

TOURISME ET TERRITOIRE

L'activité touristique vise à tirer parti des potentialités environnementales, patrimoniales et culturelles d'un territoire donné. Elle a des impacts socio-économiques plus ou moins profonds sur le territoire concerné. Pour mettre en valeur ces effets multiples et systémiques, la démarche proposée s'appuie de façon privilégiée sur des situations contextualisées, qui permettent de mettre en valeur les interactions et de montrer que le tourisme est une construction sociale qui évolue. Dans le même temps des approches plus générales permettent de fixer des cadres, des repères, et de montrer la variété du phénomène touristique.

« Tourisme et territoires » privilégie une approche spatiale du tourisme afin de repérer, dans un contexte de mondialisation des activités humaines et de nécessité de prise en compte du développement durable, les potentialités d'un territoire donné (ou d'une destination) d'un point de vue touristique ; il faut souligner que la mise en perspective historique donne la possibilité d'appréhender et de relativiser l'intérêt d'un lieu, d'un bien ou d'une activité considérés comme touristique.

Ce savoir couvre, complémentirement aux savoirs « Mercatique et conception de la prestation touristique » et « Cadre organisationnel et juridique de l'activité touristique », une partie des compétences de la fonction 3 « Élaboration d'une offre touristique ».

Elle correspond aux capacités suivantes :

- localiser et présenter les destinations et les territoires touristiques majeurs, y compris dans une vision dynamique ;
- analyser les ressources, contraintes et risques (géographiques, climatiques, culturels, géopolitiques, institutionnels, réglementaires...) des lieux étudiés ;
- caractériser les différentes formes de tourisme et de loisirs, et leurs évolutions respectives ;
- identifier les principaux acteurs et leurs stratégies dans le cadre de la définition et de la mise en œuvre d'une politique touristique ;
- cerner les impacts socio-économiques de la mise en tourisme d'un territoire.

Ce savoir apporte également des connaissances sur les destinations françaises et étrangères qui pourront être mobilisées dans le cadre de la vente de voyages ou de séjours (fonction 1).

L'étude des territoires amène à construire une représentation graphique claire, ordonnée et hiérarchisée de ces territoires (cartes thématiques et de synthèse, croquis d'itinéraires). Les contenus de l'enseignement s'appuient sur la maîtrise de supports et d'outils techniques (lecture et analyse de cartes sur des supports variés (GPS, cartes routières, cartes topographiques, photographie aérienne, images numériques) en relation avec les pratiques professionnelles.

Le programme s'organise en deux grandes parties, réparties sur les deux années : mise en place des mécanismes généraux puis étude de grands territoires touristiques. Dans cette deuxième partie, il n'est pas envisageable de faire une étude détaillée de chaque territoire ou zone géographique : l'essentiel, pour le futur professionnel, est d'avoir en tête les principaux repères pour répondre à la demande avec une forte réactivité et trouver rapidement et efficacement les informations plus détaillées.

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
1. Le tourisme entre mondialisation et développement durable	
Le tourisme dans le monde (pôles, flux, aires)	L'étude du tourisme à l'échelle mondiale permet de fixer les repères majeurs. La mondialisation, c'est l'extension mondiale d'une activité, le jeu de grands acteurs mondialisés, la mise en relation et l'exploitation des avantages comparatifs. À l'échelle planétaire, il s'agit de distinguer et de localiser les différents types d'espaces émetteurs et récepteurs.
La diffusion du phénomène touristique et ses ressorts (attractivité des lieux, modes de transport et accessibilité, pratiques touristiques...)	À partir de cartes à différentes dates et échelles et de documents de différentes natures, il s'agit de montrer la diffusion du tourisme en fonction des moyens (techniques, économiques, financiers...) de l'évolution des pratiques et des comportements, des contextes (historique, social, politique, culturel, économique, ...).
Les acteurs institutionnels du tourisme (privés, publics)	Il s'agit de présenter, dans leur organisation et leurs stratégies, les acteurs institutionnels du tourisme à différentes échelles : <ul style="list-style-type: none"> - internationale avec les organisations internationales (OMT, BIT...) - nationale (Conseil National du Tourisme, Atout France, Union Nationale des Associations de Tourisme, l'Institut Français du Tourisme...) - locale avec les organismes et réseaux décentralisés du tourisme (Comités Régionaux du Tourisme, Agences de Développement Touristique, offices de tourisme, RN2D...), les sites culturels sous tutelle de l'Etat ou des collectivités locales (ex : musées, châteaux...).
Les politiques de développement touristique	Le tourisme participe au développement, à l'aménagement et à la protection du territoire. À ce titre il convient de montrer son poids et ses retombées sur les économies (création d'emplois, de revenus), les sociétés et les espaces. Il convient d'analyser les choix en matière de politiques touristiques et en matière de campagnes de communication menées par les institutionnels.
Une nouvelle donne : le développement durable (tourisme responsable, écotourisme)	Le développement durable c'est la prise en compte des interactions entre environnement, économie et société. La diffusion de ces nouveaux impératifs conduit à la fois la remise en cause de certaines formes de tourisme et au développement de formes nouvelles. Il s'agit de montrer, à partir d'exemples, les rapports ambigus et contradictoires entre tourisme et environnement, les enjeux actuels du tourisme et les réponses contemporaines.
2. Espaces et identités touristiques	

Les potentialités touristiques des territoires	L'étude est menée à différentes échelles et à partir de cas précis qui permettent une analyse en termes de potentialités, contraintes et risques liés aux aspects climatiques et aux milieux, ainsi qu'aux aspects socioculturels et politiques.
Les objets touristiques	Il s'agit de préciser la notion d'objet touristique et de présenter les différents patrimoines matériels (architectural, pictural, sculptural, vernaculaire, industriel) immatériels (us et coutumes, fêtes et traditions) et naturel, et le caractère évolutif et relatif de ces ressources.
La mise en tourisme des territoires et ses impacts	Il s'agit de montrer que le tourisme a des implications multiples et des effets d'intensité variable sur l'espace, la société, l'économie : des impacts directs (aménagement pour l'accès, infrastructures de transport ou de loisirs, hébergements...), impacts indirects (influences culturelles, effet d'entraînement économique, image du lieu, pollution, sauvegarde...).
Les espaces touristiques : littoral, montagnard, urbain, rural	Des exemples pris à différentes échelles spatiales permettent d'identifier les spécificités de différents espaces touristiques en fonction du milieu physique et de ses contraintes, des objets touristiques, de la clientèle, des politiques de développement mises en œuvre.
Les spécificités des formes de tourisme	Il s'agit de catégoriser différentes formes de tourisme en présentant leurs principales caractéristiques et incidences économiques : patrimonial (culturel, religieux, urbain, de découverte économique, gastronomique (ou gourmand) ; de nature et sportif (balnéaire, de montagne, fluvial...) ; de santé et de bien-être (thermalisme, thalassothérapie, spas...) ; ludique (parcs de loisirs et casinos) ; événementiel (manifestations culturelles, sportives ou commerciales ; congrès d'affaires ; foires et salons)

3. La France, un des premiers et plus anciens territoires touristiques

Connaissance de la France	La présentation du territoire français dans ses aspects historique (constitution du territoire), géographique (relief et climat) et administratif (les différents découpages) est un préalable à l'étude de ses régions touristiques.
Les lieux de tourisme	Il s'agit de dresser une typologie des régions touristiques françaises en analysant et en hiérarchisant leurs atouts et faiblesses (y compris les départements et territoires ultramarins de la France).
Évolutions et tendances des pratiques touristiques en France.	L'analyse des pratiques des touristes français et étrangers sur le territoire sera faite à partir de statistiques et de publications portant sur la fréquentation, la répartition spatiale, les moyens d'acheminement, les comportements de réservation et d'achats de prestations touristiques.

4. Les principaux territoires touristiques mondiaux

Ces territoires majeurs ne sont étudiés ni de façon exhaustive, ni de manière seulement descriptive. À partir d'exemples pris sur différentes zones géographiques, il s'agit de faire comprendre le développement du tourisme, de montrer les formes originales qu'il peut revêtir, son importance relative dans l'économie de la zone ou du pays, de préciser ses impacts, ses évolutions et enjeux. On se place de façon privilégiée du point de vue d'un touriste français qui visite un pays extra-métropolitain.

Les destinations par zones : l'Europe, le bassin méditerranéen, les pays du Golfe, l'Asie du sud-est, l'Amérique du Nord, l'Amérique latine, les Caraïbes

Il s'agit de mettre en exergue les spécificités des destinations : géographiques (climat, relief, fuseaux horaires), culturelles (histoire, civilisations), d'accessibilité (transports, desserte sur place), sanitaires et administratives ainsi que l'offre touristique (centres d'intérêts, formes et produits touristiques) en prenant en compte principalement les attentes des visiteurs français.

HORAIRE EN FORMATION INITIALE SOUS STATUT SCOLAIRE

Enseignements Enseignements obligatoires	Horaire hebdomadaire élève 1 ^{ère} année	Horaire hebdomadaire élève 2 ^{nde} année	Horaire global élève sur deux ans
	Total (div+1/2 div)	Total (div+1/2 div)	
Culture générale et expression	2 (2 + 0)	2 (2 + 0)	120
Communication en langue vivante étrangère			
- langue A : anglais	3 (2 + 1)	3 (2 + 1)	180
- langue B (1)	3 (2 + 1)	3 (2 + 1)	180
Gestion de la relation client	4 (2 + 2)	4 (2 + 2)	240
Élaboration de l'offre touristique			
- tourisme et territoire	4 (3 + 1)	4 (3 + 1)	240
- cadre organisationnel et juridique des activités touristiques	2 (2 + 0)	2 (2 + 0)	120
- mercatique et conception de prestation touristique	5 (4 + 1)	5 (4 + 1)	300
Gestion de l'information touristique			
- tronc commun première année	4 (1 + 3)		
- dominante « information et multimédias »		3 (0 + 3) ou	210
- dominante « information et touristique »		3 (0 + 3)	210
Parcours de professionnalisation			
- étude personnalisée encadrée	1 (0 + 1)	1 (0 + 1)	60
- atelier de professionnalisation (2)	3 (1 + 2)	4 (2 + 2)	210
- stage			12 semaines
TOTAL	31 (19 + 12)	31 (19 + 12)	
Accès des étudiants aux ressources informatiques et documentaires de l'établissement	4	4	
Enseignements facultatifs			
Langue vivante étrangère (3)	2	2	

(1) Les langues vivantes concernées sont, au choix du candidat, une des langues suivantes : allemand, arabe, chinois, espagnol, hébreu, italien, japonais, portugais, russe.

(2) 2 h élèves hebdomadaires d'atelier de professionnalisation sont co-animées par deux professeurs (soit 4 h professeurs).

(3) La langue vivante étrangère facultative est obligatoirement différente de l'anglais et de la langue B.

RÈGLEMENT D'EXAMEN

Intitulés et coefficients des épreuves et des unités			Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, CFA ou section d'apprentissage habilité. Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités		Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités	Voie scolaire dans un établissement privé, CFA ou section d'apprentissage non habilité. Formation professionnelle continue dans les établissements publics non habilités ou en établissement privé, enseignement à distance, candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle	
			Épreuves	Unité	Coef	Forme	Durée
E1 – Culture générale et expression	U1	2	écrite	4 h	3 situations d'évaluation	Écrite	4 h
E2 – Communication en langues vivantes étrangères : - LVE A : anglais - LVE B (1)	U21	2	CCF	2 situations d'évaluation	2 situations d'évaluation	Orale	30 minutes
	U22	2	CCF	2 situations d'évaluation	2 situations d'évaluation	Orale	30 minutes
E3 – Gestion de la relation client	U3	2,5	CCF	2 situations d'évaluation	2 situations d'évaluation	Orale	30 minutes
E4 – Élaboration de l'offre touristique : - tourisme et territoire - production d'une prestation touristique	U41	2,5	écrite	3 h	écrite	Écrite	3 h
	U42	4	écrite	4 h	écrite	Écrite	4 h
E5 – Gestion de l'information touristique	U5	2,5	CCF	2 situations d'évaluation	2 situations d'évaluation	Orale et pratique	40 minutes
E6 – Parcours de professionnalisation	U6	2,5	orale	40 minutes	1 situation d'évaluation	Orale	40 minutes
EF1 – Langue vivante (2)	UF1		Orale	20 minutes*	Orale	Orale	20 minutes

(1) Les langues vivantes concernées sont, au choix du candidat, une des langues suivantes : allemand, arabe, chinois, espagnol, hébreu, italien, japonais, portugais, russe.

(2) La langue vivante étrangère facultative est obligatoirement différente des langues A et B.

* + 20 minutes de préparation

Épreuve E4 - Élaboration de l'offre touristique

(Coefficient 6,5)

Objectifs

L'objectif visé est d'apprécier l'aptitude du candidat à construire une offre touristique qui correspond à une demande identifiée en prenant en compte les contraintes et opportunités de l'environnement territorial dans lequel l'offre s'inscrit (prise en compte de paramètres régionaux, nationaux ou internationaux d'ordre culturel, géographique, économique, juridique et managérial).

L'épreuve, qui est fondée sur les situations professionnelles et les compétences associées à la fonction 3, est composée de deux sous-épreuves : U41 « Tourisme et territoire » qui correspond à la phase amont dans le processus d'élaboration de l'offre touristique et U42 « Production d'une prestation touristique » qui correspond à la phase aval dans le processus d'élaboration de l'offre touristique.

En U41, l'angle d'approche privilégié est l'espace (territoire ou destination) alors qu'en U42, la démarche se focalise sur l'organisation qui peut produire et diffuser la prestation.

U 41 – Tourisme et territoire (coefficient 2,5)

- **Épreuve ponctuelle écrite (durée 3 heures)**

L'épreuve prend appui sur un dossier fournissant un ensemble d'informations non hiérarchisées, de différentes natures (textes, cartes, tableaux, schémas, images...), portant sur les caractéristiques sociales, géopolitiques et géoéconomiques d'un espace donné et/ou d'une activité touristique donnée.

Le questionnement qui accompagne le dossier support vise à évaluer les capacités suivantes :

- utiliser de façon pertinente des connaissances historiques, géographiques, économiques et patrimoniales ;
- trier, classer et hiérarchiser les informations liées à une activité touristique et/ou un territoire, pour en faire une présentation claire, scientifiquement exacte et à portée professionnelle ; des représentations sous forme de graphique ou de croquis peuvent être demandées ;
- saisir et articuler les éléments sociaux, géopolitiques et géoéconomiques qui influent sur les activités touristiques ;
- identifier et justifier les atouts d'un territoire ou d'une activité touristique ;
- analyser les spécificités et les contraintes imposées aux acteurs du tourisme pour mettre en valeur ce territoire ou cette destination ;
- faire des propositions argumentées de prestations touristiques en rapport avec le diagnostic établi.

U42 – Production d'une prestation touristique (coefficient 4)

- **Épreuve ponctuelle écrite (durée 4 heures)**

L'épreuve revêt la forme d'une étude de cas concrète et prend appui sur un dossier qui fournit les données de contexte dans lequel s'inscrit la production d'une prestation touristique.

Le candidat peut être amené à :

- analyser le marché et les attentes des clients par rapport à une offre touristique donnée ;
- repérer les acteurs concernés et leur degré d'implication ;
- proposer les stratégies envisageables par le prestataire pour concevoir et diffuser la prestation étudiée ;
- élaborer un plan de marchéage ;
- présenter, organiser et commenter les étapes du montage de produit proposé en respectant, le cas échéant, un cahier des charges fourni et en intégrant les contraintes juridiques, financières et organisationnelles qui pèsent sur l'organisation qui propose la prestation ;
- proposer ou appliquer des critères d'évaluation de la prestation (en termes de satisfaction de la demande ou d'équilibre financier de l'opération).

Le questionnement qui accompagne le dossier support vise à évaluer les capacités :

- d'analyse d'un environnement dans ses différentes composantes ;
- de sélection des données et des outils pertinents pour répondre à la problématique posée ;
- de rigueur dans la démarche ;
- de cohérence dans la proposition.