

**BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
HÔTELLERIE- RESTAURATION
SESSION 2013**

ÉPREUVE ORALE DE CONTRÔLE

ÉCONOMIE GÉNÉRALE ET TOURISTIQUE

SUJET N °4

A l'aide de vos connaissances et de l'annexe, répondre aux questions suivantes :

1) Définir les termes :

- . PIB,
- . Pays « émergents »,
- . Compétitivité.

2) Justifier le titre du document : « Le tourisme, un atout mal exploité par la France ».

3) Repérer dans le document le poids du secteur du tourisme dans l'économie française.

4) Caractériser la spécificité de l'emploi touristique.

5) Expliquer quelles conséquences peut avoir la hausse du taux de croissance des pays émergents sur leurs *importations* touristiques.

Le tourisme, un atout mal exploité par la France

Le tourisme reste l'un des rares secteurs dont la contribution à l'économie française reste largement positive. Son impact représente aujourd'hui 7 % du **PIB** et son potentiel, appuyé sur des groupes de dimension européenne voire mondiale, reste élevé. Mais la France manque d'une stratégie globale pour en tirer les fruits.

Il ne faut pas se bercer d'illusions. Le rebond en termes d'activité et de création d'emplois en France n'est pas pour demain. Quand bien même « le choc de **compétitivité** » mettrait du vent dans les voiles de l'économie nationale, l'élan restera limité, en tout cas à court terme. D'autant que les mauvaises nouvelles s'accumulent. Les ventes de voitures particulières touchent leur plus bas niveau depuis 1997, alors que l'industrie automobile est loin d'avoir accompli sa nouvelle phase de restructuration. De même, le BTP montre des signes d'essoufflement, sachant qu'il dépend pour beaucoup d'une dépense publique en voie de compression. Et l'aéronautique, autre filière industrielle clef de la France, fait face à la concurrence croissante de la part des **pays « émergents »** (le brésilien Embraer est déjà un concurrent sérieux pour les avions régionaux et les jets d'affaires).

Dans cette période délicate, il y a néanmoins un constat qui met du baume au cœur : les Français ont de l'or sous les pieds, facilement exploitable. Il est bleu, blanc... voire vert. C'est le tourisme, dans toutes ses dimensions, balnéaire, montagnard, rural, urbain ou d'affaires, ces deux dernières formes recelant un très fort potentiel.

L'impact du secteur dans l'économie nationale, encore souvent ignoré, est déjà considérable. Il représentait ainsi un peu plus de 7 % du PIB et au moins 5 % de l'emploi salarié en 2010. De même, il aurait contribué à hauteur de 7,5 milliards d'euros à la balance des paiements en 2011, soit davantage que l'agroalimentaire (6,5 milliards), la contribution de l'automobile étant, elle, négative (- 5,6 milliards).

En outre, à l'heure d'une mondialisation croissante, qui dope les flux de voyageurs, la France reste la première destination internationale en nombre de visiteurs internationaux, selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), avec un total de 79,5 millions en 2011. Certes, elle ne se situe qu'au troisième rang en termes de recettes d'après l'OMT - avec un total avoisinant 54 milliards de dollars -, derrière les Etats-Unis et l'Espagne et devant... la Chine. Mais, au moment où bien des industries sont à la peine, le tourisme constitue un point d'appui pour le moins précieux pour notre économie. En témoignent d'ailleurs ces nouvelles clientèles venues d'Asie, d'Amérique latine, ou d'Europe de l'Est, qui ont contribué à sa résilience au cours de ces dernières années marquées par la crise. La France aurait donc tout intérêt à capitaliser sur ses atouts. Elle en a d'autant plus en main qu'elle compte aussi dans ce domaine des champions européens, si ce n'est mondiaux, comme Accor, le Club Méditerranée, Groupe Pierre & Vacances Center Parcs, la Compagnie des Alpes (CDA), ou Euro Disney, l'exploitant de la première destination touristique européenne (16 millions de visiteurs). On pourrait aussi citer les grands magasins parisiens, qui ont lourdement investi pour accueillir les touristes chinois, et prouvent que le shopping doit être un axe majeur d'une nouvelle politique touristique. Tout comme nos vignobles.

Pour autant, le champ d'actions est large pour nous améliorer avec, entre autres, la promotion de la destination France, mais aussi des métiers du tourisme, fortement créateurs d'emplois - l'hôtellerie et la restauration manquent même de bras - non délocalisables, mais dévalorisés, ou encore la formation. En matière d'accueil, le b.a.-ba donc, les Français sont loin d'être les champions du monde. Par ailleurs, la concurrence fait rage sur le marché mondial des foires et Salons, aux retombées multiples.

(...)

Christophe Palierse Les échos décembre 2012