



Le Brevet de Technicien Supérieur du Tourisme

Géographie, Tourisme et Territoires / Tribune de l'APROGET

dimanche 3 juin 2018

Par Jean-Marc Capdet pour le Bureau de l'APROGET. [\[1\]](#)

L'APHG et sa revue Historiens & Géographes ouvrent leurs colonnes à leurs collègues et ami.e.s de l'APROGET, l'Association des professeurs de géographie du tourisme, pour une utile rétrospective du Brevet de Technicien Supérieur du Tourisme dans lequel des Historiens et des Géographes enseignent, ce qui est trop souvent méconnu. Historiens & Géographes a publié un dossier de 96 pages dans son numéro de février 2018 « Géographie et Tourisme en Méditerranée » en partenariat avec l'APROGET, des enseignants en BTS Tourisme et des universitaires. La Rédaction.

Le Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation nous renseigne sur la dimension du Brevet de technicien supérieur :

La réussite à un examen en fin de 2^e année permet d'obtenir le B.T.S. Toutefois, l'assimilation des connaissances est contrôlée tout au long des deux années par les enseignants et les résultats obtenus en 1^{re} année sont déterminants pour le passage en 2^e année.

Les B.T.S. s'inscrivent dans l'organisation du L.M.D, au sein des études menant au grade de licence, ce qui favorise les passerelles, essentiellement avec les licences professionnelles. Le B.T.S emporte l'acquisition de 120 crédits européens.

Le B.T.S. atteste que ses titulaires ont acquis une qualification professionnelle les rendant aptes à exercer la fonction de technicien supérieur dans les professions industrielles et commerciales, dans les activités de service ou celles relevant des arts appliqués. Le B.T.S. permet notamment d'assumer des tâches d'encadrement en tant que collaborateur d'un ingénieur ou d'un chef de service.

« Le brevet de technicien supérieur se prépare en section de technicien supérieur dans un lycée. Cette formation accessible après le baccalauréat ou équivalent dispense des enseignements spécialisés. Elle est accompagnée d'un ou de plusieurs stages en entreprise. Elle permet d'obtenir un diplôme professionnalisé en deux ans. Si le B.T.S. a une vocation d'insertion professionnelle immédiate, la poursuite d'étude est néanmoins possible. Celle-ci se réalise après validation de parcours dans différents types d'établissements. Parmi les cursus de formation envisageables, on peut citer :

- accès à une classe préparatoire scientifique aux grandes écoles (A.T.S.)
- accueil en licence professionnelle dans un domaine de formation compatible avec celui du diplôme obtenu
- admission dans certaines écoles d'ingénieurs, après un concours spécial ou un entretien et/ou un examen du dossier. »

Concernant le BTS Tourisme, la DIRECTION GENERALE POUR L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE précise ceci :

« Les métiers visés sont très diversifiés et aux statuts hétérogènes. Ceux qui les exercent sont généralement des salariés mais peuvent aussi être des indépendants. Ils peuvent, dans certains cas, être des travailleurs en “ multi-activité ” c'est-à-dire en relation avec plusieurs employeurs. Ils exercent, en fonction de leur expérience et des opportunités, à différents niveaux de responsabilité. Le titulaire du BTS Tourisme est un professionnel pouvant :

- informer et conseiller les clients français et étrangers sur des prestations relevant du domaine du tourisme ;
- finaliser la vente de ces prestations touristiques et assurer le suivi commercial ;
- créer et promouvoir des produits touristiques ;
- accueillir et accompagner des touristes ;
- collecter, traiter et diffuser l'information en lien avec le secteur du tourisme.

Depuis 2014, cette formation comprend un enseignement intitulé « tourisme et territoire » présenté de la manière suivante dans le référentiel :

« **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, complémentairement 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.

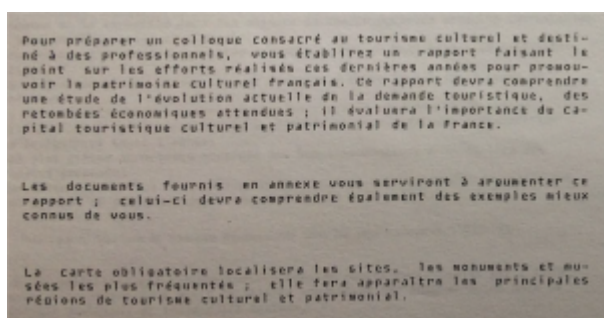
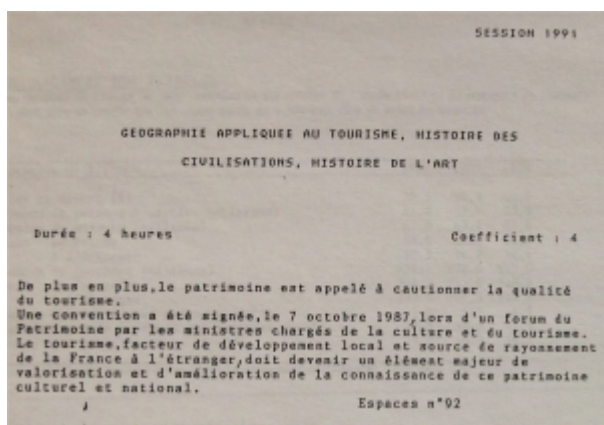
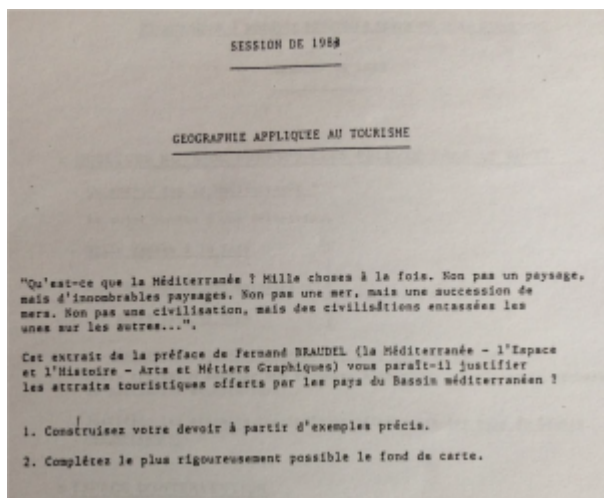
Le programme s'organise en deux grandes parties, réparties sur les deux années : mise en place des mécanismes généraux puis étude de grands territoires touristiques. Dans cette deuxième partie, il n'est pas envisageable de faire une étude détaillée de chaque territoire ou zone géographique : l'essentiel, 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. »

Depuis 2014, les sujets suivants ont été proposés aux candidats :

- Disneyland Paris Val d'Europe : du parc d'attraction à la ville festive <http://www.cndp.fr/portails-discipl...>
- Les îles Canaries, une diversification de l'offre touristique. <http://www.cndp.fr/portails-discipl...>

- New York, une ville touristique mondialisée <http://www.cndp.fr/portails-discipl...>
- Le vignoble du Haut-Douro (Portugal) : la mise en tourisme d'une région rurale <https://www.pedagogie.ac-aix-marsei...>

Comme il n'est jamais inutile d'observer les questions sur plusieurs années, nous vous proposons deux sujets et une présentation du rapport Malvy rendu en mars 2017 (Caisse des dépôts Mars 2017 Jean-Noël Escudé <https://www.caissedesdepotsdesterri...>).



Voir les sujets complets ci-dessous (document PDF) :



Martin Malvy a remis à Jean-Marc Ayrault son rapport, commandé en février 2016 par Laurent Fabius et intitulé « 54 suggestions pour améliorer la fréquentation touristique de la France à partir de nos patrimoines ». Martin Malvy est le président de Sites et cités remarquables de France - né en novembre dernier de la fusion de l'Association nationale des villes et pays d'art et d'histoire (ANVPAH) et des Villes à secteurs sauvegardés et protégés (VSSP) -, mais aussi l'ancien président de la région Midi-Pyrénées.

Le patrimoine a un impact, mais lequel ?

Le lien entre tourisme et patrimoine fait l'objet d'une attention de longue date et ce dernier est régulièrement mis au rang des atouts touristiques majeurs de la France. Encore faudrait-il pouvoir mesurer précisément son rôle dans l'attractivité du pays. La seule donnée quantifiée est le chiffre de 2,4 milliards d'euros (en légère progression depuis cinq ans) pour les entrées dans les musées, la participation aux spectacles et autres activités culturelles.

Un montant qui ne pèse pas très lourd face aux 158,6 milliards d'euros de la consommation touristique française en 2015, **mais qui ne traduit pas le véritable rôle du patrimoine dans l'image de la France et donc dans la décision des touristes étrangers de s'y rendre.** Par exemple, un touriste étranger sur deux, soit 42 millions de personnes, indiquent que la culture est l'un des motifs de leur venue en France.

Le rapport ne se lance pas dans ce débat, mais préfère se concentrer sur une série de propositions très concrètes, organisées en cinq grands axes.

Plus de gouvernance pour une offre plus structurée

Le premier axe - présent dans tous les rapports sur le tourisme sans beaucoup d'effets jusqu'à présent - porte sur les enjeux de gouvernance, avec pour objectif de renforcer les synergies entre les différents acteurs du secteur. Ceci passe notamment par le renouvellement et la mise à jour des conventions tourisme-culture de 1998 et de 2009, ou encore par la création à l'échelon régionale d'un « séminaire des territoires » dédié au tourisme, au patrimoine et à la culture, doublé par la création d'un groupe de travail sur le même thème dans chaque EPCI. De même, le rapport préconise, entre autres, de renforcer la place du patrimoine dans les contrats de destination, de rationaliser les labels - le rapport en dénombre 37 dans le champ du patrimoine ! - et de créer une signature « Patrimoines de France ».

Seconde grande orientation du rapport : structurer davantage l'offre pour mieux répondre aux exigences des touristes et à leurs nouvelles attentes. Sur ce thème, les recommandations visent en particulier l'amélioration de l'hébergement et de l'hôtellerie diffuse dans les centres anciens à forte densité patrimoniale, l'incitation faite aux sites patrimoniaux en régions à recourir aux financements participatifs, ou encore la mise en place d'un dispositif global d'aide à la réhabilitation du bâti d'intérêt patrimonial à finalité touristique. Le rapport évoque aussi d'autres piste comme la mixité des usages du patrimoine, la mobilisation du secteur des transports pour assurer une meilleure accessibilité, la mise en réseaux des sites et la création de « pass » sur le territoire ou l'appel à la création contemporaine pour « ré-enchanter » l'offre patrimoniale.

Formation et transition numérique

Le troisième axe du rapport Malvy concerne la formation, avec pour ambition de renforcer l'expertise des jeunes sur les enjeux liés au tourisme culturel et patrimonial. Il suppose en particulier de favoriser les liens entre patrimoine et tourisme dans la formation des métiers des deux secteurs, de former davantage de managers capables de gérer des sites patrimoniaux ou encore de structurer et de professionnaliser l'offre de médiation culturelle.

Le quatrième axe consiste à favoriser la transition numérique afin d'adapter l'offre touristique aux nouvelles pratiques. Dans ce domaine, par essence très évolutif, le rapport propose notamment de trouver des solutions de couverture en Wifi des zones grises et blanches, d'encourager les sites et lieux de visites à produire des contenus pour les offres touristiques « on et off line », de créer un rendez-vous annuel dédié afin d'inciter les sites culturels à intégrer les nouveaux outils numériques, ou encore de créer un hashtag de type #cultureinfrance ou #imaginefrance.

« Culture et tourisme ne vivent pas dans le même monde »

Dernier axe enfin : la promotion, afin de faire connaître les trésors du patrimoine français, parfois éloignés des grands circuits actuels empruntés par les touristes. L'idée directrice est de « compenser la multiplicité des intervenants par une organisation coordonnée ». Pour cela, le rapport recommande, entre autres, de garantir les moyens financiers et humains autour du cluster tourisme et culture d'Atout France, de construire du « storytelling » autour du patrimoine, de faire émerger des « pépites » au sein des réseaux et de mettre en valeur les expériences patrimoniales d'exception, d'enrichir les médias diffusant à l'étranger en contenus touristiques, de lier patrimoine et tourisme itinérant par le biais d'une approche « slow tourisme », de mobiliser des personnalités à forte popularité internationale comme « ambassadeurs du patrimoine » ou encore d'organiser chaque année la « capitale française du patrimoine et de la culture ».

Le rapport ne sombre pas dans un optimisme béat. En témoigne son appel à savoir « regarder nos faiblesses en face et sans concession ». La principale d'entre elles étant ainsi résumée sans fard : « Culture et tourisme ne vivent pas

dans le même monde. Ce n'est pas de le dire qui réglera ce que des années d'affirmations répétées ne sont pas parvenues à faire, d'autant plus que la réalité n'est pas tout à fait ce que l'on dit »...

[Voir en ligne : le site internet de l'APROGET.](#)

© **Jean-Marc Capdet et le Bureau de l'APROGET pour *Historiens & Géographes*. Tous droits réservés. 03/06/2018.**

Notes

[1] Président de l'APROGET, l'Association des professeurs de géographie du tourisme. Membre du Comité national de l'APHG. Professeur en BTS Tourisme au Lycée d'Argelès-sur-Mer. Master MEEF Perpignan. Reims. Saint-Quentin.