

## ÉPREUVE 4

### ENVIRONNEMENT DU TOURISME

**DUREE : 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 **2/11** à la page **4/11**.  
Elle est prévue pour être traitée en 1 heure 30 (coefficient 2).

La partie "*Histoire et Géographie Touristique*" est numérotée de la page **5/11** à la page **11/11**.  
Elle est prévue pour être traitée en 1 heure 30 (coefficient 2).

**Le document 1 page 6/11 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.**

<b>Session 2017</b>	<b>EXAMEN : BTn</b>	<b>SPÉCIALITÉ : Hôtellerie</b>	
<b>SUJET</b>	<b>Epreuve : Environnement du Tourisme</b>		
<b>17ETHOPO1</b>	<b>Durée : 3 heures</b>	<b>Coefficient : 4</b>	<b>Page : 1/11</b>

À l'aide de vos connaissances et des annexes 1 à 5, répondre de façon argumentée et structurée aux questions suivantes :

- 1 – **Repérer** les éléments qui permettent de caractériser la Chine comme étant un pays émergent.
- 2 – **Identifier** les mesures mises en œuvre par le gouvernement chinois pour favoriser le développement du tourisme.
- 3 – **Analyser** les effets de la dépréciation de la monnaie européenne (euro) vis-à-vis de la devise chinoise (yuan) sur les investissements chinois à l'étranger, puis sur les flux touristiques chinois.
- 4 – **Indiquer** comment les pouvoirs publics et les professionnels du tourisme s'adaptent à l'arrivée massive des touristes chinois en France.
- 5 – Dans un développement structuré, **expliquer** ce qui favorise l'arrivée massive des touristes chinois en France.

### Documents à disposition :

**ANNEXE 1** : La croissance du tourisme chinois à l'international

**ANNEXE 2** : Que se passe-t-il quand l'euro baisse face au yuan ?

**ANNEXE 3** : Chine : nouvelle stratégie touristique pour développer le tourisme émetteur

**ANNEXE 4** : La France se mobilise pour tirer profit de la manne du tourisme chinois

**ANNEXE 5** : Tourisme en Chine : à savoir par les professionnels

**La croissance du tourisme chinois à l'international**

La croissance du tourisme chinois à l'international, et notamment de la classe moyenne supérieure, est l'une des plus fortes au monde et elle devrait se poursuivre au cours des prochaines années. Afin de mieux appréhender ce marché, Atout France, a réalisé une étude dont les premières conclusions confortent le potentiel de cette clientèle stratégique. Grâce à la croissance économique fulgurante de la Chine depuis 10 ans, au développement de l'urbanisation et de l'éducation, la classe moyenne supérieure chinoise dispose aujourd'hui d'un niveau d'épargne et de revenus élevé lui permettant de voyager hors de son pays. L'étude révèle que la France est considérée comme la destination la plus attractive en Europe, devant l'Italie, la Suisse et l'Allemagne. [...] D'ici 2020, 100 millions de Chinois devraient voyager à travers le monde. [...]

**Source** : Veille Atout France, le 26/05/2016

**ANNEXE 2****Que se passe-t-il quand l'euro baisse face au yuan ?**

[...] La baisse de l'euro face au yuan devrait également favoriser les investissements chinois en France, pour une raison simple : une entreprise française valant par exemple 8 millions d'euros ne coûte plus « que » 54,4 millions de yuans (8 millions x 6,8) en 2015, contre 88 millions (8 millions x 11) il y a sept ans. Pour les investisseurs chinois potentiels, le moment est opportun pour acquérir à moindre coût des sociétés françaises se prévalant d'une technologie avancée ou d'un savoir-faire spécifique, ou encore s'affichant sous une marque de prestige. Il y a fort à parier que le mouvement d'investissements chinois dans l'Hexagone devrait s'accélérer dans les deux ans à venir. [...]

La dépréciation de la monnaie unique européenne vis-à-vis de la devise chinoise devrait aussi soutenir le développement du tourisme chinois en Europe, notamment en France, pays le plus visité au monde. L'an dernier, 1,7 million de Chinois ont visité la France, contre 1,1 million en 2012, et 900 000 en 2010. Il y a tout lieu de penser que le nombre de visiteurs venus de l'Empire du Milieu pourrait augmenter à partir de cette année, ne serait-ce que parce que, exprimés en yuan, tous les produits français, notamment les produits de luxe, très recherchés par les Chinois, coûtent désormais bien moins chers qu'auparavant.

Plus globalement, derrière l'évolution de la parité euro-yuan se profile un changement en profondeur des relations économiques entre nos deux pays. Longtemps caractérisées par un flux incessant de capitaux français vers la Chine et l'arrivée massive de produits made in China en France, celles-ci seront dorénavant marquées par le mouvement inverse : un afflux croissant de capitaux chinois sur le marché français et une hausse des exportations de produits made in France vers la Chine.

**Source** : chine-info.com, le 17/03/2015

**Chine : nouvelle stratégie touristique pour développer le tourisme émetteur**

Le gouvernement chinois vient de publier des « Lignes directrices pour le tourisme et les loisirs nationaux » (2013-2020) qui [...] soutiennent résolument le tourisme émetteur et cherchent à mieux distribuer les bienfaits économiques, socioculturels et environnementaux du tourisme.

Les « Lignes directrices » [...] encouragent les Chinois à prendre des congés payés. [...]

Alors que des normes culturelles avaient empêché jusqu'à présent de nombreux Chinois de prendre des congés annuels, ces « Lignes directrices » [...] incitent les organismes gouvernementaux, les organisations sociales, les entreprises et les institutions publiques à promouvoir l'utilisation des journées de congé en accordant, de surcroît, aux travailleurs chinois plus de liberté et de flexibilité quant au choix des destinations et des dates de voyage.

« Le succès de la mise en œuvre de la nouvelle stratégie touristique nationale chinoise favorisera certainement autant le tourisme interne que le tourisme émetteur chinois [...] » a affirmé le Secrétaire général de l'OMT. [...]

**Source** : OMT, le 26/03/2013

**ANNEXE 4****La France se mobilise pour tirer profit de la manne du tourisme chinois**

[...] « *Le potentiel de croissance est très important car les Chinois sont intéressés par la France dans sa diversité* », souligne le directeur général d'Atout France, Christian Mantei. Au-delà des « grands classiques » comme Paris, Versailles ou les châteaux de la Loire, les leviers ne manquent pas avec le shopping, l'œnologie, le ski, le golf ou la Provence. [...] Ainsi, la Chine a été l'un des tout premiers pays à bénéficier de la procédure « visa en 48 heures » initiée par l'ancien ministre des Affaires étrangères, également en charge de la promotion touristique, Laurent Fabius. De son côté, Atout France agit dans divers domaines. En matière d'information, l'agence a notamment édité au début de l'année une nouvelle version de son guide pratique à l'usage des professionnels pour « *bien* » accueillir les Chinois [...]. De même, Atout France vient de lancer un programme de formation en ligne consacré à l'accueil, les Chinois étant l'une des six nationalités abordées initialement. S'agissant de la promotion, son action est ciblée comme en témoigne une mission spécifique aux palaces en janvier. [...]

**Source** : Les Echos.fr, le 17/03/2016

**ANNEXE 5****Tourisme en Chine : à savoir par les professionnels**

[...] Ce développement économique a créé une nouvelle vague de touristes chinois, jeunes, aisés et qui voyagent de manière indépendante. [...] Cette nouvelle [vague de touristes chinois est sophistiquée, cultivée, ultra-connectée et jeune](#). [...] Les grosses chaînes d'hôtel comme Starwood, Hilton, Marriott et Intercontinental ont ainsi annoncé des initiatives spécifiquement destinées aux touristes chinois. Ces initiatives incluent l'ajout des plats populaires chinois dans les menus de restaurants, une ou plusieurs chaînes de télévisions chinoises dans les chambres qui sont aménagées en disposant des pantoufles et bouilloires et la présence d'un concierge parlant couramment le Mandarin. [...]

Les stratégies des marques doivent plus que jamais se focaliser sur de la veille internet et la culture web du bouche à oreille sur les réseaux sociaux chinois, avant, pendant, et après les interactions des consommateurs. [...]

**Source** : Marketing-Professionnel.fr, le 18/01/2016

# HISTOIRE ET GÉOGRAPHIE TOURISTIQUE

## LE TOURISME HIVERNAL EN AMERIQUE DU NORD

### DOCUMENT 1 (4 points)

1 – Sur le fond de carte :

- placez les océans suivants : l'océan Pacifique, l'océan Arctique, l'océan Atlantique ;
- placez les lacs suivants : le lac Ontario, le lac Supérieur ;
- situez les chaînes de montagnes suivantes : les montagnes Rocheuses, les Appalaches ;
- situez les villes suivantes : Mexico, Montréal, New-York, Québec, Salt Lake City, Vancouver, Miami ;
- situez les fleuves suivants : le Colorado, le Saint Laurent.

### DOCUMENT 2 (2 points)

2 – À quel type de clientèle s'adresse la station de ski d'Aspen au Colorado ? Relevez des éléments du texte qui en témoignent.

### DOCUMENT 3 (3 points)

3 – Montrez que le voyage proposé véhicule une vision traditionnelle du Canada.

### DOCUMENT 4 (3 points)

4 – Quels sont les différents enjeux économiques liés au Carnaval de Québec ?

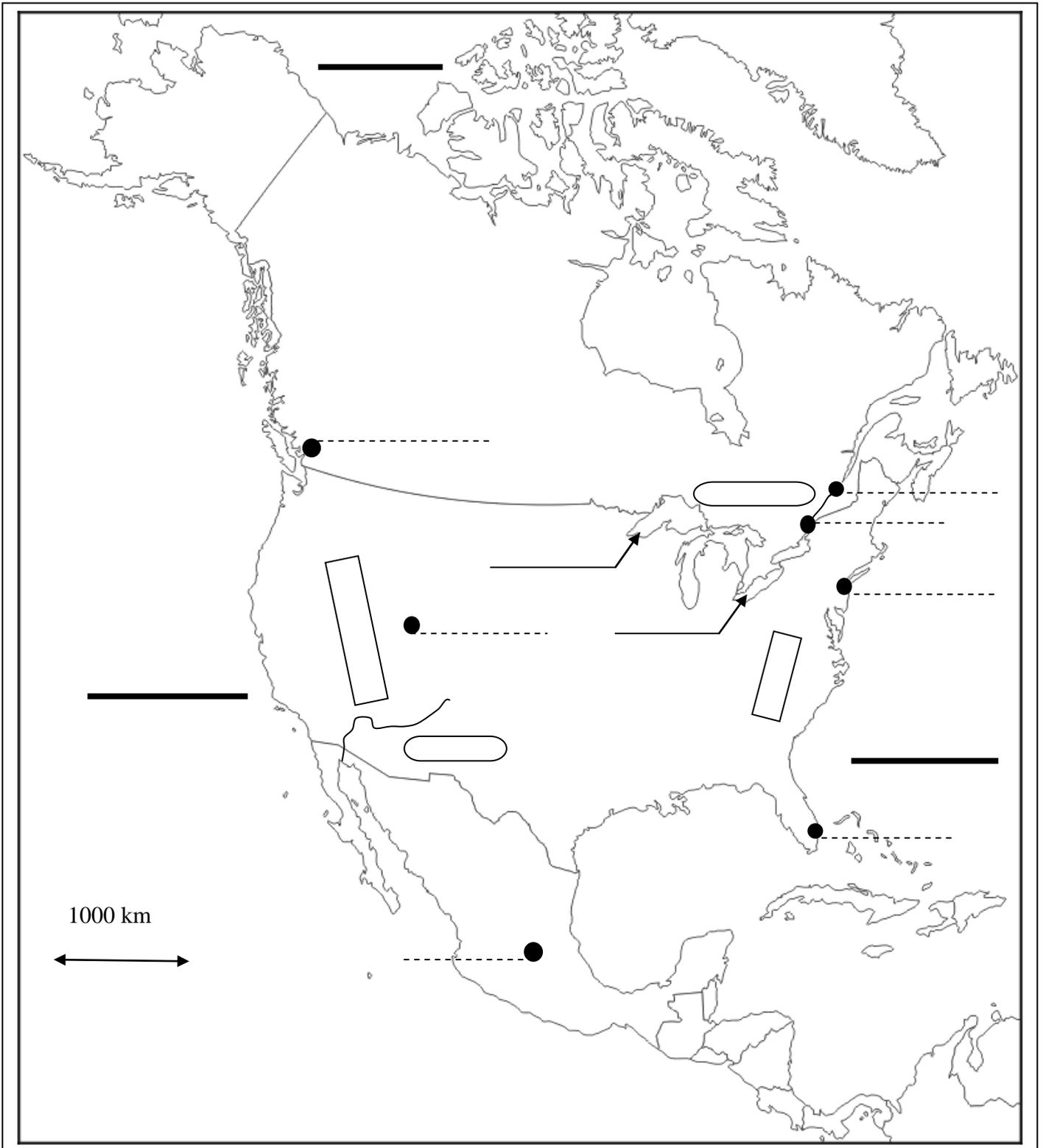
### DOCUMENTS 5 et 6 (3 points)

5 – Montrez que la compagnie aérienne WestJet s'adapte à une nouvelle forme de tourisme hivernal et expliquez pourquoi ce tourisme se développe.

### SYNTHÈSE (5 points)

6 – À l'aide de vos connaissances et des informations fournies par les documents, vous expliquerez les différentes formes du tourisme hivernal en Amérique du Nord ainsi que ses enjeux économiques.

DOCUMENT 1 (à remettre avec la copie)



●-----	Villes	○	Fleuves
—	Océans	▭	Chaînes de montagnes
→	Lacs		

## DOCUMENT 2- Colorado, le ski à la mode américaine

« Des pistes de neige "poudre de champagne" aux restaurants raffinés, guide d'une destination d'hiver chic-issime.

Des monts ronds comme les volcans d'Auvergne, des bisons dans les flocons : parcourir les derniers kilomètres entre Denver et Aspen chatouille le mythe qui sommeille en tout skieur. Aspen, où tombe la neige la plus chic du monde : Paris Hilton y passe le Nouvel An, Melanie Griffith et Antonio Banderas y sont accros... Mais la station de ski, championne ex aequo avec Gstaad (1) du snobisme montagnard, vaut-elle les dix heures de vol transatlantique ? Présentement, la nuit tombe sur Aspen Village, réveillant la myriade (2) de loupiotes sur les boutiques (Burberry, Moncler, une vitrine où trônent des Moon Boots en vison), les idylliques maisons en bardeaux blancs et les jolies briques rouges du centre-ville, rappelant la préhistoire minière d'Aspen.

[...] La vraie supériorité du ski à l'américaine est moins le challenge sportif qu'un incroyable art de vivre. Au Sundeck, le bistrot d'altitude, oubliez tartiflettes et saucisses-frites : hamburgers dignes des meilleures brasseries, woks de légumes aux crevettes soignent le skieur, huîtres et légumes frais à gogo rappellent que les côtes du Pacifique et les vergers de Californie ne sont pas loin. Grandes tablées sans chichis ni doudounes Gucci ou Dolce & Gabbana : être là suffit à se poser comme membre de la communauté des *rich and famous*. A la fin de la journée, un concierge prend vos skis : demain, ils vous attendront là où vous le souhaitez, en bas de l'un des quatre domaines d'Aspen. Ce service est gratuit, tout comme le café matinal, les échantillons de crème solaire, les Kleenex au pied des pistes, et le souci permanent qu'ont les Américains de votre bien-être [...] »

(1) Station de ski célèbre en Suisse

(2) Myriade : signifie « très grand nombre »

Source : le ski à la mode américaine, *L'Express*, 22 Janvier 2011, [http://www.lexpress.fr/tendances/voyage/colorado-le-ski-a-la-mode-americaine\\_954571.html](http://www.lexpress.fr/tendances/voyage/colorado-le-ski-a-la-mode-americaine_954571.html)

## NOËL EN FAMILLE

DEMANDE DE DEVIS

### RÉSUMÉ DE L'ITINÉRAIRE

- Jour 1 : Arrivée au Canada
- Jour 2 : Traîneau à chiens + Aventures du Bûcheron
- Jour 3 : Pêche sur glace + Glissades + Igloo
- Jour 4 : Raquettes + Cabane à sucre + Trappeur
- Jour 5 : Motoneige + Réveillon Typique de Noël
- Jour 6 : Village Vacances Valcartier + Découverte de Québec
- Jour 7 : Shopping + Aéroport de Montréal
- Jour 8 : Retour en France

### POINTS FORTS DE CE VOYAGE

- Hébergement en chalet de bois rond
- Conçu pour plaire aux petits et aux grands
- Paysages exceptionnels et destinations exclusives
- Journée au plus grand centre de sports d'hiver en Amérique
- Réveillon typique du Canada
- Formule tout inclus (avion, assurances, taxes +++)

À partir de

**1890 \$ / adulte** (1266 €)



[Cliquez ici pour ouvrir la carte](#)

### AVIS DES VOYAGEURS



4.61 / 5 selon 14 avis

Noël en Famille

[Lire les avis](#)

Source : page du site de l'agence de voyage Authentik Canada,  
<http://www.authentikcanada.com/voyage/voyage-noel-quebec.shtml>



Carnaval de Québec

en collaboration avec



L'événement

## Le plus grand carnaval d'hiver au monde

Depuis 61 ans, le Carnaval de Québec organise annuellement une grande fête populaire hivernale qui génère des retombées économiques, touristiques et sociales pour la région de Québec.

- Création d'une valeur ajoutée (PIB) de 28 millions de dollars
- Soutien à 629 emplois
- Recettes fiscales (provinciales et fédérales) de 10 millions de dollars

≡ NOS PARTENAIRES ≡



## Mise en valeur de l'hiver : des activités populaires et familiales.

Le Carnaval maintient le cap sur la mise en valeur des activités familiales et populaires tout en respectant la spécificité historique, culturelle et patrimoniale de la Capitale Nationale [...]

Les activités du Carnaval rejoignent plusieurs clientèles cibles et rassemblent un nombre impressionnant de participants.

Près de 600 000 visites sur les sites.

Source : <http://carnaval.qc.ca/a-propos-festival-hiver/statistiques-quebec/>

## DOCUMENT 5- La compagnie aérienne Westjet, nouvelles liaisons pour l'hiver au départ de Toronto (Canada)

**COMMUNIQUÉ, 20 juillet 2015]** WestJet a annoncé aujourd'hui, dans le cadre de son horaire de vols d'hiver 2015-2016, le lancement de ses nouvelles liaisons sans escale à destination de la Floride, du Mexique et du Costa Rica, ainsi que l'ajout de plus de 85 vols à l'échelle de son réseau grandissant national et international.(...)

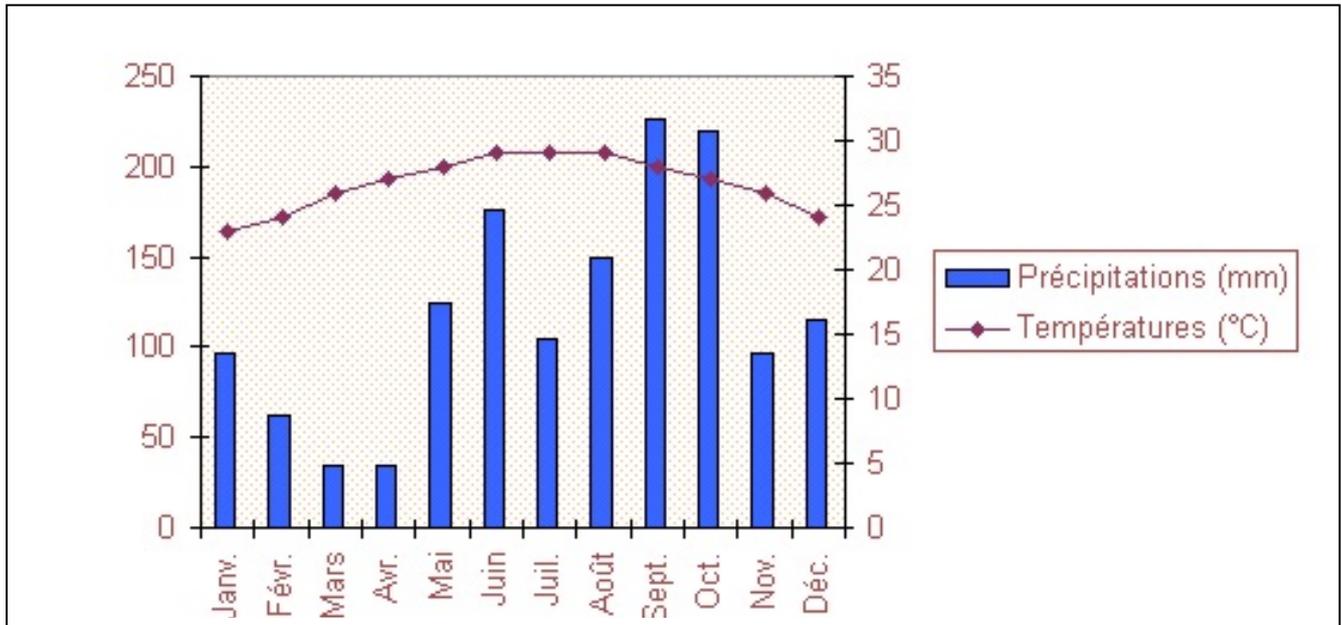
« WestJet continue à renforcer sa position déjà solide au sein des marchés ensoleillés clés grâce à l'ajout de destinations additionnelles dans des régions populaires chez les voyageurs canadiens », explique Chris Avery, vice-président, planification du réseau, alliances et développement d'entreprise de WestJet.

### Détails des nouvelles liaisons de WestJet au départ de l'est du Canada pour l'hiver 2015-2016

Trajet	Fréquence	Départ	Arrivée	Entrée en vigueur
Toronto – Boston (États-Unis)	Trois vols par jour	7h05	8h42	Le 15 mars 2016
Toronto- Boston (États-Unis)	Trois vols par jour	12h20	13h57	Le 15 mars 2016
Toronto – Boston (États-Unis)	Trois vols par jour	17h40	19h15	Le 15 mars 2016
Toronto – Sarasota (États-Unis)	Deux vols par semaine	8h05	11h06	Le 18 décembre 2015
Toronto- West Palm Beach (États-Unis)	Deux vols par semaine	7h25	10h32	Le 11 décembre 2015
Toronto- Huatulco (Mexique)	Deux vols par semaine	9h15	13h55	Le 13 décembre 2015
Toronto- Mérida (Mexique)	Un vol par semaine	8h15	11h33	Le 15 décembre 2015
Toronto – Cabo San Lucas (Mexique)	Un vol par semaine	9h15	12h32	Le 19 décembre 2015
Toronto – San José (Costa Rica)	Deux vols par semaine	9h15	13h40	Le 15 décembre

Source : <http://www.tourismeplus.com>

## DOCUMENT 6- Les températures et précipitations dans la région du Yucatan au Mexique



Source : [http://www.le-yucatan.net/y\\_pratique/y\\_pratique\\_meteo.php](http://www.le-yucatan.net/y_pratique/y_pratique_meteo.php)