



A. Quelle identité pour la Bourgogne ?



Doc. 1 « Afin de dynamiser sa fréquentation touristique et de se créer une image qui lui soit propre, la Bourgogne lance en mars sa première campagne d'affichage dans le métro parisien en s'appropriant avec humour le symbole de l'escargot.
Incrusté dans les monuments ou les paysages bourguignons, il exprime le bonheur que réserve la région à celles et à ceux, de plus en plus nombreux, qui savent prendre leur temps : le temps de vivre, le temps de visiter, le temps de déguster...
L'engagement financier, très important, du Conseil régional de Bourgogne et des quatre Conseils généraux de la Côte-d'Or, de la Nièvre, de la Saône et Loire et de l'Yonne leur a ainsi permis de mener une campagne d'envergure et d'offrir une image cohérente de la Bourgogne.

Ce sont en effet 1,8 million d'euros (12 millions de francs) qui seront investis, an trois ans, par les cinq collectivités pour que cette communication voit le jour.

Cette nouvelle campagne va se décliner pendant trois ans, du printemps 2003 à l'automne 2005. Elle a pour objectifs d'accroître la fréquentation touristique, de faire évoluer l'image de la région, d'attirer l'attention du public sur la grande diversité de l'offre des quatre départements en traitant, tour à tour, tous les thèmes. »

Source : site Internet du Conseil régional de Bourgogne

Doc. 2 « La Bourgogne porte le nom de l'ancien duché qui fut au XIV^{ème} et au XV^{ème} siècle une des grandes puissances de l'Occident, au point de se poser en rivale du royaume de France dont elle était un des apanages*. Un prestige mondial s'attache à ce nom de Bourgogne, du fait de l'ancienneté du contact de civilisation qui opposa ici Gaulois et Romains, du rayonnement des ordres monastiques du Moyen Âge, de la puissance et du raffinement des ducs quasi souverains, enfin de la très haute qualité d'un vignoble qui hérite de toutes ces valeurs historiques autant que de l'ensoleillement particulier et des traits spécifiques des sols de Beaune ou de Chablis [...].

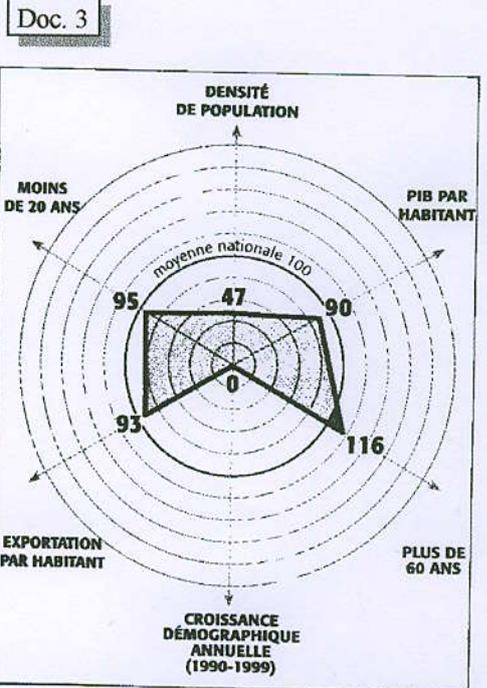
Il existe, juxtaposés, parfois imbriqués, trois espaces bourguignons. Une Bourgogne métropolitaine, celle de la vallée de la Saône et de ses bordures, du vignoble et des villes les plus importantes, une région dense et dynamique, de rayonnement européen.

En contrepoint, une Bourgogne délaissée, dépeuplée, à peine revivifiée par le tourisme, celle du Morvan, de la montagne bourguignonne, des hauts plateaux calcaires et des confins de la Lorraine et de la Champagne.

Enfin, deux sous-ensembles en demi-teintes, mal reliés à l'axe principal, une Bourgogne nivernaise et une Bourgogne auxerroise. »

A. Fremont, *Portrait de la France, villes et régions*, Flammarion, 2001.

*Apanage : portion du domaine royal attribuée par le roi à ses fils ou à leurs descendances.



Les indicateurs économiques de la région Bourgogne.

Doc. 4 Tableau : Données comparées des quatre départements bourguignons (sources : INSEE)

	Côte d'Or	Nièvre	Saône et Loire	Yonne	Bourgogne	France
Population 1 ^{er} janvier 1989	493 866	233 278	559 413	323 096	1 609 653	56 615 155
Population 1 ^{er} janvier 2000	507 500	224 700	543 050	334 350	1 609 600	58 746 500
Solde naturel en 1999	+ 1 450	- 600	- 250	- 200	+ 400	202 500
Solde migratoire annuel moyen (période 1990-99)	- 300	- 50	- 1550	+ 1300	- 600	50 000
Densité 1999	58	33	64	45	51	108