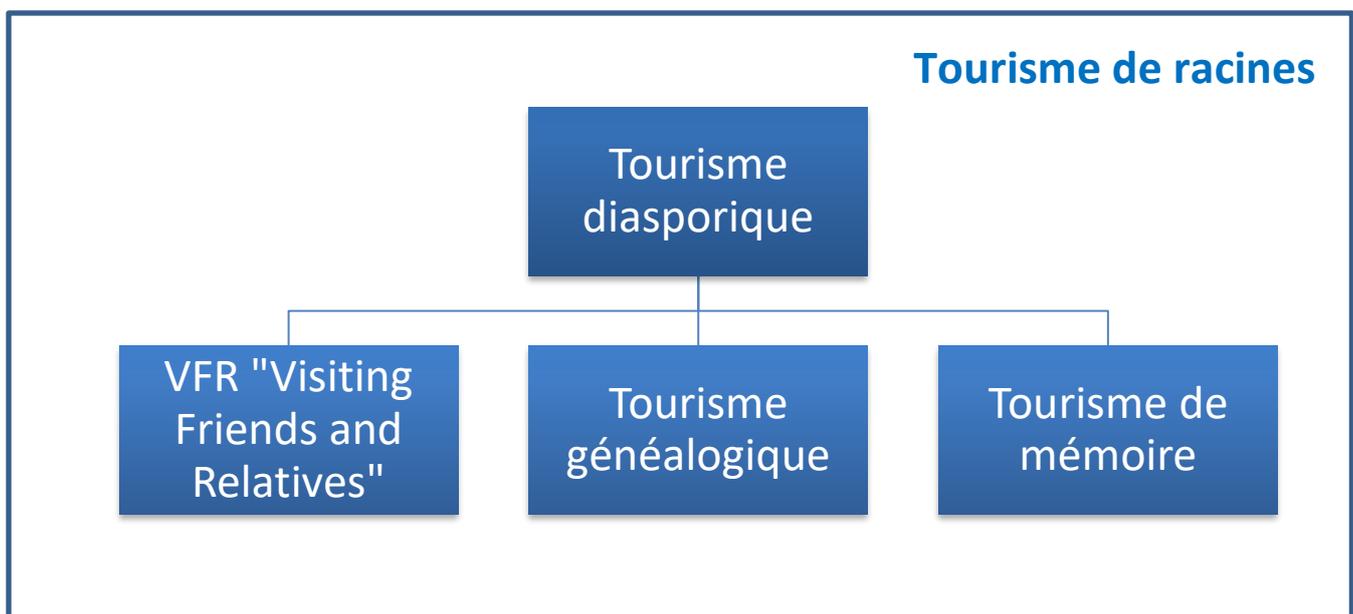
⁷ CNRTL

⁸ MEUNIER, Jacques (1999) On dirait des îles, Paris : Flammarion. 227 p.

moment que les notions de diaspora et de tourisme fusionnent afin de créer un concept, le tourisme diasporique, qui reste encore flou et peu théorisé.

En effet, le tourisme de racines est souvent évoqué afin d'englober les différents types de tourisme visant à retourner sur les traces de ses origines ou de son passé. Il est à vrai dire principalement développé par et pour des membres de la diaspora. Cependant, et afin de faire la différence, c'est le terme « tourisme diasporique » qui sera employé tout au long de cette étude car, comme énoncé dans la partie précédente, est considéré comme faisant partie de la diaspora toute personne étant issue d'un pays ou territoire et ayant migré dans un pays étranger ou étant de descendance de ce même pays / territoire et ayant grandi dans un pays étranger tout en ayant un lien d'attachement fort et un sentiment d'appartenance à sa nation d'origine. Le terme « tourisme de racines » reste donc relativement large et pourrait englober des individus curieux, souhaitant aller sur les traces de leurs ancêtres, sans pour autant faire partie d'une diaspora.

Il est possible d'identifier trois types de dérivés du tourisme diasporique.



Cette pratique du tourisme peut prendre des formes différentes, selon le passé de chacun et la manière dont il vit son statut de diasporé. Selon Backer⁹ le tourisme VFR est une forme de voyage dont le but est de rendre visite et/ou d'être hébergé par des amis ou des proches. Il

⁹ Backer, E. (2007). VFR Travel- An examination of the expenditures of VFR Travellers and their hosts. *Current issues in Tourism*. P 336-377

s'agirait ici de membres de la diaspora qui ont gardé de forts liens d'attaches avec leur pays d'origine. Il s'oppose au tourisme généalogique, qui lui a pour but de découvrir un territoire tout en étant à la recherche des lieux de vie de ses ancêtres ou tout simplement de membres de sa famille perdus de vue. Il est assimilé au passé et à une tentative de le reconstruire. Il pourrait être assimilé au tourisme de mémoire, bien que ce dernier ait un aspect moins personnel. Il consiste davantage à visiter des sites où des épisodes tragiques s'y sont déroulés ; il concerne donc davantage les diasporas « victimes ».

La structure et les spécificités de chaque diaspora sont donc des éléments primordiaux afin de comprendre et d'analyser le type de tourisme diasporique mis en pratique. Il s'agit de comprendre quel est l'histoire de cette diaspora et comment elle s'intègre dans son environnement actuel.

1.2 Ni résident, ni touriste ?

1.2.1 Une quête identitaire

Il peut être extrêmement compliqué pour le membre d'une diaspora de se positionner d'un point de vue identitaire. Lorsqu'ils voyagent vers leur pays d'origine, l'assimilent t'ils à un « retour à la maison » ou ont-ils le sentiment d'être un touriste ?

Il convient dans un premier temps de définir le terme « identité ». Selon le dictionnaire Larousse¹⁰, l'identité est un « caractère permanent et fondamental de quelqu'un qui fait son individualité, sa singularité ». L'identité apparait ici comme un ensemble de critères figés, définie de manière objective. En revanche, la définition « d'identité culturelle » proposée par Le Robert « ensemble de traits culturels propres à un groupe ethnique (langue, religion, art, etc.) qui lui confèrent son individualité ; sentiment d'appartenance d'un individu à ce groupe » se base davantage sur une approche subjective de l'identité, en utilisant un champ lexical lié aux émotions (cf. sentiments). À travers ces deux différentes interprétations, il est aussi possible de remarquer que l'individualité se mêle au collectif. L'identité passe donc d'être un concept de représentation de soi en tant qu'individu à part entière à la représentation d'un individu au sein d'un groupe qui le définit.

¹⁰ <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/identit%C3%A9/41420#jprSFBFDRr3TCGoO.99>

C'est dans ce contexte ambigu qu'évoluent les diasporas qui vivent entre objectivité et individualité en se référant à des éléments tels que la nationalité (cf. carte d'identité). D'un autre côté ils sont soumis à une certaine subjectivité et à une notion de collectivité en cherchant à faire vivre la mémoire collective de la « mère patrie ».

En effet, il est fréquent de voir chez les membres de la diaspora un rejet du pays d'accueils et un refus d'assimiler la culture et les codes sociaux de cette dernière. Afin de contourner ce phénomène d'assimilation, beaucoup préconisent la transmission de cette mémoire au fil des générations : C'est l'enracinement, qui peut être défini de la manière suivante : « L'image des ancêtres, la terre-patrie de l'enracinement impose la conformation au modèle ancestral, à la communauté, à la hiérarchie et à la répétition des attitudes, des habitus traditionnels »¹¹.

La notion de « terre » est primordiale dans cette analyse. En effet, la succession de cet héritage culturel passe presque inévitablement par un le contact « physique » des diasporés avec leur pays d'origine. Le retour vers « la mère patrie », durant des périodes plus ou moins longues, est un élément essentiel du processus de transmission et qui permet de prolonger la lignée diasporique, puisque rappelons-le, la notion de sentiment d'appartenance est indissociable du terme « diaspora ».

1.2.2 Le rapport au pays d'accueil

Tout membre de diaspora est potentiellement un représentant de la culture de son pays d'origine de par le comportement qu'il adopte au quotidien. Selon le profil de la diaspora et du diasporé en question, l'intégration et le mode d'acclimatation dans le pays d'accueil peut s'affirmer de manière différente. Il est néanmoins possible de trouver un point commun à presque tous les groupes diasporiques qui se caractérise par la matérialisation principalement iconographique de la communauté. C'est ainsi que nombre de monuments, édifices religieux ou autres signes symboliques sont construits à l'initiative des diasporas. Cette matérialisation peut également être représentée par la mise en place d'associations

¹¹ P. Genestier, « Sous les pavés les racines ? », *Espaces Temps*, n° 42, 1989, p. 54.

qui, bien qu'évoluant dans des domaines d'activités différents, ont toutes pour objectif de faire vivre la culture de leur pays d'origine dans leur pays d'accueils en faisant office de vecteur de mémoire communautaire.

Il est néanmoins intéressant de noter que l'aspect culturel que promeut le pays d'origine peut être très différent de celui proposé par la diaspora¹² ; ces derniers pouvant adopter un comportement contraire ou peu compatible avec l'image que souhaite donner le pays d'origine.

Cela nous amène à deux déductions. La première repose sur le fait que, comme énoncé dans la sous-partie précédente, les membres de la diaspora évoluent au sein d'une ambiguïté identitaire marquée qui comme nous venons de le voir est intensifiée par un possible rejet du pays d'origine, duquel ils essaient initialement de se rapprocher et qui peut les conduire à un rejet du pays d'accueil, pouvant lui-même être réfractaire à la propagation d'une culture externe. La deuxième déduction, d'un point de vue touristique, est d'affirmer que cette mésentente entre la diaspora et le pays d'origine peut créer un flou concernant l'image de la destination. C'est ce pourquoi il est important, comme nous le verrons par la suite, qu'un travail et une entente entre le pays d'origine et les membres de la diaspora soit mis en place afin d'optimiser le potentiel touristique du territoire en question.

1.2.3 Les tendances de consommation

Comme évoqué précédemment, le tourisme VFR (Visiting Friends and Relatives) est la principale manière d'exercer le tourisme pour les membres de la diaspora. Bien que le secteur hôtelier ne soit pas positivement impacté par ce type de tourisme, la diaspora étant principalement hébergée chez leur famille, les autres secteurs de l'industrie peuvent quant à eux profiter de cette situation. En effet, la diaspora part, en général, en voyage dans son pays d'origine avec un pouvoir d'achat bien plus fort que celui de la moyenne nationale. Ils voyagent, certes, dans le but de voir leurs proches mais aussi et par extension avec l'objectif de profiter de leurs vacances, et donc de consommer. Une consommation qui peut prendre

¹² S.gesir, E.Mescoli. Maintaining national culture abroad Countries of origin, culture and diaspora. INTERACT Research Report 2015/10

plusieurs formes, en passant du simple achat d'une attraction touristique à l'achat d'un bien immobilier ou à l'exécution d'un investissement plus ou moins important.

Dans *Tourism, Diasporas and Space*¹³, Tim Cole et Dallen J. Timothy mettent également en avant l'importance du local dans la consommation diasporique et notamment au niveau culturel : Évènement, spectacles, foires locales. Cela permet de constater qu'en plus de l'aspect économique, il y a une consommation « ethnique » qui permet de nouer des liens entre le pays d'origine et les diasporés.

L'avantage pour le pays d'accueil de pouvoir profiter du tourisme diasporique est qu'il s'agit, presque par définition, d'une clientèle de repeaters ; pour certains par envie et intérêt pour le pays d'origine et pour d'autres, comme le souligne Nguyen¹⁴, par sentiment d'obligation dû aux conventions sociales. Quoi qu'il en soit, et en tenant compte de ces éléments, il est possible d'assimiler ce phénomène à un cercle vertueux d'un point de vue touristique. La diaspora pratique le tourisme dans son pays d'origine est par conséquent participe au développement économique de ce dernier tout en ramenant certaines coutumes qu'elle transformera en évènement dans son pays d'accueil (exemples : Parade de la fête nationale Porto Ricaine à New York, le Nouvel An Chinois dans nombres de pays, etc) et qui fera office de promotion culturelle pour le pays d'origine.

1.3 Des stratégies publiques aux actions entrepreneuriales

1.2.1 La diaspora en tant qu'investisseur

Force est de constater que les diasporas participent activement au développement économique de leur pays d'origine. L'exemple le plus marquant est celui de la Chine dont 80% des investissements directs à l'étranger proviennent de la diaspora¹⁵. Dans le secteur

¹³ T.Cole, D.Timothy (2004). *Tourism, Diaspora and Spaces*. p.329

¹⁴ T.H.Nguyen (1999). *Migrants and their overseas Travels*. p 18

¹⁵ A.Smart, J-Y.HSU. China as a rising world power. *The Chinese Diaspora, Foreign Investment and Economic Development in China*. p.558

touristique, Haïti confirme également la règle puisque cette dernière décennie, ce sont les membres de la diaspora qui ont majoritairement investi dans le secteur hôtelier¹⁶.

En effet, en plus du lien affectif que la diaspora entretient avec son pays d'origine, ils ont l'avantage de connaître la culture et le marché en question, et sont par conséquent capables d'adapter leur stratégie afin de maximiser leurs impacts sur l'économie locale. C'est ainsi que la qualité d'investisseur de la diaspora est devenue un critère à part entière pour les définir selon l'Union Africaine : « des personnes d'origine africaine vivant en dehors du continent, quel que soit leur citoyenneté et leur nationalité et qui souhaitent contribuer au développement du continent et à la construction de l'Union africaine »¹⁷.

Il convient de souligner que le terme « développement » n'est pas uniquement interprété d'un point de vue économique, il y a en effet une dimension philanthropique dans la réalisation de ces investissements qui joue un rôle primordial dans les relations qu'entretiennent les diasporas avec leur pays d'origine. En effet, ces investissements peuvent prendre la forme de levées de fonds, de transferts de technologies, d'ouverture aux marchés, d'intensifications des relations commerciales entre deux pays mais aussi de transferts de connaissances et de soutien en termes de politiques publiques.

1.2.2 Le rôle de l'action publique

Le nombre d'institutions nationales impliquant la participation de la diaspora dans l'effort de développement de leur pays d'origine s'élève à environ 400 dans une 50ème de pays dans le monde¹⁸. Ce chiffre permet de faire valoir le fait qu'il existe réellement une volonté commune et des intérêts communs à mettre en marche un processus de développement.

C'est notamment ces institutions qui vont jouer un rôle d'intermédiaire entre la diaspora et les institutions publiques du pays d'origine. En effet, il est possible de constater que ces

¹⁶ H.Séraphin, B.Paul. (2015) La diaspora : Un levier pour le développement touristique en Haïti. p.8

¹⁷ C. Omar Kebbeh. La Gambie: Migration dans la « Côte Souriante » de l'Afrique. Migration Policy Institute. August 15, 2013. <http://www.migrationpolicy.org/article/gambia-migration-africas-smiling-coast>

¹⁸ Identifiés dans le cadre d'une enquête des Etats participant au Forum Mondial sur la Migration et le développement (FMMD) pour le manuel du MPI et de l'OIM (2012) : Élaboration d'une Feuille de Route pour Engager les Diasporas dans le Développement. Un Manuel pour les Décideurs et les Praticiens dans les Pays d'Origine et les Pays d'Accueil, accessible via le lien : www.migrationpolicy.org/pubs/thediasporahandbook.pdf

dernières décennies, nous avons pu assister à une prise de conscience de ces pays, pour la plupart en voie de développement, concernant l'utilité que pouvait avoir la diaspora.

Afin de les attirer et atténuer leur réticence au vue de la complexité réglementaire et des politiques restrictives pouvant être appliquées, certains pays ont mis en place des mesures d'incitation à l'investissement pouvant prendre la forme d'exonérations d'impôt et de taxes douanières ou encore un allègement des prérequis à l'importation. Mais ces pratiques restent encore minoritaires et les transferts de fonds sont encore l'investissement le plus courant, avec l'appel de travailleurs diasporés hautement qualifié.

L'exemple en matière de gestion de diaspora est l'Inde. Ce pays a su valoriser l'importance de son groupe diasporique et a été jusqu'à créer un comité et un Ministère des Affaires Indiennes d'Outre-Mer, a cherché à connaître qui ils étaient et pris des mesures diplomatiques afin de les intégrer dans le paysage national, notamment en leur créant un type de visa long-séjour.

Les actions publiques jouent un rôle primordial dans les relations que vont entretenir les diasporés avec leur pays d'origine. Il est en effet nécessaire qu'il y ait une prise de conscience et une gestion gouvernementale adaptée au potentiel d'investissement aussi bien financier que philanthropique qu'est susceptible d'avoir un groupe diasporique sur son pays d'origine.

CHAPITRE 2 : Le cas porto ricain

2.1 Les spécificités du cas porto ricain

2.1.1 Contexte historique

Christophe Colon découvre l'archipel de Porto Rico en 1493 lors de son second voyage aux Amériques. Ce n'est qu'en 1508 que le soldat Juan Ponce de Léon, alors au service de Colon, envahit Porto Rico et en devient le premier gouverneur. L'île était alors habitée par les indiens Tainos, alors réduits en esclavage par la couronne espagnole.

Suite à de nombreuses rébellions et une tension sociale toujours plus intense, l'esclavage est aboli en 1873 et les relations coloniales commencent à prendre de nouvelles formes. En 1897 un décret est signé concédant à Porto Rico une représentation au gouvernement et la possibilité de prendre les décisions d'ordre politique du pays. Le gouvernement autonome de Porto Rico commence à fonctionner en 1898, mais ne sera que de courte durée étant donné que les États Unis envahissent l'île 8 jours plus tard, dans le cadre de la guerre hispano-américaine. Celle-ci prend fin en décembre 1898 avec le traité de Paris, la couronne espagnole laissant alors Guam, Les Philippines et Porto Rico aux États-Unis, Porto Rico devenant un État Militaire Nord-Américain.

Ce statut politique dure 2 ans, avant qu'un gouvernement civil ne soit mis en place sous la loi Foraker, qui est renforcée par la loi Jones en 1917 et qui octroie aux Porto Ricains la citoyenneté États-Unienne en plus de nombreux droits constitutionnels desquels ils ne pouvaient alors pas bénéficier.

À partir des années 1930, la situation économique du pays devient critique : La plupart des terres sont détenues par des entreprises États-Uniennes, la pauvreté et le chômage sont en augmentation constantes et les conditions de travail rudes. Des revendications commencent à voir le jour et une élite porto ricaine prône l'indépendance du pays. Les manifestations s'enchaînent et c'est en 1940 que Luis Muñoz Marin, qui sera par la suite le premier gouverneur de Porto Rico, a créé le Parti Populaire (El PPD – El Partido Popular), qui en plus

de promouvoir l'indépendance du pays, avait pour objectif principal de réformer les politiques économiques et sociales alors en vigueur.

C'est en 1950 que les États-Unis approuvent la « Ley 600 » qui autorise le peuple porto ricain à rédiger sa propre Constitution, qui est approuvée en 1952 par referendum à 81%. Cette même année Porto Rico est proclamé «Estado Libre Asociado de Puerto Rico».

Depuis, le pays est partagé entre le Parti Populaire Démocratique (Partido Popular Democrático) en faveur du statut d'État Libre associé, le Nouveau Parti Progressiste (El Partido Nuevo Progresista) en faveur de l'annexion aux États-Unis et le PIP (Partido Independentista Puertorriqueño) en faveur de l'Indépendance. Au cours de ce demi-siècle la question du statut politique de Porto Rico est toujours l'un des sujets les plus controversés et celui qui divise le plus le peuple et la classe politique du pays.

2.1.2 Conflit identitaire : porto ricain ou états-unien ?

En 2017, cela fait 100 ans que le président états-unien Wilson a signé la loi faisant des porto ricains des citoyens états-uniens. Mais le sont-ils vraiment ?

Le statut politique de Porto Rico est complexe et plein d'ambiguïté. Comme l'a mentionné l'auteur américano-porto ricain¹⁹ Héctor Feliciano « Alors que les porto ricains sont officiellement des citoyens états-uniens, le territoire n'est toujours pas incorporé. Cette contradiction a permis de gouverner Porto Rico comme un territoire séparé qui appartient mais qui ne fait pas parti des États-Unis ».

En effet, en naissant à Porto Rico les habitants de l'île ont le droit à un passeport états-unien qui leur octroie la possibilité de circuler ou migrer librement entre les deux territoires par exemple, mais qui les prive de certains droits civiques. Les porto ricains ne peuvent ainsi pas exercer leur souveraineté de manière indépendante puisque les pouvoirs qui leur sont conférés sont révocables et les personnes y vivant n'ont pas les

¹⁹ Héctor Feliciano est né aux États-Unis de parents Porto Ricains puis a vécu entre les deux pays.

mêmes droits au niveau politiques que ceux octroyés par la constitution états-unienne, ce qui les prive de droit de vote aux élections présidentielles et à celles du Congrès. En revanche si un Porto Ricain vit officiellement aux États-Unis, il se voit restituer ce droit. Le professeur Venator Santiago ²⁰ assimile cette situation à un mécanisme d'inclusion et d'exclusion : Une Inclusion d'un point de vue territorial tout en excluant les personnes y résidant.

Il existe un vrai flou quant à la relation entre la citoyenneté et le territoire qui impact fortement la condition politique des porto ricains. Selon les situations, Porto Rico peut être, ou pas, considéré comme un pays différent d'un point de vu constitutionnel. En 1901, le premier gouverneur civil de l'île, Charles Hebert Allen, écrit dans son rapport annuel : « Porto Rico est un territoire avec un grand potentiel encore à développer et une population incapable d'assumer la gestion de ses affaires internes ». Cette vision de Porto Rico est restée et a grandement influencée la manière dont a été gérée la structure politique, puisque le Congrès des États Unis a le pouvoir de stopper toute action prise par l'assemblée législative de Porto Rico et de contrôler les affaires économiques et fiscales du pays. L'exemple le plus récent serait l'imposition d'un Conseil de Supervision Fiscal (Junta de Supervisión Fiscal) mis en place par et depuis Washington afin de trouver une solution à la grande crise économique que rencontre le pays aujourd'hui.

Juridiquement parlant, les porto ricains ne sont donc pas des immigrants aux États-Unis, mais l'omniprésence de leur identité nationale pourrait les y assimiler. Le passeport états-unien a ici un rôle technique, comme un pont entre deux pays culturellement et socialement différent mais unis par une histoire coloniale séculaire encore politiquement et juridiquement ambiguë.

²⁰ C. Santiago. An Environmental Scan of Social Science, Public Policy, and Legal Associations in the United States, OMG-New Connections, Robert Wood Johnson Foundation. 2011.

2.1.3 Un peuple en mouvement

La première vague d'exile de porto ricains vers les États-Unis remontent au 19^{ème} siècle afin de fuir le régime colonial espagnol suite à la révolte de « El Grito de Lares »²¹. Afin d'éviter les autorités espagnoles qui se livrent à une répression sanglante, beaucoup de porto ricains, pour la plupart issus d'un milieu privilégié, choisissent les États-Unis comme refuge, y voyant un pays économiquement puissant et à proximité. Ce mouvement engendre la création d'un groupe d'exilé politique de la haute société porto ricaine, qui s'y installent indéfiniment et commencent à s'organiser, créant ainsi leur propre « sous- société ».

Les échanges commerciaux s'intensifient et les États-Unis voient en Porto Rico une aubaine économique et profite de la faiblesse de l'empire espagnol pour envahir l'île en 1898. La seconde vague d'immigration a été déclenchée par l'octroi en 1917 de la nationalité états-unienne aux porto ricains, qui se sont convertis en une des principales sources de main œuvre industrielle du pays. Il s'agit d'un changement fondamental ; l'émigration concerne toutes les classes sociales de Porto Rico, il ne s'agit plus d'une émigration pour raisons politiques mais aussi économiques.

En effet, la fin de la seconde guerre mondiale et les efforts d'industrialisation infructueux de Porto Rico par les États-Unis ont eu pour cause une forte augmentation du chômage, notamment à cause de la perte de vitesse du secteur agricole, qui était l'industrie phare du pays. Les grandes firmes nord-américaines, en voulant avoir le monopole sur les champs de plantations tout en instaurant un nouveau type d'économie industriel, a progressivement fait fuir les agriculteurs, alors les principaux acteurs de l'économie nationale.

²¹ Insurrection contre la couronne d'Espagne afin d'obtenir l'indépendance de Porto Rico

En observant les chiffres, il convient de constater que Porto Rico assiste aujourd'hui à une quatrième vague d'émigration qui a été si forte ces dernières décennies qu'aujourd'hui, il y a officiellement plus de porto ricains aux États-Unis qu'à Porto Rico²². Aucune données officielles ne permettent aujourd'hui d'estimer le nombre de Porto Ricains émigrants en dehors des États-Unis, ce cas de figure étant encore relativement peu développé.

2.2 Le phénomène de diasporisation de Porto Rico

2.2.1 Peut-on parler de transnationalisme ?

Le transnationalisme est encore un concept en voie de théorisation, composé de nombreuses nuances difficilement délimitables. Les prémices de cette notion apparaissent au début du XXI avec l'écrivain et journaliste américain Randolph Bourne avec l'expression « l'Amérique trans national », remettant en question la théorie du melting pot ²³ en expliquant alors que le pays était composé de plusieurs nations cohabitant ensemble sans réellement se mélanger.

Son sens prend une dimension davantage économique dans les années cinquante puisqu'il sert à définir les entreprises présentes dans plusieurs pays avant de s'étendre aux ONG (Organisations Non Gouvernementales) franchissant les frontières de plusieurs pays dans le cadre de leurs actions. C'est dans les années 1980 que le terme prend un sens davantage sociologique en désignant des groupes qui se déplacent hors de leur pays tout en restant attachés à leur patrie d'origine.

Ces différentes approches regroupent toutes les notions d'échanges, d'interrelations et de pratiques transfrontalières, qui vont bien au-delà du cadre national et qui jouent un rôle dans l'affirmation d'une pratique ou d'une identité. D'un point de vue migratoire, le transnationalisme repose sur des interactions réelles et durables entre une personne vivant

²² Krogstad. J (2015). *Puerto Ricans leaves in record numbers for mainland U.S.* Pew Reserch. En ligne. Consulté le 19/10/16. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/10/14/puerto-ricans-leave-in-record-numbers-for-mainland-u-s>

²³ R.Bourne. Transnational America. *Atlantic Monthly*, 118 (1916), 86–97.

dans un pays et d'autres vivant dans le pays d'origine et qui peuvent se présenter sous formes d'échanges culturels, politiques, économiques, etc. La frontière devient alors un barrage abstrait, presque transparent, ce qui permet de renforcer les liens entre les communautés et d'assister à un changement du paysage social.

Porto Rico occupe une place particulière en Amérique Latine et dans les Caraïbes. C'est une nation en « va- et-vient »²⁴ dont les frontières sont constamment franchies par des migrants qui vont et reviennent. Cette combinaison d'exode prolongée et de flux migratoires toujours plus importants fait de Porto Rico un exemple en termes de transnationalisme et remet en question les interprétations classiques de la nation, basées sur la fusion entre territoire, lieu de naissance, citoyenneté langue, culture et identité.

Dans une étude que Duany a mené en 2001²⁵ concernant les déplacements migratoires des portoricains, 20 % des personnes interrogées ont vécu à l'étranger et sont revenues à Porto Rico dont 3 % qui sont parties et revenues au moins deux fois. Cette étude permet de mettre en lumière un élément important : La migration portoricaine contemporaine prend davantage la forme de flux circulaires plutôt qu'une relocalisation unilatérale et irrévocable. La notion de nationalité prend ici une autre dimension et prouve qu'aucun critère censé la définir n'est immuable.

En effet, pour certains académiciens Porto Rico n'est pas une nation car il ne s'agit pas d'un État souverain. Or il paraît plus judicieux, en se basant sur le passé du pays, de définir la nation portoricaine comme une communauté translocale basée sur un sentiment d'appartenance collectif construit d'après une histoire commune et une culture partagée. D'autant plus que la majorité des Porto Ricains, d'après un referendum de juin 2017, ne veulent pas devenir un État nation et préfèrent garder le statut politique en vigueur ou faire partie des États-Unis, tout en gardant une identité nationale très forte.

Il convient donc de différencier le nationalisme politique, qui prône la nécessité pour un peuple d'avoir son propre gouvernement, du nationalisme culturel davantage basé sur une autonomie morale de chaque peuple de revendiquer son sentiment d'appartenance. Cette

²⁴ J.Duany.(2002). Nueva Sociedad 178. Nación, migración, identidad. Sobre el transnacionalismo a propósito de Puerto Rico. P.57-69.

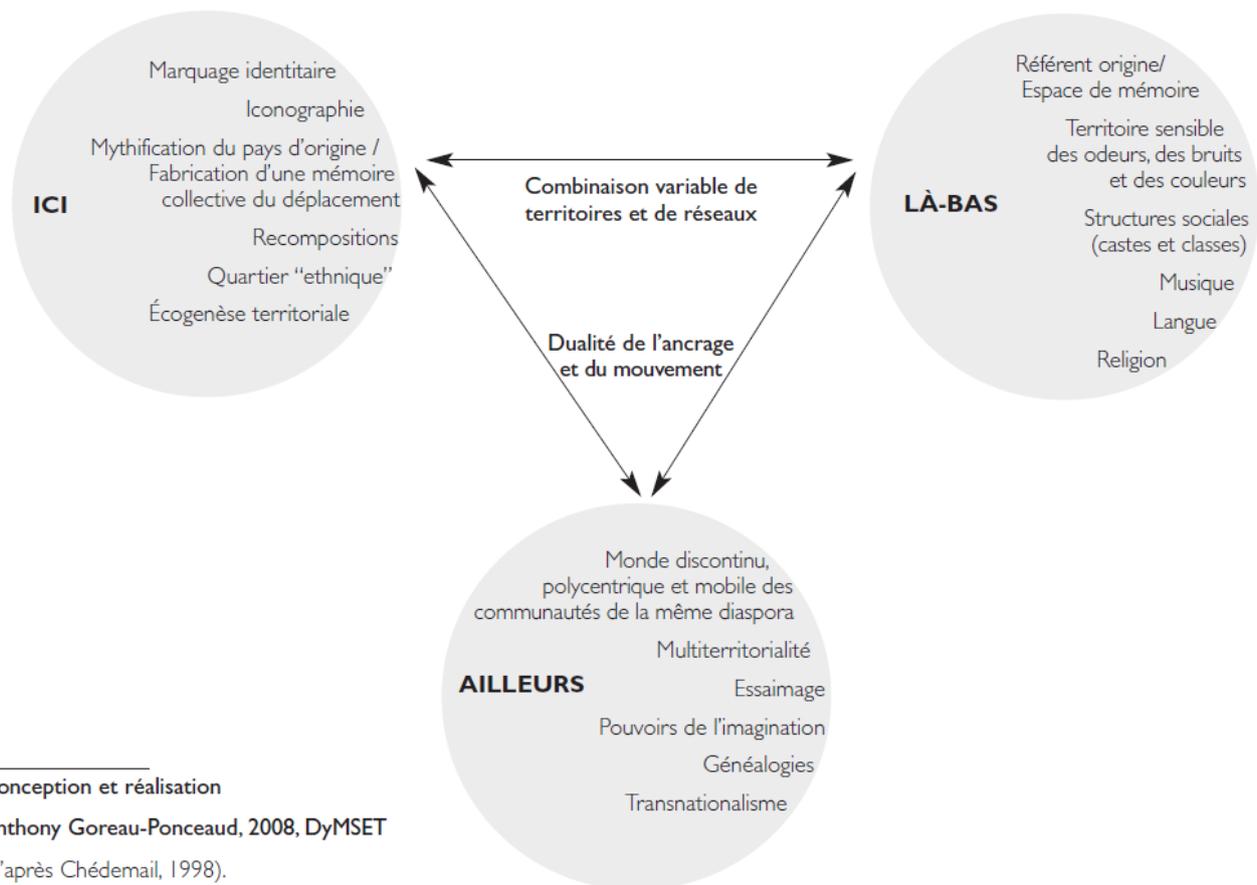
²⁵ J.Duany. «'Irse pa' fuera': los modos de vida móviles de los migrantes circulares entre Puerto Rico y los Estados Unidos» en Temas: cultura, ideología, sociedad, La Habana, 2001a, en prensa.

dichotomie est un des symboles de la complexité du cas portoricain. Alors que grande partie de la population, y compris la diaspora, est en faveur d'un rapprochement avec les États-Unis d'un point de vue politique, ou du moins d'un statut quo, tous sont unanimes pour dire qu'ils appartiennent à une nation à part, le certifiant souvent à travers des manifestations internationales les représentants, tels que les Jeux Olympiques ou le concours de Miss Univers.

Il est intéressant de considérer le maintien de cette identité nationale à toute épreuve dans un contexte « colonial », national et transnational. La dimension politique tend à s'affaiblir tant les « va et vient » migratoires s'intensifient, semant le trouble quant à la nécessité d'étendre le débat du statut politique. Ce qui l'est possible d'affirmer, c'est le fait que les porto ricains et leur diaspora vivent leur nationalisme « ici et là-bas », entre plusieurs territoires aux limites encore troubles.

Anthony Goreau Ponceaud²⁶, d'après les études de Chédemail, représente (schéma ci-dessous) la sphère diasporique en trois pôles. L'« ici », à comprendre le pays d'accueils, là où le marquage identitaire se crée et où la notion de diaspora prend forme ; le « là-bas » à comprendre le pays d'origine, la source culturelle et le référent émotionnel ; puis le « ailleurs » qui dans le cas portoricain schématise cet imaginaire abstrait, cette ambiguïté territoriale et transnationale, ce « va et vient » constant.

²⁶ Anthony Goreau-Ponceaud, « Pratiques touristiques de et en diaspora », Mondes du Tourisme [En ligne], 2 | 2010, mis en ligne le 30 septembre 2015,



2.2.2 Un réseau qui s'étend : Quelles perspectives ?

Comme énoncé précédemment, la diaspora portoricaine devient de plus en plus importante. Comme dans la majorité des groupes de migrants, un ensemble de relations va lier les membres de la diaspora, qui s'organisera sous forme de réseau. Des relations avec le pays d'origine, comme cela a déjà été commenté, mais aussi entre diasporés dans le pays d'accueil.

Ce réseau social entre membres de diaspora est souvent associé à l'image d'une « communauté fermée » par les « locaux » tandis que pour le groupe diasporique, il s'agira d'un comportement naturel, presque instinctif, dominé par un sentiment d'appartenance national. Il existe de nombreuses associations et organisations portoricaines aux États-Unis, visant à refaire vivre la culture nationale sur un autre territoire.

Le thème de l'impact de la diaspora sur le pays d'accueil ou du pays d'accueil sur la diaspora est souvent abordé. Cependant, dans le cas de Porto Rico il convient également de traiter l'influence du pays d'accueil sur le pays d'origine. En effet, le statut politique de Porto Rico induit une américanisation qui influence la société, aussi bien au niveau linguistique, que culturelle ou administratif. Cette influence allant crescendo, il convient de nous demander quel sera son impact sur les prochaines générations de diasporés ? Puisqu'en effet, avant même de migrer, le membre diasporique a déjà été acculturer dans son propre pays.

Il serait également possible d'émettre l'hypothèse que la conception de la diaspora communautaire pourrait graduellement se transformer en diaspora hybride, qui se dissocie de tout modèle connu. Paul Gilroy²⁷ caractérise ce phénomène en s'appuyant sur le modèle de Deleuze et Guattari utilisant l'image du rhizome, s'opposant à la représentation de racine, affirmant qu'une diaspora peut évoluer à travers la notion de métissage et dispersion et non en s'appuyant sur un héritage figé du passé. D'après cette théorie, l'identité diasporique n'est pas basée sur des traditions transmises mais répond davantage à une logique de mélange, sans l'existence de revendications identitaires.

En prenant en compte le phénomène transnationaliste et l'américanisation intense de la société porto ricaine, serait-ce possible de considérer une mutation de la structure de la diaspora porto ricaine dans les décennies à venir ?

2.3 L'industrie du tourisme à PR

2.3.1 L'Etat des lieux

L'industrie du tourisme est l'un des moteurs de l'économie portoricaine puisqu'elle représente 7%²⁸ du PIB, soit environ 4 milliards de dollars. Il y aurait environ 5 millions de

• ²⁷ P.Gilroy. (1993) *The Black Atlantic: Modernity and Double Consciousness*, London. p. 87

²⁸ Instituto de estadísticas de Puerto Rico

touristes ²⁹ par an, la majorité venant des États-Unis, un tiers d'entre eux arrivant par les croisières.

Durant les 50 dernières années le tourisme porto ricain en plus de connaître une croissance exponentielle, a aussi connu une forte tendance à la diversification des services proposés. Jusque dans les années 80 le tourisme international se caractérise par sa concentration sur les zones côtières en période estivale et à but récréatif et de bien-être, souvent lié aux produits « soleil, plage, golf et casinos »

Principales villes touristiques : Porto Rico



Cependant la tendance s'est inversée : Un grand travail de promotion et de sensibilisation a été fait afin d'informer au mieux les touristes, plus exigeants et avec une plus grande propension à voyager. La répartition plus homogène du temps de vacance, la démocratisation de la flexibilité du temps de travail, l'augmentation de l'espérance de vie en bonne santé et du budget dédié aux vacances, notamment aux États-Unis – principaux clients du tourisme portoricain, ont joué un rôle essentiel dans l'évolution du tourisme insulaire. D'un autre côté, le marché a su s'adapter et développer de nouvelles destinations internes et diversifier ses produits touristiques.

Le comportement du consommateur a évolué face à la croissance générale économique globale. Le modèle de demande touristique change et les vacances deviennent plus courtes,

²⁹ Government Development Bank of Puerto Rico (Mai, 2011)

plus fréquentes et plus intenses, ce qu'a ressenti l'industrie du tourisme portoricain. Les city break se sont imposés et banalisés et une demande de produits alternatifs a vu le jour (écotourisme, tourisme culturel, tourisme historique).

D'après The Authority on World Travel and Tourism³⁰ cette tendance devrait se confirmer durant la décennie à venir, avec un taux de croissance d'environ 3 % toutes catégories d'indicateurs confondus.

Puerto Rico	2014 US\$mn ¹	2014 % of total	2015 Growth ²	US\$mn ¹	2025 % of total	Growth ³
Direct contribution to GDP	2,427.6	2.4	1.5	3,179.1	2.5	2.6
Total contribution to GDP	7,418.2	7.3	2.0	9,719.4	7.7	2.5
Direct contribution to employment ⁴	19.8	1.9	3.6	25.0	2.0	2.0
Total contribution to employment ⁴	66.9	6.3	4.0	83.1	6.8	1.8
Visitor exports	3,817.6	5.3	2.6	5,166.4	5.5	2.8
Domestic spending	3,188.4	3.1	-0.2	4,065.6	3.2	2.5
Leisure spending	6,027.0	2.0	1.0	7,864.8	2.1	2.6
Business spending	979.0	0.3	3.0	1,367.1	0.4	3.1
Capital investment	1,476.0	13.9	6.0	2,030.4	15.3	2.6

2.3.2 La stratégie adoptée

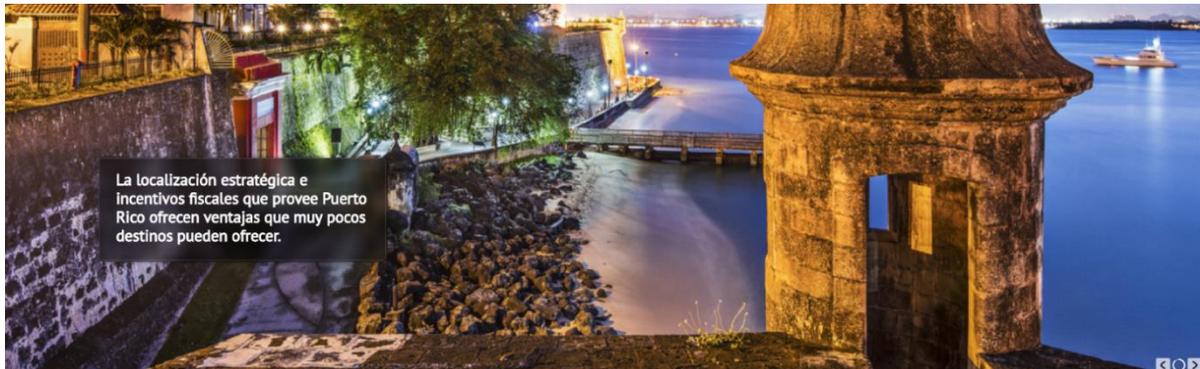
La Compañía de Turismo de Puerto Rico, l'organisme gouvernemental en charge du développement, de la promotion et de la régulation du tourisme à Porto Rico a entrepris une campagne visant à attirer les investisseurs principalement étrangers. En analysant le site internet³¹ de l'agence gouvernementale, il est possible de relever trois arguments principaux:

- Localisation et infrastructures: Un des arguments mis en avant est la position géographique stratégique de Porto Rico. En effet, l'accent est mis sur sa position centrale dans les Caraïbes et ses infrastructures modernes lui permettant d'être connecté au reste du monde. Porto Rico est alors décrit comme « un axe aérien et maritime des Caraïbes, qui propose de multiples options de vols hebdomadaires vers et depuis les États-Unis, les principales villes d'Amérique Latine et d'Europe tout en

³⁰ The Authority on World Travel and Tourism Travel and Tourism: Economic Impact 2015- Puerto Rico

³¹ <https://www.prtourism.com> . Toutes les captures d'images suivantes sont tirées de ce site internet.

étant équipé d'installations portuaires capables de recevoir des bateaux de toutes tailles ». En plus de promouvoir ce qui existe déjà, la campagne de publicité présente également sur ce qui est en cours de création (construction d'hôtels de luxe, nouvelles voies aériennes, etc.) et expose Porto Rico comme une destination en plein développement en termes d'infrastructures touristiques.



- Incitations financières : De nombreuses mesures ont été prises afin d'attirer les investisseurs, pouvant prendre la forme de crédits d'impôts, dont le montant diffère selon le projet, ou encore d'aide à l'emprunt. Ces mesures seront détaillées par la suite.



- Qualité de la main d'œuvre : L'accent est mis sur le fait que Porto Rico possède une main d'œuvre qualifiée, avenante, professionnelle, diplômée et bilingue mais également sur les initiatives mis en place par l'État afin de former et de suivre les investisseurs et leurs employés souhaitant intégrer le paysage



DEUXIÈME PARTIE

Le tourisme diasporique à Porto Rico : La transnationalité au cœur du développement touristique

Introduction de la deuxième partie

Nous avons vu dans la partie précédente que Porto Rico était un pays touristiquement prolifique et que le nombre de touristes était en nette augmentation. Beaucoup d'entre eux font partie de la diaspora et viennent séjourner sur l'île pour des raisons diverses et variées. Bien qu'ils aient des liens affectifs et parfois matériels avec Porto Rico, ils finissent par adopter les pratiques touristiques du pays dans lequel ils vivent.

Comme il l'a été dit antérieurement, la diaspora peut jouer un rôle primordial dans le développement économique de son pays d'origine. Dans le secteur touristique, ce développement peut être provoqué par différentes initiatives, pouvant aller du simple fait de s'y rendre en vacances (répercussions involontaires sur l'économie) jusqu'à décider d'y investir (répercussions volontaires).

Dans cette partie c'est l'impact de la diaspora portoricaine en tant que touriste qui va être analysée. Pour se faire 100 membres de la diaspora ont participé à un questionnaire, le but étant d'évaluer le profil de ces touristes et comprendre leurs habitudes de consommation afin d'interpréter leur incidence sur le secteur touristique du pays et par extension sur l'économie portoricaine.

CHAPITRE 1 : Le panorama des touristes issus de la diaspora portoricaine

1.1 Qui sont-ils ?

1.1.1 Les États-Unis : La terre de la diaspora

La Grande Dépression impacte gravement Porto Rico, le pays étant alors dominé par l'industrie États-Unienne. Afin de fuir la crise économique traversée par le pays, nombre de portoricains émigrent principalement à New York, qui bien qu'elle soit également touchée, leur offre davantage d'opportunités professionnelles. Il s'agissait également d'une stratégie du gouvernement américain qui, en incitant les employeurs à recruter une main d'œuvre portoricaine à bas prix, cherchait à réduire la population portoricaine, qui face à la crise commençait à contester la présence états-unienne sur le territoire et revendiquer leur indépendance³². À cette époque, 88 % des portoricains résidant aux États-Unis vivent à New York, dont 69 % dans le Bronx et le Spanish Harlem³³. L'offre de travail se fait de plus en plus rare, la diaspora commence à s'étendre dans le reste du pays, notamment dans toute la partie nord-est, la Floride et dans une moindre mesure la Californie. (Cf. carte « Répartition des portoricains aux États-Unis » ci-dessous). Bien que les portos ricains peuvent résider dans l'état qu'ils souhaitent, l'effet de regroupement diasporique se basant sur l'entraide et la création d'un réseau social autour des amis et de la famille a occasionné une concentration de la diaspora dans ces régions, qui sont les mêmes depuis le début de l'émigration portoricaine au début du XX^e siècle.

Dans le cadre de l'étude de terrain³⁴, qui se présentait sous forme de questionnaire en ligne, c'est la diaspora dans sa globalité qui a été visée. Néanmoins, compte tenu du pourcentage qu'elle représente aux États-Unis, 90 % des diasporés interrogés y résident, les autres sont pour la plupart résidants en France. Ils ont principalement été contactés via les groupes diasporiques des réseaux sociaux, les associations portoricaines aux États-Unis et via mon réseau personnel.

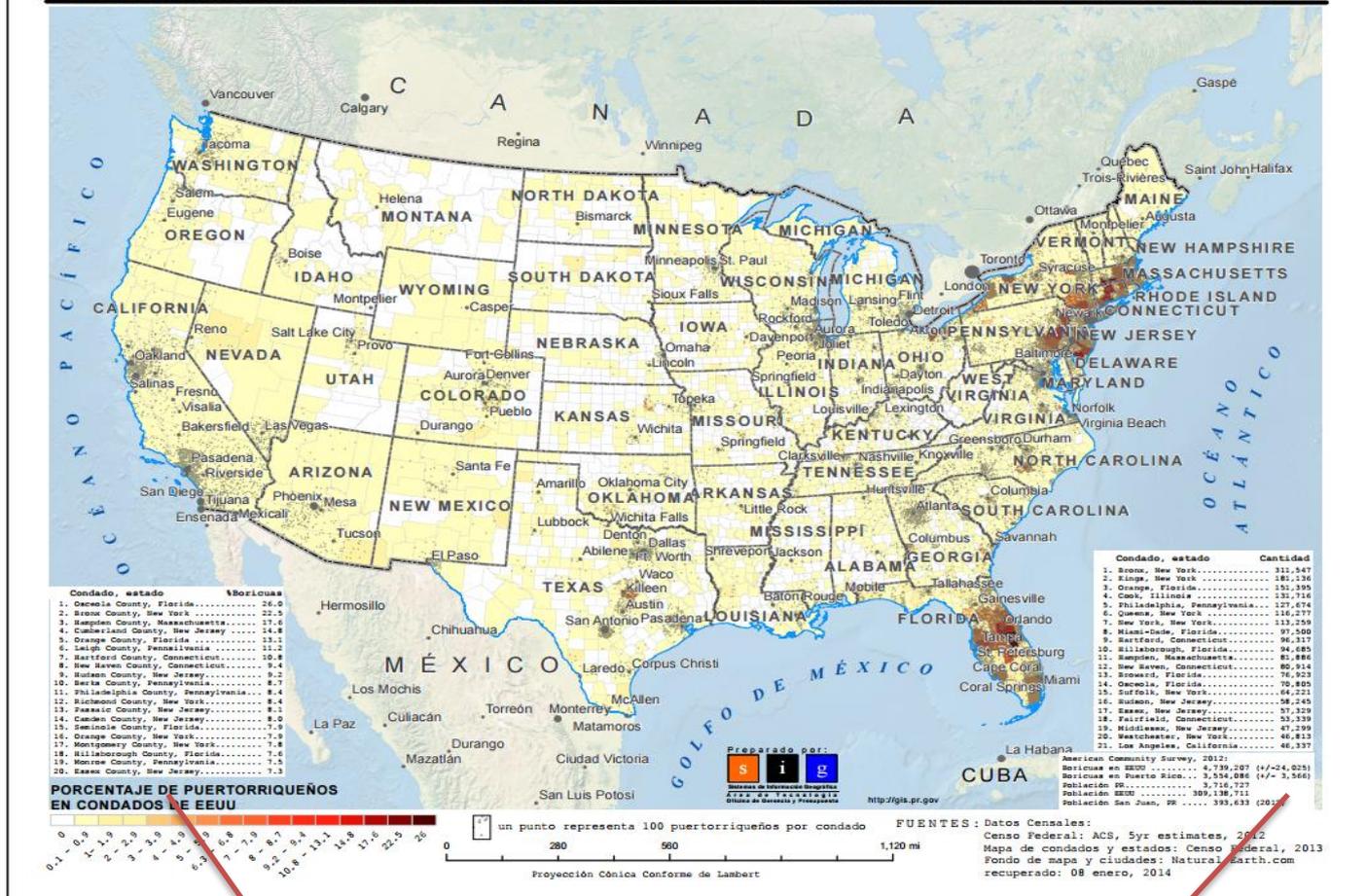
³² Dávila, Arlene (2004). *Barrio Dreams: Puerto Ricans, Latinos, and the Neoliberal City*

³³ Cayo-Sexton, Patricia. 1965. *Spanish Harlem: An Anatomy of Poverty*. New York: Harper and Row

³⁴ Dossier méthodologique – Questionnaire « La diáspora portoricaine et son impact sur le développement de l'activité touristique à Porto Rico »

Répartition des portoricens aux Etats-Unis³⁵

PUERTORRIQUEÑOS EN LOS ESTADOS UNIDOS CONTINENTALES



Condado, estado	%Boricuas
1. Osceola County, Florida.....	26.0
2. Bronx County, New York	22.5
3. Hampden County, Massachusetts.....	17.6
4. Cumberland County, New Jersey	14.8
5. Orange County, Florida	13.1
6. Leigh County, Pennsylvania	11.2
7. Hartford County, Connecticut.....	10.8
8. New Haven County, Connecticut.....	9.4
9. Hudson County, New Jersey.....	9.2
10. Berks County, Pennsylvania.....	8.7
11. Philadelphia County, Pennsylvania... ..	8.4
12. Richmond County, New York.....	8.4
13. Passaic County, New Jersey.....	8.1
14. Camden County, New Jersey.....	8.0
15. Seminole County, Florida.....	7.9
16. Orange County, New York.....	7.9
17. Montgomery County, New York.....	7.8
18. Hillsborough County, Florida.....	7.6
19. Monroe County, Pennsylvania.....	7.5
20. Essex County, New Jersey.....	7.3

Condado, estado	Cantidad
1. Bronx, New York.....	311,547
2. Kings, New York	181,136
3. Orange, Florida	151,395
4. Cook, Illinois	131,716
5. Philadelphia, Pennsylvania... ..	127,674
6. Queens, New York	116,277
7. New York, New York.....	113,259
8. Miami-Dade, Florida.....	97,500
9. Hartford, Connecticut.....	96,317
10. Hillsborough, Florida.....	94,685
11. Hampden, Massachusetts.....	81,886
12. New Haven, Connecticut.....	80,914
13. Broward, Florida.....	76,923
14. Osceola, Florida.....	70,805
15. Suffolk, New York.....	64,221
16. Hudson, New Jersey.....	58,245
17. Essex, New Jersey.....	57,329
18. Fairfield, Connecticut.....	53,339
19. Middlesex, New Jersey.....	47,299
20. Westchester, New York.....	46,813
21. Los Angeles, California.....	46,337

American Community Survey, 2012:
Boricuas en EEUU

4,739,207 (+/-24,025)
Boricuas en Puerto Rico... 3,554,086 (+/- 3,566)
Población PR..... 3,716,727
Población EEUU
309,138,711
Población San Juan, PR
393,633 (2012)

³⁵ Censo Federal: ACS, 5yr estimates, 2012 Mapa de condados y estados: Censo Federal, 2013 Fondo de mapa y ciudades: Natural Earth.com recuperado: 08 enero, 2014

1.1.2 Profil professionnel

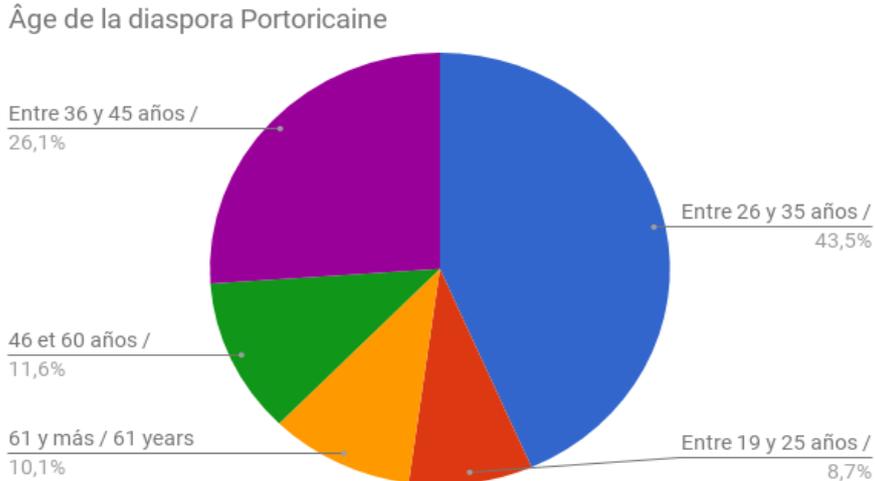
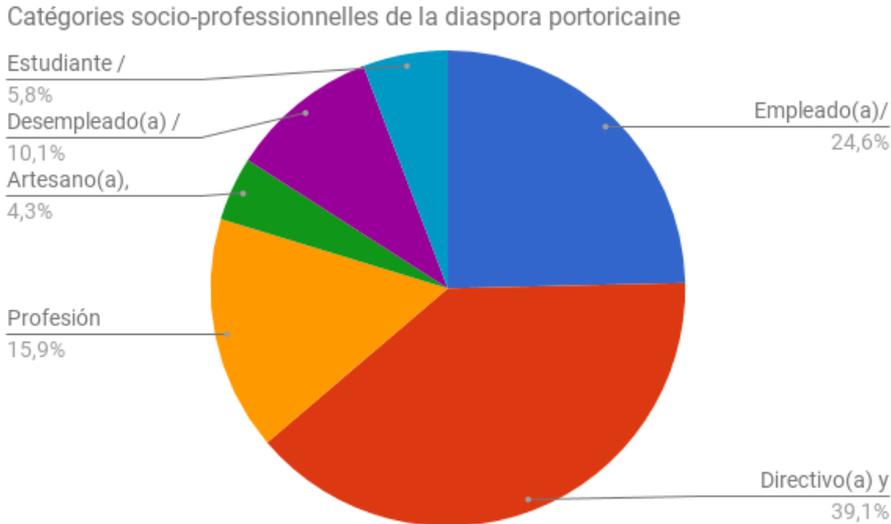
D'après l'anthropologue Philippe Bourgois, qui a étudié le phénomène des porto ricains vivant dans le centre des grandes villes états-uniennes « la communauté portoricaine a été victime de la pauvreté causée par la marginalisation sociale dû à la transformation de certaines villes en villes globales »³⁶. En effet, comme cela a été mentionné précédemment, les portoricains viennent dans un premier temps aux États Unis en quête d'emplois pour la plupart peu qualifiés et peu rémunérés et se regroupent dans un même espace. Ce sont ces mêmes espaces qui vont être marginalisés, ne rentrant pas dans les stratégies de globalisation des villes états-uniennes, et notamment New York. Historiquement, c'est donc le cas, les portoricains ont occupés des espaces urbains qui ont au fur et à mesure été mis de côté et auquel ils s'identifient. Mais qu'en est-il des diasporés issus de la 2^{ème} ou 3^{ème} génération d'immigrants ou des jeunes portoricains faisant parti de la nouvelle vague d'émigration ?

Il existe, certes, toujours ce phénomène d'agroupement, mais les raisons d'émigration et le statut socio-professionnel de la diaspora a quant à lui évolué. En effet, les jeunes professionnels résidant dans le nord-est des États-Unis jouissent d'un capital leur permettant de visiter l'île en tant que touriste. Ils connaissent la destination et sont de plus en plus nombreux à venir. Parmi les villes aux plus hauts revenus par habitant nous retrouvons dans les dix premiers le Connecticut, le Massachusetts, le New Jersey et New York³⁷ ; qui sont des états à forte concentration diasporique (cf. Carte – Répartition des portoricains aux États-Unis). L'offre de travail y est plus conséquente et les postes proposés plus qualifiés. En revanche, la Floride, deuxième zone phare de la diaspora arrive en 31^{ème} position. Les emplois, peu qualifiés, sont occupés par des membres de la diaspora sans haut niveau d'étude faisant partie de la vague d'émigration ayant eu lieu au début des années 2000. Leur stabilité économique fragile et leur faible pouvoir d'achat ne leur permet pas d'avoir les mêmes pratiques touristiques que ceux du nord-est.

³⁶ P. Bourgois. In Search of Respect: Selling Crack in El Barrio. New York: Cambridge University Press. 2003

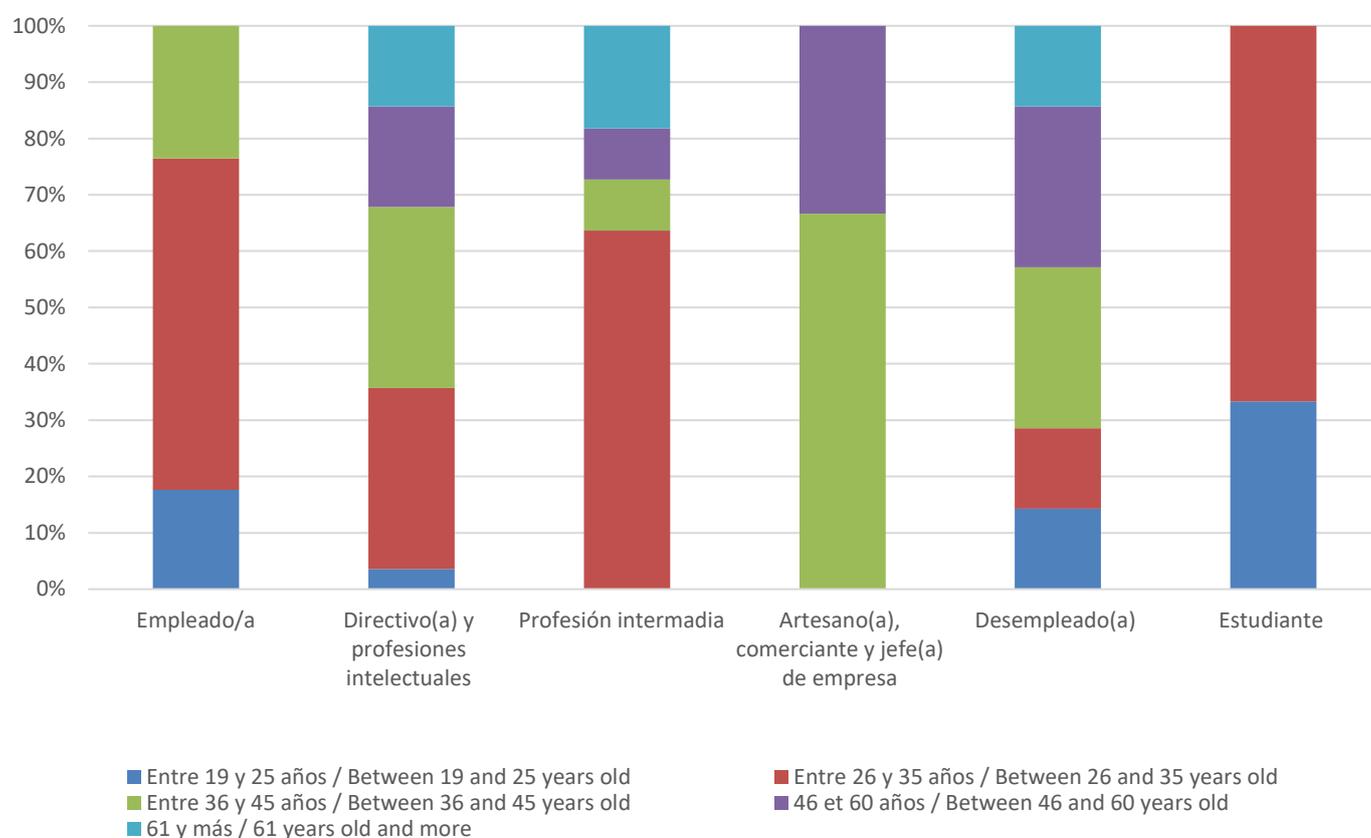
³⁷ Bureau, U.S. Census. "American FactFinder - Results". factfinder2.census.gov. Retrieved 28 July 2017

Dans cette opposition nord-sud il est tout de même possible de constater un phénomène de « fuite des cerveaux ». Porto Rico, qui apparait en dernière position du classement des revenus par habitant et dont le marché du travail offre une diversité d'opportunités relativement faible, ne permet pas de retenir les personnes ayant un diplôme universitaire élevé. Cela se reflète dans l'enquête menée puisque 34,8 % des personnes interrogées font partie de la catégorie « Cadre ou professions intellectuelles supérieures ». Dans cette même catégorie, 35 % des diasporés ont entre 26 et 35 ans, pour la plupart de jeunes diplômés et jeunes professionnels. Il s'agit également d'une diaspora relativement jeune puisque 55% d'entre eux ont entre 19 et 35 ans. Ce chiffre confirme les dernières estimations de l'émigration portoricaine, ces derniers étant toujours plus jeunes, avec une moyenne d'âge de 28 ans.³⁸



³⁸ Institut statistique de Porto Rico

Catégories socio-professionnelles de la diaspora portoricaine selon l'âge



1.2 Pourquoi voyagent-ils ?

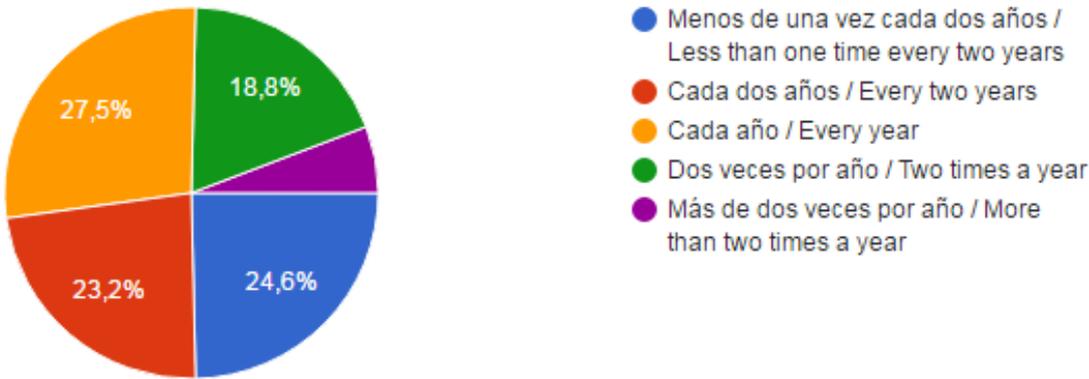
1.2.1 « Visiting Friends and Relatives »

Selon l'étude menée, les membres de la diaspora vont à Porto Rico principalement sans raisons particulières (35,3 %) afin de rendre visite à leurs familles et amis et séjournent chez eux pour 78.3 % d'entre eux (graphique ci-dessous). D'un point de vue économique, en se basant sur le logement uniquement, cela représente un grand manque à gagner pour l'industrie du tourisme porto ricain.

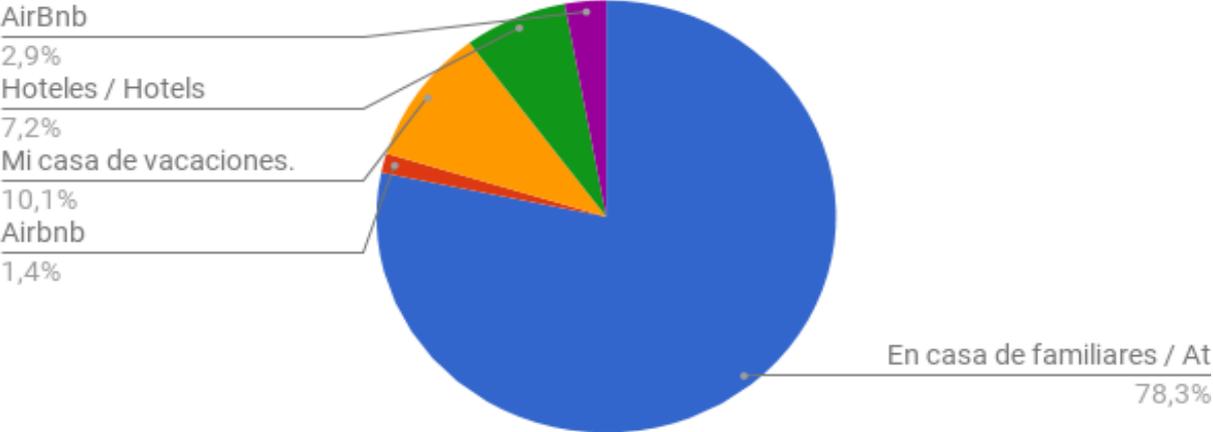
En effet, bien qu'il n'existe pas d'études officielles permettant d'estimer le nombre de touristes membres de la diaspora voyageant à Porto Rico (la nationalité étant la même, les entrées et sorties du territoire sont difficilement quantifiables), nous savons que parmi le panel de diasporés interrogés, 24,7 % voyagent au moins deux fois par ans à Porto Rico et

qu'ils sont en tout 52 % à y aller chaque année (graphique ci-dessous). L'autre moitié s'y rend une fois tous les deux ans ou moins, ce qui reste relativement élevé comparé à un touriste « ordinaire ». A titre d'exemple, durant le mois de mai 2017 il y avait une capacité d'accueil hôtelière de 279 030 chambres/nuit à Porto Rico dont 188 240 ont été réservées³⁹. Compte tenu que la diaspora s'élève à plus de 4 millions de personnes, nous pouvons supposer un manque à gagner relativement conséquent. Il convient donc de se demander quelles actions pourraient être menées afin d'absorber ce phénomène et de maximiser le taux de remplissage hôtelier. Serait-ce un des défis à relever afin d'accroître les bénéfices liés au tourisme ?

Fréquence à laquelle la diaspora voyage à Porto Rico



Où séjournent les membres de la diaspora porto ricaine?



³⁹ Annexe 1

1.2.2 Évènements familiaux : La famille transnationale

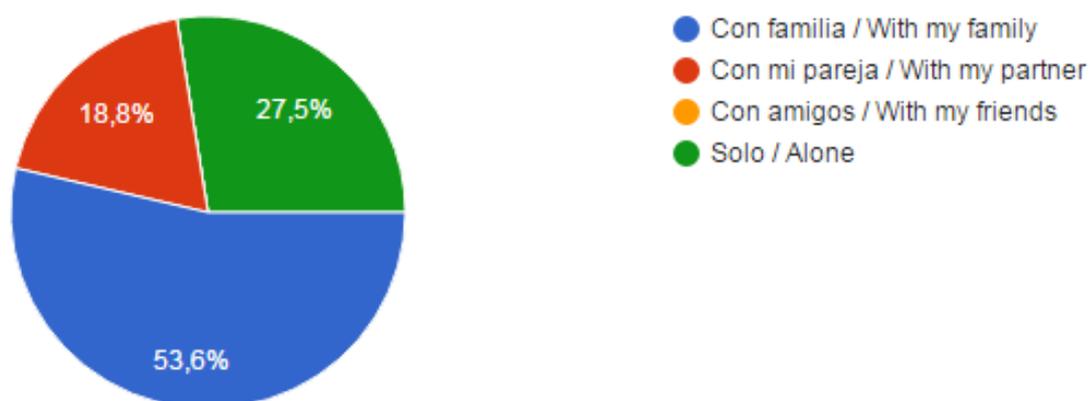
Un des premiers motifs incitant la diaspora à voyager à Porto Rico sont les fêtes familiales, pour 35 % d'entre eux c'est d'ailleurs la principale raison. En effet, c'est communément le rapport entre l'individu et son territoire qui est traité lorsqu'il s'agit de migration et transnationalité, laissant de côté le cercle proche du diasporé : Sa famille.

Bien qu'ayant subie de nombreux changements sociétaux, la famille a néanmoins gardée une connotation positive pour la plupart des individus contemporains. C'est donc naturellement que les membres de la diaspora vont chercher à se regrouper, se retrouver, afin d'alimenter ces liens familiaux.

Les évènements familiaux tel que Noël, Thanksgiving, les mariages, les anniversaires, etc, deviennent des rendez-vous ponctuels et des occasions de rendre visite aux siens dans son pays d'origine. Geneviève Cortes, ayant travaillé sur les liens familiaux transnationaux⁴⁰, parle alors de « fabrique » pour se référer à la création progressive des liens familiaux qui s'intègre dans un contexte plurigénérationnel et qui permet de passer d'une « géographie de la localisation » à une « géographie de la relation ». Les liens familiaux se construisent puis se maintiennent à travers ces flux de circulations.

C'est également un moyen de transmission culturelle et d'intégration sociale dans une société parfois méconnue par les membres de la diaspora nés et ayant grandi dans leur pays d'accueil. Cela s'applique au cas de la diaspora portoricaine puisque 53,6 % s'y rendent en famille et 27,5 % avec leur conjoint (graphique ci-dessous) mettant ainsi en place un mode de vie transnational basé autour de la famille.

Avec qui les membres de la diaspora se rendent à Porto Rico ?



⁴⁰ G.Cortes (2011). La fabrique de la famille transnationale. Approche diachronique des espaces migratoires et de la dispersion des familles rurales boliviennes. *Presses de Sciences Po*.

1.3 Perception diasporique

1.3.1 Sentiment d'appartenance

La diaspora portoricaine s'est construite et a évolué suivant des contextes changeants tant dans la zone émettrice que dans la zone réceptrice et en se basant sur des symboliques sociales et culturelles fortes. L'intensification des flux migratoires internationaux ont fait apparaître une notion d'identité malléable et qui s'adapte aux différentes situations.

D'après l'exemple portoricain, 90% des personnes interrogées se sentent plus proche de la culture portoricaine que de celle du pays dans lequel ils vivent. De plus, comme expliqué dans la partie précédente, ils viennent pour la plupart en famille. Cela laisse à supposer que le sentiment d'appartenance fait partie d'un projet identitaire mené volontairement et consciemment par les parents et davantage construit par les enfants, nés dans le pays d'accueil, qui développeront alors une identité hybride et variable.

Généralement lorsque les individus de cette génération deviennent à leur tour parents, ils combinent l'héritage culturel de ces derniers avec celui légué par le pays d'accueil⁴¹. Dans le cas de Porto Rico, cet héritage et encrage culturel peut s'avérer plus intense étant donné le phénomène de « vaiven » présenté précédemment.

1.3.2 Auto-perception

Il est important de prendre en compte la manière dont s'auto-perçoit la diaspora portoricaine et de le confronter au cadre théorique. C'est pour cette raison que la première question du questionnaire dirigé aux membres de la diaspora est la suivante « Êtes-vous Porto Ricain ayant migré dans un pays étranger ou de descendance Porto Ricaine ayant grandi dans un pays étranger et ayant un lien d'attachement fort et un sentiment d'appartenance à la nation Porto Ricaine ? » et qui a pour but de cibler le panel en reprenant la définition de la diaspora sur laquelle est basée cette étude. 100% des personnes interrogées ont répondues de manière affirmative à cette question, nous en déduisons donc que d'un point de vue théorique, ils sont membres de la diaspora portoricaine.

⁴¹ D. Meintel. (1998). « Race, Culture and National Identity », *REVIEWS IN ANTHROPOLOGY* 26: 221-234

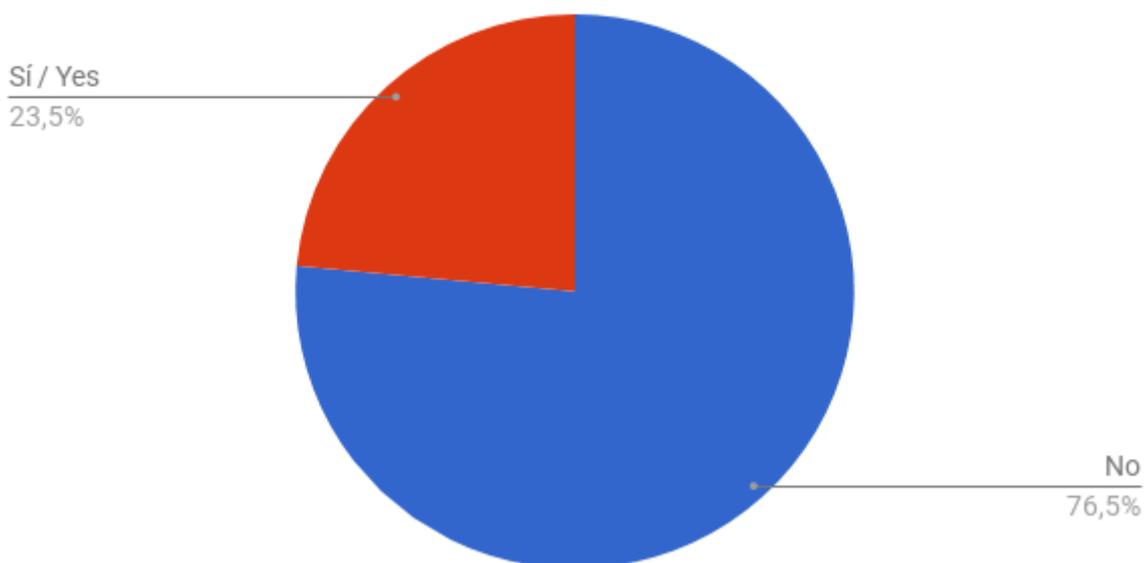
D'autre part, d'après l'Organisation Mondiale du Tourisme, un touriste est désigné comme une personne se déplaçant et passant au moins une nuit hors de son environnement habituel. D'après cette description, tous les diasporés, qui par définition résident hors de Porto Rico, sont des touristes lorsqu'ils voyagent à Porto Rico.

Cependant 76,5 % d'entre eux ne se considèrent pas comme des touristes (graphique ci-dessous). En ne se considérant pas comme tel, les membres de la diaspora laissent entrevoir inconsciemment une revendication identitaire qui permet de mettre en lumière un fort sentiment d'appartenance. Les raisons sont néanmoins diverses, certains le justifient en mettant en avant une notion de « propriété affective : « C'est mon île, c'est chez moi ! », tandis que d'autre préfère le démontrer à travers une notion de « propriété matérielle » : « J'ai une maison et une voiture à Porto Rico ». La dimension culturelle est également présente et représente un élément de légitimation : « Pour moi c'est la culture qui définit d'où je viens. À l'étranger je m'adapte à d'autres coutumes et d'autres valeurs, mais je ne suis pas totalement moi-même. Il n'y a qu'à Porto Rico que je me sens moi-même »

Il convient de souligner que 23,5 % des diasporés interrogés se considèrent touristes à Porto Rico et que parmi eux 90% ont répondu se sentir plus proche de la culture porto ricaine que de celle du pays dans lequel ils vivent. Bien que cela puisse paraître contradictoire, le fait de se considérer comme un touriste est souvent lié au manque ressenti : « Car je me sens émue, comme si j'étais dans un lieu inconnu avec une forte envie de visiter chaque recoin de l'île ». Pour d'autre, c'est les changements d'ordre politiques ou sociétaux qui leur donne le sentiment de visiter un pays différent : « Beaucoup de choses ont changées depuis que j'ai décidé de quitter l'île il y a 10 ans de cela ».

La perception du soi au sein du groupe diasporique est une notion qu'il est important de prendre en compte afin de mieux comprendre leur statut d'individu transnational et ainsi de mieux appréhender leur comportement dans un contexte touristique.

Réponse à la question : "Vous considérez-vous comme un touriste lorsque vous voyagez à Porto Rico?"



CHAPITRE 2 : La diaspora porto ricaine en tant que consommatrice et porteuse d'image

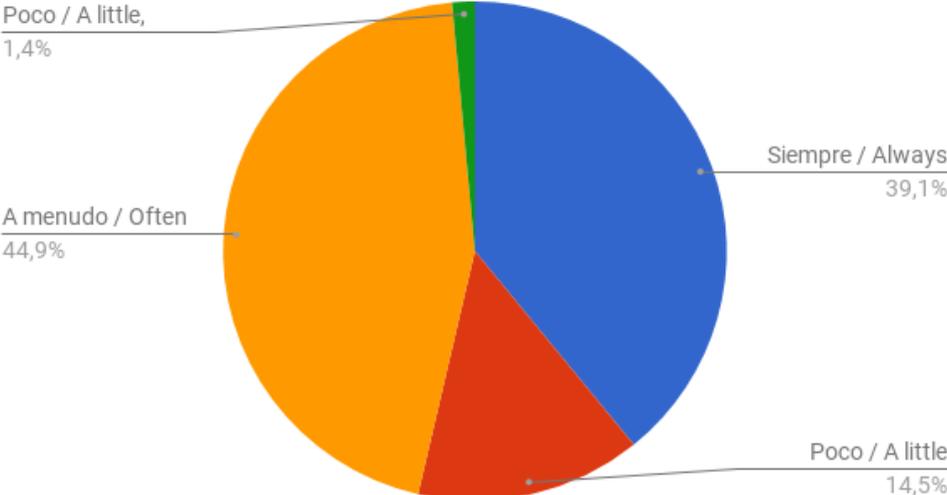
2.1 Une consommation locale

2.1.1 L'effet du « retour aux sources »

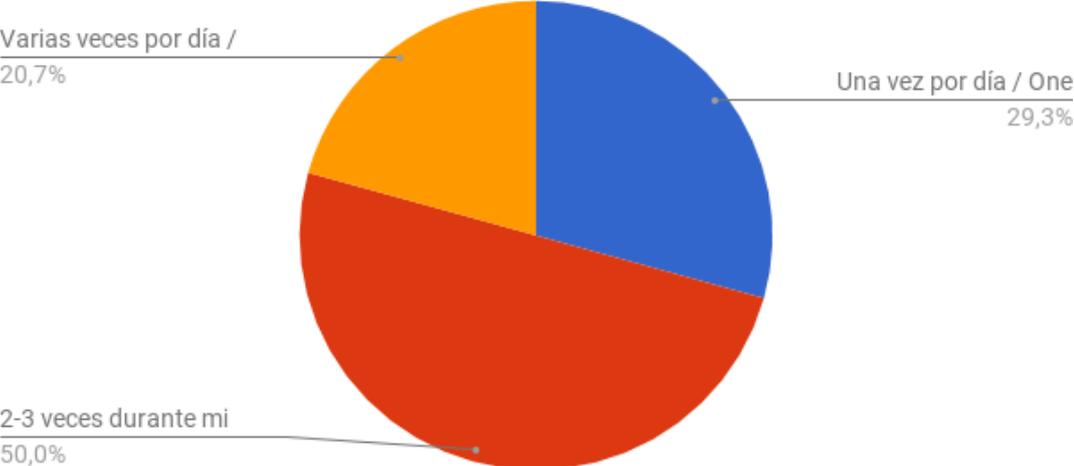
Le retour de la diaspora portoricaine sur l'île peut être considéré comme un moyen de tester son appartenance vis-à-vis de ce pays d'origine en se confrontant aux regards des locaux. Leur statut de diasporé laisse supposer un phénomène d'identification, qui peut passer par la langue, des habitudes culinaires ou une ressemblance physique, qu'ils partagent avec les portoricains. Cependant leur statut « d'immigré », mis en lumière par la communauté locale en évoquant les différences culturelles qui peuvent exister entre les deux groupes, place la communauté diasporique dans une situation ambivalente entre « ici » et « là-bas » qui influera leur comportement et donc leur mode de consommation.

Le diasporé cherchent à se faire accepter et souhaite être intégré par les membres du pays d'origine, ce qui aura une influence sur les interactions commerciales entre les deux groupes. En effet le fait de consommer local est une manière pour le groupe diasporique de revendiquer son appartenance au peuple porto ricain et d'affirmer une sorte de légitimité de leur présence sur place. C'est ainsi, qu'à travers l'exemple de la gastronomie, fort symbole d'une identité culturelle et secteur important dans l'industrie touristique, il est possible de constater que 84 % des membres de la diaspora vont « toujours » ou « souvent » dans des restaurants locaux lors de leur séjour à Porto Rico. Parmi ces 84%, 50% d'entre eux affirment y aller entre une à plusieurs fois par jour.

Consommation dans les restaurants locaux par la diaspora



Fréquence de consommation dans des restaurants locaux parmi les membres diasporique affirmant y aller "toujours" et "souvent"

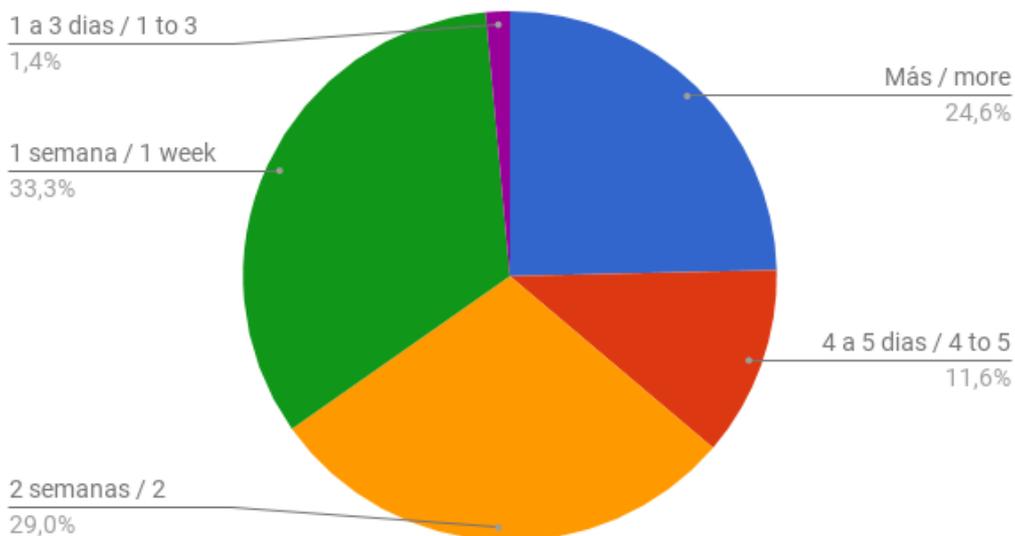


2.1.2 Intensification des pratiques touristiques

Bien que cette volonté d'intégration soit indéniablement présente, l'ambivalence de leur condition de diasporé reste néanmoins présente et le phénomène d'acculturation qu'ils ont connus dans leur pays d'accueil rend leurs pratiques touristiques équivoques. C'est ainsi que 45 % affirment participer à des activités touristiques lorsqu'ils sont à Porto Rico. Sans prendre en compte le tourisme naturel (plage, rivières, forêt) qui n'engage pas de frais particulier, la diaspora déclare consommer des biens culturels, des prestations de bien-être ou encore des excursions sportives. 37 % des personnes interrogées passent exclusivement par des entreprises locales afin de consommer ces biens et 33 % affirment utiliser leurs services de temps en temps.

La diaspora joue donc un rôle primordial pour l'économie locale et plus particulièrement pour l'industrie touristique. Cela est d'autant plus vrai sachant que 53.6 % des diasporés restent en moyenne 2 semaines ou plus sur place, ce qui représente le double, voire le triple de temps comparé à un touriste « ordinaire » (graphique ci-dessous), ce qui induit une intensification des quantités des biens et services consommés.

Durée moyenne de séjour chez les membres de la diaspora



2.2 Revalorisation et dynamiques territoriales

2.2.1 Une mise en valeur du centre du pays

Comme la plupart des destinations caribéennes, un des plus importants atouts touristiques de Porto Rico est son littoral, d'autant plus que l'île possède deux des plus belles plages du monde selon le classement 2015 de Trip Advisor. La plupart de l'offre touristique et notamment hôtelière se concentrent donc sur les côtes. Le centre est quant à lui plus montagneux et traversé par la cordillère centrale⁴², ce qui lui permet d'attirer un public à la recherche de nature et de randonnée. Cependant, et bien que Porto Rico se soit diversifié touristiquement parlant, cette typologie de touristes n'est pas une majorité. D'autre part, le centre du pays n'est pas aussi bien desservi que le reste de l'île⁴³ puisqu'une seule route la traverse d'est en ouest dans la partie sud, laissant la partie nord délaissée et principalement empruntée par les locaux.

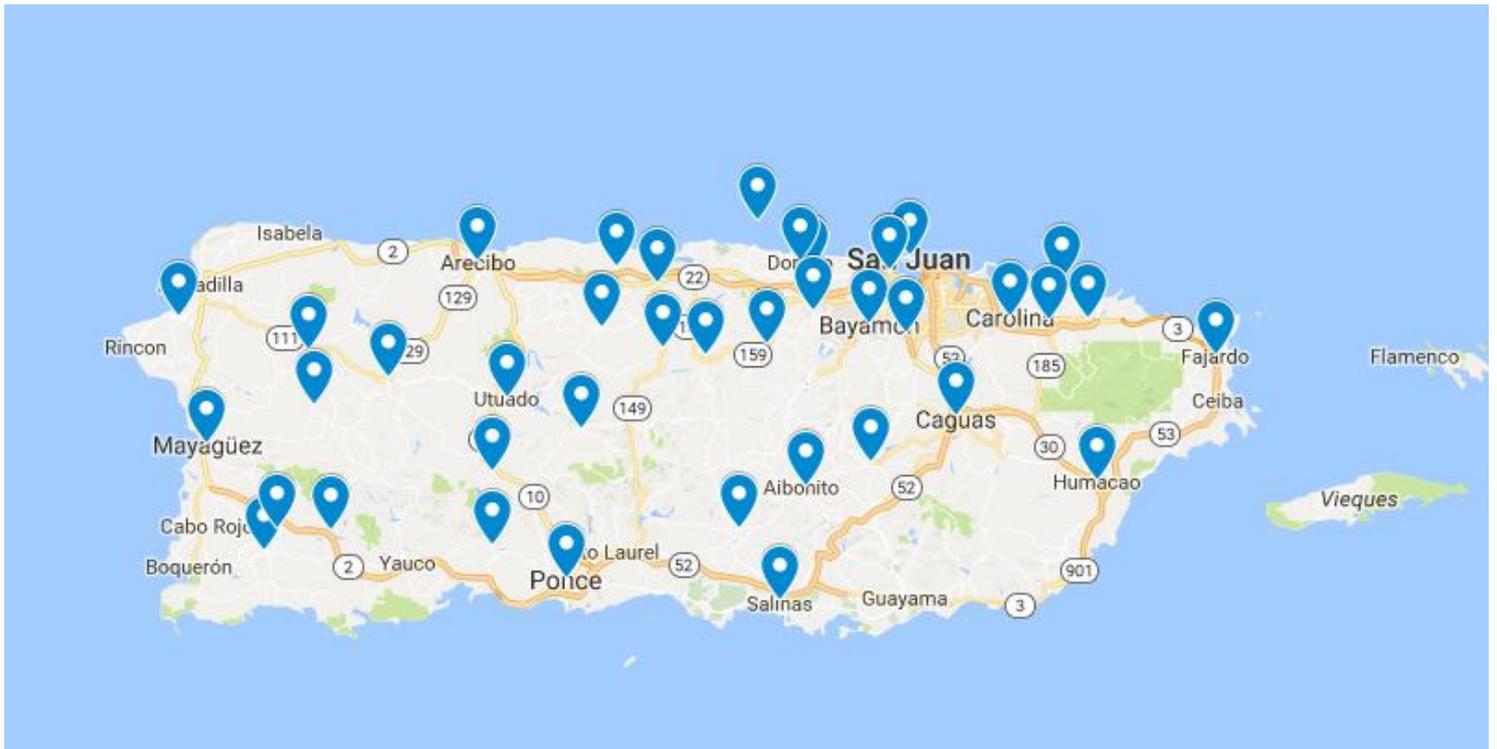
Les membres de la diaspora ont quant à eux des repères familiaux dispersés dans tout le pays et rappelons que 80 % d'entre eux ont pour habitude de se loger chez leur famille lors de leurs séjours à Porto Rico. Notons également que la diaspora portoricaine s'élève à environ 4 millions de personnes en ne comptant que les Etats-Unis. Le nombre de visites potentielles dans le centre du pays est donc incroyablement élevé.

La carte ci-dessous représente la répartition des membres de la diaspora en fonction de l'endroit où ils séjournent lorsqu'ils vont à Porto Rico. Il est possible de constater que bien qu'il y ait plus de personnes sur le littoral, ce qui est logique étant donné que la majorité de la population y réside, un nombre significatif de personnes interrogées logent durant la plupart de leur voyage dans le centre du pays. Cette densification éphémère de la population aura un rôle de redynamisation du territoire, notamment en consommant des activités touristiques à proximité.

⁴² Annexe 2 – Gulf of Mexico Foundation Projects

⁴³ Annexe 3 - http://www.americas-fr.com/geographie/cartes/carte_puerto_rico.html

Répartition de la diaspora portoricaine lors de leur séjour à Porto Rico⁴⁴



2.2.2 Participation aux évènements locaux

Porto Rico attache une grande importance à ses fêtes culturelles et folkloriques qui font partie intégrante de son identité et qui servent d'outil de promotion culturelle. Chaque municipalité célèbre sa propre « fiesta patronal », au nom d'un saint ou d'une vierge, qui sont animées par des parades, des jeux, des concerts, de la vente d'artisanat et de nourriture locale, entre autres. À cela s'ajoutent de nombreux festivals autour de la gastronomie, de la nature ou encore de l'art en général.

Ces fêtes représentent un symbole important pour la diaspora portoricaine qui, afin de profiter d'une immersion culturelle totale lors de leur séjour, vont systématiquement vouloir y participer, parfois bien plus que les portoricains eux même. L'une des personnes interrogées affirme : « Je pense qu'en ayant pas accès à ses évènements culturels, on les apprécie

⁴⁴ Source personnelle

d'autant plus et on cherche à y participer. Et que le fait de ne pas y avoir accès engendre une soif d'apprendre. Moi je vais chez mes cousins à Porto Rico et souvent ils me disent « Mais toi t'es plus portoricain que nous ! » parce que je cherche toujours à me rapprocher culturellement de ce pays alors qu'eux pas forcément »

Porto Rico est en pleine crise démographique et les plus petites villes se vident. Nous avons vu dans la partie précédente que la diaspora permettait de faire revivre ces espaces « abandonnés » le temps de leur séjour. Nous pouvons également supposer que leur présence permet de redynamiser le territoire, d'un point de vue économique (achat de produits artisanaux et culinaires) mais aussi culturel, les portoricains et leur diaspora se retrouvant afin de consommer des produits culturels. Comme le relève un participant à l'enquête « Quand nous (diaspora) sortons de Porto Rico, ce qu'il nous reste c'est la culture, les coutumes ». Cette revendication identitaire est retranscrite par un désir de découvrir, redécouvrir et promouvoir la culture portoricaine et participe au succès des produits culturels nationaux et par extension permet de dynamiser des territoires parfois délaissés.

2.3 Les effets collatéraux en faveur tourisme porto ricain

2.3.1 La promotion implicite de la destination par la diaspora

Comme nous l'avons vu précédemment, la diaspora portoricaine est une communauté qui exprime son nationalisme dans un contexte transnationale. Ce discours nationaliste a permis et permet encore de réunir les résidents des quartiers portoricains aux Etats-Unis par exemple, ou la diaspora dans sa généralité selon les spécificités du pays d'accueil.

Ce phénomène s'intègre de multiples manières dans le paysage territorial des pays réceptifs. La ville de Chicago en est un exemple par excellence, puisqu'il est en effet possible d'y retrouver « el Paseo Boricua »⁴⁵, bordé par deux grands drapeaux portoricains et qui a été

⁴⁵ En français = L'esplanade portoricaine

mis en place dans le cadre d'un projet de renouvellement urbain mené par la municipalité avec la coopération des représentants diasporiques de la ville de Chicago. Il s'agit d'un espace dédié à la culture portoricaine qui jouit d'une dynamique économique qui réunit des supermarchés, des restaurants, des centres culturels et où les signes identitaires, créés par la diaspora comme preuve d'authenticité culturelle⁴⁶, ont une place primordiale.

Paseo Boricua – Chicago



El barrio – New York



Les résidents du pays d'accueil vivent avec cette présence culturelle, qui se retrouve au niveau territorial et sont par conséquent confrontés, positivement ou négativement selon

⁴⁶ A.Ramos-Zayas Y.Ulla Berg). Racializing Affect: A Theoretical Proposition. Current Anthropology. Featured/Anchor Article for the Journal Issue, Volume 56, no. 5, October, 2015, pp.654-677.

⁴⁷ <http://myemail.constantcontact.com/Roberto-Clemente-High-School-Awarded-IB-Candidate-School-Status-.html?soid=1108194123851&aid=WPTikVhAjba>

⁴⁸ <http://harlemtrends.com/2011>

leur mœurs, idéologie et leur rapport à la communauté diasporique, à se créer leur propre représentation de Porto Rico.

En prenant l'exemple des Etats-Unis comme pays d'accueil, Porto Rico est une destination caribéenne, zone privilégiée par la clientèle Etats-Unienne, qui ne nécessite ni de passeport ni de visa car les deux nations partagent la même nationalité et qui est géographiquement relativement proche (à 3h30 heures de New York et à 2 heures de Miami).

Cependant, à titre d'exemple, il est possible de retrouver les mêmes caractéristiques pour la Jamaïque. Or, environs 1 200 000⁴⁹ états-uniens sont allés en Jamaïque en tant que touristes en 2015 alors qu'ils étaient environs 1 700 000 à aller à Porto Rico. Notons également que la diaspora porto ricaine au Etats-Unis apparaît en 6^{ème} position alors que la Jamaïque n'est pas dans le top 20⁵⁰. L'influence de la diaspora inciterait-elle les résidents du pays d'accueil à voyager à Porto Rico ?

Les états américains comptant le plus de membres de la diaspora portoricaine sont New York, la Floride, la Californie, l'Illinois, le Connecticut, la Pennsylvanie, le Massachussetts et Washington⁵¹. Ci-dessous, les statistiques de l'Institut Statistique de Porto Rico qui présente le nombre de touristes (ici il s'agira des Etats-Unis) passant au moins une nuit dans un des hébergements parrainés par le Compañia de Turismo de Puerto Rico, l'entité gouvernementale en charge du développement touristique du pays. Etant donné que la majorité des membres de la diaspora se logent chez leur famille (80 % d'entre eux dans l'étude menée), nous considérons que ces statistiques prend en compte des individus principalement non diasporique. En 2016, parmi les états cités ci-dessus, ils étaient 779 150 à être venu visiter Porto Rico. Ces 7 états, sachant qu'il y en a 50, représentent donc à eux seuls 48.3 % des touristes Etats-Uniens à Porto Rico. Ces données offrent une certaine légitimité quant à la puissance de l'influence de la diaspora portoricaine dans la promotion de Porto Rico comme destination touristique. Certains le perçoivent comme un investissement qui est fait pour favoriser le tourisme à Porto Rico. En effet, une des personnes ayant participé à l'enquête, lorsque que je lui ai demandé s'il avait déjà investi dans le secteur touristique Porto Ricain a répondu « Je n'ai jamais investi d'argent mais je

⁴⁹ Jamaica Tourist Board – Annual Travel Statistics 2015

⁵⁰ United States Census – American Community Survey – US based diaspora population

⁵¹ Hispanic or Latino by Type: 2010, Census Summary File 1". U.S. Census Bureau. Archived from the original on December 1, 2011. Retrieved January 22, 2012.

conseille régulièrement des amis ou des gens que je rencontre et les incite à y aller et leur donne de bons conseils pour qu'ils puissent profiter un maximum de leur vacances ».



GOVERNMENT OF PUERTO RICO
Puerto Rico Tourism Company

Registrations by State or Country of Residence Monthly Statistics Report

For the month of: November 2016 vs 2015

State or Country of Residence	CALENDAR YEAR		Δ 2016 vs 2015		Market Share	
	2016	2015	absolute	%	2016	2015
United States & Canada	1 614 153	1 640 125	(-25 972)	(-1,6%)	90,2%	91,3%
United States	1 593 541	1 617 941	(-24 400)	(-1,5%)	98,7%	98,6%
Eastern Region	741 735	737 166	4 569	0,6%	46,5%	45,6%
Connecticut	40 356	39 781	576	1,4%	5,4%	5,4%
Delaware	13 726	12 849	877	6,8%	1,9%	1,7%
Indiana	14 893	14 779	113	0,8%	2,0%	2,0%
Maine	7 490	6 868	622	9,1%	1,0%	0,9%
Maryland	36 376	36 481	(-105)	(-0,3%)	4,9%	4,9%
Massachusetts	59 999	57 971	2 027	3,5%	8,1%	7,9%
Michigan	22 303	21 074	1 228	5,8%	3,0%	2,9%
New Hampshire	7 831	7 726	105	1,4%	1,1%	1,0%
New Jersey	118 831	122 415	(-3 583)	(-2,9%)	16,0%	16,6%
New York	255 992	258 169	(-2 177)	(-0,8%)	34,5%	35,0%
Ohio	27 246	28 799	(-1 553)	(-5,4%)	3,7%	3,9%
Pennsylvania	58 537	57 554	983	1,7%	7,9%	7,8%
Rhode Island	5 604	5 020	584	11,6%	0,8%	0,7%
Vermont	3 129	3 343	(-214)	(-6,4%)	0,4%	0,5%
Virginia	39 525	38 659	866	2,2%	5,3%	5,2%
Washington D.C.	27 569	23 269	4 300	18,5%	3,7%	3,2%
West Virginia	2 329	2 409	(-81)	(-3,3%)	0,3%	0,3%
		0				
Southern Region	490 559	491 054	(-495)	(-0,1%)	30,8%	30,4%
Alabama	7 992	8 870	(-878)	(-9,9%)	1,6%	1,8%
Arkansas	5 016	4 322	694	16,0%	1,0%	0,9%
Florida	247 182	251 190	(-4 007)	(-1,6%)	50,4%	51,2%

⁵² Instituto de Estadísticas de Puerto Rico – Rapport sur l'origine des registres hôteliers.

Georgia	57 159	60 514	(-3 355)	(-5,5%)	11,7%	12,3%
Kentucky	6 957	6 958	(-1)	(-0,0%)	1,4%	1,4%
Louisiana	8 148	7 231	917	12,7%	1,7%	1,5%
Mississippi	4 209	3 184	1 025	32,2%	0,9%	0,6%
New Mexico	5 734	4 484	1 250	27,9%	1,2%	0,9%
North Carolina	29 552	26 692	2 860	10,7%	6,0%	5,4%
Oklahoma	6 924	6 018	905	15,0%	1,4%	1,2%
South Carolina	9 444	8 933	512	5,7%	1,9%	1,8%
Tennessee	14 168	13 589	578	4,3%	2,9%	2,8%
Texas	88 075	89 069	(-994)	(-1,1%)	18,0%	18,1%
		0				
Western Region	356 013	361 718	(-5 705)	(-1,6%)	22,3%	22,4%
Alaska	2 562	2 056	507	24,7%	0,7%	0,6%
Arizona	14 159	14 184	(-25)	(-0,2%)	4,0%	3,9%
California	89 515	94 238	(-4 723)	(-5,0%)	25,1%	26,1%
Colorado	18 826	17 754	1 071	6,0%	5,3%	4,9%
Hawaii	1 636	1 324	312	23,6%	0,5%	0,4%
Idaho	3 461	3 020	441	14,6%	1,0%	0,8%
Illinois	85 851	87 077	(-1 226)	(-1,4%)	24,1%	24,1%
Iowa	4 943	5 293	(-350)	(-6,6%)	1,4%	1,5%
Kansas	5 790	5 539	250	4,5%	1,6%	1,5%
Minnesota	17 237	17 997	(-761)	(-4,2%)	4,8%	5,0%
Missouri	11 819	13 015	(-1 197)	(-9,2%)	3,3%	3,6%
Montana	1 554	1 992	(-438)	(-22,0%)	0,4%	0,6%
Nebraska	3 704	3 305	399	12,1%	1,0%	0,9%
Nevada	5 543	5 280	263	5,0%	1,6%	1,5%
North Dakota	1 159	1 348	(-189)	(-14,0%)	0,3%	0,4%
Oregon	6 540	7 086	(-546)	(-7,7%)	1,8%	2,0%
South Dakota	1 480	936	545	58,2%	0,4%	0,3%
Utah	7 176	7 289	(-113)	(-1,5%)	2,0%	2,0%
Washington	55 747	55 311	437	0,8%	15,7%	15,3%
Wisconsin	16 458	16 760	(-302)	(-1,8%)	4,6%	4,6%
Wyoming	854	914	(-60)	(-6,6%)	0,2%	0,3%

2.3.2 Être Porto Ricain et touriste : La présence de la diaspora comme élément déclencheur d'un tourisme interne

Comme cela a été analysé précédemment, le tourisme VFR occupe une place prédominante chez la diaspora, et notamment la diaspore portoricaine. Nous avons vu que les liens familiaux et le sentiment d'appartenance poussaient les diaspores à se rendre à Porto Rico et donc participait au développement de l'activité touristique. Cependant, il est possible d'analyser la situation dans le sens inverse.

En effet, les portoricains qui reçoivent leurs proches sont quant à eux plus enclin à participer à des activités touristiques. Les membres de la diaspora jouent alors un rôle de catalyseur dans le développement du tourisme local en entraînant leurs hôtes à consommer eux aussi des produits touristiques dans d'autres points de l'île.

C'est notamment le cas pour les îles de Vieques et Culebra, deux îlots porto ricain accessibles en ferry. Ces deux territoires font partie des plus grands atouts de la destination, aussi bien pour les locaux que les étrangers. C'est ainsi qu'à la question « Si vous passez une nuit ou plus dans un hôtel, duquel s'agit-il ? », de nombreux participants ont mentionnés des hébergements localisés sur ces deux îles en affirmant y aller avec leur famille sur place.

En participant et en s'impliquant dans le voyage de leurs proches, les portoricains fortifient alors les liens transnationaux qui permettent de maintenir un taux de visites élevé et de d'optimiser la durée de séjour des diasporés.

TROISIÈME PARTIE

La diaspora porto bricaine en tant qu'instigatrice du
développement touristique : Une réalité ?

Introduction de la troisième partie

La diaspora portoricaine s'intègre dans un contexte transnational entraînant marqué par le fort attachement qu'elle porte à son pays d'origine. Porto Rico bénéficie de ce sentiment d'appartenance puisqu'il entraîne une consommation locale, une redynamisation territoriale et une promotion implicite, et donc gratuite, de Porto Rico comme destination.

Les touristes diasporiques, depuis leur pays d'accueil et lorsqu'ils sont à Porto Rico, ont donc un impact relativement positif sur l'industrie touristique portoricain. Seulement, bien qu'ils représentent un marché non négligeable, les autres touristes représentent un marché bien plus conséquent, qu'il est primordial de développer. Afin de rendre cela possible, des investissements sont nécessaires et ne peuvent pas être fournis uniquement par l'état, une participation du secteur privé est incontournable.

Il convient donc de s'interroger sur le rôle que peut avoir ce phénomène transnational, et tout ce qui en découle, dans l'implication de la diaspora en tant qu'acteur « à la source » et investisseur. Dans cette optique, j'ai interrogé, comme énoncé précédemment, les membres de la diaspora afin de voir quelle était leur position à ce sujet, des entreprises du tourisme à Porto Rico afin de comprendre leur perception de la diaspora et comment ils l'intégraient dans leur stratégie pour enfin recueillir l'opinion du secteur public et des associations gouvernementales.

CHAPITRE 1 : La diaspora en tant qu'investisseurs

1.1 Les investissements dans le secteur touristique à Porto Rico – Vision globale

1.1.1 La place de l'investissement dans la stratégie de développement de Porto Rico

Pour la création d'un secteur solide, une demande structurée et croissante est nécessaire. Quel que soit le marché, la même question se pose, notamment pour le tourisme : Faut-il parier sur une augmentation des flux touristiques qui permettra d'attirer les compagnies aériennes et les hôtels à Porto Rico ou attirer les vols directs et promoteurs hôteliers afin d'inciter les touristes à venir ?

Comme le montre l'interface promotionnelle de la Compañía de turismo de Puerto Rico présentée en première partie, c'est pour la deuxième option que Porto Rico a opté. En effet, Porto Rico possède actuellement environs 14 000 chambres disponibles alors que son concurrent direct, la République Dominicaine, en dispose de 68 000 et a le projet d'atteindre les 80 000 chambres⁵³. L'île a accumulé un retard en termes d'infrastructures touristiques qu'elle souhaite aujourd'hui diriger sa stratégie dans ce sens.

Cependant un nouveau mouvement voit le jour porté par la Hotel and Tourism Association of Puerto Rico, qui parierait davantage sur la création d'une forte demande de la destination engendrant un flux touristique croissant permettant d'attirer les investisseurs. Pour cela l'association propose le DMO (Destination Management Organization) dont l'objectif est de créer jusqu'à 40 000 chambres et 400 000 emplois sur les 15 prochaines années. Comme elle l'explique dans son rapport au sénat⁵⁴, elle estime que le travail de promotion de la destination ne devrait plus être laissé entre les mains de l'État (en l'occurrence La Compañía

⁵³ <https://www.diariolibre.com/economia/gobierno-se-traza-meta-de-superar-las-80-000-habitaciones-hoteleras-en-2017-XK6873055>

⁵⁴ Finance Senate –Tourism and Hotel Association of Puerto Rico. Tourism : A driver for economic growth. [https://www.finance.senate.gov/imo/media/doc/Puerto%20Rico%20Hotel%20&%20Tourism%20Association%20\(Submission%202\).pdf](https://www.finance.senate.gov/imo/media/doc/Puerto%20Rico%20Hotel%20&%20Tourism%20Association%20(Submission%202).pdf)

de Turismo de Puerto Rico) pour éviter un changement de la stratégie commerciale et promotionnelle à chaque changement de gouvernement, comme cela est déjà arrivé dans le passé. Cette structure s'occuperait à la fois de la commercialisation de la destination à l'étranger mais aussi de faire en sorte de garder intact l'attractivité touristique de Porto Rico en supervisant la bonne gestion de l'ensemble des éléments qui la compose.

La stratégie de Porto Rico reste pourtant claire : Promouvoir la destination en priorité pour les investisseurs avant de cibler les touristes potentiels. Pour le moment le tourisme porto ricain se développe et le nombre d'entrée est en net augmentation. Il faudra attendre quelques années avant d'en faire le bilan.

1.1.2 Attirer les investisseurs étrangers

Porto Rico compte beaucoup sur les investisseurs étrangers dans le cadre de son développement touristique. Bien que cela puisse paraître contradictoire étant donné le contexte politico-social ambigu, un des arguments phare en faveur du gouvernement est justement le statut politique de Porto Rico qui peut mettre en avant son appartenance aux États-Unis, le but étant de rassurer des investisseurs étrangers potentiels, qui se sentiront inévitablement plus en confiance sachant que la base administrative est Étatsunienne. Ce qu'ils regarderont en premier sera d'une part l'aspect juridique :

- Application de la constitution États-Unienne et présence de la cour fédérale
- La propriété intellectuelle régie par la loi États-Unienne
- Le contrôle des douanes par la juridiction US, etc.

Mais aussi l'aspect financier :⁵⁵

- L'utilisation du dollar
- La mise en place d'avantages fiscaux (cf 1.3)
- Des prix concurrentiels

⁵⁵ Interview Steve Tananbaum – Investing opportunities in Puerto Rico – 05/2017
<https://www.cnbc.com/video/2017/05/24/investing-opportunities-in-puerto-rico.html>

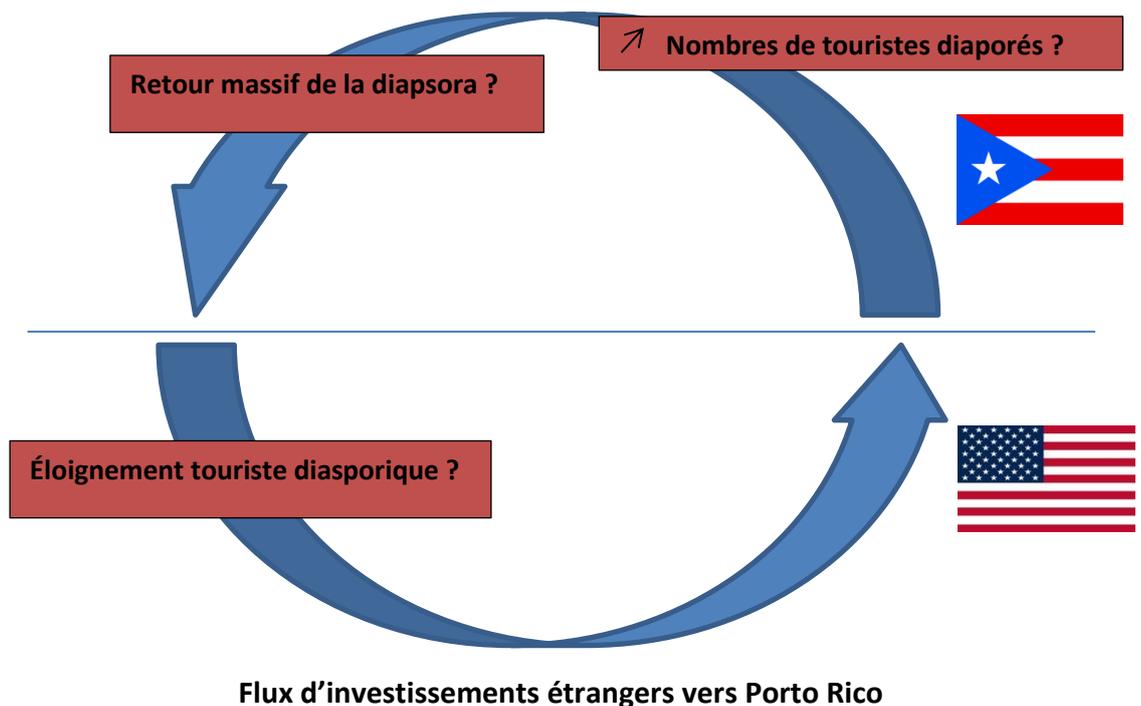
En résumé, des arguments de poids nécessaires lorsque Porto Rico traverse une crise économique qui entraîne une vague d'immigration vers les États-Unis.

Comme nous l'avons vu précédemment, le gouvernement porto ricain considère le tourisme comme un des secteurs clé qui peut faire remonter l'économie du pays. Il est intéressant de l'interpréter comme un flux circulaire émergent : d'un côté la population quitte le pays (migration économiques, fuite des cerveaux) et d'un autre côté le gouvernement tente d'attirer les capitaux étrangers mais aussi leur présence sur place (Ley 20 – cf 1.3). Il faudra attendre quelques années avant d'apercevoir les premiers effets de ce phénomène mais nous pourrions émettre l'hypothèse s suivante (voir schéma ci-dessous) :

- Impact sur la dénaturation culturelle de Porto Rico et par conséquent un éloignement des groupes diasporiques
- Un attrait de la part des groupes diasporiques de plus en plus enclin à pratiquer des activités touristiques
- Un retour massif de la diaspora dans leur pays d'origine, etc.

Flux circulaire population /investissements⁵⁶

Flux de l'immigration porto ricaine /nouvelle diaspora vers les US (ou autres)



⁵⁶ Source personnelle

1.1.3 L'hôtellerie : Un secteur qui attire

Parmi les différents secteurs de l'industrie touristique, c'est l'hôtellerie le plus convoité par les investisseurs étrangers. En 2015, le montant de ces investissements aurait atteint les 2 milliards de dollars d'après le Département de Développement Économique et Commercial de Porto Rico⁵⁷.

Cette même année le milliardaire John Paulson fondateur de la société d'investissement Paulson&Co investit 20 millions d'euros et achète le San Juan Beach Hotel situé au cœur de la capitale portoricaine. Il est à vrai dire à lui seul un des principaux actionnaires de l'industrie puisqu'en quelques années il y investi 1,5 milliards de sa fortune personnelle, en comparant Porto Rico au Miami des années 1980.

Bien que plus rare, d'autre pays osent investir à Porto Rico. C'est le cas de la chaîne espagnole AC Hotels dont l'inauguration de son premier hôtel a eu lieu en avril 2017, dans le quartier de Condado, l'un des plus prisé et luxueux du pays. Cet investissement de 45 millions de dollars a engendré la création de 180 emplois directs et 250 indirects durant la phase de construction et de 105 emplois sur le long terme.

La plupart des investisseurs sont donc des grands groupes ou des milliardaires, et à eux seuls ils couvrent la presque totalité des investissements étrangers. Porto Rico s'intègre dans la logique d'un « tourisme caribéen » souvent associé aux grands hôtels jouissant d'une grande capacité d'accueil. Les hôtels de taille plus réduite sont tenus par des portoricains⁵⁸ ainsi que les activités proposant des activités touristiques locales. Quelle serait donc la place de la diaspora dans ce contexte entrepreneuriale ?

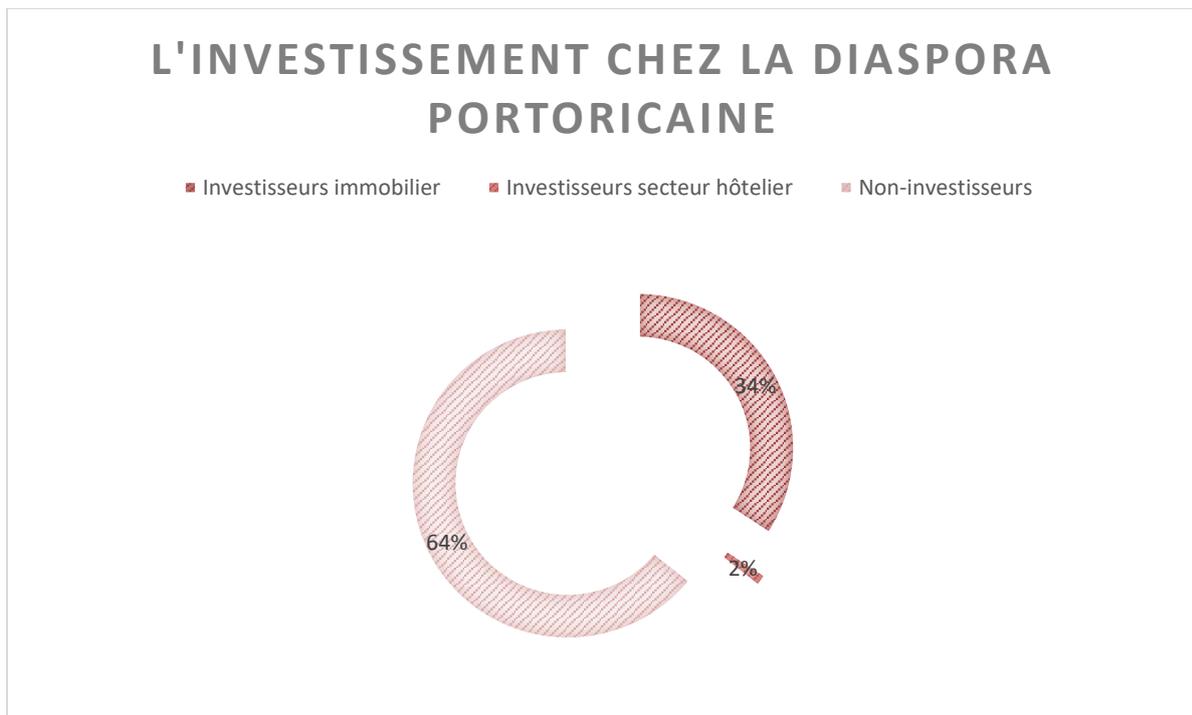
⁵⁷ Economic Assesment ART 20 - 2016 Update - DDCE

⁵⁸ Il s'agit des Paradores et doivent, pour jouir de cette dénomination, être tenu par des familles portorciaines.

1.2 Une implication encore fragile de la diaspora

1.2.1 Une stratégie gouvernementale peu adaptée ?

Grâce à l'étude de terrain menée, j'ai pu constater l'existence d'une diaspora qui investit. Parmi les personnes interrogées, 34 % ont déjà investi à Porto Rico. Parmi eux, il y en a 96 % qui ont choisi de le faire dans le secteur immobilier.

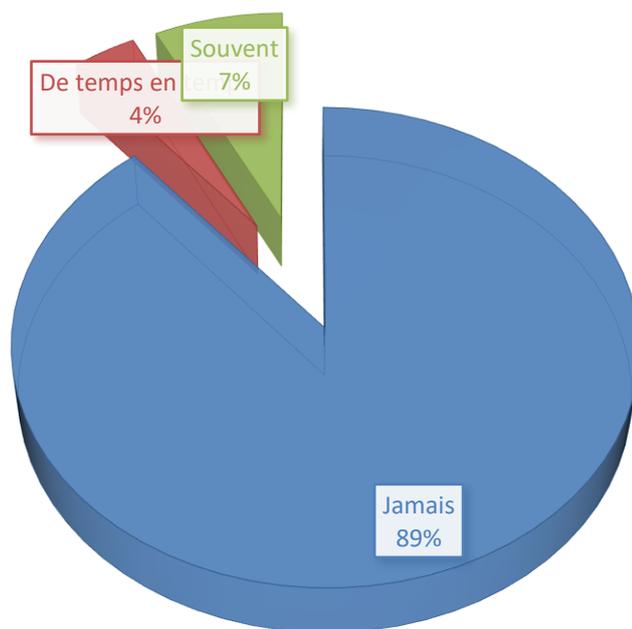


Il s'agit pour la plupart de maisons secondaires. Cet investissement témoigne de l'envie et la nécessité pour la diaspora de garder un lien avec leur pays d'origine, qui est ici matérialisé par un bien immobilier, symbole à forte connotation d'appartenance.

Cependant, et grâce aux évolutions survenus dans l'industrie touristique, un simple bien immobilier peut devenir un produit hôtelier, notamment avec Airbnb. Ces 34% de d'investisseurs diasporés sont donc tous de potentiels acteurs de l'offre touristique à Porto Rico, d'autant plus qu'ils possèdent des contacts sur place capable de gérer les réservations.

Bien qu'en ayant tous ces éléments en main, 89% des propriétaires immobiliers confessent de jamais mettre à disposition leur bien à des fins touristiques.

MISE EN LOCATION DE PROPRIÉTÉS À DES FINS TOURISTIQUES PAR LA DIASPORA PORTORICAINE



Ces chiffres nous montrent que la diaspora n'envisage pas de faire des profits à court ou moyen terme et que l'investissement a davantage une portée sentimentale qu'entrepreneuriale.

Ce phénomène peut être expliqué du fait de la stratégie adoptée par le gouvernement portoricain dans sa recherche d'investisseur. Bien que cela ne soit pas explicitement spécifié dans la campagne de promotion, le but est d'attirer les investisseurs étrangers. En adoptant cette stratégie, le danger est d'écarter les plus de 5 millions de diasporés portoricains qui vivent à l'étranger et qui ont pour beaucoup vu leur pouvoir d'achat augmenter en émigrant. Leur caractère transnational étudié précédemment peut avoir pour conséquence le fait de ne pas se reconnaître dans la cible choisie par le gouvernement dans cet effort de développement économique et donc touristique.

1.2.2 Une méfiance envers l'économie porto ricaine

Porto Rico connaît actuellement la crise économique la plus dévastatrice de son histoire, qui a contraint son gouverneur Ricky Rosello à déclarer le pays en cessation de paiements en mai dernier. À cela s'en est suivi une série de mouvements sociaux dans le but d'instaurer un audit citoyen de la dette publique visant à identifier la partie correspondante à une dette légitime afin de renoncer à son paiement.

L'économie de Porto Rico a toujours été en dents de scie, mais un tournant drastique a pris en 2005 lorsque les États Unis ont décidé d'éliminer les exonérations fiscales pour les entreprises étatsuniennes implantées à Porto Rico qui permettaient jusqu'alors à ces entreprises d'envoyer leurs bénéfices à la société mère sans avoir à payer d'impôts fédéraux. À cela s'ajoute une crise bancaire et hypothécaire qui a permis de démasquer un réseau de corruption qui a entraîné la fermeture de trois banques. Les répercussions sociales ont été directes et l'État a dû investir dans un plan d'aide social afin d'élever le niveau économique des habitants.

La dette du secteur public à Porto Rico⁵⁹

GRÁFICA A3. LA DEUDA DEL SECTOR PÚBLICO DE PUERTO RICO, 1983-2015



⁵⁹ M. Joffre, Jesse Martinez. L'origine de la crise fiscale de Porto Rico. Mercatus Research. P.35 <https://www.mercatus.org/system/files/Joffe-Puerto-Rico-Spanish-v1.pdf>

C'est ce contexte économique difficile qui a provoqué la dernière vague de migration et engendré la création d'un réseau diasporique plus étendu.

La dernière génération de diasporés a donc été directement impactée par cette conjoncture et en garde les séquelles. Car pour nombre d'entre eux, il s'agissait d'une migration forcée causée par la mauvaise gestion des finances publiques par le gouvernement.

C'est alors qu'apparaît un sentiment de méfiance de la part de la diaspora envers une économie portoricaine fragilisée. Il est de ce fait difficile pour elle de se projeter en tant qu'investisseur dans un pays dont l'instabilité économique a forcé son départ.

1.3 État des lieux du cadre législatif et financier

1.1.1 Actions gouvernementales

La stratégie marketing de Porto Rico afin d'attirer les investisseurs est claire : L'accent est mis sur la solidité de l'écosystème entrepreneurial en tant que territoire associé aux Etats-Unis, les infrastructures modernes propices aux affaires, la qualité du niveau vie et les avantages fiscaux et légaux mis en place par l'Etat⁶⁰. C'est de ce dernier aspect dont va traiter cette partie.

La loi 74 régit le développement touristique de Porto Rico en y facilitant la création de projets⁶¹ Les critères d'éligibilité sont fixés par la Compañia de Turismo de Puerto Rico. Tous les secteurs en liens avec l'industrie du tourisme peuvent prétendre à ces prestations :

- Hôtels, clubs de vacances, auberges de jeunesse, bed and breakfast...
- Pars thématique, terrains de golf géré ou faisant partie d'un hôtel, installations en zone portuaires ou port de plaisance qui stimule le tourisme.
- Les ressources naturelles utilisées comme source de loisirs et qui soit attractif pour les touristes locaux et internationaux.

⁶⁰ Annexe 4

⁶¹ Annexe 5

Tous peuvent bénéficier d'un crédit d'impôt de 10% relatif au coût total du projet ou de 50 % du montant investi par les investisseurs. A cela s'ajoute une exemption d'impôt de :

- 100 % d'impôts municipaux sur la construction
- 100 % d'impôts sur les ventes
- 100 % d'impôts municipaux pour de nouveaux projets et 90 % pour des projets existants sujets à améliorations ou rénovations.

La loi 74 est la plus générique, celle qui regroupe les conditions les plus souples et qui permet à l'ensemble des entreprises du secteur touristique de pouvoir en profiter. En 2010, la loi 118 plus connue sous le nom de « Loi sur les leviers financiers pour le développement touristiques et économique des municipalités »⁶², est créée afin de cibler un marché haut de gamme dans des villes porto ricaine en ayant le plus besoin. En d'autres termes, le but est développer la création de « resorts » à des emplacements stratégiques, afin d'homogénéiser la densité d'entreprises touristiques présentes sur l'île. Il faut donc répondre aux critères suivant :

- Être au moins un hôtel 4*
- Développer plusieurs structures commerciales et récréatives au sein de l'hôtel
- Incorporer des attractions touristiques, casino inclus
- Le projet doit être développé exclusivement à partir d'un capital privé

Les projets sélectionnés se verront octroyer une diminution d'impôt sur leurs revenus nets :

- Investissement de 500 millions de dollars – Taux fixe à 25 %
- Investissement de 750 millions de dollars – Taux fixe à 15%
- Investissement de 1 milliards de dollars – Taux fixe à 10%
- Investissement de 1,25 milliards de dollars – Taux fixe à 8 %

⁶² Ley de Incentivos para el Desarrollo Económico y Turístico Municipal.

Étant donné l'importance des flux de croisière dans la zone caribéenne, Porto Rico a également dû adapter sa législation en conséquence. Dans ce sens, le gouvernement a créé une loi dans le but de promouvoir le développement de cette industrie : la loi 113. En effet, l'industrie des croisières participe à 250 milliards de dollar annuellement au PIB portoricain. L'objectif de mettre en place des avantages fiscaux est d'augmenter le passage de bateaux qui restent à quai et ceux en transit en proposant une réduction des tarifs portuaires échelonnées et basées sur le volume de passagers. Le gouvernement souhaite également inciter le gouvernement à se ravitailler sur place en lui octroyant un remboursement de 10 % sur le total de l'achat. La finalité étant d'augmenter les nombres de passagers à l'année et par la même occasion d'engendrer plus de revenus provenant des croisiéristes. Ces initiatives ont fait leurs preuves puisqu'en 2010 ils étaient 1 450 000 passagers environs avant de passer à 1 191 000 en 2015.⁶³

2010														
		JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL
	HOMEPORT (SJ)	77 288	60 651	61 255	60 477	32 840	22 923	23 239	28 936	21 303	30 141	54 068	72 274	545 395
PASSENGERS	IN TRANSIT	66 972	75 067	91 276	46 519	45 151	54 612	51 668	40 269	25 265	39 477	52 291	57 093	645 660
	TOTAL	144 260	135 718	152 531	106 996	77 991	77 535	74 907	69 205	46 568	69 618	106 359	129 367	1 191 055
	HOMEPORT (SJ)	34	27	28	26	12	8	8	10	8	13	25	29	228
TRIPS	IN TRANSIT	27	29	37	20	16	18	15	12	8	15	21	29	247
	TOTAL	61	56	65	46	28	26	23	22	16	28	46	58	475

2015														
		JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL
	HOMEPORT (SJ)	49 848	42 727	51 465	47 877	35 530	35 971	28 765	34 135	25 008	39 085	51 713	46 689	488 813
PASSENGERS	IN TRANSIT	139 638	116 943	125 807	91 540	49 452	49 489	58 341	43 649	38 987	48 075	86 774	122 481	971 176
	TOTAL	189 486	159 670	177 272	139 417	84 982	85 460	87 106	77 784	63 995	87 160	138 487	169 170	1 459 989
	HOMEPORT (SJ)	21	19	24	19	11	10	8	10	8	13	21	24	188
TRIPS	IN TRANSIT	52	46	47	29	14	13	15	11	11	16	37	53	344
	TOTAL	73	65	71	48	25	23	23	21	19	29	58	77	532

⁶³ Instituto de Estadísticas de Puerto Rico - http://www.estadisticas.gobierno.pr/iepr/Estadisticas/InventariodeEstadisticas/tabid/186/ctl/view_detail/mid/775/report_id/1220d376-016f-4c86-8651-e4c1fdc0be9d/Default.aspx

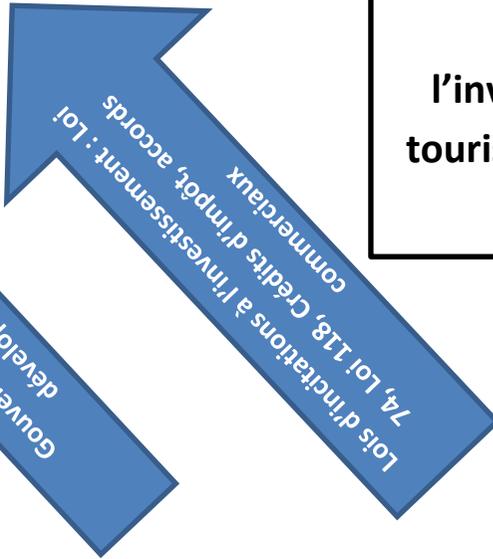
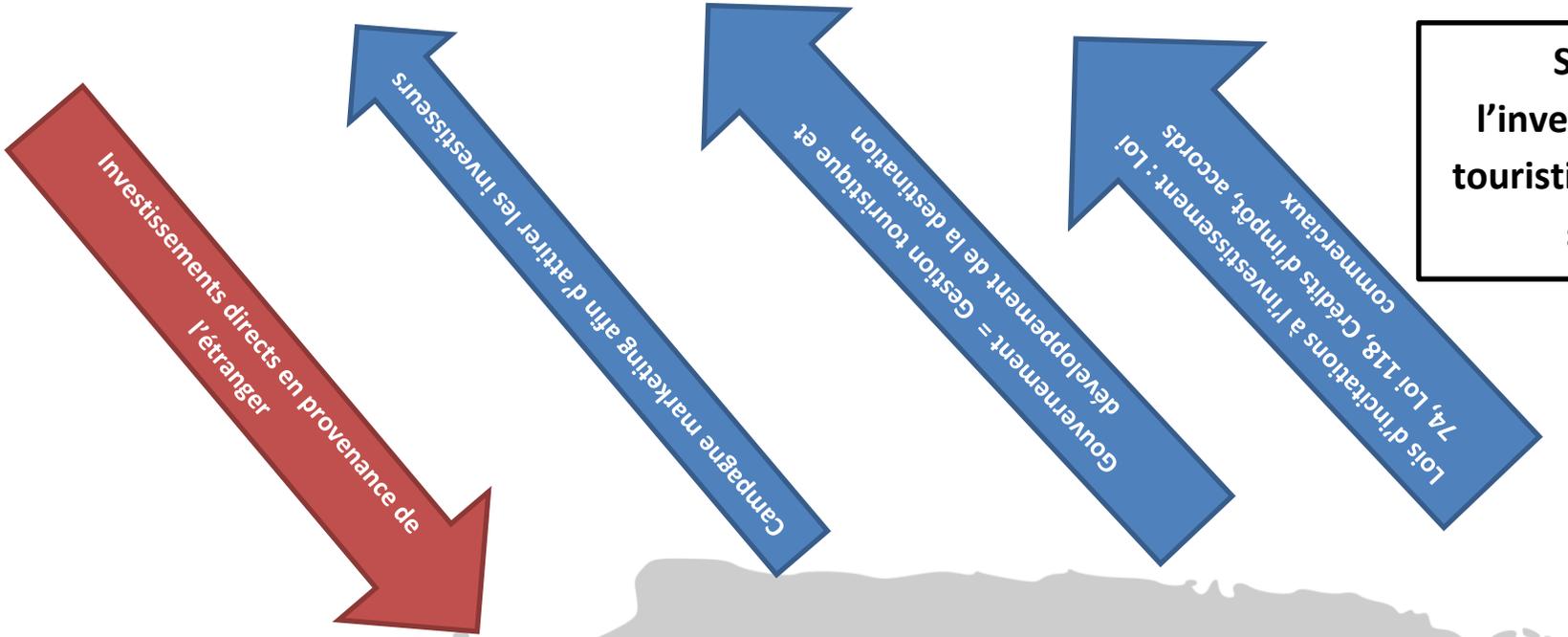
En ce qui concerne la promotion des nouvelles routes aériennes, aucune loi spécifique n'a été adoptée, mais des accords peuvent être mis en place au cas par cas, pouvant prendre la forme d'un remboursement sur les frais d'atterrissage pouvant aller jusqu'à 50% ou encore d'une alliance marketing avec les compagnies aériennes qui variera selon les routes empruntées par cette dernière.

Ces initiatives ont dernièrement porté leurs fruits en attirant la compagnie aérienne à bas coûts, Norwegian Airlines, qui propose maintenant des vols directs réguliers depuis l'Europe et qui a permis d'intensifier les flux touristiques en provenance du continent. Comme me l'a notifié Mariamr Lidin lors de notre entretien, la Compañia de Turismo de Puerto Rico mise énormément sur la multiplication des routes aériennes, car sans vols directs, la destination devient beaucoup moins attractive notamment pour les tours opérateurs et l'accroissement de l'arrivée de touristes est compris.

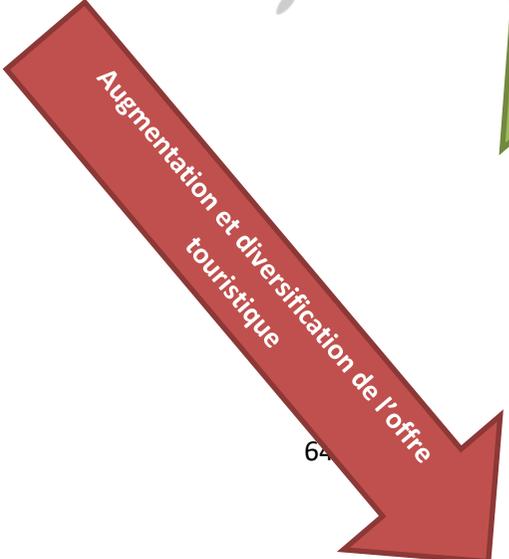
La loi 118 a également porté ses fruits puisque le croisiériste Norwegian Cruise Line qui n'était à Porto Rico qu'en transit a profité des avantages financiers proposés par le gouvernement en intégrant le port de San Juan à ses ports d'attaches et par la même occasion de multiplier le nombre de croisières vers cette destination, permettant d'envisager une augmentation de 21 000 passagers par an.⁶⁴

⁶⁴ El Nuevo Dia –Norwegian duplicara sus salidas de crucero desde San Juan – 24 mars 2017 - <https://www.elnuevodia.com/negocios/empresas/nota/norwegianduplicarasussalidasdecrucerosdesdesanjuan-2304015/>

Stratégie d'incitation à l'investissement dans le secteur touristique Porto Ricain et impacts sur l'économie locale



- **Impacts directs** (payé directement par le touriste): Taxi, location de voiture, croisière, vols, essence, hôtel, loisirs, agences de voyage, shopping...
- **Impacts indirects** (argent versé aux salariés et aux impôts) : guide touristique, commerçants, transporteurs, entreprises de construction, serveurs...
- **Impacts induits** (activation de l'économie locale grâce aux revenus dépensés par les salariés) : Banques, propriétés, télécommunications, services publics...



Légende :

- ➔ Actions gouvernementales
- ➔ Impacts directs des actions gouvernementales
- ➔ Impacts directs des investissements

1.1.2 Investissement direct à l'étranger, avantages fiscaux et diaspora

Empiriquement, il a été constaté que la diaspora a la volonté et la capacité d'investir dans leur pays d'origine et qu'elle est de plus en plus considérée comme un moteur de développement économique et social. D'après un rapport de la banque interaméricaine de développement⁶⁵, les Investissements Directs Diasporiques font références aux investissements directs d'entreprises connectées aux diasporas dans des activités de production de biens ou de services dans le pays d'origine des diasporas en question⁶⁶. Ces investissements peuvent être effectués par un membre diasporique ayant un poste haut placé dans son pays d'accueil et qui par force de persuasion, peut inciter son entreprise à investir dans le pays d'origine du diapsoré en question mais également par des chefs d'entreprise issus de la diaspora et qui, par philanthropie, va chercher à mettre en place des projets commerciaux et financier viables.

Cependant, comme l'évoquent Alexander Dixon et Pooja Virani ans un rapport de la Banque Mondiale⁶⁷, il existe de nombreuses barrières qui empêchent les membres diasporiques d'engager leur capital comme le manque d'information, la complexité légal toujours plus forte et la croissante nécessité de faire appel à des intermédiaires financiers. Il en revient au pays d'origine d'adopter des politiques permettant d'intégrer plus facilement leurs membres diasporiques, notamment en mettant en place des avantages économiques via des programmes publico privés.

Dans le cas de Porto Rico, les barrières sont moindres, la citoyenneté et la constitution étant partagé par les porto ricains et la diaspora. Comme évoqué dans la partie précédente, il s'agit premièrement d'une stratégie promotionnelle internationale visant les grandes entreprises étrangères et élaborée de telle manière que la diaspora ne se sente pas

⁶⁵ E. Rodriguez Montemayor (2012). Diaspora Direct Investment. Policy options for Development. <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/1444/Diaspora%2520Direct%2520Investment%2520Policy%2520Options%2520for%2520Development.pdf?sequence=1>

⁶⁶ Dans cette définition, le fait pour un diasporé de rentrer dans son pays d'origine pour ouvrir une entreprise n'est pas pris en compte

⁶⁷ A. Dixon. P.Virani. (2015) How economic incentives can stimulate Diaspora Philanthropy . <http://blogs.worldbank.org/peoplemove/how-economic-incentives-can-stimulate-diaspora-philanthropy>

impliquée. Il en est de même pour les initiatives fiscales portées par le gouvernement, qui pourraient être adaptés ou promus de manière différente afin de le personnaliser aux clients potentiels que sont les membres de la diaspora. Serait-ce que la sphère publique ne perçoit pas la diaspora comme une potentielle source de revenus ? Qu'en est-il des professionnels du tourisme ?

CHAPITRE 2 : La diaspora a-t-elle une influence sur les stratégies adoptées par les professionnels du tourisme ?

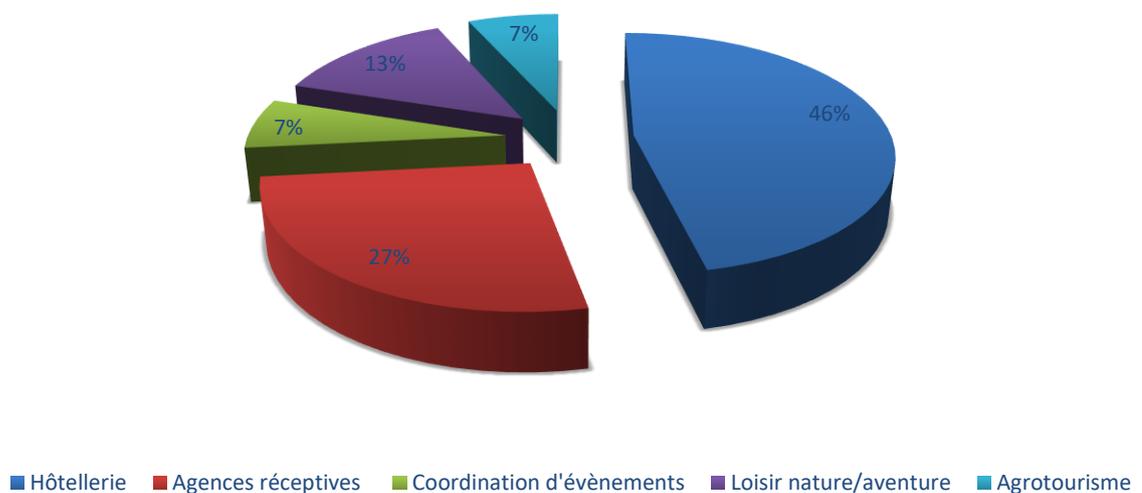
2.1 Le secteur privé – Les entreprises du tourisme à Porto Rico

2.1.1 Caractéristiques des acteurs du marché

Les grands complexes hôteliers de luxe, notamment ceux dotés d'un casino, occupent une place importante dans le chiffre d'affaire généré par le secteur du tourisme. Bien que les destinations des Caraïbes tentent de se diversifier, elles sont néanmoins contraintes de répondre à une demande existante.

Parmi les entreprises ayant répondu nous retrouvons majoritairement des hôtels mais aussi des activités de loisirs liés à la nature et composé de parcours d'aventure se déroulant dans les nombreux espaces verts de l'île. Il est intéressant dans le cas d'une étude diasporique d'avoir des retours du secteur hôtelier, car il est au centre d'un « débat », certains considérant que la diaspora, en étant principalement hébergé chez les membres de leurs famille ne sont pas des touristes, d'autres le perçoivent différemment. Nous verrons dans la prochaine partie ce qu'il en est.

Entreprises du tourisme ayant participé à l'enquête

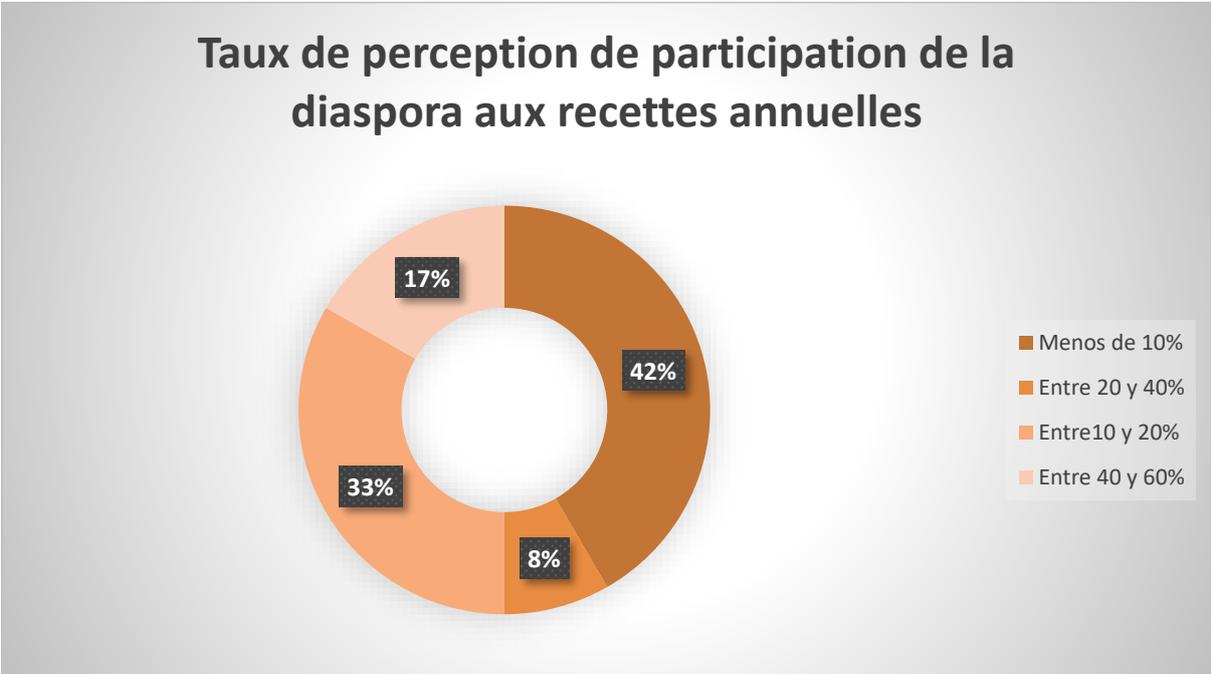


Il s'agit pour la plupart de microentreprises, comptant entre 1 et 5 employés et dont le montant des recettes annuelles s'élève à 300 000\$ et ayant principalement Porto Rico et les États Unis comme cœur de cible.

2.1. 2 La perception du diasporé

La diapsora est un groupe qui, par les caractéristiques qu'elle regroupe, est propice au développement touristique. Il est de ce fait intéressant de voir comment les entreprises du tourisme les perçoivent et si cela a un impact sur les stratégies adoptées.

Les résultats de l'enquête sont relativement contrastés. Pour 42 % d'entre eux, la diaspora ne joue presque aucun rôle et n'apporte aucune contribution financière tandis que d'autres 25% estiment que la diaspora participe entre 20% et 60% au à leur chiffre d'affaire. Il est également intéressant de noter que parmi toutes les entreprises qui estiment que la diaspora représente plus de 10% de leurs revenus annuels, 90% d'entre eux sont des hôtels.

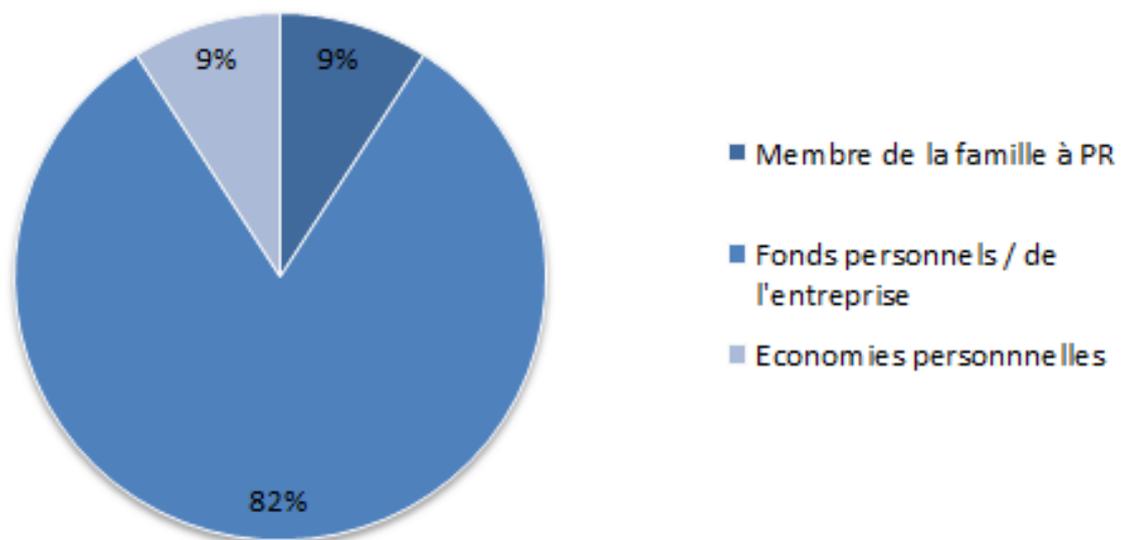


Nous avons vu précédemment que les membres de la diaspora se logent principalement chez leurs proches et que pour cette raison, ils ne se considèrent pas, pour la plupart, comme étant des touristes. Or, nous avons également constaté que, par leur condition de peuple transnational, ils finissent par adopter les habitudes de consommation du touriste lambda. Les entreprises du tourisme à Porto Rico en ont conscience, notamment le corps hôtelier, qui considère cette clientèle comme ayant un fort impact économique sur leurs revenus annuels.

Ces mêmes entreprises ont toutes investies dernièrement, des sommes allant de 100 à 25 000\$, principalement en équipement mais également en main d'œuvre. En faisant une moyenne, ces entreprises estiment que 25% de leurs revenus annuels proviennent de la diaspora. Selon le montant de l'investissement, l'impact indirect de la diaspora sur la croissance de l'entreprise est plus ou moins grand.

La diaspora est de ce fait une source de revenu non négligeable et contribue de près ou de loin au développement de ces entreprises, en leur permettant d'investir et par conséquent de créer de l'emploi et de contribuer au bien-être de l'économie locale.

Provenance des fonds d'investissement



Il est intéressant de constater que lorsque j'ai demandé aux membres de la diaspora s'ils se sentaient touristes en venant à Porto Rico, 80% ont répondu négativement à la question. Or, c'est l'effet inverse qui s'est produit en posant la même question aux entreprises du tourisme puisque 80% d'entre eux les considèrent comme des touristes car « Ils dépensent et payent des impôts sur ce qu'ils consomment », « ils viennent très souvent à Porto Rico » ou encore « ils viennent dans le but de faire du tourisme ». Il est important que ces entreprises les considèrent ainsi d'un point de vue commercial, car il est nécessaire de connaître et d'identifier sa clientèle afin d'adopter une stratégie adaptée.

Le fait d'être confrontés au quotidien à la diaspora leur permet d'analyser leur comportement et leurs caractéristiques. C'est ainsi qu'un professionnel affirme que « dans les années 1990 nos clients de la diaspora venaient de l'est, New York principalement. Puis j'ai noté qu'il y en avait de plus en plus de Floride », ce qui correspond avec l'analyse effectuée précédemment, affirmant que la diaspora du nord est des États Unis était une « vieille diaspora », déjà établie et avec un fort pouvoir d'achat, tandis que celle du sud est majoritairement plus récente et moins qualifiée mais que ce phénomène était en pleine mutation, notamment avec la fuite de cerveau. Ce même professionnel rajoute « Il faut différencier la diaspora qui a quitté l'île depuis plus de 10 ans et qui revient afin de faire connaître leurs pays natal à leurs enfants et qui auront plus tendance à rester dans des hôtels et visiter toute l'île que les universitaires qui rentrent chez eux en été ou à Noël ». Cette capacité d'analyse de la clientèle est-elle mise au service d'une stratégie de développement ?

2.1.3 Attirer la diaspora : Quelles stratégies ?

Les entreprises touristiques à Porto Rico ont donc conscience du potentiel d'achat des membres de la diaspora, mais aucun d'entre eux n'a mis de stratégies en place afin de développer ce segment. Je leur ai par conséquent demandé quels outils de promotion et quelle stratégie pourraient-ils utiliser afin d'attirer les diasporés. Leurs retours ont été :

- Ça ne m'intéresse pas
- Activités culturelle

- Offres promotionnelles
- Réseaux sociaux
- La même stratégie que pour les autres segments
- Etc.

Ces réponses mettent en avant le fait qu'il n'existe aucune volonté de différenciation de la part des entreprises. La diaspora est considérée comme une clientèle facile à faire venir, une cible qui semble acquise du fait de leurs liens plus ou moins forts avec leur pays d'origine.

Mais il est en effet difficile pour de microentreprises de mettre de telle stratégie en place. La plupart d'entre elles sont intégrées au portail promotionnel de la Compañia de Turismo de Puerto Rico, SEE PUERTO RICO, qui promeut la destination et dont le but est d'attirer d'autre type de touristes et notamment nord-américains : Interface apparaissant directement en anglais, les modalités aérienne et administratives avantageuses, etc.

Comme l'a signalé une des entreprises, et si il fallait « mettre en avant les attributs de LEUR île afin d'en profiter en tant que touriste ? ». La question serait maintenant, qui serait capable, dans le paysage touristique porto ricain, du secteur privé ou public, de mettre en place une telle stratégie ?

2.2 Secteur public et organismes

2.2.1 Un réseau philanthropique

Derrière la quête aux grands investissements se cache beaucoup d'autres initiatives moins connues. En effet, j'ai eu l'occasion de parler à Mili Landrón, Program Manager à conPRmetidos, une organisation à but non lucratif porto ricaine dont l'objectif est de créer des alliances publico-privées afin de participer au développement économique du pays.

Cet organisme a été créé par la diaspora à Washington durant une période d'élection. Les porto ricains n'étant pas habilités à voter pour les élections présidentielles et la situation du pays étant toujours plus critique, les membres diasporiques ont souhaité mettre en place des actions afin de donner plus de force et visibilité aux porto ricains. L'organisme est maintenant basé à San Juan et une de leur stratégie est de développer le réseau et l'inter communication avec la diaspora.

ConPRmetidos a deux grands projets : Aider les entreprises locales à s'exporter et les aider à se développer en interne via le consulting ou en faisant appel à une aide extérieur. Dans les deux cas, la ressource diasporique est utilisée. Dans le premier cas, conPRmetidos fait jouer ses contacts, notamment aux États-Unis, afin de trouver des clients. Dans le deuxième cas, c'est les connaissances diasporiques qui viennent jusqu'à Porto Rico.

ConPRmetidos est financé par une autre organisation sans but lucratif porto ricaine, Foundation For Puerto Rico. Son but est de transformer Porto Rico en une destination mondiale en mettant en place des stratégies durables de développement économique et social. Ils sont spécialisés dans l'économie du visiteur, qui selon la WTTC, englobe toute l'activité direct, indirecte et induite qui sont le produit des interactions entre le visiteur et la destination.⁶⁸

Foundation of Puerto Rico met le tourisme au cœur de ses priorités et est en train d'élaborer de nombreux outils allant dans ce sens tel qu'un système national de statistiques

⁶⁸ Selon la publication annuelle de la WTTC, la contribution directe du tourisme pour Porto Rico en 2014 était de 2.4milliards de \$ alors que l'indirecte et l'induite ont atteint un montant de 5 milliard de \$.

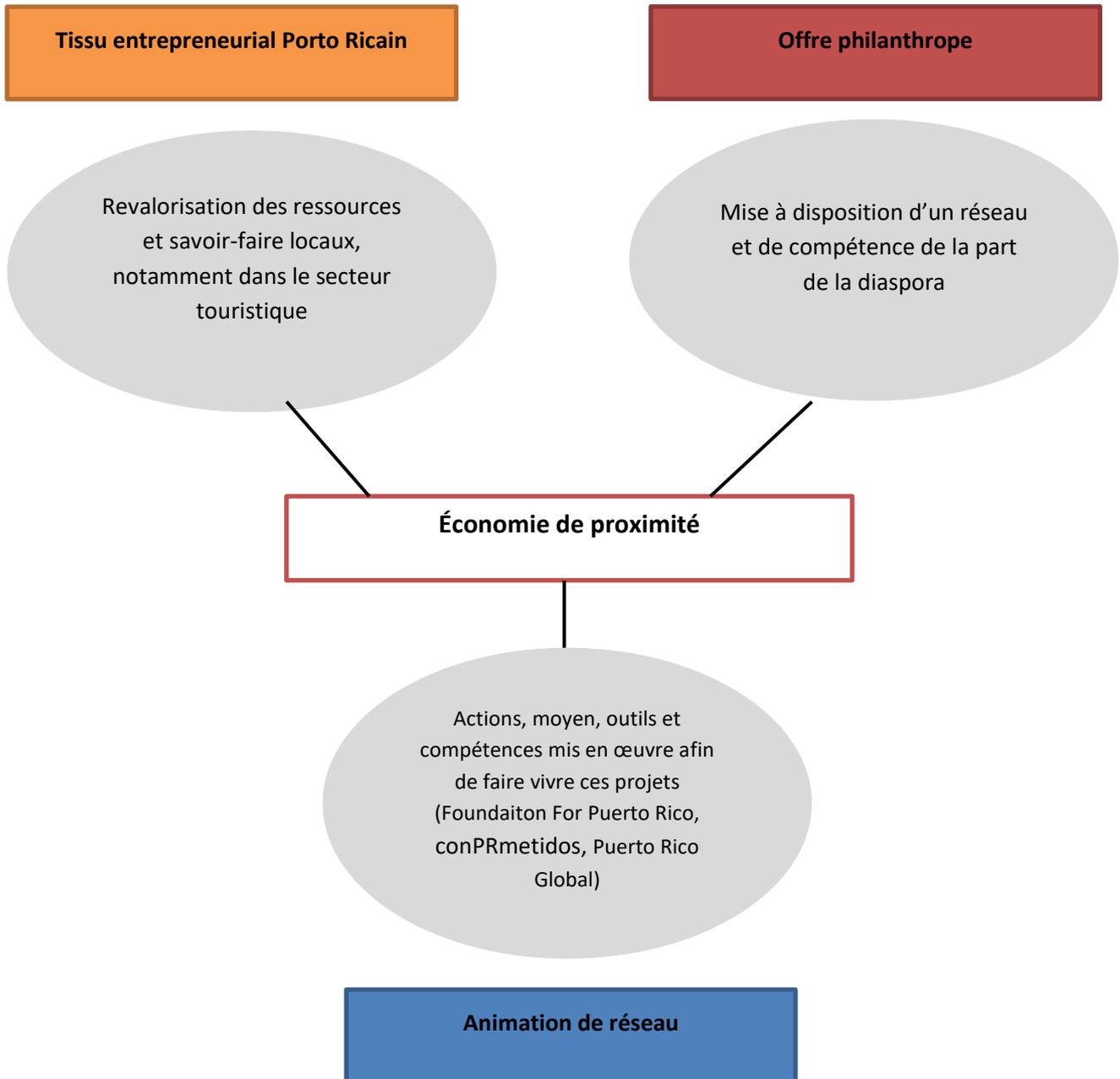
touristiques ou encore une stratégie de gouvernance et de maintien de la destination. En 2015, la plateforme Puerto Rico Global a été créée afin de permettre à la diaspora d'apporter son aide dans le développement socioéconomique de l'île de manière ponctuelle et tangible. Pour le moment, il n'y a encore aucun projet concret liant diaspora et tourisme, cependant nous pouvons relever deux points :

- Nous pourrions caractériser les initiatives entreprises par Foundation for Puerto Rico (en incluant conPRmetidos et Puerto Rico Global) comme un système d'économie de proximité qui serait défini de la manière suivante : « Un mode d'organisation de l'économie autour de la relation directe : relation des entreprises avec les consommateurs, relations entre entreprises, ancrage dans la vie locale. Son objectif est d'augmenter le bien-être en valorisant le territoire par les acteurs qui l'habitent et avec eux »⁶⁹. Selon Torre et Rallet, ayant travaillé sur le concept de l'économie de proximités (au pluriel, étant établi que la proximité pouvait prendre plusieurs formes), afin de profiter des externalités positives octroyées, dans ce cas précis, par la diaspora, la notion de réseau et de règles commune est primordiale⁷⁰. C'est ainsi qu'ils énoncent l'effet « d'encastrement social et institutionnel » qui permet, malgré un éloignement géographique, permet de mettre en place une proximité grâce aux liens sociaux existants entre les membres diasporiques créant ainsi des points de connexion et d'échanges. C'est donc sur un fond de projet de développement touristique que Foundation for Puerto Rico veut articuler ce réseau avec comme objectifs d'extraire le maximum d'externalités positives de ces interactions.

⁶⁹ Définition de ladocumentation française : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/104000556/index.shtml>

⁷⁰ Alain Rallet et André Torre (Eds.), 2007, *Quelles proximités pour innover ?*, L'Harmattan, Paris, Collection « Géographies en liberté », 221 p.

Système d'économie de partage à travers. Exemple de la diaspora porto ricaine



- Il s'agit d'actions encore récentes et en voie de développement, cependant ce que j'ai pu remarquer c'est cette volonté de faire revenir les membres de la diaspora et faire en sorte qu'ils veuillent se réinstaller sur l'île, les membres de Foundation for Puerto Rico (FPR) étant les premiers concernés. En effet j'ai pu

remarquer qu'un certain nombre d'intervenants qui travaille pour FPR sont d'anciens diasporé qui, animé par l'envie de voir Porto Rico évoluer, sont revenus. Je peux d'ailleurs citer Denisse Rodriguez, responsable des programmes de FPR (lors d'un séminaire à Washington) : « Je reviens visiter une ville qui a été mon chez moi il y a exactement 10 ans de cela... Mais cette fois c'est différent, cette fois je ne viens pas les mains vides. Je suis prête à partager ce que nous, les entrepreneurs sociaux, construisons à Porto Rico – des projets d'innovation social »⁷¹.

Cela nous permet d'entrevoir un phénomène plus intense que le simple fait de vouloir travailler ensemble et de créer un réseau stable. En effet, il y a une réelle volonté de rentrer à Porto Rico et travailler pour construire un futur meilleur en tant que porto ricain et non plus en tant que membre de la diaspora. Il y a ce désir de créer l'initiative sur le territoire portoricain et de développer le projet « sous le drapeau » port ricain.

2.2.2 Une prise de conscience émergente

L'association des termes « diaspora » et « touristes » est encore peu rependue à Porto Rico. Bien que tous les acteurs se rejoignent pour donner de l'importance à ce segment et le reconnaissent, il n'y a pas encore n'initiatives s concrètes ayant été mis en place.

La Compañia de Turismo de Puerto Rico est consciente de l'impact positif que peu avoir la diaspora quant au développement touristique. Comme me l'expliquait Marimar Lidin, la majorité des touristes à Porto Rico sont des Etats-uniens qui restent principalement dans les grands complexes hôteliers sans réellement visiter l'île. C'est pour cette raison qu'elle estime que les membres de la diapsora peuvent jouer un rôle important en faisant vivre les petits hôtels et en participant à des activités touristiques culturelles.

Leur bi culturalité devient alors un atout. Les diasporés européens adoptent des habitudes de consommation touristiques propre au continent et souhaitent parcourir les moindre recoins en adoptant une démarche de redécouverte culturelle. Les diapsorés des États-Unis

⁷¹ <http://foundationforpuertorico.org/tag/diaspora/>

auront quant à eux une plus grande propension à la consommation, mêlant ainsi le local aux grandes chaînes d'offre touristique.

C'est dans ce contexte que la Compañia de Turismo souhaite développer ce segment et est actuellement en train d'entreprendre et mettre en place une stratégie marketing afin de les intégrer dans leur cible. Le processus décisionnel est en cours et la marche à suivre se définira durant les réunions annuelles en septembre 2017.

2.2.3 Un flou stratégique ?

Il est toutefois possible de remarquer un certain déséquilibre quant aux différentes stratégies adoptées par les acteurs du développement touristique. En effet, chaque groupe d'acteur entend gérer la destination de manière différente. Lors de mon entretien avec Clarissa Jiménez, la présidente de Puerto Rico Hotel and Tourism Association, cette dernière m'expliquait l'importance de mettre en place un DMO (Destination Marketing Organization), les efforts de gestion de la destination par l'état ne permettant pas d'atteindre la stabilité. D'un autre côté, la Compañia de Turismo de Puerto Rico, l'entité gouvernementale, continue de mettre en place des stratégies de développement, notamment en se focalisant sur les grands investisseurs. Puis, il y a les actions menées par Foundation for Puerto Rico autour de l'économie du visiteur basé sur un système collaboratif.

Comme me l'expliquait Mili Landrón de conPRmetidos (FPR), leur objectif est également de montrer qu'il y a plusieurs formes d'investissement possible : « tout le monde pense que Porto Rico est destiné aux investisseurs multimillionnaires... Mais non ! ». Force est de constater que, bien que ces organismes puissent être complémentaires, la stratégie de promotion et communication adopté par le gouvernement, qui a la plus grande visibilité, ne rends pas compte des autres alternatives disponibles afin de développer l'économie en incorporant la sphère touristique.

Cela est d'autant plus vrai lorsque le gouvernement exprime son souhait de voir la diaspora revenir⁷² mais met difficilement en avant les initiatives diasporiques disponibles sur l'île.

⁷² Discours public à Orlando du secrétaire du Département de Développement Economique et Commercial de Porto Rico <https://laprensafl.com/2014/05/21/piden-a-puertorriquenos-regresar-a-invertir-en-la-isla/>

CONCLUSION

La notion de diaspora est l'un des symboles des temps modernes, en s'intégrant de diverses manières dans le processus de mondialisation permettant par la même occasion de mettre en lumière les problématiques liés au flux diasporiques. Le tourisme est au cœur de cette situation et cela est d'autant plus vrai dans le cas de Porto Rico. En effet la communauté diasporique est plus importante que le nombre d'habitants au niveau insulaire, créant ainsi un taux d'allers-retours ayant un impact direct sur la consommation de biens et services touristiques. D'un autre côté, le secteur du tourisme est l'un des plus fructueux pour Porto Rico et le pays est en plein développement stratégique, impliquant dans une moindre mesure la diaspora, dans le but d'intensifier ses répercussions économiques. Le rôle de la diaspora apparaît donc en amont et en aval du développement de l'activité touristique, en apparaissant en tant qu'acteur du changement et touriste à la fois.

La puissance des liens diasporiques est par conséquent indéniable. Porto Rico, compte tenu de son histoire coloniale et de son présent politique ambigu, a permis la création de liens forts et d'un sentiment d'appartenance favorisant le tourisme en « Visiting Friends and family ». Leur statut de diasporé contribue à l'adoption de pratiques touristiques non conventionnelles qui encourage la consommation du « local » et la réappropriation d'espaces territoriaux généralement laissés pour compte d'un point de vue touristique.

Ces pratiques s'expliquent par un lien transnational fort agissant comme levier de développement. L'interdépendance sociale et territoriale entre Porto Rico et sa diaspora, notamment celle des États-Unis, engendre des externalités positives. Avec leur condition d'acculturé, les membres diasporiques développent une biculturalité qu'ils expriment dans leur pays d'accueil à travers la « puertorriqueñidad »⁷³ et qui joue un rôle implicite de promotion de la destination. Cette condition de diasporé transnational engendre également une envie de redécouverte et la volonté d'une transmission culturelle transgénérationnelle qui favorise la consommation de biens et services touristiques de la part des diaspores mais

⁷³ Porto ricanité*. Expression utilisée permettant de regrouper tous les aspects culturels relatifs aux porto ricain et la manière d'exprimer cette culture.

également de leurs proches sur place, poussés par un sentiment de regroupement familial éphémère.

Ce contexte social favorable à un développement touristique est néanmoins nuancé par une intervention encore timide des pouvoirs publics. La diaspora commence à peine à être considérée comme une cible rentable et les stratégies mis en place quant à la gestion de la destination par les différents acteurs porto ricains diffèrent et complique l'instauration d'une politique efficace. Alors que la stratégie gouvernementale visant à attirer l'investissement exclue implicitement les membres diasporiques, d'autres organismes misent davantage sur un système collaboratif, plaçant la diaspora au centre du réseau.

Le tourisme est un secteur clé dans la réhabilitation économique de Porto Rico et le gouvernement et les associations travaillant sur le sujet commencent à prendre conscience du pouvoir de la diaspora, et notamment des bienfaits de leur retour sur l'île, en voie de dépopulation. Les liens philanthropiques permettent le retour discret d'une diaspora qui souhaite voir son pays d'origine se développer, entraînant une réduction de l'exode vers l'étranger et une diminution relative du phénomène de « va et vient », car au final, le porto ricain n'émigre pas par envie mais par contrainte. L'un des prochains et plus importants défis pour Porto Rico se trouve donc dans la coordination et l'institutionnalisation du cadre diasporique, intégrant de manière homogène les différents acteurs du tourisme à Porto Rico.

BIBLIOGRAPHIE

- Sheffer, G (1987). *Modern Diasporas in International Politics*. Croom Helm.
- Définition du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales
- Tölölyan, K. (1996). " *Rethinking Diaspora(s): Stateless Power in the Transnational Moment*" *Diaspora: A Journal of Transnational Studies* pp. 13-15
- Wang Gung-Wu (1997). *Global History and Migrations*. P.16
- Robin Cohen (1997). *Global Diasporas: an introduction*. UCL Press & Seattle: University of Washington Press, p.178
- MEUNIER, Jacques (1999) *On dirait des îles*, Paris : Flammarion. 227 p.28
- Backer, E. (2007). VFR Travel- An examination of the expenditures of VFR Travellers and their hosts. *Current issues in Tourism*. P 336-377
- P. Genestier, « Sous les pavés les racines ? », *Espaces Temps*, n° 42, 1989, p. 54.
- S.gesir, E.Mescoli. Maintaining national culture abroad Countries of origin, culture and diaspora. INTERACT Research Report 2015/10
- T.Cole, D.Timothy (2004). *Tourism, Diaspora and Spaces*. p.300 - 382
- T.H.Nguyen (1999). *Migrants and their overseas Travels*. p 18
- A.Smart, J-Y.HSU. China as a rising world power. *The Chinese Diaspora, Foreign Investment and Economic Development in China*. p.558
- H.Séraphin, B.Paul. (2015) *La diaspora : Un levier pour le développement touristique en Haïti*. p.8
- C. Omar Kebbeh. *La Gambie: Migration dans la « Côte Souriante » de l’Afrique*. Migration Policy Institute. August 15, 2013.
- International Organization for Migration. *Developing a road map for engaging diasporas in development*. 2012

- C. Santiago. An Environmental Scan of Social Science, Public Policy, and Legal Associations in the United States, OMG-New Connections, Robert Wood Johnson Foundation. 2011.
- Krogstad. J (2015). *Puerto Ricans leaves in record numbers for mainland U.S.* Pew Reserch.
- R.Bourne. Transnational America. *Atlantic Monthly*, 118 (1916), 86–97.
- J.Duany.(2002). Nueva Sociedad 178. Nación, migración, identidad. Sobre el transnacionalismo a propósito de Puerto Rico. P.57-69.
- J.Duany. «'Irse pa' fuera': los modos de vida móviles de los migrantes circulares entre Puerto Rico y los Estados Unidos» en Temas: cultura, ideología, sociedad, La Habana, 2001a
- Anthony Goreau-Ponceaud, « Pratiques touristiques de et en diaspora », Mondes du Tourisme | 2010
- P.Gilroy. (1993) *The Black Atlantic: Modernity and Double Consciousness*, London. p. 87
- *The Authority on World Travel and Tourism* Travel and Tourism: Economic Impact 2015- Puerto Rico
- Dávila, Arlene (2004). *Barrio Dreams: Puerto Ricans, Latinos, and the Neoliberal City*
- Cayo-Sexton, Patricia. 1965. *Spanish Harlem: An Anatomy of Poverty*. New York: Harper and Row
- P. Bourgois. *In Search of Respect: Selling Crack in El Barrio*. New York: Cambridge University Press. 2003
- G.Cortes (2011). *La fabrique de la famille transnationale. Approche diachronique des espaces migratoires et de la dispersion des familles rurales boliviennes.* *Presses de Sciences Po.*
- D. Meintel. (1998). « Race, Culture and National Identity », *REVIEWS IN ANTHROPOLOGY* 26: 221-234

- A.Ramos-Zayas Y.Ulla Berg). Racializing Affect: A Theoretical Proposition. *Current Anthropology*. Featured/Anchor Article for the Journal Issue, Volume 56, no. 5, October, 2015, pp.654-677.
- M. Joffre. Jesse Martinez. L'origine de la crise fiscale de Porto Rico. *Mercatus Research*. P.35
- E. Rodriguez Montemayor (2012). *Diaspora Direct Investment. Policy options for Development*.
- Alain Rallet et André Torre (Eds.), 2007, *Quelles proximités pour innover ?*, L'Harmattan, Paris, Collection « Géographies en liberté », p. 221
- - A. Dixon. P.Virani. (2015) *How economic incentives can stimulate Diaspora Philantropy* . The World Bank.

WEBOGRAPHIE

- Site internet du Recensement du Census Bureau United States - <https://www.census.gov/quickfacts/PR>
- Site internet du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales : <http://www.cnrtl.fr/>
- Site internet de Instituto de estadísticas de Puerto Rico : <http://www.estadisticas.gobierno.pr/iepr/Estadisticas/InventariodeEstadisticas.aspx>
- Site internet de Government Development Bank of Puerto Rico : <http://www.gdb-pur.com/>
- Site internet de la Compañía de Turismo de Puerto Rico : <https://www.prtourism.com/>
- Site internet du World Travel and Tourism Council : <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/puertorico2017.pdf>
- Site internet du Census Federal Credit Union : <http://www.censusfcu.com>
- Site internet de Harlem Trends : <http://harlemtrends.com/2011>
- Site internet de Jamaica Tourist Board : <http://www.jtbonline.org/report-and-statistics/>
- Site internet de conPRmetidos : <http://www.conprmetidos.org/>
- Site internet de Foundation For Puerto Rico : <http://foundationforpuertorico.org/>
- Site internet de Puerto Rico Global : <http://puertoricoglobal.org/>
- Site internet Diario Libre : <https://www.diariolibre.com/economia/gobierno-se-traza-meta-de-superar-las-80-000-habitaciones-hoteleras-en-2017-XK6873055>

- Site internet de Finance Senate- Finance Senate –Tourism and Hotel Association of Puerto Rico. Tourism : A driver for economic growth :
[https://www.finance.senate.gov/imo/media/doc/Puerto%20Rico%20Hotel%20&%20Tourism%20Association%20\(Submission%202\).pdf](https://www.finance.senate.gov/imo/media/doc/Puerto%20Rico%20Hotel%20&%20Tourism%20Association%20(Submission%202).pdf)

- Site internet de CNBC - Interview Steve Tananbaum – Investing opportunities in Puerto Rico – 05/2017: <https://www.cnbc.com/video/2017/05/24/investing-opportunities-in-puerto-rico.html>

- Site internet de LaDocumentation Française - Définition de ladocumentation française :
<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/104000556/index.shtml>

SOMMAIRE DES ANNEXES

- **ANNEXE 1** : Occupation hôtelière à Porto Rico
- **ANNEXE 2** : Carte reliefs montagneux de Porto Rico
- **ANNEXE 3** : Carte réseau routier Porto de Rico
- **ANNEXE 4** : Promotion "Investir à Porto Rico "
- **ANNEXE 5** : Loi 74 – Développement touristique

ANNEXE 1 : Occupation hôtelière à Porto Rico



GOVERNMENT OF PUERTO RICO
Puerto Rico Tourism Company

HOTEL OCCUPANCY AND AVERAGE RATES

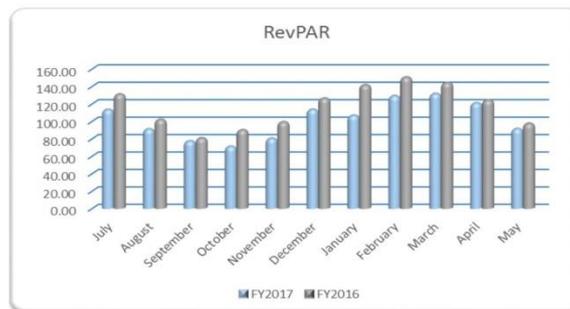
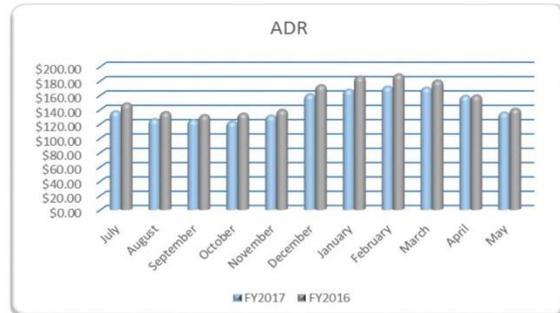
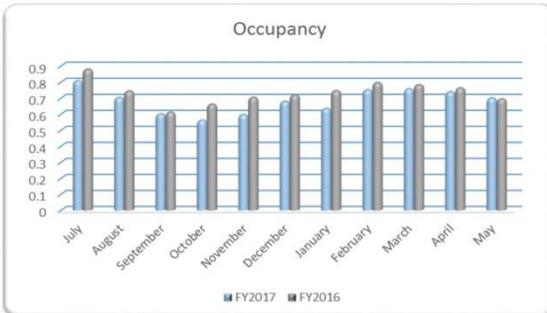
Flash estimates from the Daily Survey

May	FY2017				FY2016				Δ	% Δ	RevPAR	
	RNR	RNA	%OCC	ADR	RNR	RNA	%OCC	ADR			FY2017	FY2016
Metro	130,068	171,626	75.8%	\$143.18	137,275	183,344	74.9%	\$152.03	0.9%	-5.8%	108.51	113.83
Non Metro	58,172	107,404	54.2%	\$125.37	60,307	101,797	59.2%	\$124.66	-5.1%	0.6%	67.90	73.85
Total	188,240	279,030	67.5%	\$135.95	197,582	285,141	69.3%	\$141.25	-1.8%	-3.8%	91.71	97.88

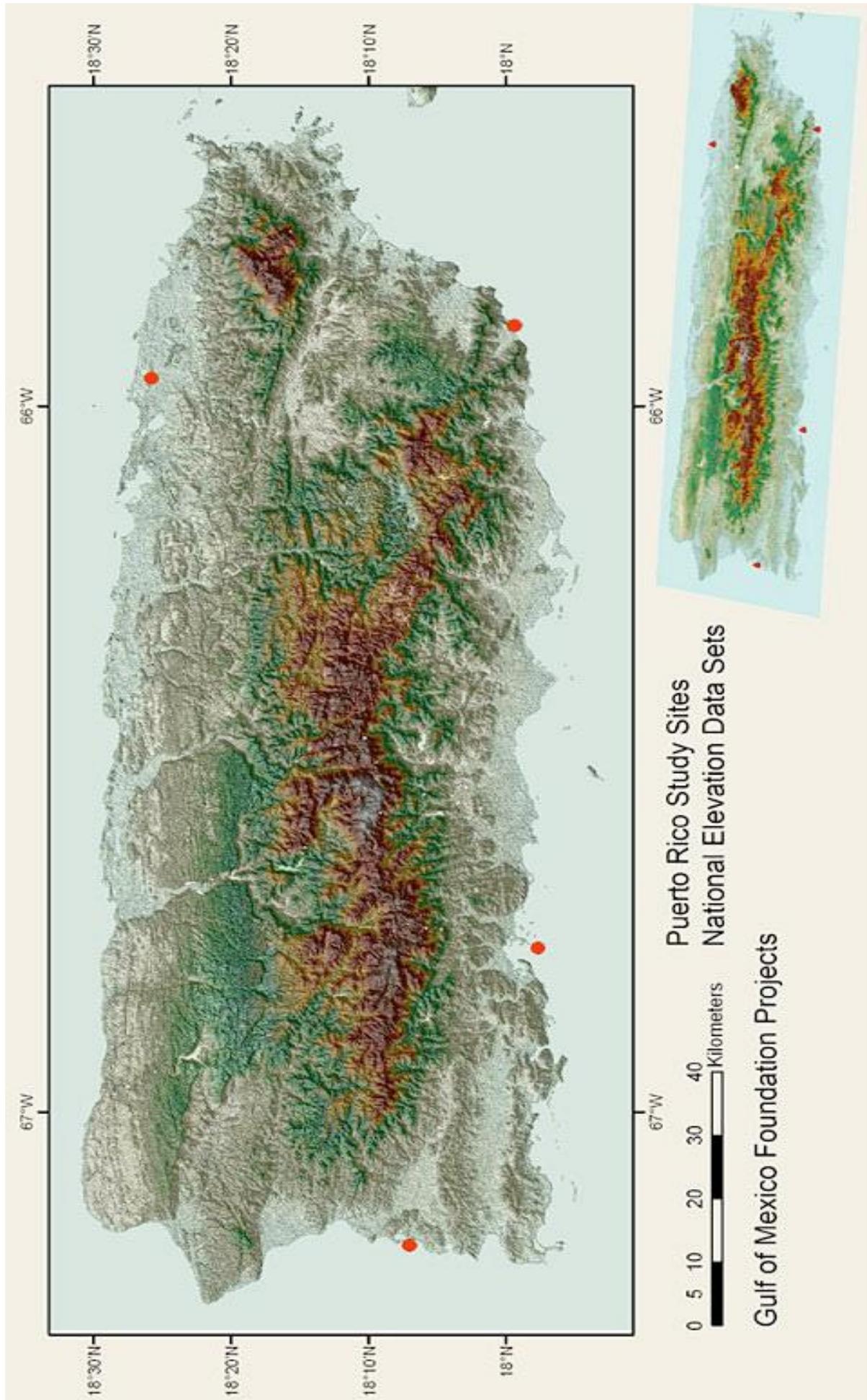
Month	OCC		ADR		Δ	% Δ	RevPAR	
	FY2017r	FY2016r	FY2017	FY2016			FY2017	FY2016
July	82.7%	88.3%	\$137.60	\$148.70	-5.6%	-7.5%	113.75	131.34
August	72.1%	75.0%	\$126.72	\$136.54	-2.8%	-7.2%	91.41	102.37
September	61.9%	61.2%	\$125.59	\$132.40	0.7%	-5.1%	77.73	81.07
October	58.0%	67.2%	\$123.20	\$134.57	-9.1%	-8.4%	71.49	90.39
November	61.4%	71.3%	\$131.61	\$139.76	-9.9%	-5.8%	80.75	99.58
December	70.6%	72.7%	\$161.43	\$174.07	-2.2%	-7.3%	113.90	126.63
January	65.0%	76.3%	\$164.77	\$186.05	-11.3%	-11.4%	107.10	141.96
February	75.2%	79.7%	\$172.19	\$189.27	-4.5%	-9.0%	129.49	150.85
March	77.6%	80.0%	\$170.13	\$180.70	-2.4%	-5.8%	131.98	144.54
April	76.1%	78.0%	\$159.25	\$159.86	-1.8%	-0.4%	121.22	124.64
May	67.5%	69.3%	\$135.95	\$141.25	-1.8%	-3.8%	91.77	97.89
Total	69.8%	74.4%	\$146.22	\$156.65	-4.6%	-6.7%	102.10	116.62

*r - revised figures

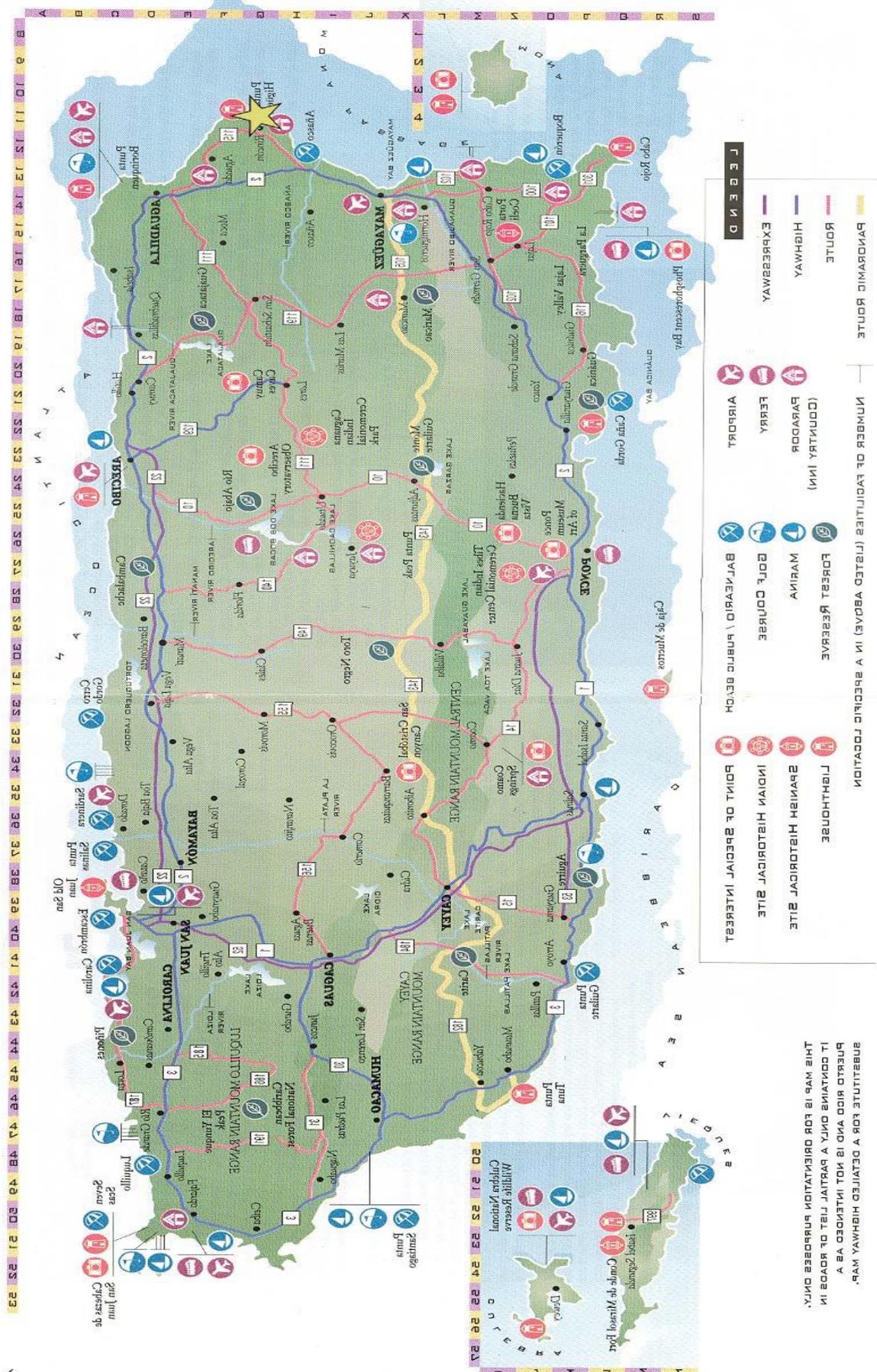
Note: The Daily Survey of the Puerto Rico Tourism Company gathers data every business day from a non-probabilistic sample of hotels in the Company's Monthly Survey. For more information on the Monthly Survey, see the PRTC Monthly Statistics Report. The sample of the Daily Survey includes 33 of the largest hotels endorsed by the Puerto Rico Tourism Company, which represent about 63 percent of hotel rooms. The Daily Survey allows the Company to monitor business conditions in hotels on a more timely and frequent basis, for instance including the ability to measure conditions during holiday weekends. The data presented in this report is published to provide more timely estimates of hotel business conditions than can be provided by the PRTC Monthly Statistics Report. To do so, it is presented in a monthly frequency. However, the data are not comparable to the results of the PRTC Monthly Statistics Report: historically, hotel occupancy and average rate estimates from the Daily Survey are higher than the corresponding estimates from the Monthly Survey.



ANNEXE 2 : Carte reliefs montagneux de Porto Rico



ANNEXE 3 : Carte réseau routier Porto de Rico



SUBSTITUTE FOR A DETAILED HIGHWAY MAP.
 PUERTO RICO IS NOT INTENDED AS A
 IT CONTAINS ONLY A PARTIAL LIST OF ROADS IN
 THIS MAP IS FOR ORIENTATION PURPOSES ONLY.

Ambiente Pro-Negocios



Puerto Rico ofrece los beneficios de operación dentro de la jurisdicción de los EEUU a la vez que provee los beneficios de una estructura de impuestos foránea.

4%

Impuesto a la Renta

Industrias estratégicas dedicadas a la manufactura y servicios al igual que las que exportan servicios disfrutan de una tasa preferencial de impuestos entre un 0% y 1%.

Estilo de Vida Superior



Más de 23 campos de golf diseñados por arquitectos legendarios como Robert Trent Jones, Greg Norman y Tom Kite.



28°C (82°F)

Temperatura anual promedio.

Calidad de Vida
y Experiencia del Visitante



Entre 35
TOP U.S. cities

La calidad de vida y experiencia del visitante en San Juan posicionan a la ciudad capital como la tercera de las 35 "Top Cities" de la revista Travel & Leisure, una clasificación sobre las ciudades de Miami, Nueva York, Los Ángeles, San Diego y Honolulu.

Sólido Ecosistema de Negocios



- 1.- El dólar estadounidense es la moneda oficial.
- 2.- No se requiere pasaporte para ciudadanos estadounidenses.
- 3.-Español e inglés son los idiomas oficiales.



Presencia de banca internacional.

Sofisticadas capacidades logísticas y compañías de mensajería y carga internacionales incluyendo UPS, FedEx, Crowley y Horizon.



Infraestructura de Clase Mundial



El centro de convenciones tecnológicamente más avanzado del Caribe y América Latina.

El aeropuerto de mayor tráfico en el Caribe y modernas instalaciones portuarias, incluyendo el OCTAVO PUERTO DE MAYOR TRÁFICO en los Estados Unidos.



Servicio de banda ancha a través de la Isla conexión de fibra óptica submarina y un robusto sistema de satélites.

ANNEXE 5 : Loi 74 – Développement touristique



ACT 74 PUERTO RICO TOURISM DEVELOPMENT ACT

On July 10, 2010, Puerto Rico enacted Act No. 74 of 2010, as amended, known as the “Tourism Development Act” (the “Act”), to provide incentives that will allow for substantial growth of Puerto Rico’s tourism industry and all infrastructure related thereto. The Act provides tax exemptions and tax credits to businesses engaged in eligible activities in Puerto Rico. To avail from such benefits, a business needs to become an exempt business by applying for a tax concession and obtaining a tax exemption decree.

Eligibility

Eligible activities that may qualify for the benefits under the Act include the following:

- Ownership, operation and/or hotel administration, timeshares or vacation club programs, condo hotels, guest-houses, theme parks, golf courses, marinas for tourism purposes, port facilities, agro hospices, agro tourism, medical tourism, nautical tourism and other facilities that are a source of active, passive or recreational entertainment and that are a stimulus to internal or external tourism;
- Ownership of a lease made to a business with a decree under the Act or predecessor tourism incentive laws. This includes the leasing of real property and whatever improvements have been made to the property, such as machinery and equipment, furniture and fixtures. Financing leases are not eligible activities;
- Development and administration of natural resources such as caverns, forests, canyons, natural reserves and lakes; and
- The purchase of existing hotels or other eligible activities, if a substantial renovation or expansion to the existing business is made. If the substantial renovation or expansion costs exceed the purchase price, the acquiring investors would also qualify for the tax credit described further below.

Tax Exemptions

- Up to 90% tax exemption on income tax (100% tax exemption if business is located in Vieques or Culebra). The taxable portion of the income will be taxed at the income tax rates effective at the date of the Act’s approval, which in the case of corporations is up to 39%; therefore, after considering the 90% exemption, the effective tax rate would be 3.9%;
- 100% tax exemption on alternative minimum taxes and additional income taxes on undistributed income;

- 90% tax exemption from personal property taxes. The taxable portion will be subject to the regular tax rate, that currently can be up to 8.83%; therefore, after considering the 90% exemption, the effective tax rate would be up to 0.883%;
- 90% tax exemption from real property taxes. The taxable portion will be subject to the regular tax rate, that currently can be up to 10.83%; therefore, after considering the 90% exemption, the effective tax rate would be up to 1.083%;
- Up to 90% tax exemption on municipal licenses and other municipal taxes (100% in the case of new business). Any taxable portion will be subject to the regular tax rate, that currently can be up to 0.5%; therefore, after considering the 90% exemption, the effective tax rate would be up to 0.05%;
- Up to 100% tax exemption on excise tax on imported goods;
- Up to 100% tax exemption on sales and use tax; and
- Up to 100% tax exemption on municipal construction excise tax.

[Under Regulation ____, businesses of all types operating in Vieques or Culebra will qualify for a 50% tax exemption on their net income generated from their operations and other tax exemptions as follows: ____]

Tax Credits

Under the Act, any person who acquires an equity interest or contributes land to an entity that develops an exempt tourism business will be entitled to an investment tax credit equal to 50% of the cash paid for such equity investment or 10% tax credit on total project cost, whichever is lowest. The tax credit is to be taken in two installments. Half of the credit during the first year of the investment, while the remaining tax credit may be used in the second year. Any unused tax credits may be carried forward. The tax credits may also be assigned, transferred or sold. Puerto Rico has a healthy secondary market for the immediate sale of such credits. Many developers choose to inject such credits into the project, reducing the amount of equity required.

Tax Exemption Decree

To benefit from the Act, the eligible business needs to submit an application with the Puerto Rico Tourism Company to obtain a tax exemption decree which will provide full detail of tax rates and conditions mandated by the Act. This decree will be considered a contract between the Government of Puerto Rico and the eligible business. Once the eligible business obtains



the tax exemption decree, the benefits granted will be secured during the term of the decree, irrespective of any changes in the applicable Puerto Rico tax laws.

Under the Act, an eligible business can qualify for a 10-year exemption that can be extended for an additional 10-year term. Moreover, the exempt business can benefit from a “flexible exemption” for income taxes – that is, the exempt business can decide whether its income will be covered by the exemption on a particular taxable year. If it chooses not to be covered by the exemption on a particular year, the exempt business may extend for one additional year its exemption period.

The date of commencement of the exemptions is fixed pursuant to the Act. However, to provide the exempt business more flexibility, the effective dates can be postponed for up to 3 years.

Puerto Rico Income Taxes

An exempt business operating in Puerto Rico under the Act by means of a Puerto Rico entity should not be subject to any taxes (such as a tollgate tax or other similar taxes) on its income from its eligible activities in Puerto Rico, other than the Puerto Rico income tax rate established in the tax decree and taxes imposed on dividends to the exempt business’ shareholders, that currently would be at an effective tax rate of 1%. Upon repatriation, the distributed income would be subject to the tax imposed by the jurisdiction in which the owners of the Puerto Rico entity reside, if any.

Other Tourism Incentives Acts

Tourism businesses may elect to benefit from other tourism incentives acts, such as the incentives provided by Act No. 118 of 2010, also known as the “Municipal Economic Development and Tourism Incentives Act” (“Act 118”). Act 118 provides incentives to projects developed in municipalities that are economically distressed, showing a decrease in municipal business taxes and in other municipalities.

Act 118 establishes a Selection Committee, comprised by the Secretary of Economic Development and Commerce, the Secretary of the Treasury, the Executive Director of the Tourism Company, the Municipal Affairs Commissioner and a public interest representative named by the Governor of Puerto Rico, with the consent of the Senate of Puerto Rico. This Selection Committee selects the projects eligible for the benefits under Act 118. These projects must have at least three basic components:

- A world-class hotel that holds at least a four (4) star rating;
- Varied commercial and recreational establishments; and
- Other entertainment facilities typical of a 4-star hotel, including a casino, as such facilities are defined in Act No. 221 of 1948, known as the “The Games of Chance Act”.

The preferred income tax rate available to the tourism business on its tourism gaming net revenue will depend on the concessionaire’s total investment of private capital, as provided below:

- Investments of \$500,000,000 or more shall be granted a fixed, 25% tax rate;
- Investments of \$750,000,000 or more shall be granted a fixed, 15% tax rate;

- Investments of \$1,000,000,000 or more shall be granted a fixed, 10% tax rate; and
- Investments of \$1,250,000,000 or more shall be granted a fixed, 8% tax rate.

Once a project is selected for benefits, the Selection Committee will issue a tax decree providing full detail of tax rates and conditions mandated Act 118. This tax decree will be considered a contract between the Government of Puerto Rico and the developer, and will ensure the developer’s incentives for the term of the decree, irrespective of any changes in the applicable Puerto Rico tax laws. Any decree granted by the Selection Committee must be received within the first five years after the approval of the Act, which is the limit established for submitting proposals. The tax decree shall initially remain in effect for a period of 30 years, and developers would have a 10-year period to fulfill the investment and job creation commitments made. Any violation of the terms of the Act or the decree may result in the increase of the special tax rate imposed, up to 70%. Should the concessionaire undertake a substantial renovation or expansion of the project, the decree, at the discretion of the Selection Committee, may be renewed at any time during its life for two additional 10-year terms.

Act 118 also designates the area composed by El Yunque National Rain Forest, Vieques and Culebra as “The Green Triangle” to promote ecotourism and economic development in the area. Act 118 establishes a special fund to be funded from operations incentivized by Act 118, and which will provide funds for development of the infrastructure necessary to promote tourism in the Green Triangle. Specifically, Act 118 provides that ¼ of the funds are to be used in Vieques and ¼ of the funds are to be used in Culebra. These funds will be distributed by the Selection Committee.

.....
For more information on the various incentives provided under the Puerto Rico laws, please visit

WWW.BUSINESSINPUERTORICO.com

and access our incentives alerts on the following topics:

- **Tourism Development Act;**
- **Municipal Economic Development and Tourism Incentives Act;**
- **Cruise Industry Incentives Act;**
- **Film Industry Incentives Act;**
- **Green Energy Incentives Act;**
- **Economic Incentives for the Development of Puerto Rico Act;**
- **Incentives for Rum Producers in Puerto Rico;**
- **Export Services Incentives Act;**
- **Individual Investors Act;**
- **Tax Exemptions for Scientists;**
- **Incentives for business activity performed in Vieques and Culebra; and**
- **Puerto Rico Housing Incentives.**



SOMMAIRE DES ENTRETIENS

NOM ET PRENOM	FONCTION	MODALITE	DATE ET LIEU
Marimar LIDIN	Responsable des ventes Europe pour la Compañia de Turismo de Puerto Rico	Par téléphone	25/07/17 Paris / Madrid
Clarisa JIMENEZ	Présidente de Puerto Rico Tourism and Hotel Association	Par téléphone	25/07/17 Paris / San Juan PR
Mili LANDRON	Progam Manager à conPRmetidos	Par téléphone	10/08/17 Paris /San Juan PR

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION.....	3
PREMIÈRE PARTIE : La notion de tourisme à travers la diaspora porto ricaine	
Introduction de la première partie	6
CHAPITRE I : Les fondements du tourisme de diaspora.....	8
1.1 Identités et diasporas.....	8
1.1.1 L'évolution sémantique du terme.....	8
1.1.2 La structure de la diaspora.....	9
1.1.3 Les différents types de tourisms diasporiques.....	10
1.2 Ni résident, ni touriste ?.....	12
1.2.1 Une quête identitaire.....	12
1.2.2 Le rapport au pays d'accueil.....	13
1.2.3 Les tendances de consommations	14
1.3 Des stratégies publiques aux actions entrepreneuriales.....	15
1.3.1 La diaspora en tant qu'investisseur.....	15
1.3.2 Le rôle de l'action publique.....	16
CHAPITRE 2 : Le cas portoricain.....	18
2.1 Les spécificités du cas porto ricain.....	18
2.1.1 Contexte historique.....	18
2.1.2 Conflit identitaire : Porto Ricain ou états-unien ?.....	19
2.1.3 Un peuple en mouvement.....	21
2.2 Le phénomène de diasporisation de Porto Rico.....	22
2.2.1 Peut-on parler de transnationalisme ?.....	22
2.2.2 Un réseau qui s'étend : Quelles perspectives ?.....	25
2.3 L'industrie du tourisme à Porto Rico.....	26

2.3.1 L'État des lieux.....	26
2.3.2 La stratégie adoptée.....	28

DEUXIÈME PARTIE : Le tourisme diasporique à Porto Rico : La transnationalité au cœur du développement touristique

Introduction de la deuxième partie.....	31
CHAPITRE 1 : Le panorama des touristes issus de la diaspora porto ricaine.....	32
1.1 Qui sont-ils ?.....	32
1.1.1 Les États-Unis : La terre de la diaspora.....	32
1.1.2 Profil professionnel	34
1.2 Pourquoi voyagent-ils ?.....	36
1.2.1 « Visiting Friends and Relatives »	36
1.2.2 Évènements familiaux : La famille transnationale.....	38
1.3 Perception diasporique.....	39
1.3.1 Sentiment d'appartenance.....	39
1.3.2 Auto-perception	39
CHAPITRE 2 : La diaspora porto ricaine en tant que consommatrice et porteuse d'image.....	41
2.1 Une consommation locale.....	41
2.1.1 L'effet du « retour aux sources ».....	41
2.1.2 Intensification des pratiques touristiques.....	43
2.2 Revalorisation et dynamiques territoriales	44
2.2.1 Une mise en valeur du centre du pays.....	44
2.2.2 Participation aux évènements locaux.....	45
2.3 Les effets collatéraux en faveur tourisme porto ricain.....	46
2.3.1 La promotion implicite de la destination par la diaspora.....	46
2.3.2 Être porto ricain et touriste : La présence de la diaspora comme élément déclencheur d'un tourisme interne	50

TROISIÈME PARTIE : La diaspora portoricaine en tant qu’instigatrice du développement touristique : Une réalité ?

Introduction de la troisième partie.....	53
CHAPITRE 1 : La diaspora en tant qu’investisseurs.....	54
1.1 Les investissements dans le secteur touristique à Porto Rico – Vision globale.....	54
1.1.1 La place de l’investissement dans la stratégie de développement de Porto Rico.....	54
1.1.2 Attirer les investisseurs étrangers.....	55
1.1.3 L’hôtellerie : Un secteur qui attire.....	57
1.2 Une implication encore fragile de la diaspora.....	58
1.2.1 Une stratégie gouvernementale peu adaptée ?.....	58
1.2.2 Une méfiance envers l’économie porto ricaine.....	60
1.3 État des lieux du cadre législatif et financier.....	61
1.3.1 Actions gouvernementales.....	61
1.3.2 Investissement direct à l’étranger, avantages fiscaux et diaspora.....	65
CHAPITRE 2 : La diaspora a-t-elle une influence sur les stratégies adoptées par les professionnels du tourisme ?.....	67
2.1 Le secteur privé – Les entreprises du tourisme à Porto Rico.....	67
2.1.1 Caractéristiques des acteurs du marché.....	67
2.1.2 La perception du diasporé.....	68
2.1.3 Attirer la diaspora : Quelles stratégies ?.....	70
2.2 Secteur public et organismes	72
2.2.1 Un réseau philanthropique.....	72
2.2.2 Une prise de conscience émergente	75
2.2.3 Un flou stratégique.....	76
CONCLUSION.....	78
BIBLIOGRAPHIE.....	80
WEBOGRAPHIE.....	83

ANNEXES.....	85
SOMMAIRE ENTRETIENS.....	93
TABLE DES MATIERES.....	94
ABSTRACT.....	98

ABSTRACT

La diaspora porto ricaine se dessine et se construit à travers une forte revendication culturelle. Cette expression identitaire se traduit par des allers-retours entre le pays d'accueil et le pays d'origine, favorisant la création de liens transnationaux. Le tourisme s'intègre alors dans une dynamique socio-économique qui permet de s'interroger quant au rôle de la communauté diasporique dans le développement de l'activité touristique porto ricaine, industrie motrice du pays. Dans ce but, je me suis appuyé sur une enquête quantitative adressée aux membres de la diaspora et aux entreprises du tourisme à Porto Rico ainsi que sur des entretiens qualitatifs dirigés vers les acteurs publics jouant un rôle dans le développement touristique. Force est de constater que le diapsoré, lorsqu'il est en voyage dans l'espace diasporique, adopte des habitudes de consommation touristique tout en s'intégrant dans le paysage local engendrant des impacts bénéfiques au niveau économique et territorial. Cependant le fort sentiment d'appartenance mis en exergue dans cette étude révèle une dissonance quant à la faible implication de la diaspora en tant qu'investisseur, expliquée par une prise de conscience récente et des actions encore timides de la part de la sphère entrepreneurial et des pouvoirs publics.

Mots- clés : Diaspora, Porto Rico, Tourisme, Développement, Transnationalisme

The Puerto Rican diaspora is taking shape through a strong cultural demand. This identity expression is reflected by return trips between the home country and the host country, which stimulate the creation of transnational bonding. Tourism enter then in a socio-economic dynamic that makes us wonder about the role of the diasporic community in the Puerto Rican tourism activity development, which is one of the most important in the country. To this end, I based my research on a quantitative survey intended for the diasporic members and the tourism companies in Puerto Rico, as well as qualitative interviews intended for public actors having an impact in the tourism development. We have to admit that, the diasporic individual, when he is travelling within the diasporic space, is tempted to

adopt touristic consumption habits while fitting into the local community, leading to valuable economical and territorial impacts. However, the strong sense of belonging highlighted in this study shows up a mismatch regarding to the low level of involvement of the diaspora as an investor, which can be explain by a recent understanding and a small contribution from the entrepreneurial sphere and the public authorities.

Key words: Diaspora, Puerto Rico, Tourism, Development, Transnationalism