



CONCEPT DU PROJET

**SYMPOSIUM REGIONAL SUR LE TOURISME DE CROISIERE ET LE
RENFORCEMENT DES ENTREPRISES DANS LA GRANDE CARAÏBE :
OPPORTUNITES POUR LES FEMMES**

Association des Etats de la Caraïbe (AEC)

**XXVII Réunion du Comité Spécial pour le Développement du Commerce
et des Relations Economiques Extérieures**

Port d'Espagne, Trinité et Tobago, le 11 et 12 juillet, 2012

ASSOCIATION DES ÉTATS DE LA CARAÏBE (AEC)

XXIII^e RÉUNION DU COMITÉ SPÉCIAL SUR LE TOURISME DURABLE ET I^e RÉUNION PRÉPARATOIRE DE LA III^e RÉUNION DES MINISTRES DU TOURISME DE LA GRANDE CARAÏBE (RMT-3)

Managua, Nicaragua, les 28 et 29 juin 2012

CONCEPT DU PROJET

SYMPOSIUM REGIONAL SUR LE TOURISME DE CROISIERE ET LE RENFORCEMENT DES ENTREPRISES DANS LA GRANDE CARAÏBE : OPPORTUNITES POUR LES FEMMES

1. INTRODUCTION

Dans la région de la Grande Caraïbe, le tourisme est en passe de devenir rapidement l'industrie la plus importante, propulsée par le déclin progressif d'autres secteurs comme l'agriculture et la fabrication. Dans plusieurs États membres et membres associés de l'Association des États de la Caraïbe (AEC), on mise sur le tourisme non seulement pour sa contribution au développement économique, mais aussi parce que les pays ont pris connaissance du potentiel dont dispose l'industrie pour répondre aux objectifs stratégiques liés au développement communautaire, à l'esprit d'entreprise, à l'inclusion sociale, à l'égalité des sexes, à l'autonomisation des jeunes, ainsi que d'autres liens sectoriels.

L'industrie du tourisme présente des perspectives pour la diversification des économies locales et promeut la formation de micro-, petites et moyennes entreprises. Ces entreprises offrent aux chefs d'entreprise pauvres une vie meilleure notamment dans les zones rurales où les autres options de moyens d'existence peuvent être limitées. Par ailleurs, le tourisme emploie traditionnellement un pourcentage plus élevé de femmes et de jeunes que la plupart des autres secteurs en raison de la forte prépondérance d'emplois disponibles pour les personnes non qualifiées ou semi-qualifiées.

Parmi les multiples facettes de l'industrie du tourisme, le tourisme de croisière est un des secteurs les plus dynamiques du transport maritime et du tourisme et représente une industrie viable et croissante pour les pays de la région de la Grande Caraïbe. Les recettes du tourisme de croisière comprennent les dépenses des visiteurs de croisière, les dépenses des membres de l'équipage, honoraires des agents et frais portuaires. Plus important encore, le tourisme de croisière, grâce à l'afflux régulier (presque quotidien) de partisans curieux de la culture, d'amoureux de la nature à la recherche d'aventure et d'amateurs de l'histoire et du patrimoine, a impulsé la croissance et le développement de micro-, petites et moyennes entreprises (MPME), dont la plupart sont des entreprises de services à base de compétences appartenant à et dirigées par des femmes. Ces dernières vont des services de divertissement liés aux formes et expressions artistiques culturelles, la production d'artisanat, la cuisine et les arts culinaires locaux et les compétences traditionnelles comme le tressage de cheveux et les vanneries.

Premier Symposium régional sur le Tourisme de Croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe

La recherche indique que dans la région de la Grande Caraïbe il s'avère nécessaire de renforcer les liens entre le secteur du tourisme et les perspectives qu'il offre pour le commerce et les entreprises. La croissance dans ce domaine reste largement sous-exploitée et s'est déroulée de manière informelle ou au mieux par osmose. Aussi, des interventions ciblées sont nécessaires afin de profiter des opportunités pour les entreprises et des autres bénéfices offerts par le tourisme en général et le tourisme de croisière en particulier pour les communautés rurales et autochtones et autres groupes défavorisés, spécifiquement les femmes au sein de ces communautés.

À cette fin, la Direction du Tourisme durable (DTD) et la Direction du Développement du Commerce et des Relations économiques extérieures (DDCREE) de l'AEC proposent d'organiser un Symposium régional qui réunira les acteurs du secteur du tourisme, l'industrie de croisière, le commerce international, les organisations de développement du commerce et les groupes d'intérêt de femmes pour trois jours de dialogue, de mise en réseau et d'engagement afin d'étudier les questions liées au Tourisme de croisière et au Renforcement des entreprises dans la Grande Caraïbe, notamment l'optimisation des opportunités pour les femmes.

Cette initiative s'insère dans le cadre d'une approche novatrice, impulsée par le marché, qui vise à accroître la compétitivité des femmes chefs d'entreprise au niveau local tout en aussi impliquant les 26 pays de l'AEC, dans le but d'accroître et/ou de renforcer le secteur du tourisme de croisière.

2. HISTORIQUE

2.1 Le tourisme et le tourisme de croisière dans la Grande Caraïbe – État de l'industrie

La contribution of de l'industrie du tourisme aux pays de la région de la Grande Caraïbe est importante et croissante. Un rapport de l'Organisation mondiale du Tourisme des Nations unies (OMT) a indiqué que pour la période 2009 les voyages et le tourisme ont contribué environ 14,8 % du PIB de la région, donnant lieu à environ 2,4 millions d'emplois, ceci en dépit des effets de la récession économique aux États-Unis et des conséquences du 9/11. Par ailleurs, l'OMT prévoit que ces chiffres continueront de s'accroître. Le rapport a suggéré que l'analyse de la contribution des voyages et du tourisme vers la région révèle que la sous-région des Caraïbes, qui compte seulement 1% de la population mondiale, attire régulièrement environ 3% des arrivées de touristes au niveau mondial et des dépenses mondiales du tourisme (OMT, 2009).

Selon l'Organisation mondiale du Tourisme des Nations unies (OMT), le tourisme de croisière génère environ \$18 milliards de dépenses de passagers par an et constitue le secteur de l'industrie des voyages dont la croissance a été la plus rapide au cours des vingt dernières années, avec un taux moyen de croissance annuel des passagers de 7,4%. Le tourisme de croisière a enregistré un rythme de croissance environ deux fois plus élevé que celui du tourisme en général et cette croissance devrait se poursuivre dans l'avenir (OMT, 2010). Selon la *Florida Caribbean Cruise Association (FCCA)*, la Caraïbe est la destination de croisière la plus populaire au niveau mondial représentant

Premier Symposium régional sur le Tourisme de Croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe

41,3% de tous les itinéraires en **2010**, contre 37,02% en 2009, 37,25% en 2008, 41,02% en 2007 et **46,69%** en **2006**. L'industrie de croisière nord-américaine reste le principal marché d'origine, environ 11,1 millions des 15 millions de passagers de croisière en 2010 ayant embarqué dans les ports des États-Unis (FCCA, 2010).

La région de la Grande Caraïbe bénéficie de certaines qualités intrinsèques qui ont contribué considérablement à la croissance et durabilité de l'industrie du tourisme et du tourisme de croisière en particulier. La région est une des plus diverses au niveau mondial en termes de langue, d'ethnicité, de culture et de biodiversité. Les principales langues : l'anglais, l'espagnol, le français et le hollandais sont les plus parlées au monde. En outre, la région est devenue réputée pour sa paix relative et sa stabilité économique et politique. Plus important encore, la région offre un climat tropical et tempéré tout au long de l'année et bénéficie aussi d'une proximité immédiate, et dans la plupart des cas un accès direct, à la plupart des principaux marchés d'origine ; tous ces aspects contribuent à un secteur touristique compétitif et viable.

Toutefois, malgré ces attributs innés, le développement du tourisme dans la région a été confronté à des défis notables. Du point de vue social et économique on peut citer des problèmes liés à la propriété étrangère des entreprises touristiques (d'où le rapatriement des bénéfices) et la concentration et monopolisation de la chaîne de valeur touristique par les grandes sociétés multinationales, se traduisant par des importations élevées et un manque de liens avec d'autres industries, entre autres. Par ailleurs, plusieurs pays font face à des défis internes et externes qui limitent leur part de marché touristique et leur potentiel de croissance. Certains pays sont contraints par le manque de ressources de marketing (notamment pour assister à des événements clés de l'industrie) pour la présentation de la destination et l'accès au marché. D'autres sont relativement nouveaux dans le domaine du tourisme et manquent de compétences et de savoir-faire pour naviguer les voies de l'industrie du tourisme et établir les liens essentiels avec le commerce international des voyages (tour-opérateurs, compagnies aériennes, lignes de croisière, réseaux mondiaux de distribution et agences de voyage, etc.). En outre, l'absence d'une stratégie cohésive de relations publiques, au niveau national et régional, entrave la mise en place de partenariats avec les principaux médias internationaux des voyages, qui s'avère nécessaire afin de projeter et de maintenir une image positive et accueillante des pays et de la région.

Les statistiques ci-dessus relatives aux croisières reflètent la réalité qu'en dépit de son statut de première région pour le tourisme de croisière, la part de marché est en lent déclin. Un rapport de la Commission économique pour l'Amérique latine et la Caraïbe des Nations Unies (CEPALC) a noté que la performance de la région pour l'an 2010 (41,3%) était inférieure au 46,69% enregistré en 2006 et au 56% enregistré 8 à 10 ans auparavant. La CEPALC a attribué cette baisse en partie à une concurrence croissante des régions établies comme la Méditerranée et des destinations émergentes en Asie et ailleurs. Le rapport a aussi constaté que les voyages de croisière vers la région continueront d'être menacés au fur et à mesure que les lignes de croisière étendront leurs services à de nouveaux lieux et établiront de nouveaux itinéraires extrarégionaux. Par conséquent, il s'avère nécessaire d'adopter des stratégies nouvelles et novatrices pour la commercialisation, la stratégie de marque et la diversification des produits afin d'assurer le maintien et la croissance efficaces de la part de marché et de l'importance relative des pays individuels, et par extension de la région, dans le domaine du

Premier Symposium régional sur le Tourisme de Croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe

tourisme. À cet égard, le développement du concept de la « Marque de la Grande Caraïbe » offre l'occasion de consolider les efforts de marketing afin de tirer profit des opportunités pour la promotion et ultérieurement la pénétration du marché.

2.2 Esprit d'entreprise et Développement des MPME dans la Grande Caraïbe

Les Micro-, Petites et Moyennes Entreprises (MPME) sont considérées comme le moteur de la croissance économique et de la création d'emplois à travers le monde. Ces entreprises sont au cœur de l'activité économique dans l'ensemble de la Grande Caraïbe et représentent les piliers centraux pour la réussite de la Caraïbe. Même si aucune décision claire n'a été prise en termes de définition commune de ce que constitue une petite et moyenne entreprise, les MPME restent au cœur de la croissance soutenue à travers la région.

Les MPME de la Caraïbe s'étendent sur plusieurs secteurs et se sont révélées des moteurs majeurs de la croissance économique. Les MPME sont responsables de la plupart des emplois existants et sont à l'origine de la plupart des nouveaux emplois. En Amérique latine, les MPME représentent 95% des établissements créés dans les secteurs de la fabrication, du commerce et des services. Dans la Caraïbe, 45% des sociétés créées sont aussi classées dans cette catégorie (MPME).

Le renforcement des capacités des micro-, petites et moyennes entreprises (MPME) peut être considéré comme une approche viable du développement durable. Ce secteur mobilise les ressources rares et apporte souvent un équilibre aux marchés et économies nationaux dans les pays moins développés (PMD). Par conséquent, les MPME continuent d'être un des secteurs les plus importants pour la plupart des pays de la Caraïbe. Les MPME représentent un des véhicules les plus réalistes pour faire face au défi du chômage et de la pauvreté dans plusieurs pays, notamment pour les personnes les plus défavorisées – les femmes et les jeunes, car elles créent le lien qui complète le cercle entre les entreprises et les secteurs productifs et offrent un potentiel accru pour l'innovation des produits et services qui revêtent une importance au niveau national.

Dans les Caraïbes, les petites et moyennes entreprises se trouvent dans les secteurs suivants, par ordre décroissant :¹

1. Services
2. Distribution
3. Transformation alimentaire
4. Tourisme et Hôtellerie
5. Matériaux et équipement de construction et fabrication
6. Agro-industrie et Pêche
7. Comptabilité, technologies de l'information et services financiers
8. Imprimerie, publicité, conditionnement et étiquetage
9. Fabrication de bois et de métaux
10. Transport maritime et emmagasinage

¹ Brewster, E. (2006). Finance for small and medium-sized enterprises in the Caribbean. Secrétariat du Commonwealth, p. 5.

Premier Symposium régional sur le Tourisme de Croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe

11. Poterie, bijouterie et artisanat
12. Textiles

Le lien entre le tourisme et le développement des entreprises/PME est indéniable car un pourcentage élevé des entreprises présentes dans le secteur du tourisme peut être classifié comme des MPME. Cela s'étend aussi à l'industrie du tourisme de croisière, où non seulement les entreprises sont-elles catégorisées comme des MPME mais où les femmes représentent un pourcentage élevé de la chaîne de production. Au fur et à mesure que le tourisme poursuit sa croissance rapide à travers la région, les liens entre les MPME/l'esprit d'entreprise et le tourisme de croisière deviennent encore plus importants pour la croissance économique et la durabilité. Le potentiel pour la mise en valeur des liens sectoriels, soutenus par un pont de l'industrie du tourisme est donc fortement tributaire de l'aptitude des pays à renforcer leurs capacités et à maximiser les possibilités.

Afin de soutenir la croissance et le potentiel des micro-, petites et moyennes entreprises dans la Grande Caraïbe, il conviendra de mieux connaître leur fonctionnement dans différents secteurs/cadres, ainsi que les contraintes auxquelles elles font face. Il est aussi nécessaire de tirer des conclusions des contraintes existantes et de développer de nouvelles idées pour l'amélioration des cadres politiques, réglementaires et de soutien. Pour y parvenir, il conviendra de mener une analyse appropriée du secteur dans un éventail de pays de la Caraïbe et de proposer des solutions pour aborder certaines limitations des systèmes.

2.3 Le Tourisme, l'Esprit d'entreprise et la Compétitivité des Destinations

La culture locale dans ses diverses formes et expressions est un élément important de la particularité et de l'attrait de chaque destination, qui distingue souvent une destination d'une autre. Cette différenciation est de plus en plus importante vu l'augmentation de la concurrence à l'échelle mondiale, ainsi que l'évolution des modèles de consommation qui a un impact sur l'offre et la demande touristiques, d'où le besoin d'une réponse rapide des destinations cherchant à maintenir et à accroître leur part de marché. Parmi les expressions culturelles les plus directes et tangibles se trouvent les patrimoines locaux comme l'Artisanat, la Musique, la Danse et la Gastronomie qui sont souvent spécifiques à un pays, communauté ou groupe social. Pour les artistes culturels et fabricants d'artisanat, d'objets mobiliers, savons, produits de spécialité et autres produits fabriqués à la main, le marché du tourisme peut offrir des possibilités illimitées, avec un large éventail de lieux de vente et un afflux annuel de visiteurs avides de produits de fabrication locale en rapport avec la culture.

En dépit de ce potentiel, une étude de marché réalisée par Aid to Artisans (ATA) – organisation internationale à but non lucratif impliquée dans le secteur de l'artisanat – indique que la région a été largement incapable de profiter des opportunités de croissance économique créées par l'industrie du tourisme et par conséquent le potentiel économique de ce commerce reste inexploité. Cela se manifeste notamment dans le marché des souvenirs où, actuellement, la plupart des produits disponibles à l'achat proviennent de la Chine et d'autres nations asiatiques. Selon ATA, on voit souvent les mêmes souvenirs, bibelots et attirails « LOCAUX » personnalisés avec le nom, le

Premier Symposium régional sur le Tourisme de Croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe

drapeau ou autres insignes du pays, affichant fièrement le logo « Fabriqué en Chine ». L'aptitude des fournisseurs internationaux et notamment la Chine, l'Indonésie et les Philippines à fournir aux stations balnéaires, boutiques de cadeaux et vendeurs de rue et de plage des produits génériques peu chers, a diminué la compétitivité des petits, voire des grands artisans et producteurs locaux qui selon ATA sont contraints par des informations limitées sur les intérêts des acheteurs, les normes de consommation et les pratiques d'achat ; ainsi que le manque de capital et d'assistance requis pour le développement des produits, l'expansion de la production et le marketing dans un secteur d'approvisionnement fragmenté et mondialisé.

Ce manque d'originalité et d'authenticité est le plus évident pour les visiteurs de croisière qui connaissent bien les destinations. Ces derniers se distinguent des autres touristes en ce sens qu'ils visitent plusieurs pays au cours d'une excursion de croisière de 3 à 14 jours, sont limités par des contraintes de temps dans chaque destination et, dans la plupart des cas visitent la même destination à plusieurs reprises, contraints par les itinéraires variés offerts par les navires de croisière.

Il existe donc une opportunité d'apporter l'assistance requise à ces chefs d'entreprise dont la plupart sont des femmes, à travers le renforcement des compétences, la formation nécessaire au développement ou à la diversification de leur entreprise ou l'accès à des services de microcrédit afin d'assurer la viabilité de leur entreprise.

3. RÔLE DE L'AEC

Le ***Symposium sur le Tourisme de croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe*** en train d'être proposé, s'insère dans le cadre du Programme de travail respectif de la Direction du Tourisme durable et de la Direction du Développement du Commerce et des Relations économiques extérieures de l'AEC. Cette initiative répond aussi aux mandats du Conseil des ministres de renforcer la coopération au sein de l'AEC et la collaboration entre les Directions, et est conforme à la mission globale de l'Association de servir de plate-forme pour la **consultation**, la **coopération** et l'**action concertée** pour les pays de la Grande Caraïbe, en vue du développement durable de la région.

L'AEC, à travers sa Direction du Tourisme durable, a entrepris plusieurs initiatives pour soutenir le développement durable du tourisme dans les pays de la Grande Caraïbe. À présent, le Programme de travail sur le Tourisme durable est soutenu par quatre domaines programmatiques majeurs, dans lesquels les projets sont identifiés et exécutés, au sein du cadre conceptuel d'un portefeuille de projets qui servirait de base à la création de la Zone de Tourisme durable de la Caraïbe.

Les quatre domaines programmatiques du Tourisme durable de l'AEC sont :

- I. Création de la Zone de Tourisme durable de la Caraïbe (ZTDC)**
- II. Promotion de Tourisme de Multidestination**
- III. Promotion des Langues et Cultures de la Grande Caraïbe**
- IV. Création du Réseau régional pour la Protection et Sécurité des Touristes**

Premier Symposium régional sur le Tourisme de Croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe

Le Symposium renforcerait le Programme pour la Promotion du Tourisme de Multidestination et appuierait aussi les efforts pour promouvoir les langues et cultures de la Grande Caraïbe.

La Direction du Développement du Commerce et des Relations économiques extérieures vise à développer une culture commerciale économiquement viable. La Direction du Commerce continue de travailler vers la création et la mise en valeur d'un espace économique élargi pour les acteurs économiques et parties prenantes de la région de la Grande Caraïbe. Le Programme de travail de la Direction du Développement du Commerce et des Relations économiques extérieures est centré sur les objectifs spécifiques suivants :

- **Réduction et Élimination progressives des Obstacles au Commerce et aux Investissements dans la Grande Caraïbe.**
- **Promouvoir et faciliter le Traitement spécial et différencié pour les Petites Économies dans la Grande Caraïbe.**
- **Promouvoir et encourager les relations commerciales dans la Grande Caraïbe et développer des initiatives pour l'intégration de la région de l'AEC dans d'autres initiatives régionales pour la convergence du commerce et de l'infrastructure.**
- **Promouvoir et encourager les négociations commerciales internationales et la formation aux questions commerciales.**

Cette activité ferait partie intégrante du mandat de la Direction du Commerce relatif au renforcement de l'environnement commercial et de l'espace pour les investissements au sein de la région. La Direction du Commerce comprend le rôle joué par les MPME dans le développement économique et social du pays. Cette recherche s'étend aussi à l'analyse de l'impact du secteur des PME sur les femmes au sein de la société et leur contribution au développement économique de la région.

4. RÉSUMÉ DES OPPORTUNITÉS

4.1 Buts et Objectifs

L'objectif ou but primordial de cette initiative consiste à sensibiliser le public aux possibilités et à fournir des informations, outils et stratégies pour optimiser les opportunités entrepreneuriales pour les femmes, générées par le tourisme en général et le tourisme de croisière en particulier.

Les activités seront destinées à sensibiliser le public et à développer des outils de base pour l'élaboration, le renforcement et l'adoption de politiques, et comprendront une analyse d'études de cas, présentation de meilleures pratiques et discussions mettant l'accent sur des recommandations d'approches politiques pour la réalisation des objectifs principaux suivants :

Premier Symposium régional sur le Tourisme de Croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe

- (i) Souligner l'importance du tourisme plus spécifiquement du tourisme de croisière en tant que moteur pour l'augmentation du commerce et le développement socioéconomique des femmes ;
- (ii) Transférer les connaissances et ressources pour contribuer à la promotion, à l'adoption et à la mise en œuvre de stratégies pour le renforcement des compétences entrepreneuriales des femmes ayant des MPME dans l'industrie du tourisme ;
- (iii) Promouvoir la marque de la Grande Caraïbe en présentant les produits et attractions touristiques des pays de la région ;
- (iv) Améliorer l'accès au marché pour les destinations de la Grande Caraïbe en facilitant l'interaction avec les médias des voyages et les intermédiaires de voyages travaillant dans l'industrie des croisières ;
- (v) Présenter les MPME appartenant à des femmes pour susciter l'intérêt du public, obtenir une couverture médiatique et des opportunités commerciales accrues.

4.2 Format de l'Événement

Durée : 3 jours d'événements

Lieu : se tiendra dans un État membre ou membre associé de l'AEC

Date : septembre/octobre 2012

Le Symposium sera composé comme suit :

- Six (6) séances plénières thématiques animées par des experts régionaux et internationaux.
- Quatre (4) ateliers en marge des séances plénières qui comprendront une activité visant à encourager la participation et interaction des participants.
- Un salon touristique/marché de la destination complété par un exercice de rapprochement utilisant un processus et une méthodologie développés par la Direction du Commerce.

L'événement se terminera par une réunion du Groupe de travail ad hoc développé pour faire avancer la création d'une Association des Destinations de Croisières de la Caraïbe (ADCC), initiative mise en œuvre par la Direction du Tourisme durable.

Les produits spécifiques de cette activité seront la formulation d'un document comportant des recommandations de directives politiques et indicateurs pour le renforcement des MPME appartenant à et dirigées par des femmes dans l'industrie du tourisme des pays de la Grande Caraïbe, et le développement d'interventions ultérieures de renforcement des compétences à l'échelle nationale et/ou régionale.

Un avant-projet d'Ordre du jour de l'événement comportant des informations détaillées sur les activités et intervenants est joint en **Annexe 1**.

4.3 Public cible

- **États membres et membres associés de l'AEC :** Ministres du Tourisme, gestionnaires des destinations et/ou hauts représentants touristiques ; Ministres

Premier Symposium régional sur le Tourisme de Croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe

du Commerce et/ou hauts représentants des Ministères du Commerce et agences commerciales ; hauts représentants et responsables politiques des Groupes d'intérêt de Femmes et Associations de Commerce et d'Industrie au niveau national et régional.

- **Industrie du tourisme et Secteur des croisières** : représentants des lignes de croisière, associations de croisière, tour-opérateurs, agents de voyage, medias des voyages
- **Organisations régionales et internationales** : Communauté des Caraïbes (CARICOM) ; Alliance des Caraïbes pour le Tourisme durable (CAST) ; Organisation du Tourisme de la Caraïbe (OTC) ; Commission interaméricaine des Femmes (CIM) ; Banque interaméricaine de Développement (BID) ; Fondation mondiale pour la Démocratie et le Développement (FUNGLODE) ; IFC ; IICA ; Association caribéenne d'Industrie et de Commerce (CAIC) ; Organisation des États américains (OEA) ; Organisation des États de la Caraïbe orientale (OEEO) ; Programme touristique de l'OCDE, Centre de l'Entrepreneuriat (CFE) et Le Programme pour le développement économique et la création d'emplois au niveau local (LEED) ; SICA ; SICTA ; Banque mondiale ; Programme des Nations unies pour le Développement (PNUD), Commission économique pour l'Amérique latine et la Caraïbe (ONU-CEPALC) ; Organisation mondiale du Commerce des Nations Unies (OMC) ; Organisation mondiale du Tourisme des Nations Unies (OMT), Organisation des Nations unies pour les Femmes (TDB).
- **Milieu universitaire** : professeurs et représentants d'Universités régionales.

4.4 Bénéfices et Résultats attendus

Les principaux bénéfices de cette initiative sont comme suit :

- (i) Sensibiliser davantage le public au produit touristique des différents pays, y compris les activités, sites et attractions revêtant un intérêt pour l'industrie du tourisme et les visiteurs de croisière en particulier.
- (ii) Favoriser la croissance socioéconomique en soutenant le développement de petites et moyennes entreprises et la création d'autres moyens de subsistance.
- (iii) Soutenir la création d'emplois et d'opportunités commerciales pour les femmes
- (iv) Améliorer la compétitivité des destinations et le renforcement de l'industrie régionale du tourisme à travers la promotion de la marque de la Grande Caraïbe et l'adoption de pratiques touristiques durables et favorables aux pauvres.

Les résultats attendus de la bonne exécution de cette initiative comprennent :

- Soutenir les États membres dans leurs efforts pour développer une industrie touristique forte et viable, notamment en ce qui concerne la conception et la mise en œuvre de stratégies favorables aux communautés locales, mettant l'accent entre autres sur la création d'un environnement favorable à la croissance et à la durabilité du secteur des croisières.
- Promouvoir des initiatives susceptibles de soutenir le développement et la productivité accrue des MPME en matière de tourisme, plus particulièrement celles appartenant à et dirigées par des femmes, en tant que stratégie pour la création d'emplois et la réduction de la pauvreté.

Premier Symposium régional sur le Tourisme de Croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe

- Mettre en valeur les efforts de marketing des pays auprès de l'industrie de croisière et du marché international des voyages en suscitant l'intérêt et en sensibilisant les différents intermédiaires, facilitant ainsi les liens entre ces groupes cibles et les destinations.
- Promouvoir le concept de la « Marque de la Grande Caraïbe » et soutenir la coopération et l'intégration régionales dans ce sens.

5. EXIGENCES DE FINANCEMENT

5.1 Budget estimatif

Date (sep. /oct. 2012)		
<i>Article</i>	<i>Description</i>	<i>Coûts estimatifs (USD)</i>
Préparation de la Réunion	Développement de matériels, communication et sensibilisation pour diffuser l'événement	5.000
Conférence/ Ateliers	Logistique de la réunion-et-voyages, indemnités journalières et honoraires des intervenants, panélistes et animateurs	20.000
Salon du tourisme	Kiosques, technologie multimédia et logistique	30.000
Réunion du GT-4 de l'ADCC	Frais de réunion, dont technologie multimédia et autres frais accessoires	5.000
Équipe de l'AEC	Coordination, voyages et indemnités journalières	5.000
TOTAL		65. 000

ANNEXE 1 – AVANT-PROJET D'ORDRE DU JOUR

Symposium régional sur le Tourisme de Croisière et le Renforcement des Entreprises dans la Grande Caraïbe : Opportunités pour les Femmes

1^e JOUR

8:30 - 9:00	INSCRIPTION
9:00 - 10:00	CÉRÉMONIE D'OUVERTURE : <ul style="list-style-type: none">• Représentant du pays d'accueil• Représentant du Secrétariat de l'AEC• Premier conférencier – Le Commerce et le Tourisme – Opportunités de Croissance
10:00 -10:15	PAUSE CAFÉ
10:15 -11:15	SÉANCE PLÉNIÈRE 1: État du Secteur du tourisme de croisière dans la région de la Grande Caraïbe <ul style="list-style-type: none">○ (OTC)○ (SITCA)
11:15 -12:15	SÉANCE PLÉNIÈRE 2 : <ul style="list-style-type: none">• Perspective régionale de l'Entrepreneuriat et du Développement des PME dans la région de la Grande Caraïbe.
12:15 - 13:30	DÉJEUNER
13:30 - 14:30	SÉANCE PLÉNIÈRE 3 : <ul style="list-style-type: none">• Développement du tourisme de croisière dans la Grande Caraïbe – Opportunités et Défis. (FCCA)• Entrepreneuriat et Développement des MPME dans la Grande Caraïbe – Opportunités et Défis
14:30 - 16:00	ATELIERS : <ol style="list-style-type: none">1) Accueil dans la Destination : Échange d'expériences, d'avis et de meilleures pratiques.2) Innovation et Différentiation de Produits pour la compétitivité des MPME dans la Grande Caraïbe.3) Stratégies de marketing : du Passager de Croisière au Visiteur fréquent
16:00 - 17:00	PLÉNIÈRE : <ul style="list-style-type: none">• Présentation des résultats des Ateliers
19:00 - 21:00	<i>Cocktail de bienvenue et ouverture du Salon et Marché du Tourisme durable.</i>

II^e JOUR

- 9:00 - 10:00 **SÉANCE PLÉNIÈRE 4:**
- Analyse des liens entre le Développement des entreprises/MPME et le tourisme de croisière
- 10:00 - 10:15 **PAUSE CAFÉ**
- 10:15 -12:00 **TABLE RONDE DE LA SÉANCE PLÉNIÈRE**
- Stratégies pour le renforcement des compétences des femmes chefs d'entreprise
- 12:00 - 13:30 **DÉJEUNER**
- 13:30 - 15:00 **ATELIERS :**
Recommandations d'Approches politiques pour :
- Renforcement des compétences des Femmes chefs d'entreprise
 - Renforcement des entreprises et développement des MPME
 - Partenariat public-privé pour le développement du secteur des croisières.
- 15:00 - 16:00 **PLÉNIÈRE :**
- Compte rendu des Résultats des Ateliers
- 16:00 - 17:00 **CÉRÉMONIE DE CLOTURE**

III^e JOUR

- 09:00 - 12:00
- Réunion du GT-4 de l'ADCC
 - Rapprochement dans le cadre du Salon et Marché du Tourisme durable
- 12:00 - 13:30 **DÉJEUNER**
- 13:30 - 16:30
- Séance finale de la Réunion du GT-4 de l'ADCC
- 16:30 - 17:00 **CLÔTURE DU SALON ET MARCHÉ DU TOURISME DURABLE**
-