



Le tourisme en Espagne (B1 / B2 - BTS)

publié le 06/01/2013 - mis à jour le 23/04/2019

Descriptif :

Les **atouts touristiques** dont l'Espagne dispose.

Les **conséquences de la crise économique** actuelle sur le secteur du tourisme.

Sommaire :

- Présentation du projet
- Les différents supports d'étude
- Tâche de fin de séquence envisagée
- Evaluation formative
- Objectifs de la séquence
- Propositions pour la mise en œuvre
- Informations complémentaires

*Ce projet a été conçu par Mme Christine Saivres, professeure d'Espagnol au Lycée Marguerite de Valois à Angoulême. Il a été présenté dans ses grandes lignes lors du **stage du 6 décembre 2012** sur les nouvelles épreuves des BTS Tertiaires au **Lycée de la Venise Verte à Niort**. Il est possible de le retrouver sur l'espace collaboratif des professeurs enseignant en BTS (sur le site académique).*

● Présentation du projet

Ce projet vise à **permettre aux étudiants d'avoir un minimum de connaissances culturelles et lexicales sur le thème du tourisme**, qui est un secteur d'activité très important pour l'économie espagnole dans son ensemble (il représente entre **15 et 20 % du PIB**, la richesse produite par le pays).

● Les différents supports d'étude

1) Article de presse extrait du site *elpais.com* « *España potencia su marca con una campaña en 40 países* » (05/03/2010)



Document 1 (Word de 27 ko)

Compréhension de l'écrit

2) Exemples de visuels publicitaires pour la presse, *Campañas « I need Spain »* (2011)



Barcelone et le tourisme culturel (Word de 134 ko)

Annonce presse



Barcelone et le shopping (Word de 589 ko)

Annonce presse



Le Chemin de Saint Jacques de Compostelle (Word de 609.5 ko)

Annonce presse pour le tourisme religieux ou sportif



Le Musée du Prado et l'art de vivre (Word de 747 ko)

Annonce presse pour le tourisme culturel

3) Vidéo sur le lancement de la campagne et du site internet *ineedspain.com*, par le Secrétaire Général du Tourisme et du Commerce Intérieur (*junio de 2011*)



Turespaña Presentación Campaña Online 2011 (Video Youtube)

4) Campagne vidéo « *Necesito España* »  (*verano de 2011*)

5) Article de presse « *Barcelona y los cruceristas* », C. Delgado, *elpais.com* (20/04/2011)

● Tâche de fin de séquence envisagée

Il s'agit d'une évaluation prévue sur **deux heures**, en deux parties :

- ▶ une première partie sur la capacité à comprendre un article de presse récent qui présente les changements que la crise économique actuelle induit dans les habitudes de consommation des Espagnols au moment où ils partent en vacances
- ▶ une deuxième partie dans laquelle les étudiants sont invités à expliquer les conséquences de ces changements pour les professionnels du secteur touristique et aussi à présenter les atouts touristiques de l'Espagne.

Variante : on peut évaluer la deuxième question d'expression en demandant aux étudiants une production orale en continu, dans ce cas, on prendra en compte la maîtrise des compétences phonologiques dans le barème.

● Evaluation formative

Document vidéo à travailler en dehors de la classe (déposé sur l'ENT du lycée) « *Andalucía y el turismo de cruceros* » , *Consejería de Turismo de Andalucía* (2011)

● Objectifs de la séquence

○ Compétences linguistiques

- Compétences lexicales

▶ Lexique autour du thème du tourisme et des vacances :

promover el turismo, los turistas, los visitantes, los viajeros, los cruceros y los cruceristas, ir de

vacaciones a, una estancia, descansar, disfrutar, enriquecer su cultura, descubrir, disfrutar de, practicar deporte, olvidar el estrés, soñar, ir de tiendas, un destino, arribar, la bonanza del clima mediterráneo, un entorno repleto de atractivos turísticos, convertirse en un referente de..., el patrimonio natural /arquitectónico /artístico /cultural, la gastronomía, el estilo de vida, la acogida de la población, el alojamiento

► **Lexique autour du thème de la communication :**

lanzar una campaña de promoción turística, dirigirse a, el público meta /el público objetivo, el objetivo es Ø..., seducir a, atraer la atención de..., poner de relieve, destacar, el lema, alcanzar a, dar ganas de..., una página web, los usuarios, los internautas, dejar un mensaje, una campaña digital, un modo de comunicación que está de moda, ser interactivo

► **Lexique autour du thème de la crise et de l'économie en général :**

la crisis, salir de la crisis, invertir, una inversión, el coste, el poder adquisitivo, la capacidad de gasto, gastar, comprar, desarrollar, fomentar, incentivar, dispararse, aumentar en, el precio, diversificar la demanda, consolidar el liderazgo, mejorar, el paro /el desempleo, los parados, el sector de la construcción, estar en recesión, el crecimiento, el PIB, el consumidor, la fidelidad a, la expresión de los porcentajes, estar en pleno auge, una clientela adinerada, las infraestructuras, evolucionar, ahorrar Ø dinero

• **Compétences grammaticales**

- **exprimer la finalité** : *para que / a fin de que + subjuntivo, permitir + infinitivo*
- **exprimer le souhait** : *desear /querer que + subjuntivo, el objetivo es que + subjuntivo*
- **le partitif** : *practicar Ø deporte, ahorrar Ø dinero*
- **les comparatifs** : *más ... que, menos... que, cada vez más, cada vez menos*

○ **Compétences pragmatiques**

► **Souplesse et cohésion** : capacité à articuler sa production, à l'oral comme à l'écrit, en employant des connecteurs d'ordre logique ou chronologique pertinents (*primero, después, por una parte, por otra parte, además, encima, sin embargo...*)

○ **Compétences culturelles**

► **La crise économique actuelle et ses conséquences** sur le secteur du tourisme.

► **Quelques moyens de communication utilisés pour « vendre » la destination « Espagne »** (presse écrite, Internet et le Web 2.0, les vidéos pour la télévision et Internet).

► **Les atouts touristiques de l'Espagne** (patrimoine naturel, architectural, artistique et culturel, gastronomique ; climat ; mode de vie et ouverture des habitants ; attractivité des prix). Nombreux exemples de sites ou de spécialités de renom permettant d'enrichir la culture générale des étudiants.

► **Le poids du secteur touristique dans l'économie espagnole et la puissance de l'Espagne comme destination touristique majeure** : 15 à 20 % du PIB, une multitude d'emplois dépendent du secteur (dans les services notamment) ; 2ème destination touristique dans le monde après la France ; le pays du monde où le taux de fidélité à la destination touristique est le plus élevé ; Barcelone, 1er port pour les croisières en Europe et 4ème dans le monde...

► **Mobilisation des connaissances professionnelles des étudiants** (les stratégies de communication pour informer et convaincre, les techniques de marketing pour favoriser la demande et remplir les hôtels et les locations, les difficultés de management engendrées par les changements d'habitude de consommation des touristes...).

● **Propositions pour la mise en œuvre**

On peut exploiter les différentes annonces presse (deuxième support de la séquence) en mettant en place **un travail de groupe par deux** : on demande aux étudiants de préciser :

- ▶ la cible visée par la campagne et le cœur de cible (par exemple *la clase media y los amantes del arte*)
- ▶ ce que l'on veut nous montrer ici et ce sur quoi on veut insister
- ▶ le sens de la phrase d'accroche et en quoi elle attire particulièrement l'attention
- ▶ l'atmosphère qui se dégage de chaque visuel publicitaire.

● Informations complémentaires

On pourra compléter ce travail sur le tourisme en consultant avec profit le document suivant :



[Plan marketing de la campagne de promotion touristique 2011](#) (PDF de 1.2 Mo)

Document du Ministère de l'Industrie et du Tourisme espagnol.



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.