

EPREUVE 4

ENVIRONNEMENT DU TOURISME

Durée : 3 heures

Coefficient : 4

**LA PARTIE "ÉCONOMIE GÉNÉRALE ET TOURISTIQUE " ET
LA PARTIE "HISTOIRE GÉOGRAPHIE TOURISTIQUE"
seront traitées sur *des copies séparées.***

Les deux copies doivent être relevées ensemble.

La partie "*Économie Générale et Touristique*" est numérotée de la page **2/12** à la page **4 /12**.
Elle est prévue pour être traitée en 1 heure 30 (coefficient 2).

La partie "*Histoire et Géographie Touristique*" est numérotée de la page **5/12** à la page **12/12**.
Elle est prévue pour être traitée en 1 heure 30 (coefficient 2).

Le document 1 page 6/12 est à remettre avec la copie.

L'usage de la calculatrice est interdit.

Session 2014	EXAMEN : BTn	SPECIALITE : Hôtellerie	
SUJET	Epreuve : Environnement du Tourisme		
14ETHOPO1	Durée : 3 heures	Coefficient : 4	Page : 1/12

ÉCONOMIE GÉNÉRALE ET TOURISTIQUE

À l'aide de vos connaissances et des **annexes 1 et 2** :

1. **Définir** les termes suivants :
 - croissance économique ;
 - pouvoir d'achat ;
 - inflation.
2. **Analyser** la situation économique de la France en vous appuyant sur les quatre objectifs de la politique économique (croissance économique, plein emploi, stabilité des prix, équilibre du commerce extérieur).
3. **Repérer** et **expliciter** la progression du chômage en France.
4. **Rappeler** les principaux facteurs de la croissance économique puis **montrer** à quelles conditions le pouvoir d'achat peut être un moteur de la croissance économique.
5. **Analyser** le comportement des touristes français dans un contexte de crise économique.

Les documents à disposition.

Annexe 1 : Chômage : François Hollande maintient son objectif malgré le pessimisme de l'Insee

Annexe 2 : Baromètre Ipsos-Europ Assistance sur les vacances d'été des Européens

Chômage : François Hollande maintient son objectif malgré le pessimisme de l'Insee

Le président de la République, François Hollande, a maintenu vendredi 21 juin son objectif du gouvernement d'inverser la courbe du chômage d'ici à la fin 2013, malgré les prévisions pessimistes de l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE). Le nombre de chômeurs devrait continuer de grimper et toucher 10,7 % de la population active en métropole.

Le taux de chômage, mesuré par l'INSEE selon les normes du bureau international du travail (BIT), croît depuis sept trimestres. Il était de 10,4 % (10,8 % avec les DOM) au premier trimestre de 2013. À la fin du mois d'avril 2013, Pôle emploi recensait également un record absolu de 3 264 400 chômeurs. Le ministre du travail, M. Sapin a assuré que la courbe du chômage s'inversera, en invoquant plusieurs outils : les emplois d'avenir, les contrats de génération et des crédits supplémentaires : « *le budget de l'emploi sera prioritaire* » a-t-il dit.

Plus de destructions que de créations d'emploi

L'INSEE n'entrevoit pas d'inversion de tendance à la fin de 2013 pour plusieurs raisons : la France, du fait de la crise économique, devrait continuer de détruire plus d'emplois qu'elle n'en crée, la croissance de la population active est « *toujours dynamique* » (137 000 nouvelles personnes de plus sur le marché du travail cette année). De plus, il existe une inadéquation entre les besoins de main d'œuvre des entreprises et les qualifications et formations des demandeurs d'emplois ; certains secteurs d'activités peinent à recruter.

Récession de 0,1 %

Par ailleurs, l'INSEE prévoit une récession de 0,1 % sur l'ensemble de 2013, alors que le gouvernement table sur une croissance économique de 0,1 %.

Une « *timide éclaircie viendrait essentiellement de l'extérieur* » a expliqué à la presse J. F. Ouvrard, responsable à l'INSEE. Selon lui, alors que le déficit de la balance commerciale est de 67 milliards d'euros en 2012, les exportations françaises devraient repartir à la hausse dès le deuxième trimestre de 2013, grâce à l'embellie économique chez les partenaires de la France, Allemagne en tête. Il s'agira du « *principal moteur de l'activité* », a-t-il ajouté.

Le pouvoir d'achat des ménages va lui aussi se redresser légèrement, de 0,2 %, en 2013, après le fort recul, de 0,9 %, l'an dernier, grâce notamment à une inflation moins forte avec un indice des prix à la consommation en hausse limitée, de 0,9 %. Cela ne suffira toutefois pas à faire repartir la consommation, moteur traditionnel, mais en panne, de l'économie française. D'une part car la croissance du pouvoir d'achat des ménages restera faible selon l'INSEE. D'autre part car les ménages cesseraient de puiser dans leur épargne pour consommer. Par conséquent, la consommation des ménages devrait connaître en 2013 une baisse de 0,1 %.

Source : d'après le site internet Le Monde.fr avec AFP du 20 juin 2013

Baromètre Ipsos-Europ Assistance sur les vacances d'été des Européens

Eté 2013 : ce que les Européens comptent faire de leurs vacances : malgré la baisse du taux de départ en vacances, la France reste le premier pays d'Europe en termes d'intentions de départ.

Les intentions de départ des Européens sont de nouveau à la baisse en 2013 (- 4 points) avec un décrochage très net à la baisse par rapport à la fin des années 2000. Les effets de la crise se ressentent cette année encore dans les intentions de départ des Européens qui ne sont plus que 54 % à avoir l'intention de partir au moins une fois en vacances cet été (entre juin et septembre inclus).

Les Français sont, pour la première fois depuis le début de la crise économique, particulièrement affectés cette année. Ils sont à présent 62 % à déclarer vouloir partir en vacances cet été, soit 8 points de moins que l'an dernier (70 %), un record pour le pays depuis 2005 (63 %). Le tourisme national est particulièrement développé, 60 % des français resteront sur le territoire cet été. [...]

Par ailleurs, seulement 7 % d'entre eux sont prêts à faire des économies sur ce poste. Avec un budget stable au fil des ans, malgré un climat économique de plus en plus tendu, ce comportement traduit la relation particulière que les Français entretiennent avec leurs vacances qu'ils veulent préserver.

Internet et les réseaux sociaux sont plus que jamais utilisés pour la préparation des vacances et pour s'informer ; 56 % des Européens naviguent désormais sur le web pour effectuer leurs réservations (avions, trains, hôtels, hôtels-clubs...), un chiffre en progression constante depuis plusieurs années (28 % en 2005, soit un score qui a doublé).

Source : site internet Veilleinfotourisme.fr du 30 mai 2013

HISTOIRE-GÉOGRAPHIE TOURISTIQUE

TOURISME DE MASSE ET TOURISME DE LUXE DANS LES CARAÏBES

DOCUMENT 1 (4 points)

- 1) Sur le fond de carte et d'après la légende, placer :
- les mers : le golfe du Mexique, la mer des Caraïbes, l'océan Atlantique
 - les états continentaux : États-Unis, Mexique, Costa Rica.
 - les territoires insulaires : Cuba, République dominicaine, Guadeloupe, Jamaïque, Bahamas.
 - les villes : Cancun, Miami, La Nouvelle-Orléans, La Havane, Panama.

DOCUMENT 2 (2 points)

- 2) Relever les atouts et la diversité des offres qui font des Caraïbes un espace touristique recherché.

DOCUMENTS 3a et 3b (2 points)

- 3) En quoi ces deux hôtels de séjour correspondent-ils à deux types de clientèle bien distincts ?

DOCUMENT 4 (3 points)

- 4) Quels sont les problèmes qui touchent le tourisme de masse, depuis quelques années, dans les Caraïbes ?
- 5) Quelles évolutions sont mises en œuvre pour pallier ces problèmes ?

DOCUMENT 5 (1 point)

- 6) Quelle nouvelle tendance semble se dessiner dans les goûts des touristes français pour les Caraïbes ?

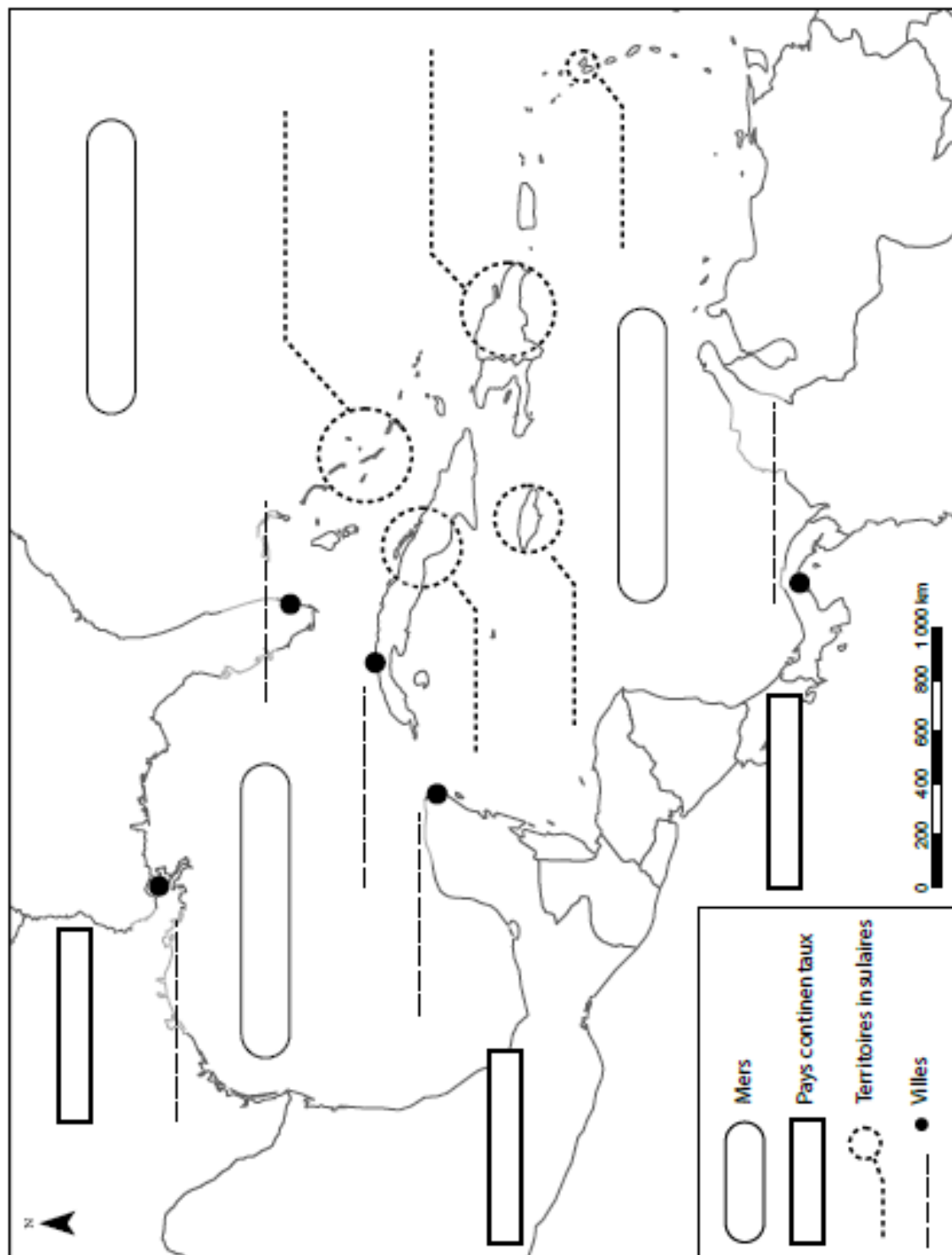
DOCUMENTS 6 et 7 (3 points)

- 7) Comment la chaîne d'hôtels Sandals et l'île de Saint-Barthélemy répondent-elles à ces nouvelles demandes ?

SYNTHESE (5 points)

- 8) À l'aide de vos connaissances et des documents, montrer que les Caraïbes sont une destination touristique très prisée pour des publics divers. Montrer également qu'elles connaissent des évolutions importantes.

DOCUMENT 1 (à remettre avec la copie)



DOCUMENT 2

« Qu'on les nomme « grandes » comme la République dominicaine, Cuba, les Bahamas ou « petites » comme la Martinique, les îles de la Guadeloupe, Saint-Martin, Saint-Barthélemy, Sainte-Lucie, Anguilla... les Antilles, ce long chapelet d'îles semées entre mer des Caraïbes et océan Atlantique, conjuguent idéalement plages éclatantes, eaux bleu turquoise ou azur, trésors naturels, peuples chaleureux et métissés et traditions créoles hautes en couleur.

Séjours en hôtels cossus pour les plus exigeants en matière de confort et de services, charmants hôtels de charme à prix doux pour les petits budgets, *resorts* (1) en formule tout inclus pour les familles ou entre amis, havres romantiques pour les amoureux et jeunes mariés, itinéraires-découvertes en toute liberté pour les plus aventuriers ou escapades sportives pour les plus actifs, croisières classiques ou insolites pour les navigateurs amateurs, vous trouverez [...] le meilleur de chacune de nos îles ».

(1) le terme anglais *resort* désigne un complexe hôtelier proposant des activités en plus du service d'hôtel.

Extrait de la page d'accueil du catalogue « *Passion des îles* » du groupe TUI, collection 2014.

DOCUMENT 3a

Extraits du site web de l'hôtel *Jade mountain* à Sainte-Lucie (5 étoiles)



« L'hôtel se compose de 24 suites ou « sanctuaires » [...] On y accède par de longs ponts en bois (un pour chaque chambre), chargé de symbolisme, le premier pas vers le paradis... Le but était de faire de chaque suite une expérience unique, et de donner à chacune d'entre elles une personnalité propre. [...] tarif : à partir de 625 € par nuit. »

<http://www.spa.hotels-luxe.com>

DOCUMENT 3b

L'hôtel *Kalenda resort trois îlets* en Martinique (3 étoiles)



« 295 chambres réparties sur 5 étages et desservies par 2 ascenseurs. [...] Un hôtel animé à l'ambiance club idéale pour combiner activités sportives et animations. [...] Tarif : à partir de 1030 € pour 7 nuits (vol+hôtel). »

<http://www.onparou.com>

DOCUMENT 4

« L'essor de ce tourisme de masse ne concerne pas tous les territoires de la Caraïbe. L'activité est dominée par quelques destinations phares au premier rang desquelles Porto Rico (plus de 4,5 millions de touristes internationaux en 2000), la République dominicaine (3,2 millions en 2000), la Jamaïque (2,2 millions en 2000) et Cuba (1,8 million en 2000 contre 0,34 en 1990), sans oublier les régions littorales mexicaines de Cancun et Cozumel (plus de 4,5 millions). [...]

A l'inverse, de rares territoires connaissent une stagnation de leur niveau d'activité (Saint-Martin 1,3 million) ou un recul à l'image des îles françaises (la Martinique 816000 touristes en 2000, soit -9,3% en trois ans ; la Guadeloupe 994000 touristes, soit -12% en trois ans) qui ne parviennent pas à se positionner sur le marché actuel où l'essor du tourisme de masse s'effectue dans un contexte extrêmement concurrentiel, marqué par des prestations vendues à des prix toujours plus attractifs sans considération pour les pratiques sociales, ni pour les enjeux environnementaux. [...]

Pressions anthropiques¹ croissantes, massification des flux, dégradation des ressources premières sont autant de réalités qui affectent les lieux touristiques : un hôtel de bord de plage des années 1970 noyé dans un nouveau quartier résidentiel, une structure hôtelière verticale en béton d'un autre âge, le manque d'espace et l'insuffisance des activités de plein air, la promiscuité avec une ville et une société locale, des lieux trop ouverts, des plages polluées... Les caractéristiques des environnements d'accueil et les goûts des consommateurs en vacances définissent la qualité des lieux touristiques en perpétuelle évolution.

Des lieux anciennement touristiques, trop proches de milieux urbains source de nuisances multiples et variées (embouteillage, pollutions, petite criminalité) perdent leur valeur internationale et doivent se reconvertir auprès des touristes nationaux, des élites dans un premier temps, rapidement confortées par les bourgeoisies urbaines (cf. Porto Rico, la Barbade, les Antilles françaises). [...]

D'autres lieux, autrefois réservés aux élites, se démocratisent, s'ouvrent au tourisme de masse (Aruba) tandis que leurs anciennes clientèles investissent d'autres archipels « vierges ». La préservation de lieux réservés aux élites s'effectue à travers des critères financiers (comme à Saint-Barth, Moustique, etc.) ou/et avec l'appui d'arguments écologiques. »

1. Pression anthropique : pression de l'activité humaine

Olivier DEHOORNE, « L'avènement du tourisme de masse sous les tropiques. Éléments de réflexion sur les enjeux touristiques dans l'espace caribéen », *Etudes caribéennes*, juillet 2006.

DOCUMENT 5

« Quitte à voyager au dessus de ses moyens, les Caraïbes seraient la destination idéale jugent 65% des personnes interrogées par Dégriftour Sélection, le site de vente privée en ligne de voyages haut de gamme dégriffés. [...] »

Une majorité (69%) souhaiterait revenir avec des souvenirs mémorables grâce à la pratique d'activités étonnantes, comme nager avec des requins ou partir en excursion sur les traces des Mayas. Le bling-bling* n'est toutefois jamais bien loin. 41% préféreraient faire du shopping illimité tandis que pour 22% des sondés, le comble du luxe serait de boire du champagne au petit déjeuner. »

*bling-bling : luxe voyant, démonstratif

« Les Caraïbes, destination de luxe par excellence pour les touristes français », site du ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme, juillet 2013.

<http://www.veilleinfotourisme.fr>

DOCUMENT 6

Un service de majordome dans les hôtels Sandals (1).

« Lorsque la perfection ne suffit plus, Sandals propose une toute nouvelle définition du sublime. Notre service de majordome sans précédent, uniquement disponible avec nos suites les plus haut de gamme, offre à nos clients les plus exigeants un niveau de service et de luxe inégalable ; le moindre de vos souhaits est anticipé. Votre majordome personnel est formé selon les standards exigeants de la *Guild of Professional English Butlers* (Guilde des majordomes professionnels d'Angleterre) dont les majordomes et les valets sont employés par la noblesse et les célébrités du monde entier. »

Des standards exigeants



(1) Six hôtels Sandals dans les Caraïbes (Jamaïque, Bahamas, Sainte-Lucie, Antigua, Grenade et Barbades).

Source : <http://www.sandals.fr>

DOCUMENT 7

« L'économie de Saint-Barthélemy, principalement tournée vers un tourisme haut de gamme, diffère de celle de la Guadeloupe et de l'espace Caraïbe. Petite île aride, elle ne peut accueillir ni cultures agricoles ni industries. Longtemps isolées et pauvres, les Saint-Barths ont trouvé depuis une vingtaine d'années, à l'instar des autres îles des Caraïbes, une source inattendue de revenus avec le développement du tourisme.

Séduite par la beauté du site, sa quiétude, sa sécurité et le développement harmonieux de son urbanisme, une clientèle fortunée en majorité nord-américaine vient fidèlement à Saint-Barth. Contrairement à la grande majorité des autres îles de la Caraïbe, qui ont attiré un tourisme de masse, son accès difficile (aucun long-courrier ne peut y atterrir) et la cherté de la vie y ont attiré une clientèle aisée [...]

Le parc hôtelier de l'île est essentiellement constitué d'hôtels de luxe, auxquels s'ajoutent près de 400 villas de location, gérées par quelques sociétés spécialisées. Le tourisme haut de gamme s'accompagne d'un commerce de luxe, avec près de 200 magasins de vente en détaxe. »

Source : <http://www.aux-antilles.fr/saint-barthelemy/decouverte/economie.htm>