

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR TOURISME
--

ÉPREUVE E3 – Tourisme et Territoires

SESSION 2025

Durée : 3 heures coefficient : 3

L'usage de la calculatrice est interdit pour cette épreuve.

Document à rendre avec la copie :

Annexe 1 - page 10 / 10

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

Le sujet comporte 10 pages, numérotées de la page 1/10 à 10/10.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E3 : TOURISME ET TERRITOIRES	Code : 25TOURIU3	Page : 1 /10

L'Alsace rurale : paysages et activités touristiques et de loisirs

Formée des deux départements du Haut-Rhin et du Bas-Rhin, l'Alsace est une région historique de l'est de la France, bordée par l'Allemagne et la Suisse. Réputée pour son patrimoine historique et viticole, la diversité de ses paysages et ses traditions encore très vivantes, elle a accueilli plus de 22,4 millions de touristes en 2023.

Les deux villes de Strasbourg et Colmar concentrent une part importante des visiteurs. L'agence de développement Alsace Destination Tourisme (ADT) souhaite assurer une meilleure diffusion des flux de visiteurs sur l'ensemble du territoire alsacien en promouvant l'Alsace rurale.

Vous êtes chargé(e) par ADT de réaliser un diagnostic territorial à deux échelles.

Pour mener ce diagnostic territorial, dans une première partie, vous complétez le bloc diagramme du territoire de Saint Hyppolite et sa légende en faisant apparaître :

- Les différents paysages et leurs caractéristiques majeures ;
- Les activités de tourisme et de loisirs.

Puis, dans une production écrite, vous analysez les stratégies engagées par les acteurs pour renforcer l'attractivité de l'Alsace rurale dans le domaine du tourisme et des loisirs.

LISTE DES DOCUMENTS

Document 1 – Le site et la situation de l'Alsace.

Document 2 – Les paysages autour de Saint-Hyppolite.

Document 3 – La carte topographique de Saint-Hyppolite et de ses environs.

Document 4 – Le tourisme en Alsace rurale.

Document 5 – La route des vins en Alsace.

Document 6 – L'organisation et les enjeux paysagers des territoires ruraux alsaciens.

Document 7 – Les statistiques touristiques de l'Alsace.

Document 8 – Le tourisme dans la région d'Obernai : quand le territoire prend conscience de ses faiblesses.

Document 9 – Les sites thématiques de l'agence Alsace Destination Tourisme.

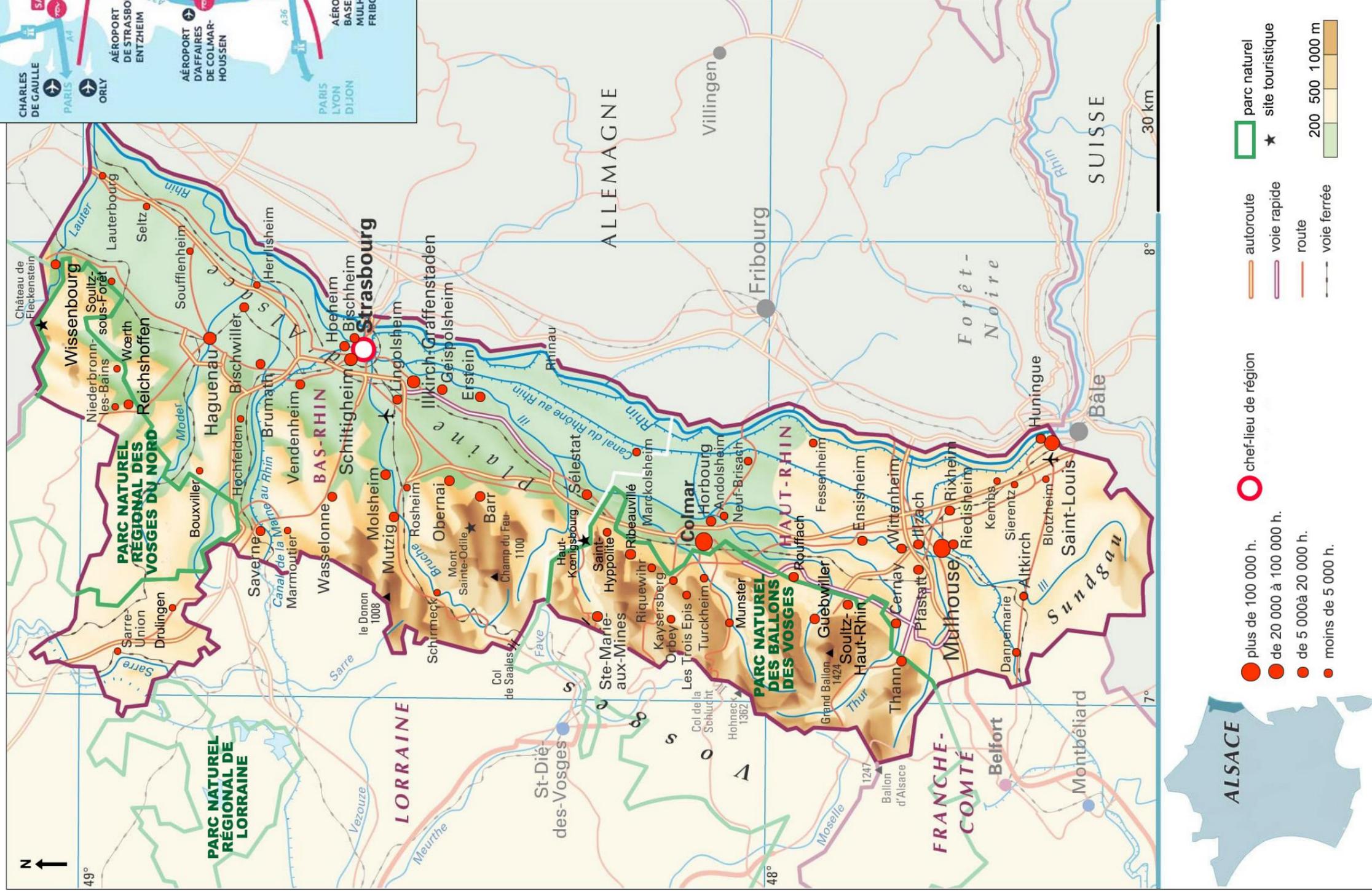
Annexe 1 – Bloc diagramme centré sur Saint-Hyppolite.

À RENDRE AVEC LA COPIE

Document 1. Le site et la situation de l'Alsace.



Source : d'après le site Internet visit.alsace consulté en 2024.



Source : d'après le site Internet Larousse.fr consulté en 2024.

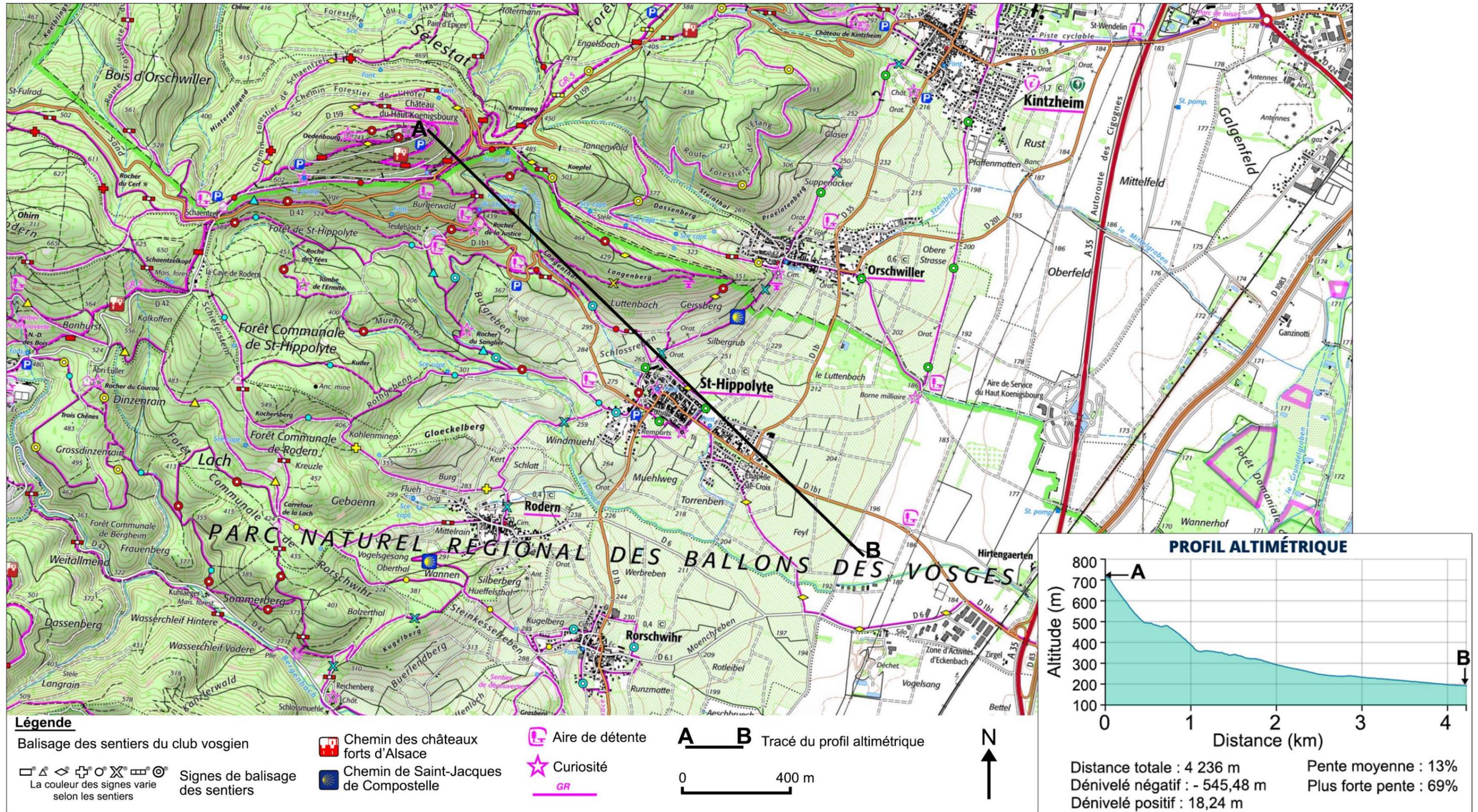
Document 2 – Les paysages autour de Saint-Hyppolite.



Source : d'après le site Internet Survoldefrance.fr consulté en 2024.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E3 : TOURISME ET TERRITOIRES	Code : 25TOURIU3	Page : 4 /10

Document 3 – La carte topographique de Saint-Hippolyte et de ses environs.



Source : d'après le site Internet Geoportail.gouv.fr consulté en 2024.

Document 4 – Le tourisme en Alsace rurale.



La forteresse du Haut-Koenigsbourg. L'Alsace est l'une des régions d'Europe qui compte le plus de châteaux et cités fortifiées. Construit sur les contreforts des Vosges, avec plus de 500 000 visiteurs par an, le château du Haut-Koenigsbourg est le site le plus fréquenté de la route des "Châteaux et Cités fortifiées d'Alsace".



Le marché de Noël à Riquewihr, l'un des "Plus Beaux Villages de France". Dès la fin novembre dans l'Alsace toute entière, le temps des festivités est rythmé par les marchés de Noël en perpétuant une tradition populaire. Tout un univers de lumières, de parfums et de trésors d'artisanat se déploie au détour des petits chalets de bois.



La ferme-auberge du Kastelberg, sur la route des Crêtes. L'Association des Fermes-Auberges du Haut-Rhin a été créée en 1971 à l'initiative des fermiers-aubergistes sous l'impulsion de la Chambre d'Agriculture. Elle a été fondée sur le principe de la double activité, agricole et touristique. Aujourd'hui elle fédère 41 établissements.



Le village de Saint-Hippolyte. Connu pour son pinot noir, Saint-Hippolyte se situe le long de la Route des Vins d'Alsace. Au pied de la forteresse du Haut-Koenigsbourg, enserré dans une enceinte médiévale bien conservée, il dévoile de belles maisons à colombages, une église du XIV^{ème} siècle et une fontaine de 1555.



Randonnée dans la vallée de Kaysersberg. La vallée de Kaysersberg offre de nombreux parcours jalonnés par des villages caractéristiques du patrimoine architectural de la région. Les itinéraires serpentent au cœur des paysages viticoles emblématiques du territoire alsacien.



Croisières sur le Rhin et le Grand Canal d'Alsace. Au départ de Vieux-Brisach, des croisières sont organisées avec passage d'écluse. Les croisières gourmandes proposent une dégustation autour des cépages les plus renommés du vignoble alsacien : gewurztraminer, riesling, pinot noir, pinot gris, sylvaner, muscat.

Source : d'après le site Internet Alsace-destination-tourisme.com consulté en 2024.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E3 : TOURISME ET TERRITOIRES	Code : 25TOURIU3	Page : 6 /10

Document 5 – La Route des vins en Alsace.



Arpenter un itinéraire bucolique

C'est l'art de la lenteur et de la liberté retrouvée. Oubliez votre voiture et son moteur bruyant. Pour cet itinéraire, c'est le vélo silencieux qu'il vous faut. La Véloroute du Vignoble d'Alsace se déploie sur 131 kilomètres d'un ruban délicat posé le long des plus beaux vignobles d'Alsace, sur les contreforts du Massif des Vosges. Tronçon de l'EuroVélo5 – Via Romea, on évolue dans un paysage de carte postale, le long d'anciennes voies ferrées, de portions de l'ancienne route romaine. Toutes les occasions sont bonnes pour descendre de selle : une lumière sublime, une dégustation chez un vigneron, une pause gourmande, une ruine médiévale ou une abbaye romane.



Etape 3 : Sélestat > Colmar

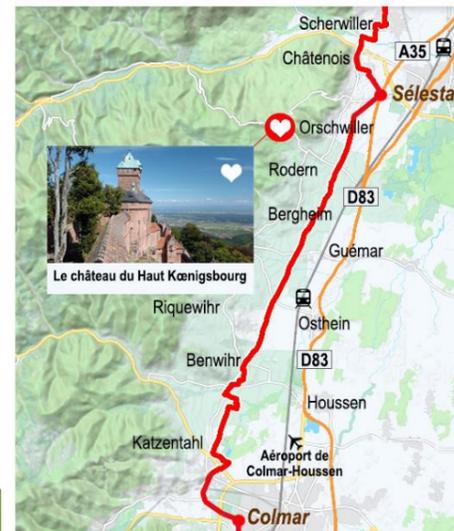
Entre paysages de plaine, de montagne et de vignoble, poursuivez votre chemin dans un cadre enchanteur riche d'un patrimoine remarquable. Cette étape vous invite à la découverte d'un chapelet de villages pittoresques réputés.

Les coups de cœur du parcours :

- Le château du Haut-Koenigsbourg, pour les plus baroudeurs qui oseront y grimper
- La Montagne des Singes et la Volerie des Aigles à Kintzheim
- Bergheim et ses remparts et tours du XIV^{ème} siècle
- Ribeauvillé et son remarquable patrimoine médiéval
- Riquewihr, perle du vignoble
- Colmar, capitale des Vins d'Alsace



VOIR LA CARTE



Document 6 – L'organisation et les enjeux paysagers des territoires ruraux alsaciens.

Les paysages ruraux alsaciens sont identifiés par une complémentarité étagée entre la plaine céréalière, les coteaux viticoles et les reliefs forestiers et pastoraux. Ils imprègnent l'imaginaire collectif par des marqueurs paysagers qui sont devenus des arguments touristiques. Mais dans une région en croissance démographique forte, bien qu'inégalement répartie, des tensions existent entre préservation, voire patrimonialisation de l'existant, et nouveaux usages, notamment résidentiels.

Le rural alsacien se structure autour de trois ensembles, reconnaissables par leur unité paysagère. À l'ouest, les paysages de chaume (pelouses coiffant les hauteurs) dominent les vallées vosgiennes. Au centre, sur les collines sous-vosgiennes, la vigne s'épanouit. À l'est, la plaine d'Alsace offre un paysage de champs ouverts support d'une polyculture précoce. L'espace rural est à la fois un cadre de vie, un espace productif et une mosaïque d'écosystèmes.

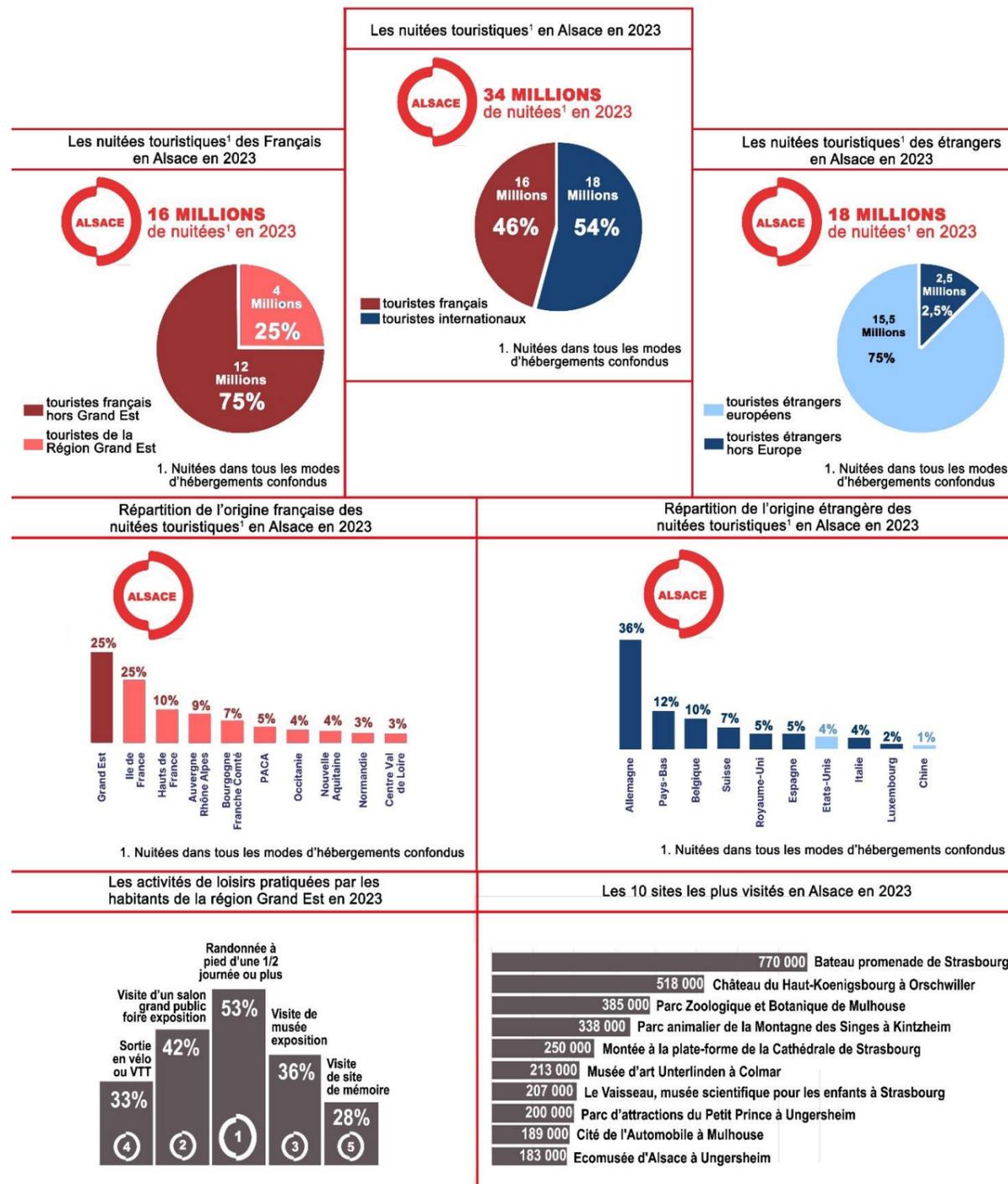
« L'image touristique de l'Alsace est très puissante, très traditionnelle. L'Alsace donne envie à travers ses valeurs » (*L'Alsace*, 8 avril 2018). Cette imagerie repose sur des symboles forts de la région, le plus souvent issus du monde rural : cigognes blanches sur le toit des clochers, villages fortifiés, maisons à colombages, vins blancs, choucroute et tartes flambées, ou encore l'Alsacienne en tenue traditionnelle avec la fameuse coiffe. Aujourd'hui ces représentations sont largement reprises par les différents acteurs du marketing territorial (offices du tourisme, acteurs économiques, acteurs institutionnels) et contribuent à la valorisation de la marque Alsace.

D'après Gilles Muller, « Dynamiques, mutations et recompositions paysagères des territoires ruraux alsaciens », 21 mai 2021, *Géoconfluences* consulté en 2024.

Source : d'après le site Internet [Routedesvins.alsace/experiences/pedaler-sur-la-veloroute-du-vignoble-alsace](https://routedesvins.alsace/experiences/pedaler-sur-la-veloroute-du-vignoble-alsace) consulté en 2024.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E3 : TOURISME ET TERRITOIRES	Code : 25TOURIU3	Page : 7 / 10

Document 7 – Les statistiques touristiques de l'Alsace.



Source : D'après le site Internet Alsace-destination-tourisme.com consulté en 2024.

Document 8 – Le tourisme dans la région d'Obernai : quand le territoire prend conscience de ses faiblesses.

Soucieux de « repenser l'attractivité touristique », les élus de la région d'Obernai ont commandé une étude qui a permis une prise de conscience des faiblesses d'un territoire. Le travail pour y remédier aboutit à de premières solutions concrètes.

Porté par la notoriété d'Obernai (deuxième ville touristique du Bas-Rhin), du Mont Sainte-Odile et de la Route des vins, celui qu'on nomme le Piémont des Vosges ne manque pas d'atouts. [...]

Mais les faiblesses du territoire sont plus importantes qu'on ne le pense. Il souffre en premier lieu d'un problème d'identité. Comment l'appeler, ce territoire : Piémont des Vosges ? Cela n'a pas de sens pour un touriste. Pays d'Obernai ? Trop réducteur. Terres de Sainte-Odile ? C'est le nom retenu (provisoirement) pour un premier clip vidéo promotionnel du territoire, mais la référence religieuse peut agir comme un repoussoir. La question du *namings* revient à chaque atelier. Ce sera l'un des chantiers les plus compliqués, mais fondamental, car il permettra, ensuite, de faire du marketing territorial pour asseoir cette identité en Alsace et au-delà.

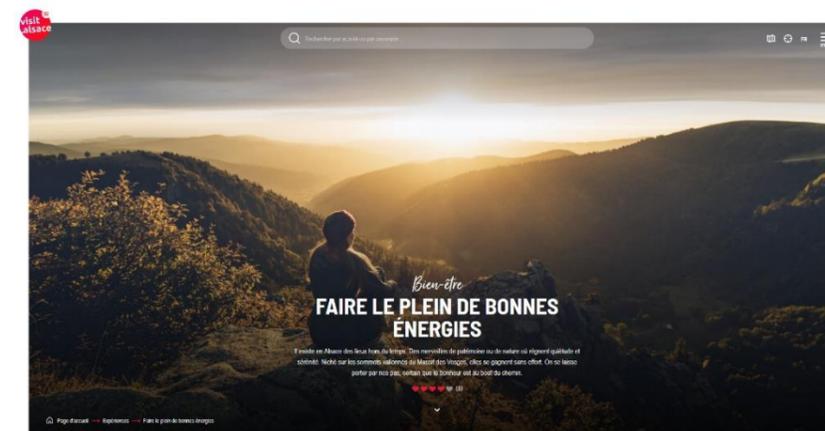
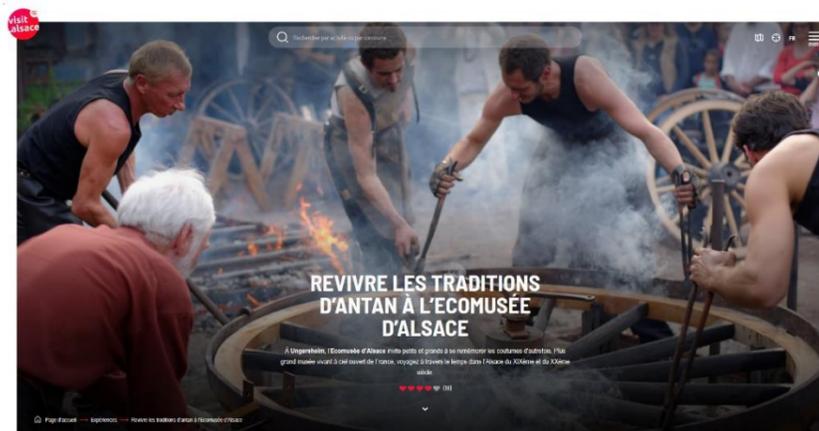
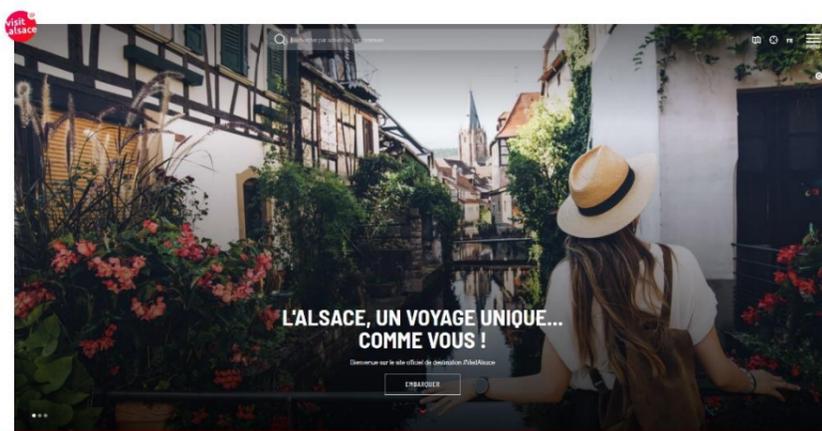
Autre faiblesse, identifiée à l'aide de données de la Région Grand Est : la collaboration insuffisante entre les acteurs publics et privés du tourisme. L'ambition est de faire du territoire une destination incontournable au cœur de l'Alsace, entre Strasbourg et Colmar. L'objectif est clair : accroître la captation de revenus dans le secteur du tourisme. Il s'agit de faire venir plus de touristes bien sûr, mais aussi de les faire rester plus longtemps.

La plus grosse attraction touristique du territoire, c'est le marché de Noël d'Obernai, avec plus de 400 000 visiteurs sur cinq semaines. Il a donc été décidé de créer un site Internet qui lui est consacré et qui référence les autres marchés de Noël des environs. D'autres forces communes du territoire ont été recensées et pourront faire l'objet d'un site ou de pages web dédiés. C'est le cas du vignoble, des châteaux, des balades (à vélo et à pied), mais aussi du tourisme de savoir-faire, le nouveau nom trouvé pour parler du tourisme industriel ou d'entreprises. Dès cette année, il est prévu de créer un réseau de tourisme du savoir-faire : « Un circuit de visites permettra de plonger dans la découverte des entreprises locales », indiquent Sébastien Muller et Dominique Malfait, respectivement patron de la choucrouterie Le Pic et des chaussettes Labonal, impliqués dans le projet. Il est par exemple prévu de la signalétique sur ce circuit, à partir des pistes cyclables du territoire, autre axe de développement identifié. Les élus ont la volonté de devenir « LA destination rando et vélo, avec des améliorations prévues dans les infrastructures et l'accueil ».

D'après Guillaume Muller, *Dernières Nouvelles d'Alsace*, 19 février 2024.

Document 9 – Les sites thématiques de l'agence Alsace Destination Tourisme.

Alsace Destination Tourisme organise et anime la communication digitale de différentes marques grand public liées à la destination Alsace, sur le web et les réseaux sociaux. L'agence de promotion touristique alsacienne gère plusieurs sites thématiques : mise à jour, suivi de la gestion technique, analyse des données, soutien de la promotion des activités touristiques et des événements structurants.



Source : D'après le site Internet Alsace-destination-tourisme.com consulté en 2024.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E3 : TOURISME ET TERRITOIRES	Code : 25TOURIU3	Page : 9 / 10

ANNEXE n°1 – Bloc diagramme **À COMPLÉTER ET À RENDRE AVEC LA COPIE.**

