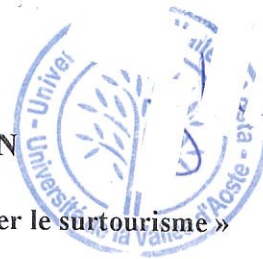


## CATÉGORIE D et CATÉGORIE UNIQUE DE DIRECTION



**COMPRÉHENSION ÉCRITE** : résumé à partir du texte : « Comment mieux gérer le surtourisme » de Cécile Coumau, tiré de « Ça m'intéresse », août 2023.

*Attention ! Réduisez le texte à 200/220 mots (correspondant à un tiers) e n'oubliez pas d'indiquer le nombre de mots utilisés toutes les deux lignes.*


### Comment mieux gérer le surtourisme

*Trop de monde, de bruit, de selfies, de déchets... La surfréquentation de certains sites touristiques pousse les autorités à trouver des solutions tout en conservant l'esprit du voyage.*

Vous avez prévu une balade dans les calanques de Marseille ? Certes, « entre plage de galets et de sable fin, petites criques et eau turquoise, cet écrin de biodiversité a tout d'une carte postale ». Pourtant un guide américain, le Fodor's, a placé les calanques dans sa « no list ». Comprenez les sites à éviter parce qu'ils « ont impérativement besoin d'une pause ». La notion de « surtourisme », apparue dans les années 2010, est définie par l'Organisation mondiale du tourisme » (OMT) comme « l'impact du tourisme sur une destination, ou des parties de celle-ci, qui influence de manière excessive et négative la qualité de vie perçue par les citoyens et/ou la qualité des expériences des visiteurs ».

En vingt ans, le nombre de touristes internationaux a doublé, pour atteindre 1,4 milliard juste avant la pandémie. Et l'OMT estime que l'on grimpera à 1,8 milliard en 2030, soit encore 30% de plus. Cette montée en flèche qui a commencé dans les années 1950, nous la devons aux congés payés, aux vols low cost ou encore à l'émergence de la classe moyenne. Que la planète devienne accessible à plus de personnes est un progrès. Mais 95% des touristes se concentrent sur 5% des espaces ! les réseaux sociaux ont contribué à créer cet embouteillage. Il suffit parfois qu'un influenceur publie une belle photo pour qu'un site rentre dans le palmarès des lieux « instagrammables ». Une petite ville de Californie en a fait l'amère expérience : ses champs de coquelicots ont été piétinés par 100.000 visiteurs en un week-end. La municipalité a pris des mesures en urgence : accès par navette et droit d'entrée de cinq dollars.

Si Venise en Italie s'enfonce, c'est en partie à cause des paquebots géants qui s'approchaient de la place Saint-Marc jusqu'en 2021. Au Costa Rica, pourtant pionnier du tourisme durable, le gouvernement a été contraint de lancer la campagne #stopanimalselfies afin de dissuader les vacanciers de prendre des clichés avec des animaux sauvages. Selon une étude parue en 2018 Dans *Nature Climate Change*, le tourisme génère 8% des émissions de gaz à effet de serre au niveau mondial. La pression sur les ressources naturelles est aussi très forte. Un touriste consomme souvent au quotidien trois ou quatre fois plus d'eau qu'un



résident permanent (piscine, golf...), ce qui oblige, par exemple, à organiser en Égypte des transferts d'eau par voie routière. La qualité de vie des habitants en prend également un coup : gentrification des quartiers, disparition des commerces de proximité.... A Barcelone, en Espagne, des mouvements de « tourismophobie » ont même émergé. Pas question que « notre ville devienne un parc d'attraction », déclarait la maire. Ni de s'exiler en banlieue parce que les plateformes comme Airbnb ont fait grimper le prix de l'immobilier. Le poids économique du secteur touristique (8,5% du PIB en France, 14% en Espagne, 32% aux Maldives...) ne suffit plus à compenser ces dommages. L'heure est venue d'endiguer les flots de touristes. Reste à trouver la formule gagnante. (...)

A ce propos le Fond mondial pour la nature a lancé une campagne sur Instagram incitant à supprimer la géolocalisation des lieux touristiques et à la remplacer par la mention « I protect nature ». Objectif : que les images idylliques partagées sur le réseau social ne contribuent pas à détruire la biodiversité. Dissuader les voyageurs de s'agglutiner aux mêmes endroits, c'est aussi la démarche entreprise par les guides Tao en 2021. Ces spécialistes du tourisme durable ont lancé la campagne de communication virale « Hate to protect » (détester pour protéger). Comme la majorité des gens font d'abord confiance aux avis sur Internet pour préparer leurs vacances, ils ont posté des commentaires négatifs sur les sites d'avis les plus populaires. « Beaucoup trop de déchets », « des moustiques par milliers » ... histoire de nous dissuader de cibler les lieux naturels que l'hyperfréquentation abîme. (...)

**PRODUCTION ÉCRITE** : rédaction d'un texte argumentatif, de 250 à 300 mots, à partir de l'énoncé stimulus ci-dessous.

Le surtourisme est un problème à niveau mondial, donc « L'heure est venue d'endiguer le flot de touristes. Reste à trouver la formule gagnante »

Dans le texte que vous avez résumé on présente la campagne lancée sur Instagram ayant pour but la défense des sites touristiques, mais peut-on imaginer d'autres solutions ?

*Attention !* N'oubliez pas d'indiquer le nombre de mots utilisés toutes les deux lignes et de respecter la marge de tolérance prévue (250/300 mots).

**CATEGORIE D et catégorie unique de direction**  
**CORRIGÉ DE LA COMPRÉHENSION ÉCRITE**



**« Comment mieux gérer le surtourisme »**

1. Marseille dans la « no list » du guide Fodor's
2. Notion de surtourisme
3. Augmentation du tourisme et ses causes
4. Rapport quantité de touristes et espace occupé
5. Rôle des réseaux sociaux
6. Campagne stopanimalselfies
7. Impact écologique du tourisme
8. Qualité de la vie et prix de l'immobilier dans les villes touristiques
9. Rapport entre PIB produit par le tourisme et dommages provoqués par le tourisme
10. Suppression de la géolocalisation et campagne « hate to protect »