

ÉPREUVE 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 de la page 6/12 est à remettre avec la copie.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

L'usage de la calculatrice est interdit.

Session 2015	EXAMEN : BTn	SPECIALITE : Hôtellerie	
SUJET	Épreuve : Environnement du Tourisme		
15ETHOMLR3	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 :
 - produit intérieur brut (PIB) ;
 - pays développés ;
 - pouvoir d'achat.

2. **Présenter** la coopération franco-allemande en matière d'accueil des touristes chinois et **en déduire** les enjeux pour la France.

3. **Indiquer** les conséquences pour les touristes chinois d'une appréciation de leur monnaie nationale (Yuan).

4. **Identifier** les causes de l'augmentation des touristes originaires des pays émergents. **Justifier** vos réponses.

5. **Démontrer** que la croissance de l'industrie touristique est un moteur de développement économique pour un pays.

Les documents à disposition.

Annexe 1 Le touriste émergent.

Annexe 2 Paris et Berlin unissent leurs forces pour attirer les touristes chinois.

Le touriste émergent

L'industrie touristique a encore du mal à se faire reconnaître à sa juste valeur, c'est-à-dire comme un puissant moteur de développement économique. Là, comme ailleurs, la principale nouvelle est l'extraordinaire ascension des économies émergentes.

Les chiffres sont impressionnants. Le nombre de touristes ayant visité un pays étranger (pour des raisons professionnelles ou pour les loisirs) a passé le cap du milliard l'an dernier, alors qu'il n'était que de 25 millions en 1950, rapporte l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). À ce nombre, il faut ajouter les 5 à 6 milliards d'autres personnes qui ont également fait du tourisme, mais dans leur propre pays.

L'industrie touristique représenterait ainsi directement ou indirectement 9 % du produit intérieur brut (PIB) mondial, soit 1 emploi sur 11 et autant, sinon plus, que l'industrie pétrolière ou celle de l'automobile. À lui seul, le tourisme international dépasserait désormais le cap des 1 000 milliards de dollars de retombées économiques et près du tiers des exportations de services.

Comme c'est souvent le cas, les pays riches accaparent largement les premiers rangs du classement des plus grosses recettes en la matière, le tourisme international ayant rapporté, à lui seul, 126 milliards de dollars aux États-Unis en 2012, 56 milliards à l'Espagne, 54 milliards à la France et 41 milliards à l'Italie. Cette belle tenue des pays développés tient, bien sûr, à la présence d'attraits touristiques, mais aussi à des facteurs typiquement économiques, comme la qualité de ses infrastructures de transports et d'accueil, ou la simple proximité d'autres pays riches, les quatre cinquièmes du tourisme international se faisant entre pays appartenant à la même grande région géographique.

Comme dans tant d'autres secteurs économiques, tout le monde a les yeux rivés sur la spectaculaire ascension des pays émergents. Comptant encore pour moins de 30 % des recettes mondiales du tourisme international en 1980, la part de ces contrées était déjà presque égale à celle des pays avancés, en 2010, avec 47 %. Les experts prévoient que cette part sera rendue à 57 %, en 2030, à raison d'une croissance annuelle moyenne de 4,4 %, contre 2,2 % pour les économies avancées.

Les puissances émergentes font une entrée particulièrement remarquée depuis quelques années. À elle seule, la Chine est arrivée au troisième rang par le nombre d'étrangers venus la visiter l'an dernier (58 millions de touristes étrangers) et au quatrième rang des recettes (50 milliards de dollars). L'Inde n'a pas démérité non plus, avec 18 milliards de dollars de recettes, la Russie devant se contenter de 11 milliards et le Brésil d'un peu moins de 7 milliards.

Ces nouveaux champions économiques attirent particulièrement l'attention (et la convoitise) des autres pays en raison de leurs nouvelles classes moyennes qui vont de plus en plus faire du tourisme à l'étranger.

Profitant [...] de l'élévation des revenus disponibles et de l'assouplissement des restrictions imposées sur les voyages, le nombre de touristes chinois à l'étranger a bondi de 10 millions à 83 millions depuis 2000.

Source : Éric Desrosiers, ledevoir.com du 22 juillet 2013

Paris et Berlin unissent leurs forces pour attirer les touristes chinois

La France et l'Allemagne viennent d'inaugurer un centre commun de délivrance de visas pour les touristes chinois qui souhaitent visiter les deux pays.

Le but de cette manœuvre est d'accélérer les procédures d'attribution de visas touristiques pour les citoyens chinois. En temps normal, une demande de visa nécessite une longue procédure mais dans ce cas précis, une société spécialisée dans les traitements de dossiers de demandes de visas, permettra d'accélérer le processus et de « filtrer » les demandeurs.

L'Académie chinoise de tourisme estime que 200 millions de Chinois voyageront chaque année à l'étranger d'ici 2020, contre 82 millions en 2012.

Tout est fait pour mieux attirer certains profils dépensiers. Un touriste chinois dépense en moyenne 1 500 euros dans la ville d'arrivée et de départ de son voyage. Tous les pays de l'espace Schengen⁽¹⁾ sont désormais entrés en compétition pour attirer ces touristes dépensiers.

Le profil du consommateur chinois est en train d'évoluer compte tenu du fait que son pouvoir d'achat augmente. Les Chinois deviennent en effet de plus en plus riches, leur monnaie nationale (Yuan) prend également de la valeur et leur pouvoir d'achat en Europe n'a jamais été aussi important. De plus en plus de Chinois seront capables de venir en Europe.

L'an dernier, plus d'un million de touristes chinois avaient obtenu un visa pour la France et l'Organisation Mondiale du Tourisme estime que d'ici 2020, deux millions de touristes chinois visiteront annuellement l'hexagone. Le potentiel du marché est donc énorme et nous comprenons donc pourquoi la France et l'Allemagne préfèrent voir ces touristes visiter leur pays plutôt que celui des voisins !

⁽¹⁾ Espace Schengen : *Espace de libre circulation des personnes entre les États signataires de cet accord. Tout individu (ressortissant de l'Union Européenne ou d'un pays tiers), une fois entré sur le territoire de l'un des pays membres, peut franchir les frontières des autres pays sans subir de contrôles.*

Source : Christophe Croze, gbtimes.com du 9 novembre 2012

HISTOIRE - GÉOGRAPHIE TOURISTIQUE

Insularité et tourisme en Méditerranée

DOCUMENT 1 (4 points)

1 - Sur le fond de carte :

- Placez les États suivants, États insulaires et États possédant de nombreuses îles méditerranéennes : Chypre, Croatie, Grèce, Italie, Malte, Turquie.
- Placez les mers suivantes : mer Adriatique, mer Egée, mer Méditerranée, mer Noire.
- Situez les îles méditerranéennes suivantes : Corse, Crète, Djerba, Majorque, Sardaigne, Sicile.

DOCUMENT 2 (2 points)

2 - En décrivant le paysage, montrez qu'il s'agit d'un tourisme de masse.

DOCUMENTS 2, 3 et 4 (3 points)

3 - Pourquoi les îles méditerranéennes sont-elles si attractives ?

4 - Quelles sont les conséquences économiques de cette forte attractivité ?

DOCUMENT 5 (2 points)

5 - En quoi la gestion des ressources en eau pose-t-elle problème à Djerba ?
Quelles solutions sont aujourd'hui mises en œuvre pour y remédier ?

DOCUMENTS 5 et 6 (2 points)

6 - Quelles sont les conséquences environnementales du succès touristique des îles méditerranéennes ?

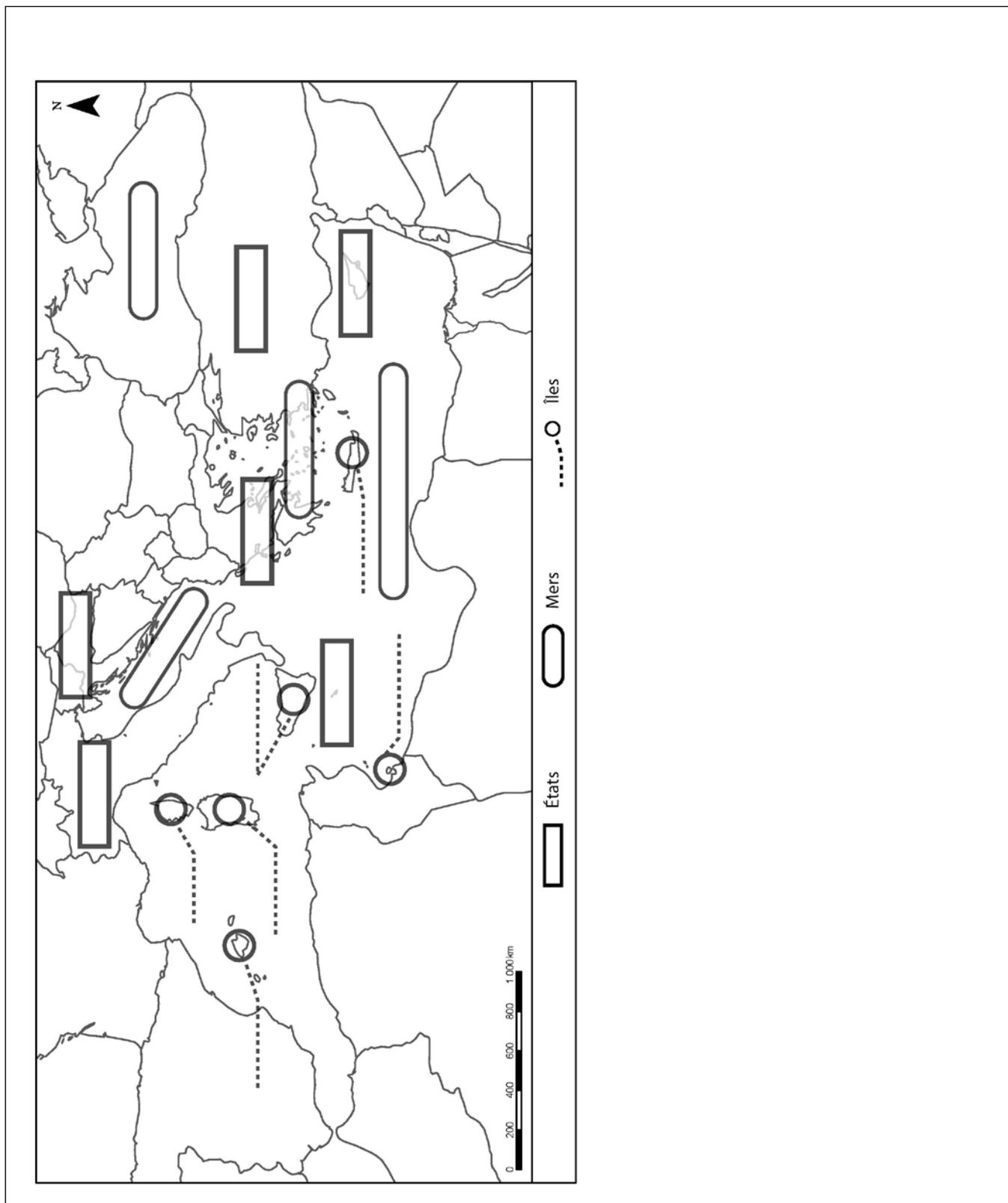
DOCUMENT 7 (2 points)

7 - Quelles mesures sont proposées pour mettre en place un tourisme durable dans les îles méditerranéennes ?

SYNTHÈSE (5 points)

8 - A l'aide de vos connaissances et des informations fournies par les documents, montrez les principales caractéristiques du tourisme insulaire en Méditerranée : formes touristiques, impacts économiques et environnementaux, solutions envisagées.

DOCUMENT 1 (à remettre avec la copie)



DOCUMENT 2

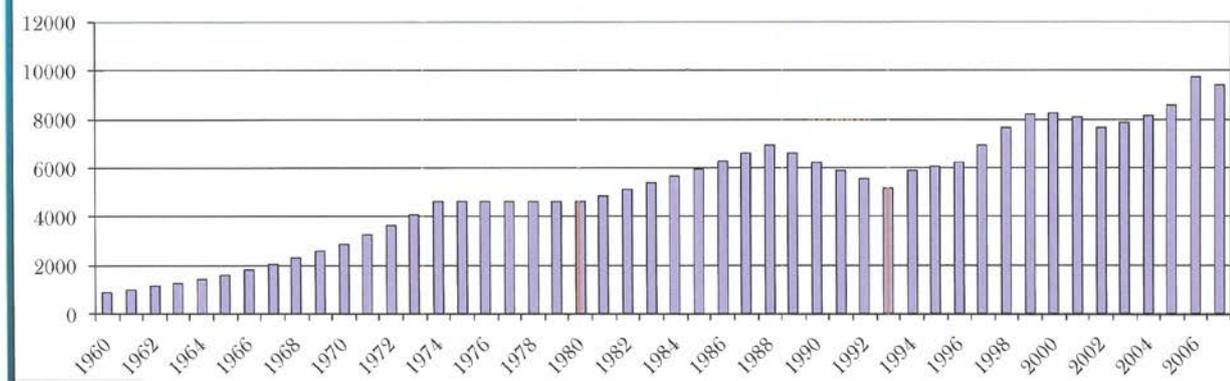
Un paysage insulaire transformé par le tourisme de masse

Station balnéaire de Magaluf à Majorque



Greg Balfour, in *La documentation photographique*, juillet-août 2013, n°8094, p.37.

Arrivées touristiques annuelles à Majorque (x1000) de 1960 à 2007



Histogramme d'Elisabeth Coudert, *Tourisme littoral et insulaire : perspectives méditerranéennes*, 2008.



Au départ de Georgioupolis

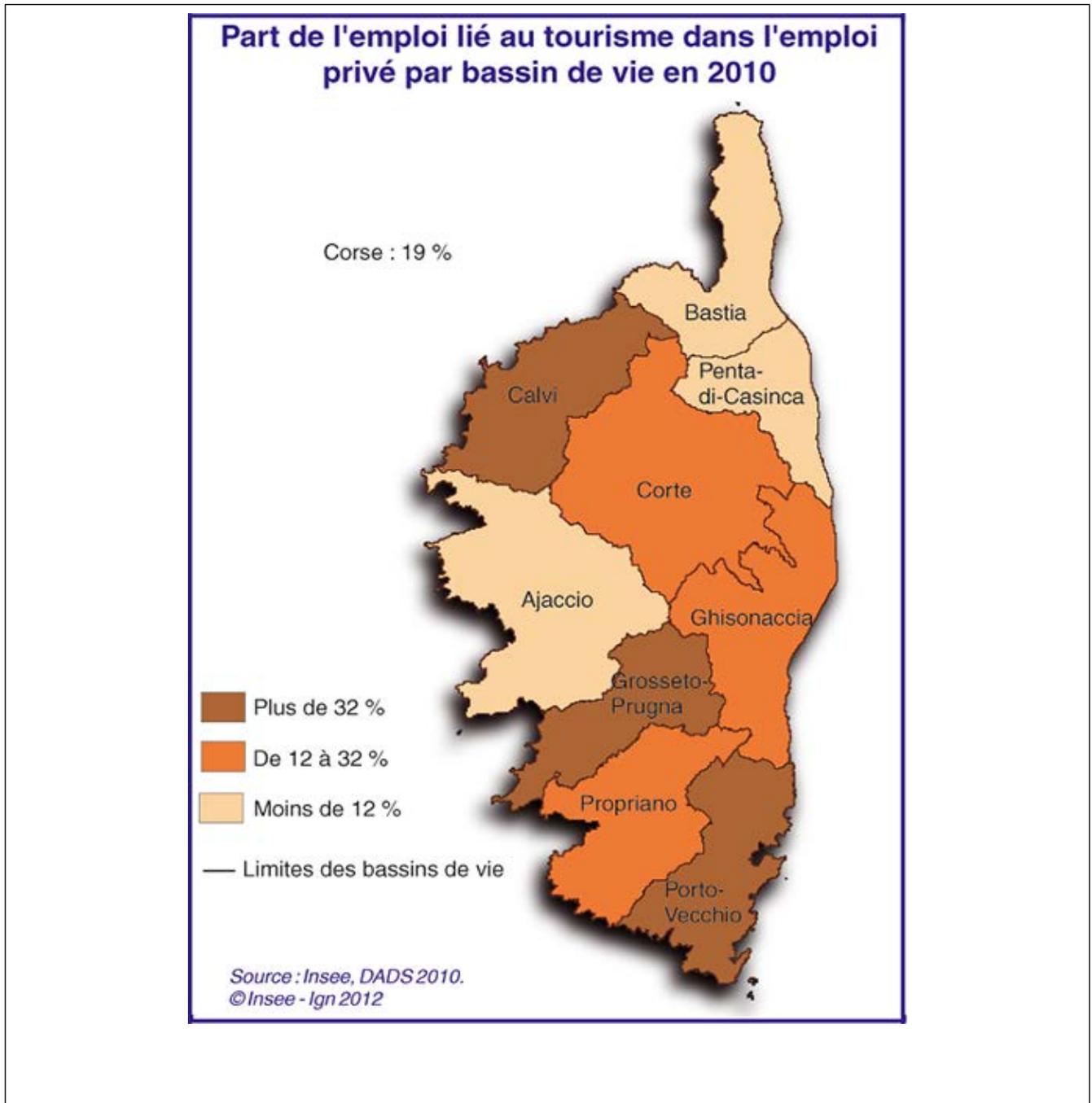
Excursion à la journée : Knossos et Archanes. Environ 59 euros. Archéologie. Visites des ruines du palais du roi Minos et d'un village agricole / Les gorges de Samaria (de mai à septembre). Environ 62 euros. Uniques en leur genre et les plus grandes d'Europe / La Canée et Akrotiri. Environ 51 euros. Visite de La Canée aux ambiances architecturales gréco-turco-vénitiennes et du monastère d'Aghia Triada Tzagaloron / Santorin. Environ 135 euros. Visite de la perle des Cyclades.

Tout sur les animations du Mare Monte, l'hôtel-club de Georgioupolis

- ⤴ Grande piscine extérieure d'eau douce.
- ⤴ Parasols et chaises longues à la piscine et à la plage.
- ⤴ Embarcations à pédales et canoës.
- ⤴ 2 courts de tennis, ping-pong, mini-golf, terrains de pétanque, water-polo, beach-volley.
- ⤴ Avec les animateurs : réveil musculaire, aquagym, aérobic, cours de syrtaki, concours sportifs et jeux de société.
- ⤴ Spectacle folklorique une fois par semaine.
- ⤴ Tous les soirs, spectacles de cabaret, café-théâtre.
- ⤴ Avec supplément : parachute ascensionnel, ski nautique, jet-ski, banane, planches à voile, catamarans.
- ⤴ Pour les enfants, trois clubs animés : le club-mini pour les 4-8 ans, le club-junior pour les 9-12 ans et le club-ados pour les 13-17 ans.

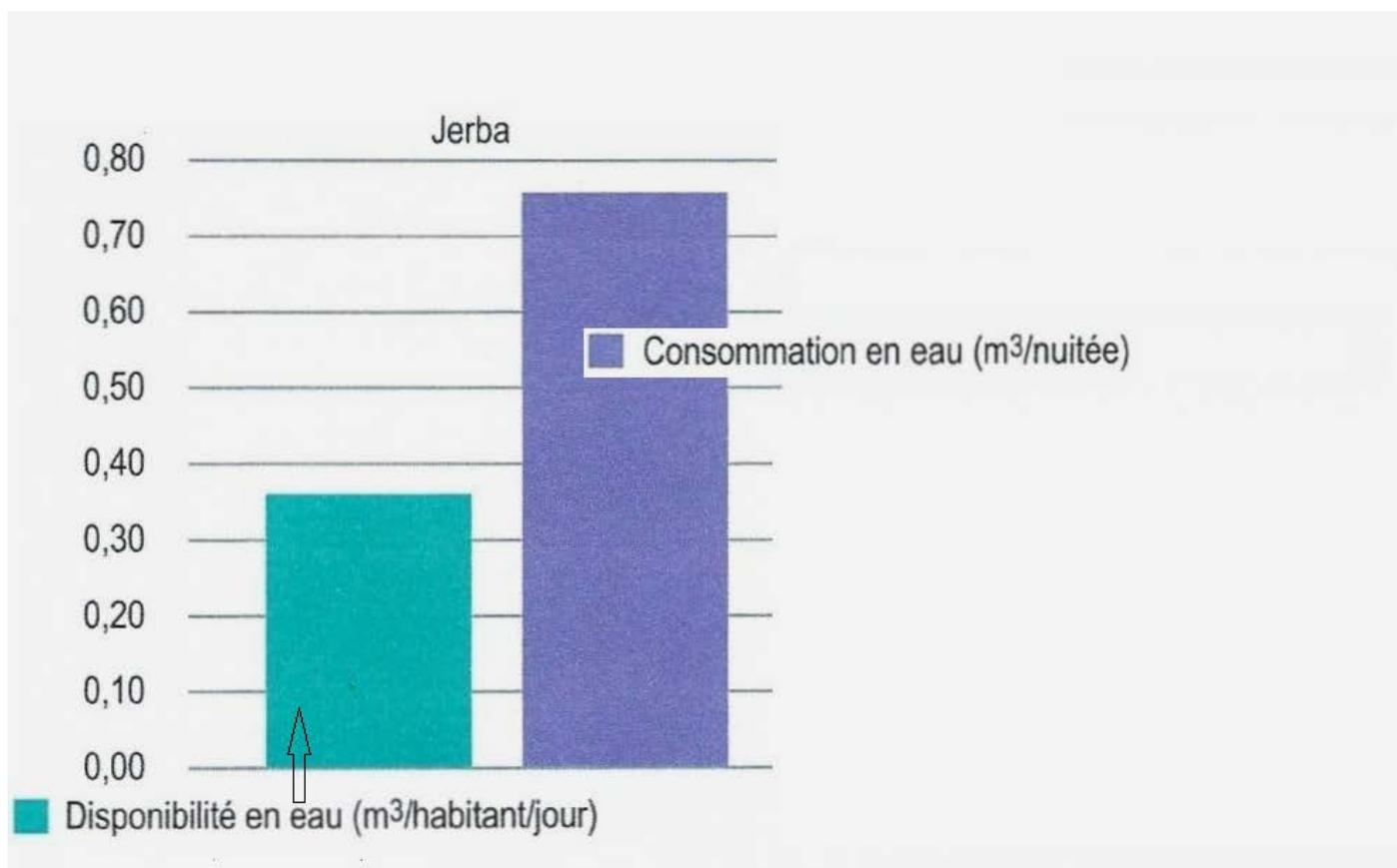
Extraits du catalogue FRAM, *Destinations proches - Printemps-Eté 2011*

Les conséquences économiques de cette attractivité



Carte d'Antonin Bretel et d'Elisabeth Gallard in *L'emploi lié au tourisme en Corse*.
[Consulté le 22 novembre 2014]. Disponible sur le site de l'Insee.

Le problème de l'eau potable à Djerba



Capacité de charge en eau potable à Djerba

A Djerba, la forte consommation journalière moyenne du tourisme par rapport aux ressources disponibles aboutit à une insuffisance de capacité des infrastructures. Le manque de disponibilité de la ressource en eau a pour conséquence une augmentation des transferts d'eau soit par voies routières (Egypte), soit en augmentant la production moyenne des infrastructures de type pipelines en période estivale, qui correspond à une période de stress hydrique. Une autre solution consiste à diversifier les moyens de production d'eau potable (stations de dessalement à Djerba).

Loïc Bourse, *Tourisme et développement durable en Méditerranée. Rapport final du programme d'activités 2009-2012*, Plan Bleu, Centre d'activités régionales PNUE / PAM, 2012.

L'impact spatial des touristes en Corse

Le tourisme corse ne connaît pas la crise. Malgré les records de fréquentation battus d'une année sur l'autre, l'île ne semble pas tirer un profit collectif de son expérience. Au contraire, elle franchit régulièrement la ligne de la phase critique et de l'asphyxie. L'île de beauté devient l'île débordée.

Les sites majeurs comme les Calanques de Piana, la Restonica, les Aiguilles de Bavella, la Balagne ou Bonifacio connaissent régulièrement des épisodes de blocage total, d'invasion et de surfréquentation chronique. En plein été, il n'est pas rare de mettre plus de 5 heures pour relier le centre d'Ajaccio à celui de Bastia, là où, en basse saison, un automobiliste met raisonnablement entre 2h30 et 3 heures. Embouteillages monstres, plages et lieux de baignade en rivière bondés, attentes interminables, même le GR 20 devient une file d'attente aux points de franchissement périlleux.

Sur l'eau, ce n'est pas mieux. Les pics de fréquentation sont estimés à 50 000 embarcations naviguant autour de l'île. Plus une baie, plus une crique sans son mitage de navires en tout genre, ses scooters des mers qui slaloment bruyamment au milieu des grands yachts, le ski nautique, les vedettes rapides au milieu des baigneurs. [...]

Chacun imagine bien le cortège de nuisances, de pollutions, de déchets, de pression sur le milieu, de dégradation, de consommation d'eau et d'énergie, d'énerverment et de stress que provoque un tel afflux de touristes [...].

Xavier Rouquet, « La Corse, victime de son succès », in *Espaces*, février 2010, n°278.

Un développement durable du tourisme insulaire en Méditerranée

Plusieurs orientations peuvent permettre d'atteindre l'objectif d'un développement durable du tourisme. [...]

Afin de développer un tourisme respectueux de l'environnement insulaire, plusieurs actions peuvent être entreprises, en partenariat avec l'ensemble des acteurs concernés (résidents, opérateurs touristiques, pouvoirs locaux...). A Djerba par exemple, des mesures ont été adoptées pour :

- améliorer la localisation et la qualité des unités touristiques (intégration spatiale, normes spécifiques, étude d'impact) ;
- améliorer les rendements environnementaux de l'activité touristique (contribution directe à la protection de l'environnement, réhabilitation des milieux écologiques endommagés, gestion raisonnée de l'eau destinée aux installations touristiques) ;
- développer le tourisme culturel (ouverture vers l'intérieur de l'île).

Les îles sont d'importants foyers culturels. L'insularité a favorisé, en Méditerranée plus qu'ailleurs, le maintien d'identités fortes que l'activité touristique altère. Il semble indispensable de veiller à leur sauvegarde en encourageant toutes les initiatives de valorisation du patrimoine culturel local afin d'éviter la banalisation des destinations et de maintenir une image valorisante de ce patrimoine et de l'identité insulaire dans l'esprit des populations locales (notamment des jeunes générations). [...]

Les évolutions actuelles du marché touristique, avec le développement de produits centrés sur les dimensions culturelles et environnementales (par exemple : chambres d'hôte, tourisme nature, séjour « chez l'habitant ») et une attitude plus sensible et responsable des visiteurs (désir de « comprendre » l'autre, les paysages, l'histoire), peuvent contribuer à la réussite de démarches de ce type, à condition que tous les enjeux de durabilité qu'elles véhiculent soient communément acceptés par l'ensemble des acteurs, notamment la nécessité de limiter le nombre de visiteurs.

Elisabeth Coudert, « Les îles de la Méditerranée, des destinations vulnérables », in *Espaces*, février 2010, n°278.