

# ÉPREUVE 4

## ENVIRONNEMENT DU TOURISME

Épreuve du vendredi 16 juin 2017

**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.**

**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>17ETHOMLR1</b>	<b>Durée : 3 heures</b>	<b>Coefficient : 4</b>	<b>Page : 1/12</b>

## ÉCONOMIE GÉNÉRALE ET TOURISTIQUE

À l'aide de vos connaissances et des annexes 1 à 3, répondre de façon argumentée et structurée aux questions suivantes :

1. **Repérer** quatre facteurs à l'origine de l'afflux touristique en Islande.
  2. **Analyser** les effets possibles de la dépréciation de la monnaie islandaise sur les flux touristiques ce pays.
  3. En vous appuyant sur la situation du commerce extérieur de l'Islande, **présenter** les avantages potentiels pour l'Islande de la signature de l'accord de libre-échange avec la Chine.
  4. **Expliquer** les effets positifs du tourisme pour l'économie islandaise.
  5. **Montrer**, en distinguant les aspects économiques, sociaux et écologiques, que le développement du tourisme n'est pas sans menace pour un pays comme l'Islande.
- 

### Les documents à disposition :

ANNEXE 1 L'Islande tente de maîtriser l'incroyable afflux de visiteurs

ANNEXE 2 L'Islande enregistre en 2015 son premier déficit commercial depuis 7 ans

ANNEXE 3 Présentation de l'Islande : Situation économique

## L'Islande tente de maîtriser l'incroyable afflux de visiteurs

Parfois, Halldor Sigurdsson ne reconnaît plus son pays. « *Sur les routes, des convois sans fin emmènent les touristes voir les geysers : quand j'étais enfant, le coin était désert* », raconte ce chauffeur de bus de Reykjavik, la capitale islandaise. [...]

« *Jamais notre île n'a reçu autant d'étrangers, constate-t-il. Mais c'est une bonne chose : désormais, le tourisme nous rapporte plus d'argent que la pêche.* »

En la matière, 2016 devrait battre tous les records. L'Islande attend près de 1,7 million de visiteurs cette année, contre 1,28 million en 2015. C'est plus de... cinq fois la population de l'île, qui recense 330 000 habitants. La raison de cette islando-mania ? Les matchs de l'Euro, qui ont mis en lumière l'équipe de football du pays, ont conduit à un essor des réservations pour Reykjavik. Mais pas seulement, car le phénomène ne date pas de cet été. « *Depuis cinq ans, le nombre de visiteurs augmente de 20 % chaque année* », explique Thorolfur Matthiasson, économiste à l'université d'Islande : *488 600 en 2010, 672 900 en 2012, 998 600 en 2014...*

Hrönn Vilhelmsdottir et sa famille tiennent le café Loki, qui propose des plats traditionnels islandais. [...] « *Nous avons ouvert en 2008, en pleine crise : les temps étaient durs, se rappelle-t-elle. Puis l'éruption du volcan Eyjafjallajökull, en 2010, a fait parler de l'Islande dans le monde entier. Dès lors, les touristes ont commencé à affluer.* »

La dépréciation de 50 % de la couronne islandaise et les campagnes marketing orchestrées par le secteur pour promouvoir la nature sauvage de l'île à l'étranger ont également contribué à la croissance de la popularité du pays. Qui profite aussi de la désaffection pour les destinations jugées plus risquées, en raison du terrorisme.

### « Incidence positive pour notre économie »

Résultat : si, au début, les visiteurs concentraient leurs réservations en été, ils viennent désormais toute l'année. Y compris en hiver, la saison des aurores boréales. « *Dans l'ensemble, l'incidence de cet essor est positive pour notre économie* », estime Olafur Margeirsson, docteur en économie. En 2015, le tourisme a rapporté 208,4 milliards de couronnes (1,6 milliard d'euros) au pays. Il pèse désormais 23 % du produit intérieur brut (PIB) et représente plus du tiers de l'apport de devises étrangères, devant la pêche et la production d'aluminium.

Grâce à cela, l'île a pu rapidement tourner la douloureuse page de la crise. En août 2008, les trois grandes banques du pays avaient fait faillite. Cela avait déclenché une violente récession, avec, en deux ans, un recul du PIB de 11 % et une hausse des prix de 20 %...

Aujourd'hui, l'Islande va mieux. Selon le Fonds monétaire international, son économie devrait croître de 4,2 % en 2016. Le taux de chômage, tombé à 2,6 % en juin, est au plus bas. Mais tout n'est pas rose pour autant au pays des volcans. « *Cet afflux phénoménal de visiteurs pose également certains problèmes* », résume M. Margeirsson.

### Craintes pour l'environnement

L'essor a en effet été si rapide que les infrastructures n'ont pas eu le temps de suivre. L'aéroport international, en cours d'agrandissement, est trop petit, les routes sont saturées, il n'y a pas suffisamment d'hôtels pour accueillir tout le monde...

« *Il faut désormais s'y prendre au moins six mois à l'avance pour trouver une chambre* », témoigne David Bajomi-Lazar, guide dans le pays depuis douze ans. [...]

En outre, la plupart des sites naturels, champs de lave, geysers et cascades, n'est pas équipée pour recevoir autant de monde. Toutes les semaines, la presse locale publie le témoignage d'Islandais agacés par le comportement des touristes, qui, faute de trouver des toilettes sur les routes, se soulagent où ils peuvent...

Mais surtout, certains habitants redoutent que le flot de visiteurs ne dégrade le délicat environnement de l'île. « *Il devient urgent de réglementer l'accès aux sites les plus fragiles* », estime M. Matthiasson, qui juge les réflexions sur le sujet trop lentes.

« La TVA sur l'hôtellerie-restauration est de 11 % seulement : la relever permettrait de dégager des revenus pour développer les infrastructures », suggère-t-il.

En 2015, le gouvernement a abandonné l'idée d'un « passe nature », qui, en échange de 1 500 couronnes, aurait offert un accès à tous les sites, aujourd'hui gratuits – l'argent ainsi récolté aurait financé la protection de la nature. Il réfléchit désormais à d'autres pistes avec les entreprises du secteur.

« Aujourd'hui, la majorité des visiteurs restent concentrés dans le sud-ouest : nous travaillons pour qu'ils se répartissent dans les autres régions, encore peu connues », explique Inga Hlin Palsdottir, de Promote Iceland, l'agence de promotion du pays à l'étranger.

De quoi, selon elle, donner une seconde vie aux villages du nord et de l'est, délaissés par les agriculteurs. Tout en satisfaisant la soif de grands espaces des touristes...

Source : Le monde économie, 10.08.2016

## ANNEXE 2

### L'Islande enregistre en 2015 son premier déficit commercial depuis 7 ans

La plupart des autres chiffres de l'économie islandaise reste largement dans le vert. [...] Mais en 2015, le pays a connu le premier déficit de sa balance commerciale en 7 ans [...] Le déficit commercial sur les biens a été de près de 220 millions d'euros (30,7 milliards de couronnes), alors qu'en 2014 la balance commerciale enregistrait un excédent de près de 29,7 millions d'euros (4,2 milliards de couronnes). [...]

Ce déficit s'explique « par l'érosion de la compétitivité du pays<sup>1</sup> » et par les conséquences de « l'embargo<sup>2</sup> russe sur le poisson islandais ». En effet, les obstacles à l'entrepreneuriat sont nombreux dans le pays et freinent les potentiels débouchés extérieurs des entreprises. De même, l'embargo alimentaire mis en place en 2014 par la Russie atteint [...] les débouchés extérieurs de la pêche islandaise, qui produit une part importante des exportations du pays. [...] Toutefois, en incluant les services, en particulier l'activité touristique qui a pris toute son importance dans la croissance du pays, la balance commerciale reste amplement excédentaire, totalisant près de 551,4 millions d'euros (78,1 milliards de couronnes) au cours des trois premiers trimestres de l'année 2015. [...]

Source : [latribune.fr](http://latribune.fr), 08/01/2016

## ANNEXE 3

### Présentation de l'Islande : situation économique

[...] L'accord de libre-échange (ALE) entre l'Islande et la Chine, entré en vigueur le 1er juillet 2014, lèvera les barrières tarifaires progressivement au cours des prochaines années. C'est le premier accord de ce genre entre un pays européen et la Chine : il s'inscrit dans le cadre d'un rapprochement progressif entre les deux pays qui ont par ailleurs conclu des coopérations dans les domaines des sciences et technologies marines et polaires, de la géothermie et de l'énergie solaire. Le commerce avec la Chine est déficitaire pour l'Islande qui exporte surtout des poissons et importe des produits industrialisés. L'ALE offrira aux Islandais un avantage unique sur le marché chinois, en particulier dans le domaine de la pêche.

Source : <http://www.diplomatie.gouv.fr>, 10/06/2016

<sup>1</sup> Perte de compétitivité du pays.

<sup>2</sup> Arrêt des exportations islandaises de poisson vers la Russie.

## HISTOIRE ET GÉOGRAPHIE TOURISTIQUE

### Tourisme balnéaire estival en France : vers un renouveau ?

#### DOCUMENT 1 (4 points)

1. Sur le fond de carte :
  - placez les mers et océan suivants : océan Atlantique, mer Méditerranée, Manche ;
  - placez les régions balnéaires touristiques suivantes : la Côte d'Azur, la Côte vermeille, la Côte basque, la Côte de Nacre ;
  - situez les stations balnéaires suivantes : Deauville, Saint-Malo, Biarritz, Nice, Arcachon, Les Sables-d'Olonne, Ajaccio, Bastia, La Grande-Motte.

#### DOCUMENT 2 (2 points)

2. Montrez quels aménagements existent dès le XIX<sup>e</sup> siècle pour le tourisme balnéaire estival en France.

#### DOCUMENT 3 (2 points)

3. Décrivez les différentes évolutions du tourisme balnéaire en France au cours du XX<sup>e</sup> siècle.

#### DOCUMENTS 4 et 5 (3 points)

4. Quels atouts de ces espaces balnéaires ont été mis en avant ?

#### DOCUMENTS 3 et 6 (3 points)

5. Décrivez les différents aménagements touristiques développés dans les stations balnéaires depuis les années 1960.

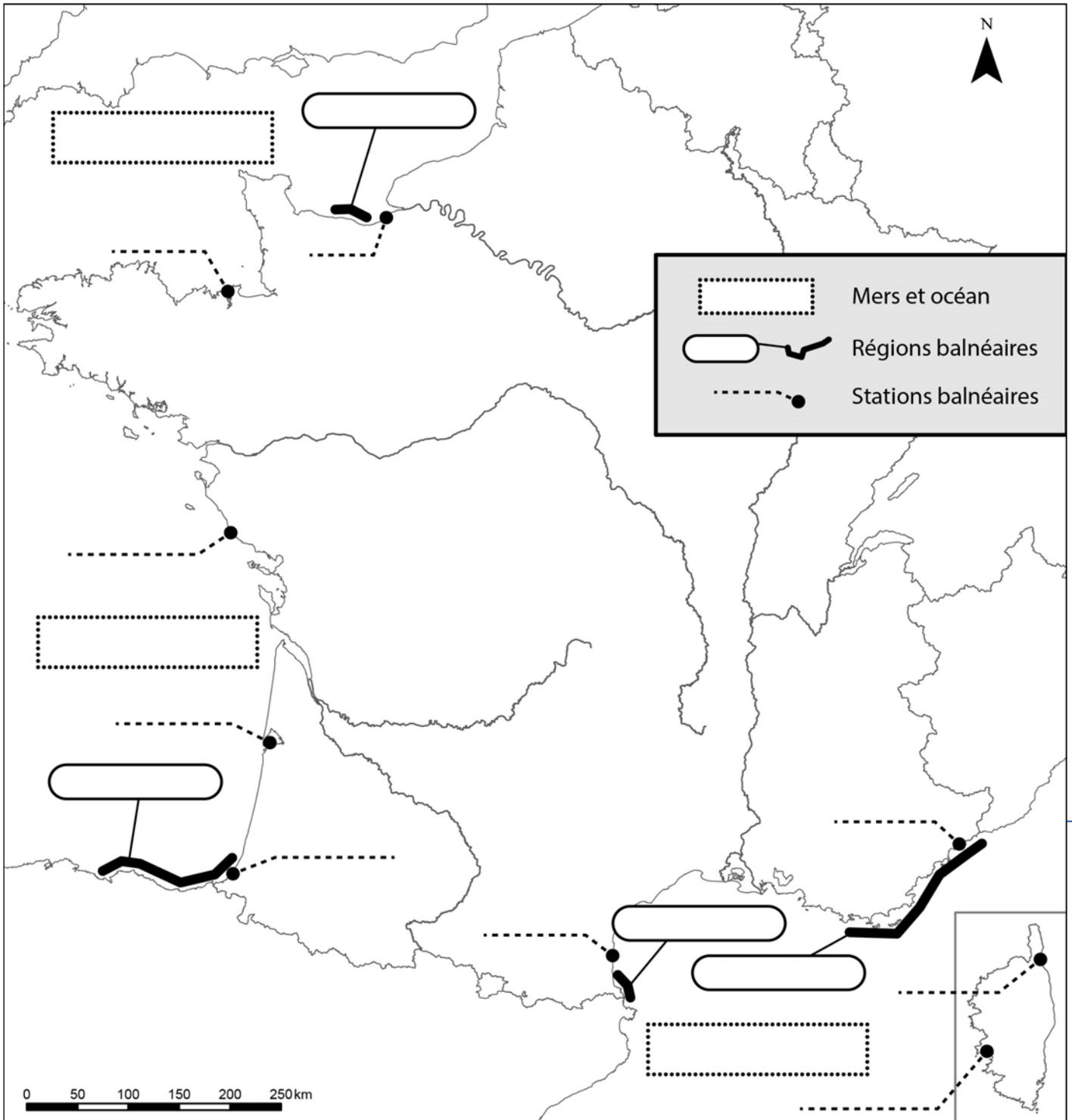
#### DOCUMENT 7 (2 points)

6. À quelles contraintes ces espaces sont-ils confrontés ? Comment tentent-ils d'y remédier ?

#### SYNTHÈSE (4 points)

7. À l'aide de vos connaissances et des informations fournies par les documents, vous expliquerez les principales caractéristiques du tourisme balnéaire estival en France : les évolutions historiques, les aménagements réalisés et les enjeux actuels.

DOCUMENT 1 (à remettre avec la copie)



DOCUMENT 2

Trouville : la plus belle plage du monde (vers 1880)



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Source : gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Vers un tourisme balnéaire de masse

Des artistes américains installés en France investissent dans les années 20 la petite cité de Juan-les-Pins près de Cannes, où ils se rendent désormais l'été. La mode est lancée. Il faudra toutefois attendre les Trente Glorieuses pour que s'impose la saison d'été.

La découverte de la Méditerranée estivale témoigne d'une évolution profonde des mentalités. Celle tout d'abord d'un nouveau rapport au corps. Le corps ose enfin se découvrir, [...], il se doit dorénavant d'être svelte, il se libère et s'exprime, que ce soit dans le plaisir de la natation (facilitée par la transparence et la température clémente de la Méditerranée) ou le bain de soleil sur le sable chaud. C'est la trilogie *sea, sand and sun* (mer, sable et soleil). [...]

Cette époque marque le début de l'héliotropisme, autrement dit la quête du soleil. [...] L'exposition du corps au soleil est perçue comme une source de régénération. Le bronzage, depuis toujours dénigré comme signe distinctif des agriculteurs passant leurs journées à travailler sous le soleil, devient désirable en tant que témoignage de vacances réussies et mise en valeur du corps.

[...] La Méditerranée estivale offre une plage de *farniente [repos]* à des travailleurs en vacances cherchant à se reposer du labeur habituel. [...] Même si des activités sportives peuvent se pratiquer (les sports importés de Californie : planche à voile, surf, ski nautique), 90 % des vacanciers se contentent de se baigner et de se reposer, un bon roman constituant le compagnon idéal de cette détente.

Cette nouvelle façon de passer des vacances connaît un succès rapide, encouragé par les médias et les nouvelles élites que sont les stars du *show-biz*, des affaires ou de la politique. [...] D'autres stars ont pris le relais des Brigitte Bardot<sup>1</sup>, et leur yacht vient mouiller à Saint-Trop<sup>2</sup> pour alimenter la gazette estivale des magazines *people*.

La fréquentation touristique de la Côte d'Azur monte en flèche, provoquant une congestion croissante des routes et une fièvre immobilière qui a entraîné une urbanisation à outrance et chaotique de sites aux qualités paysagères exceptionnelles. Pour décongestionner la Côte d'Azur, l'État aménage donc, dans les années 60, le littoral languedocien et crée de toutes pièces des stations comme La Grande-Motte ou Port-Barcarès. Censées répondre aux besoins des classes moyennes, elles offrent en masse des hébergements standardisés pour clientèles familiales.

Source : *Alternatives économiques* n° 271, juillet-août 2008

<sup>1</sup> : Actrice française de cinéma, star dans les années 1960.

<sup>2</sup> : Surnom donné à la station balnéaire connue de Saint-Tropez.

## DOCUMENT 4

### Publicité d'Atout France<sup>1</sup> (2014) : rendez-vous sur les côtes françaises !



Disséminées sur les 5 500 km de côtes que compte la France métropolitaine, les stations du littoral français conjuguent dépaysement, sérénité et découverte.

On apprécie leur côté nature et préservé tout en y trouvant toutes les activités et services en ville... la plage et les embruns en plus ! Mer ou ville, désormais, plus besoin de choisir !

Alors Manche, Atlantique, Méditerranée ou Corse ? À chacun son littoral, à chacun son séjour ! Deauville et sa passion du cheval et du cinéma, Biarritz, chic et sportive, Saint-Tropez, rendez-vous des stars ou Ajaccio, cité napoléonienne, toutes ont leur histoire et leur caractère propre.

Outre la plage, les activités nautiques, la découverte des innombrables merveilles naturelles et culturelles, partout, c'est une invitation à flâner, faire du shopping, goûter les produits du terroir, *farniente*... bref prendre le temps de vivre à la française !

La France vous donne rendez-vous sur ses côtes !

Sources : site [atoutfrance.fr](http://atoutfrance.fr) (consulté en octobre 2016)

<sup>1</sup> : Atout France est l'agence de développement touristique de la France qui accompagne les professionnels et organise des campagnes de communication.

## Une fréquentation touristique en hausse

### Les fréquentations en hausse dans l'Ouest

Après une baisse de 1,5 % de la fréquentation des hébergements en 2014, les mois d'été 2015 ont connu une hausse de 2,9 %. 268,5 millions de nuitées ont été enregistrées, en France, avec de bons résultats en mai, juillet et septembre. Malgré la météo défavorable, le mois d'août reste, toutefois, le plus touristique, selon une note publiée, ce lundi, par l'Institut national des statistiques et des études économiques.

L'Ouest de la France tire son épingle du jeu, avec de fortes hausses de la fréquentation. En Bretagne notamment (+6,1 %), mais aussi les Pays de la Loire (+4,4 %), l'Aquitaine (+4,9 %) et le Poitou-Charentes (+3,1 %). [...]

### Le littoral breton attire davantage

Dans le détail, on se rend compte que ces chiffres régionaux sont portés par le bord de mer. La côte de granit rose, le golfe du Morbihan, la pointe du Raz... Autant de lieux qui ont su capter l'attention des touristes cet été. Pas moins de 14,3 millions de nuitées ont été comptabilisées sur les côtes bretonnes, de mai à septembre, avec une augmentation de la fréquentation de 6,2 %, par rapport à 2014. Tous les hébergements sont concernés : les campings (+6 %), les hôtels (+6,8 %) et les hébergements collectifs touristiques (+5,9 %).

Ces bons résultats confirment le regain d'intérêt des touristes pour le littoral en général, avec 106,6 millions de nuitées sur l'ensemble des côtes (+3,7 % durant l'été 2015).

### Les côtes normandes appréciées

Deauville, Étretat ou le Mont Saint-Michel sont toujours très appréciés. Sur les côtes normandes, là aussi, le tourisme est reparti à la hausse (+3,5 %). La tendance est la même pour l'Atlantique (+4,9 %) et la Méditerranée (+2,9 %). Seule l'activité des côtes picardes a baissé. Quant au Nord-Pas-de-Calais, les fréquentations ont stagné.

Source : *Ouest France*, 22 décembre 2015

## DOCUMENT 6

### Les aménagements de La Grande-Motte

Document 6 a : photographie aérienne de 1965



Document 6 b : extrait de la carte IGN au 1/25 000 (2007)



Source : site [geoportail.fr](http://geoportail.fr) (consulté en octobre 2016)

## Vers une gestion durable ?

La fréquentation sur le littoral tend à stagner pendant la période estivale. Elle n'est plus soutenue que par la hausse des séjours au printemps et dans une moindre mesure en automne. Le début de saison constitue donc une véritable opportunité pour valoriser les territoires littoraux, rentabiliser les investissements, pérenniser les emplois touristiques, dans une approche différente et complémentaire de l'offre balnéaire estivale.

La valorisation touristique des plages, la réhabilitation et la commercialisation de l'immobilier de loisir dans les stations littorales restent des éléments essentiels d'une politique touristique pour la destination littorale.

Conscientes du potentiel que les plages représentent pour l'économie locale mais aussi du coût des investissements et du fonctionnement pour la sécurité (postes de secours, balisage, matériel et personnel de surveillance et d'intervention), le nettoyage des plages et la gestion des déchets, les équipements et les réseaux sanitaires, de nombreuses collectivités locales s'attachent à mettre en place une politique de gestion globale de ces espaces spécifiques.

En application de directives communautaires (celle de 1976 a été remplacée par celle du 15 février 2006), la campagne gouvernementale annuelle de contrôle, de surveillance sanitaire et d'information sur la qualité des « Eaux de baignade », qu'elles soient d'eau douce ou d'eau de mer, conduite par le Ministère chargé de la Santé pendant la saison balnéaire contribue à la valorisation des plages. Une campagne d'information homogène du public sur la qualité sanitaire des eaux de baignade est mise en place par ce ministère début 2015.

Enfin, un référentiel de certification de la qualité des eaux de baignade a été validé en 2009 et est en ligne sur le site Internet du Ministère chargé de la Santé. Il permet aux collectivités ou aux gestionnaires des plages privées d'eau douce d'obtenir une certification délivrée sur la base du référentiel par un organisme certificateur après une série d'audits.

Source : site entreprises.gouv.fr (consulté en octobre 2016)