

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
SESSION 2023 - 2024**

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION

Aucun matériel n'est autorisé – Durée : quatre heures

Première partie : synthèse (40 points) : vous rédigerez une synthèse concise, objective et ordonnée des documents suivants :

Document 1 : affiche en faveur du Secours Populaire Français, 2006.

Document 2 : Géraldine Dao, « Les vacances sont un puissant marqueur social », *atd-quartmonde.fr*, 06/04/18

Document 3 : Pierre Périer, « L'approche sociologique du départ en vacances : entre symbolique et réalités », intervention au *Conseil d'administration de la CAF du Val-de-Marne*, 22/06/16.

Document 4 : Mariana Reali, « Voyage de luxe : Expériences uniques exigées », *les Echos*, 20/03/15

Deuxième partie : écriture personnelle (20 points) :

Pensez-vous que voyager soit toujours bénéfique ?

Document 1 : affiche en faveur du Secours Populaire Français, 2006.



Document 2 : Géraldine Dao, « Les vacances sont un puissant marqueur social », *atd-quartmonde.fr*, 06/04/18

<https://www.atd-quartmonde.fr/partir-pour-mieux-revenir/>

Organisée par ATD Quart Monde dans le cadre du lancement de sa campagne sur l'accès aux vacances pour tous, la table ronde « Partir en vacances : un privilège ? » débute par un constat : 40 % des Français ne partent pas en vacances et là encore, les écarts se creusent avec ceux qui partent de plus en plus souvent et toujours plus loin.

UNE CULTURE

« Pourtant, il y a un paradoxe, explique Véronique Davienne, ancienne responsable de la maison de vacances familiales La Bise (Jura) d'ATD Quart Monde. Ce sont avec les familles les plus malmenées par la vie que nous avons le plus de mal à construire un projet de vacances. »

André Rauch approuve : « Les vacances, c'est une culture. Ce n'est pas parce qu'on ne travaille pas, qu'on sait se mettre en vacances. » Accéder aux loisirs et profiter de temps libre nécessitent un savoir-faire très concret : lire une carte, choisir un hôtel, etc. À quoi bon visiter une église si on n'a pas les clés pour décoder l'art roman ?

Murielle Morel, ancienne vacancière de La Bise, est invitée à témoigner : « Lorsqu'on nous a proposé à mon mari et à moi de partir quelques jours à la Bise, nous sortions d'une galère et venions juste d'être relogés par

ATD. Alors, partir en vacances, nous n'y pensions même pas ! Mais nous n'avons pas regretté. Cinq familles étaient accueillies sur le séjour avec lesquelles nous partagions les repas. C'était très convivial. Nous avons passé d'excellents moments : visite de la région, activités manuelles et sportives... Pour mon mari, ma fille et moi, ces vacances ont tout changé. »

DES FREINS AU DÉPART

C'est un fait : les familles en situation de précarité ne s'autorisent pas à penser aux vacances. « Elles sont souvent réfractaires, raconte Véronique Davienne. Nous devons y croire plus qu'elles lorsque nous proposons un projet vacances et lever bien des freins : laisser son logement, faire sa valise, prendre le train.... Pour la plupart, ce sont les premières vacances et beaucoup ont peur. Pourtant, les vacances représentent un espace de liberté qui vont les ressourcer. Les retombées sont toujours positives. »

Déjà, les personnes découvrent qu'elles sont capables de partir. Parenthèse dans la vie de ces familles, ces séjours provoquent aussi des choses fortes qui survivent une fois rentrées chez elles. On donne un coup de peinture à son logement, on a l'énergie pour chercher du travail, on emmène son enfant à la bibliothèque, les parents dont les enfants sont placés obtiennent des extensions de leur droit de visite, etc.

UN DROIT AU REPOS

Selon les statistiques, les catégories de salariés les moins aisées, les ouvriers, partent moins en vacances ces dernières années. Pour Serge Paugam, « la question des vacances se pose en regard de la problématique de la société salariale. Celle-ci repose sur deux piliers : d'une part, une protection vis-à-vis des aléas de la vie. Les vacances sont synonymes de droit au repos et donc droit à la santé ; d'autre part, un processus de reconnaissance : il est aujourd'hui important aux yeux de la société d'être intégré dans des collectifs, et notamment des collectifs de travail. Lorsqu'on travaille toute la semaine, nous avons droit à des temps de repos. Les vacances, c'est le monde du travail qui l'organise. »

Comment alors imaginer qu'un chômeur puisse partir en vacances ? « Dans l'imaginaire collectif, les chômeurs n'ont pas droit au repos, reprend Serge Paugam. Avant de partir en vacances, la priorité serait qu'ils trouvent du travail. »

Document 3 : Pierre Périer, « L'approche sociologique du départ en vacances : entre symbolique et réalités », intervention au Conseil d'administration de la CAF du Val-de-Marne, 22/06/16.

1. Penser le temps long des vacances

L'imaginaire des vacances se pose comme une figure contemporaine du bonheur y compris pour les familles qui ne partent pas. La norme du départ est partagée dans la société française.

Les vacances sont une projection dans un temps qui va venir, où l'on est autre, autrement et où on se réapproprie son destin. Elles permettent d'évacuer le réel et jouent ainsi un rôle de bonheur projeté qui enchante le quotidien, d'antidote au présent.

Moment attendu par les familles toute l'année, le temps de vacances est un horizon d'attente et un projet mobilisateur mettant en lumière le besoin de perspectives.

Pour les classes moyennes, elles représentent un important indicateur de niveau de vie, un véritable marqueur social. En être privé c'est être déclassé. A travers la fracture sociale entre « ceux qui partent » et « ceux qui ne partent pas », leur rôle primordial dans l'intégration citoyenne des familles apparaît clairement. Les vacances sont ainsi une norme culturelle autant qu'un marqueur social, et l'accès aux vacances est un analyseur des difficultés des familles et des inégalités qui touchent la société. Néanmoins, même si le niveau de vie baisse, le départ en vacances se maintient, ce qui traduit la persistance du désir de vacances. La tendance des dernières années le confirme : avec la crise, entre 2008 et 2011, on note un coup d'arrêt puis une reprise progressive.

Partir, synonyme de conquête

Une conquête sociale présente dans la mémoire collective et individuelle. Partir c'est s'autoriser, se reconnaître un droit légitime, l'idée qu' « on les a bien méritées ».

A travers le départ, on montre que l'on y est arrivé socialement ou économiquement, et on éprouve une grande fierté à ses propres yeux, aux yeux de ses enfants et de ses pairs. Cette gratification sociale apporte de la réassurance sur la capacité à faire plaisir et à se faire plaisir. Les parents se trouvent ainsi confirmés dans leur rôle et leur compétence surtout dans le regard de leurs enfants.

L'expérience du séjour

Le séjour représente un temps d'intégration sociale : la norme c'est partir. Il rompt le temps et l'espace tout autant qu'il est un signe d'intégration et d'émancipation. Les vacances permettent de briser une continuité, un quotidien qui enferme tout en conférant aux individus le pouvoir de se défaire des assignations et des obligations de la vie quotidienne.

Un autre temps s'installe, celui de la participation à la vie collective, avec un partage de normes et de valeurs dominantes, de rythmes communs, différents. A ce titre, les vacances se posent comme temps de réconciliation avec soi-même et les autres.

La mémoire des vacances

Les effets de bien-être persistant (qui boostent l'estiment de soi) se prolongent au-delà du temps du séjour. Pourquoi partir ? Pour renaître, pour revenir changé, dans de meilleures dispositions d'esprit.

Ce temps est donc profitable à l'image de soi et au lien familial et social : il consolide la mémoire, le souvenir individuel et familial, au travers notamment des expériences à immortaliser, des mises en scène, des moments partagés. C'est un véritable devoir de mémoire qui est à l'œuvre.

La socialisation vacancière est donc primordiale. Elle peut introduire un cercle vertueux – lorsque l'on a pris l'habitude de partir étant jeune, en famille ou avec des amis – ou vicieux si elle ne s'est jamais faite et que le départ en vacances n'est pas inscrit dans les habitudes.

2. Les freins et résistances au départ

Les inégalités sociales et économiques persistent et se creusent d'où une démocratisation inégale des vacances. Le niveau socio-économique des ménages est un déterminant majeur puisque le taux de départ est de 40 % pour les personnes disposant de revenus inférieurs à 1 200 euros contre 86 % pour des revenus de 3 000 euros et plus. Conséquence, 86 % des cadres supérieurs partent contre seulement 47 % des ouvriers. Les jeunes sont également affectés dans leurs chances de départ car 40 % des 18-24 ans et un quart des 5-19 ans ne partent pas en vacances. Les salariés en CDD ou en intérim, les familles monoparentales viennent renforcer le contingent de non-partants. [...]

3. Les enjeux d'une politique vacances

Des vacances pour qui ? Qui est autorisé (symboliquement et économiquement) ? Quelles catégories sont prioritaires ? Comment éviter le risque d'une « double peine » : pas de travail, pas de vacances ?

Qu'est-ce qui est reconnu comme vacances ? Quelle durée ? Quels lieux ? Quel type d'hébergement ? A quoi les vacances s'opposent-elles ? Quels aides et droits aux vacances ?

Comment s'adapter aux nouvelles aspirations et pratiques de vacances moins programmées et moins ritualisées (multiplication des courts séjours et baisse du temps de séjour le plus long) ?

Document 4 : Mariana Reali, « Voyage de luxe : Expériences uniques exigées », *les Echos*, 20/03/15

À l'image des autres secteurs du luxe, le voyage de luxe se tourne de plus en plus vers l'expérience exclusive et ultrapersonnalisée. Et plus on est riche, plus l'expérience se doit d'être unique.

En novembre dernier, dans la campagne toscane, Kuoni présentait à quelques professionnels du tourisme sa nouvelle brochure Émotions 2015 dédiée aux voyages de luxe. Parmi les nouveautés, entre plages du bout du monde et expéditions exotiques, une incongruité : la Villa Lena, une sorte d'agritourisme au confort et à la décoration sommaire, là même où avait lieu la présentation, comme une démonstration live d'une nouvelle vision du luxe. Sous une apparente simplicité, un concept hors du commun. La Villa propose de vivre au coeur d'une résidence d'artistes, où clients et artistes en résidence se côtoient, échangent et prennent part ensemble à des concerts improvisés - l'un des premiers résidents fut Benjamin Clémentine, nouvelle coqueluche de la scène musicale. Un lieu participatif où chacun a tout loisir de participer aux vendanges, de cultiver le potager ou de chasser la truffe. On est bien loin de l'image traditionnelle de l'hôtellerie haut de gamme, et pourtant l'établissement figure dans la sélection luxe du voyageur. Erreur de casting ou véritable tendance annoncée ? « Nos clients ont tellement tout vu, tout connu qu'ils sont maintenant à la recherche du jamais vécu, précise Matthieu Mariotti, responsable production du programme Émotions. Nous pensons que certains de nos clients sont prêts à passer trois jours dans un cinq-étoiles à Florence et à finir leur séjour ici. » Adieu donc les ors et les marbres, place aux expériences inédites !

« Expérience », « luxe expérientiel », des mots qui résonnent dans la bouche de tous les acteurs luxe. Dans son essai *Le Nouveau Luxe. Expériences, arrogance, authenticité*, (Stock, 2013), le philosophe Yves Michaud explique : « De plus en plus de formes de la consommation du luxe consistent moins à acquérir et à s'approprier des objets qu'à se procurer et vivre des expériences. [...] Les deux satisfactions qu'apporte le luxe aujourd'hui sont très claires, celle de l'ostentation et celle de vivre des expériences rares et uniques : authentiques. » Cette tendance, si elle se retrouve dans tous les domaines du luxe - de l'expérience client en boutique au retour de la commande spéciale et du sur-mesure - devient de plus en plus marquée dans le domaine du voyage, notamment auprès d'une clientèle d'ultrariches plus que jamais dans le viseur des voyageurs. Une clientèle en pleine expansion, sans cesse en quête d'expériences nouvelles qui a engendré une nouvelle façon de concevoir les voyages. Qu'ils se nomment « créateurs de voyages », « travel designers » ou encore « créateurs d'expériences », de nombreux nouveaux acteurs se sont engouffrés dans la brèche et se sont spécialisés dans le voyage 100 % sur mesure. Des voyages conçus au cas par cas, selon les intérêts, le style de vie et le profil de chacun, avec expériences exclusives à la clé. Pour ce faire, écoute et créativité se retrouvent au coeur d'un métier revisité, qui flirte souvent avec l'événementiel. Au final, les voyages sont parfois dignes d'une superproduction : du périple ultrascénarisé avec chasse au trésor sur une île du Mozambique au tour de l'océan Indien en hydravion privé, du vertical feet au Canada avec plusieurs déposes en hélicoptère jusqu'au voyage spirituel sur les traces du Bouddha... aucune limite à l'expérience, pourvu qu'elle soit rare, personnalisée et exclusive. Parmi ces nouvelles agences, Peplum, dont le fondateur Quentin Desurmont a créé *Traveller Made*, un consortium regroupant 101 agences membres dans 24 pays européens, spécialisés dans l'ultraluxe. Leur cible : les UHNWI (Ultra High Net Worth Individuals), soit des individus qui possèdent plus de 30 millions d'euros d'actifs net, pour la plupart des chefs d'entreprise mais aussi des footballeurs, des personnalités du show-business, etc. L'évolution vers le voyage ultrapersonnalisé a commencé dans les années 1990-2000. Le développement d'Internet ainsi que l'arrivée des compagnies low cost a redistribué les cartes du secteur. En même temps que les voyages se démocratisaient et que, sur la Toile, l'offre se démultipliait, la demande pour des voyages ultrapersonnalisés s'est développée. Une vision partagée par Olivier Weisse, patron de l'agence Weisse et présent dans le secteur du voyage depuis 1968. « Avec l'arrivée d'Internet, nous avons deux options : s'orienter vers le voyage grande distribution ou, à l'inverse, pousser encore plus loin le service. »