

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE

SESSION 2019

HISTOIRE - GÉOGRAPHIE

Série : sciences et technologies de l'hôtellerie et de la restauration

Durée de l'épreuve : 2 heures 30

Coefficient : 2

**La candidate ou le candidat doit répondre à toutes les questions de la 1^{re} partie.
10 points**

**La candidate ou le candidat traitera au choix un seul des quatre exercices de la 2^{de} partie.
10 points**

Ce sujet comporte 12 pages numérotées de 1/12 à 12/12.

La page 3/12 est une annexe au sujet, à rendre avec la copie.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Calculatrice non autorisée.

PREMIÈRE PARTIE

Questions d'histoire :

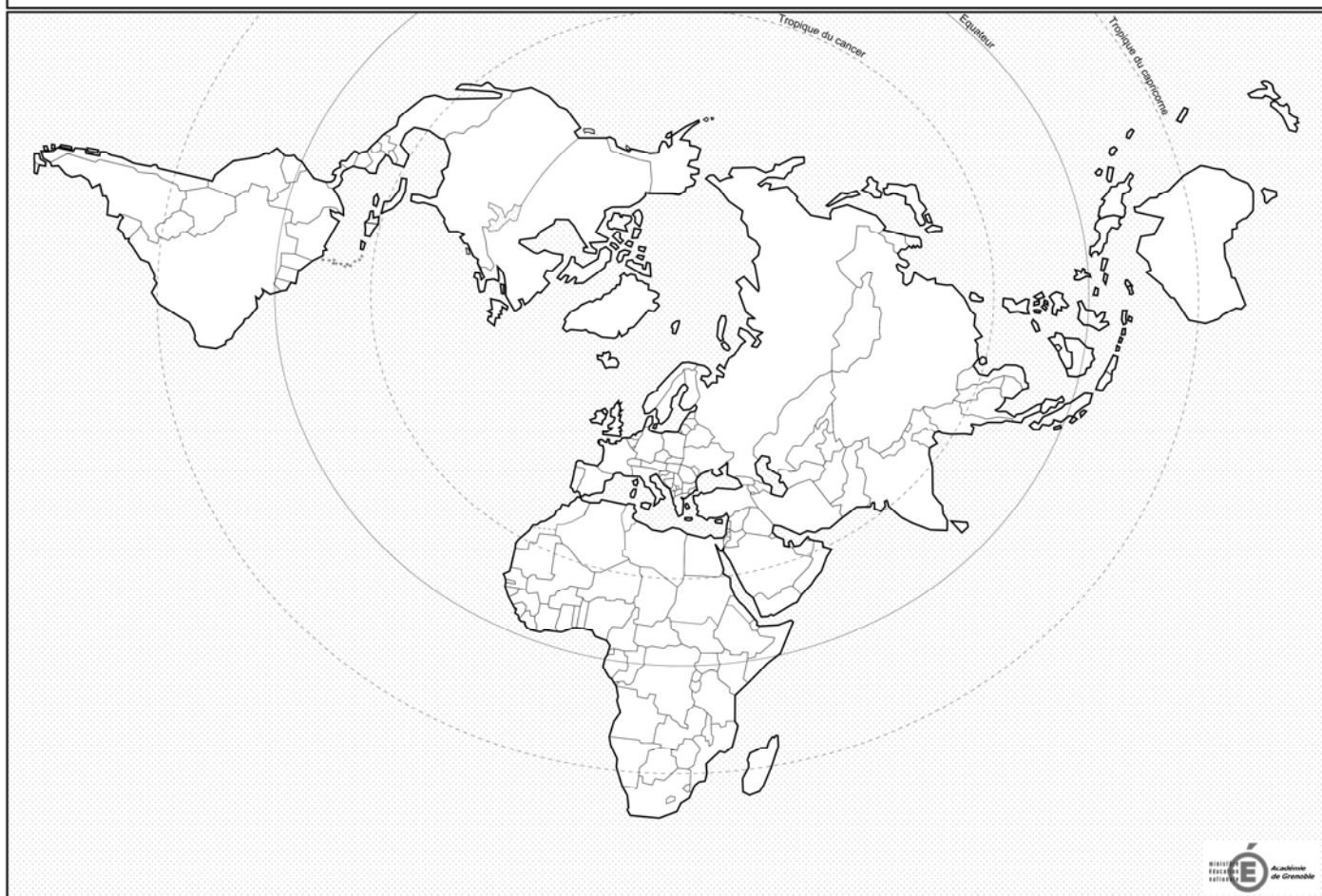
1. Définissez le terme qui caractérise la vie politique française sous la V^e République : «alternance». **(1 point)**
2. Citez et datez une intervention militaire nord - américaine après les attentats du 11 septembre 2001. **(2 points)**
3. Nommez deux acteurs clefs de la Guerre froide. **(2 points)**

Questions de géographie :

4. Sur la carte en annexe, placez et désignez deux pôles économiques majeurs, acteurs de la mondialisation. **(2 points)**
5. Citez un élément qui explique le succès commercial des compagnies aériennes dans le secteur touristique. **(1 point)**
6. Justifiez, par deux arguments, l'affirmation suivante : « La lutte contre les pollutions est un enjeu essentiel du début du XXI^e siècle ». **(2 points)**

ANNEXE (à remettre avec la copie)

Titre :



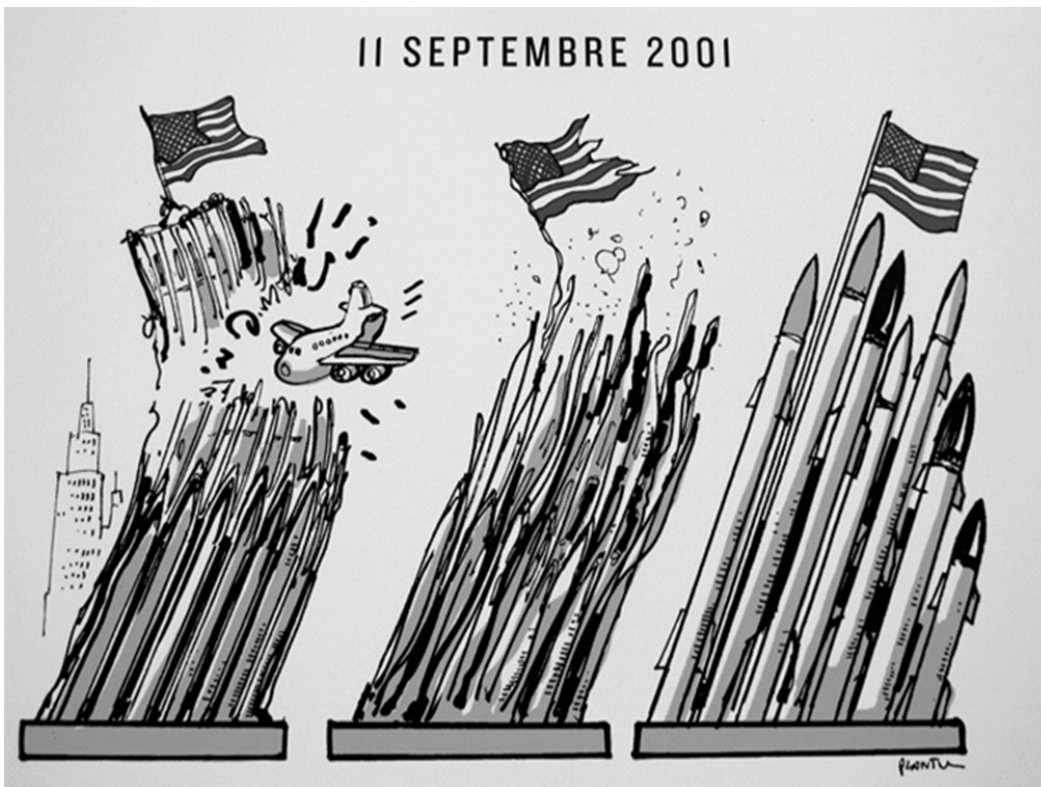
SECONDE PARTIE

Le candidat ou la candidate traitera au choix un seul des quatre exercices.

Exercices portant sur les sujets d'étude du programme d'histoire

Exercice n°1 - Sujet d'étude : le 11 septembre 2001.

Document 1 : La réaction des États-Unis après l'attaque du 11 septembre 2001 vue par le dessinateur de presse français Plantu.



Source :
Quotidien *Le Monde* dans son édition datée du 16 septembre 2001.

Document 2 : Le bilan contrasté du *Patriot Act*¹.

Sans dévoiler l'intégralité de son dispositif anti-terroriste, le Département américain de la Justice a largement communiqué sur l'efficacité de cet arsenal législatif dans les premières années de sa mise en place. Une note de l'*Appalachian State University* mentionne le démantèlement de 150 cellules terroristes, l'élimination des deux tiers des têtes pensantes d'Al-Qaida, la neutralisation de « loups solitaires² » ou encore la condamnation de 200 personnes entre 2001 et 2004. Mais explique qu'il y a « peu de preuves que le *Patriot Act* ait été utilisé dans ces cas, laissant l'impression que les lois standards auraient suffi ».

En 2011, 10 ans après les attaques, la presse américaine était unanime sur le peu de données permettant d'évaluer le bilan de cette loi. Le *New York Mag* estimait alors qu'à peine 1 % des perquisitions « sneak and peek »³ autorisées par le *Patriot Act* - sans la présence de la personne - ont eu lieu dans des affaires de contre-terrorisme. La très large majorité d'entre elles a servi dans des affaires de drogue. [...]

Le *Patriot Act* a notamment permis aux États-Unis, lancés dans une « guerre globale » contre le terrorisme selon les mots du président Bush, de créer les statuts de "combattant illégal" et de « combattant ennemi ». Cela permet de détenir toute personne suspectée de terrorisme à Guantanamo⁴, sans inculpation et sans limite de temps. Or, le camp de détention est devenu un des symboles des atteintes aux droits de l'Homme, comme le soulevait un rapport de l'ONG *Amnesty International* en 2011. Si bien que Guantanamo est devenu un dossier embarrassant pour le président Obama, qui a promis de le fermer lors de sa première campagne. Mais son administration se heurte à plusieurs problèmes : d'abord, que faire des 127 détenus qui ont été emprisonnés sans inculpation⁵ ? Ensuite, une majorité de républicains au Congrès et au Sénat s'oppose à la fermeture du site. L'opinion publique des Américains est aussi très sensible à la question. Selon l'institut [de sondage] Gallup, de plus en plus d'Américains s'opposent à la fermeture de Guantanamo dans la perspective d'une détention des prisonniers sur le sol américain.

Autre dossier sensible lié au *Patriot Act* [...] : l'article 215 de la loi permet en effet à l'Agence nationale de sécurité (NSA) de placer sur écoute toute personne sans mandat judiciaire. Mais, à mesure que le temps passe, de moins en moins d'Américains comprennent la nécessité de sacrifier ses libertés civiles, qu'implique nécessairement le *Patriot Act*. [...]

Le *Patriot Act* a été conçu comme un texte de loi temporaire. Mais, au fil des renouvellements du texte, la quasi-totalité des articles ont été rendus permanents, à l'exception de l'article 215, utilisé par la NSA, qui expire en juin 2015⁶.

Source : Marie Le Douaran , *L'Express*, le 13-01-2015. www.lexpress.fr, 10-2017.

¹. Appellation commune pour « *Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism Act of 2001* » ou en français : Loi pour unir et renforcer l'Amérique en fournissant les outils appropriés pour déceler et contrer le terrorisme.

². Désigne un terroriste agissant seul, hors d'un groupe.

³. Que l'on peut traduire par « se faufiler et moucharder ».

⁴. Enclave américaine sur l'île de Cuba où le droit fédéral ne s'applique pas dans sa totalité.

⁵. Ancien terme pour désigner la mise en examen d'un suspect.

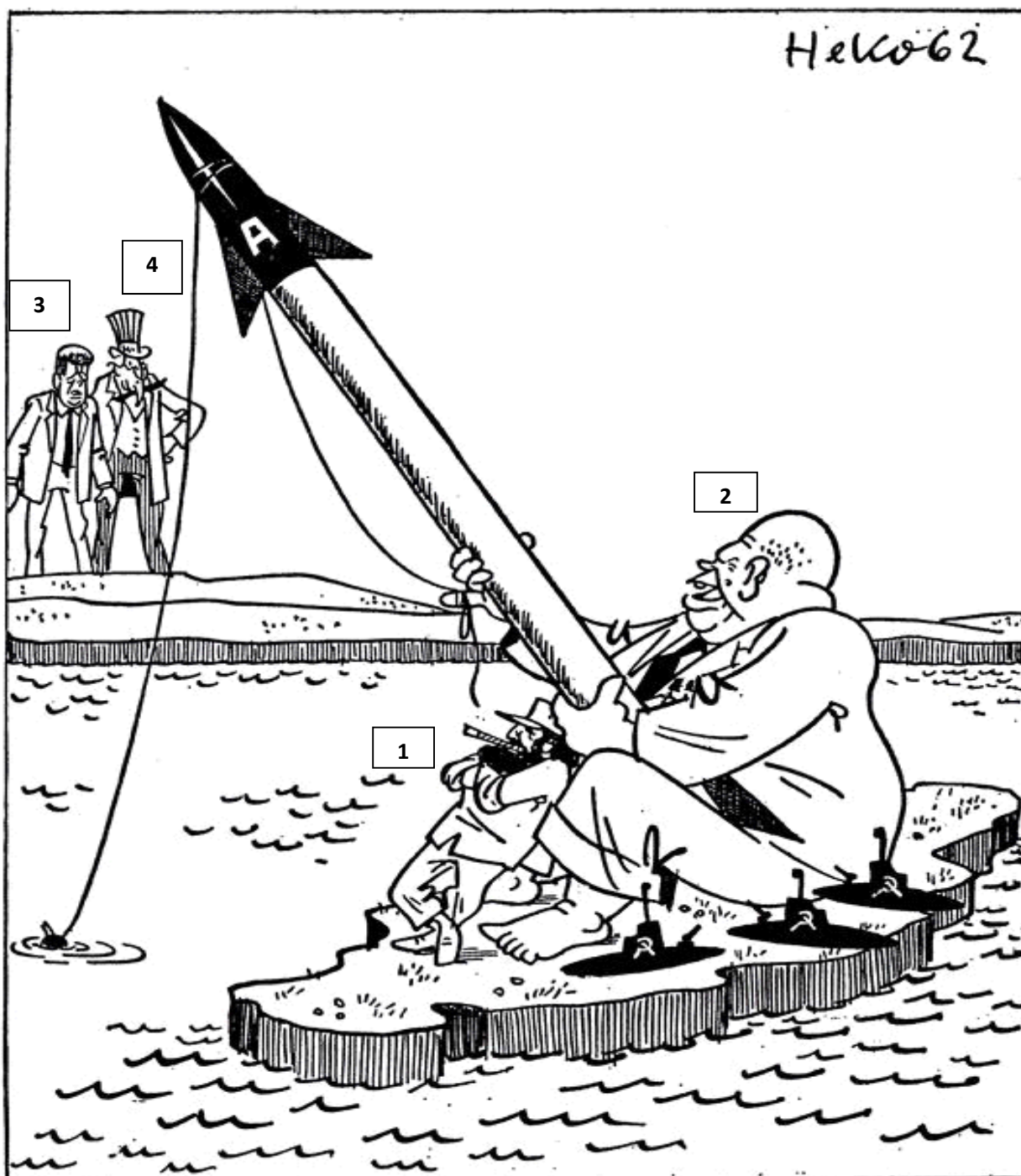
⁶. Non renouvelé après le vote du Sénat des États-Unis le 2 juin 2015.

Questions :

1. En décrivant le document 1, donnez le sens du dessin de presse réalisé par Plantu juste après les attentats.
2. Citez deux pays qui subissent, à la suite des attentats, la contre-attaque militaire des États-Unis et de leurs alliés et précisez ce qui motive ces réponses armées.
3. Identifiez, dans cet extrait du *Patriot Act*, les éléments qui peuvent apparaître comme portant atteinte aux libertés individuelles.
4. Expliquez pourquoi les attentats du 11 septembre 2001 ont, à ce point, marqué l'opinion publique états-unienne comme mondiale.

Exercice n°2 - Sujet d'étude : Cuba, de la fin des années 1950 à nos jours.

La crise de Cuba, vue par un journal européen.



Source: Dessin de presse signé HEKO (Herbert Kolfhaus), intitulé « *Wieso Bedrohung? Man wird doch ein wenig der Fischerei nachgehen dürfen ?* » (« Comment ça une menace? On peut quand même bien s'adonner un peu à la pêche, non ? ») et publié par le quotidien ouest-allemand *Deutsche Zeitung* dans son édition des 29/30 septembre 1962.

Questions :

1. Présentez le contexte de la crise de 1962.
2. Identifiez les personnages 1 et 2 au premier plan ainsi que les personnages 3 et 4 qui leur font face au second plan.
3. Que signifie, selon vous, la taille réduite du personnage 1 dessiné à gauche du prétendu pêcheur à ligne ?
4. Expliquez la réplique du personnage 2. En quoi est-elle ironique et décalée par rapport à la situation réelle ?
5. Évoquez l'issue de cet affrontement et les conséquences sur la politique internationale.

Exercice 3 - Sujet d'étude : Le tourisme en Himalaya.

Document 1 : Une stratégie touristique assumée. L'exemple du Bhoutan.

Au Bhoutan, il faut déboursé une taxe de séjour de près de 200 € par jour. Enclavé entre deux géants, l'Inde et la Chine, le royaume du Bhoutan, l'un des pays les plus fermés du monde, privilégie le petit volume et la grosse plus-value tout en minimisant l'impact sur le territoire. Contrairement à ses voisins, le petit pays (47 000 km², moins de 750 000 habitants) a visé le tourisme haut de gamme.

Il limite le nombre de visiteurs étrangers en imposant une taxe de séjour exorbitante (jusqu'à 240 dollars, soit un peu plus de 200 €, par jour pour un voyageur hors groupe), afin de protéger sa culture locale et son environnement. Il faut obligatoirement passer par une agence agréée. Depuis 1974 et l'ouverture du pays aux touristes, c'est l'État et la monarchie bouddhiste qui fixent les règles et les tarifs que ces agences doivent appliquer. Ainsi, seuls quelques dizaines de milliers de privilégiés découvrent ce royaume de la chaîne de l'Himalaya, ses forêts vierges et ses crêtes enneigées.

Ils sont tout de même de plus en plus nombreux (20 000 en 2009 et plus de 130 000 en 2014), mais l'affluence est toujours contrôlée par le gouvernement. « Une stratégie mûrement réfléchie » qui porte ses fruits, selon Evelyne Combeau-Mari, auteur de l'article scientifique *Le Bhoutan, une stratégie touristique élaborée de « conservation », culture et environnement*, dans la revue de recherche en tourisme *Téoros*.

Source : quotidien régional *Ouest-France*, article de Marie Merdrignac, daté du 17 août 2017 et intitulé : « Ces pays qui refusent le tourisme de masse ».

Document 2 : Le revers du succès.

Depuis près de soixante ans, plus de 4 000 alpinistes ont gravi l'Everest. La démocratisation de cette pratique a pour conséquence l'apparition d'amas de matériels d'expédition, de bouteilles d'oxygène, de déchets mais aussi d'excréments. [...] Depuis plusieurs années, les déchets s'accumulent aux alentours des quatre camps d'ascension. En effet, les grimpeurs passent plusieurs semaines dans ces camps dépourvus de toilettes afin de s'acclimater aux conditions en haute altitude. « Les deux voies classiques sont épouvantablement polluées », déclarait ainsi un alpiniste au magazine *National Geographic* en 2013. L'*Everest Summiters Association* (l'Association des « grimpeurs de sommets » de l'Everest), qui a pour objectif de conserver et de gérer la diversité et la propreté du lieu, estime que plus de dix tonnes de déchets joncheraient les chemins vers le « Toit du monde ». Pour lutter contre ce fléau, le gouvernement népalais exige depuis l'année dernière que chaque alpiniste verse une caution de 4 000 dollars avant son ascension. Celle-ci lui est rendue s'il ramène huit kilos d'ordures - le poids moyen de déchets pour une ascension. Malheureusement, ce système ne serait pas toujours appliqué.

Source : article de William Plummer « L'Everest menacé par la pollution », publié le 5 mars 2015 sur le site du quotidien français *Le Figaro*. www.lefigaro.fr.

Questions :

1. Quelle stratégie touristique est mise en place par l'État du Bhoutan ?
2. Montrez et expliquez la différence de conception du tourisme de l'État népalais.
3. Quels éléments conduisent à une telle dégradation du massif himalayen côté népalais ?
4. À l'aide des documents et à partir de vos connaissances, expliquez le succès de ces destinations touristiques à partir des années 1990.

Exercice n°4 - Sujet d'étude : Un groupe hôtelier international.

Document 1 : La stratégie du groupe chinois *Louvre Hotels Group* dans la Péninsule indochinoise.

Louvre Hotels Group, 5^e groupe hôtelier mondial, continue son développement en Asie en signant l'ouverture prochaine du premier Campanile au Vietnam au cœur de la ville de Da Nang. Situé dans la baie de Da Nang, le Campanile CocoBay ouvrira ses portes au début du mois d'août, proposant 360 chambres au centre de la ville classée comme la plus agréable à vivre du Vietnam pour sa proximité avec la nature et son atmosphère paisible. Au cœur du principal hub touristique du pays, l'hôtel est idéalement situé en bord de mer, entre deux parcours de golf internationaux, à proximité des multiples sites culturels de la région, reconnus au patrimoine mondial de l'UNESCO. L'ouverture de ce Campanile marque l'arrivée du groupe au Vietnam, où la demande hôtelière ne cesse de croître, notamment par le développement des flux touristiques (+3,8 % en 2016) et la croissance de la classe moyenne. Le pays s'impose ainsi comme une véritable opportunité pour le leader de l'hôtellerie internationale.

Depuis l'arrivée de son nouvel actionnaire Jin Jiang (1) en 2015, *Louvre Hotels Group* a considérablement renforcé sa présence dans la région. Ainsi, après avoir inauguré en octobre 2016 le tout premier Campanile de Chine, point de départ d'un déploiement massif de l'enseigne ; puis après avoir racheté le groupe indien Sarovar en février 2017, *Louvre Hotels Group* poursuit sa stratégie de structuration d'une route de la soie hôtelière reliant l'Asie à l'Europe.

(1) Le Chinois Jin Jiang a racheté *Louvre Hotels Group* le 1^{er} mars 2015.

Source : annonce publiée le 20 mars 2017 par le groupe *Louvre Hotels Group* sur son site www.louvrehotels.com

Document 2 : Une clientèle de choix : les touristes chinois.

Louvre Hotels Group a signé, ce 1^{er} décembre [2016], un accord de partenariat avec *Travelzen*, plateforme chinoise de réservation en ligne. Ses marques *Campanile*, *Kyriad* et *Golden Tulip* sont désormais proposées aux « e-consommateurs » passant chaque année sur les différentes plateformes de *Travelzen*.

Selon le rapport de l'Académie Chinoise du Tourisme, en 2016, plus de 2 millions de Chinois ont réservé leurs voyages à partir de sites internet ou applications et ce, uniquement durant la période des « vacances nationales » chinoises. Plus de 100 millions de Chinois ont voyagé en dehors de leurs frontières, dont 9 millions de voyageurs d'affaires via la plateforme *Travelzen*, 1^{er} vendeur de billets d'avion en Chine.

Cette nouvelle clientèle chinoise en pleine mutation, ultra-connectée et en quête d'expériences personnelles a retenu l'attention de *Louvre Hotels Group*. Le numéro deux de l'hôtellerie en Europe a ainsi décidé de proposer aux voyageurs chinois de séjourner dans ses hôtels via la plate-forme *Travelzen* et ses *packages* combinant vols et nuits d'hôtel.

Source : annonce publiée le 8 décembre 2016 sur le site du groupe www.louvrehotels.com

Questions :

1. Montrez la stratégie actuellement mise en place par ce groupe hôtelier dans le choix de ses nouvelles implantations (document 1).
2. Comment se caractérise le nouveau positionnement de la Chine dans le domaine touristique en Asie ? (document 1).
3. Comment le groupe hôtelier tente de capter la prometteuse clientèle chinoise ? (document 2).
4. À l'aide de vos connaissances, montrez que ces documents témoignent de l'évolution récente du tourisme tant en Asie qu'en Europe ?