

Session 2018

BTS Tourisme

Epreuve E4

Sous épreuve : U 42

EPREUVE E 4 :

ELABORATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

SOUS – EPREUVE U 42 :

PRODUCTION D'UNE PRESTATION TOURISTIQUE

Réunion Nationale d'Harmonisation

Sous la présidence de Monsieur PEGORARO Patrick (IA-IPR), Académie de Lyon

Lycée Colbert, le 24 mai 2018

En présence des coordonnateurs de l'épreuve, représentant les académies et centres inter académiques.

PJ : Une feuille barème récapitulatif

Un tableau d'aide à la notation

Afin de respecter l'esprit de cette épreuve il est nécessaire de prendre en compte la copie dans sa globalité, d'apprécier sa cohérence d'ensemble et le niveau de la formation professionnelle dans le secteur du tourisme ; chacune des copies doit être corrigée dans son intégralité par le même correcteur.

La copie se fera notée en double correction. En cas d'écart supérieur à 1 point entre les 2 corrections, il conviendra de calculer la moyenne des 2 notes.

Total des points : 80

L'arrondi final de la note (au ½ point supérieur, 10,2=10,5, 10,6=11) intègre la qualité rédactionnelle et l'orthographe. (En cas d'importants manquements, par exemple 50 fautes, ou rédaction relâchée, il faut retirer 2 points / 80 à l'ensemble). (cf avertissement figurant sur le sujet)

Le barème sur 80 points est à noter sur la copie

exemple :

D1 : note du candidat sur 26 points

D2 : note du candidat sur 37 points

D3 : note du candidat sur 17 points

BTS TOURISME	CORRIGE	SESSION 2018
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page 1/8

SYNTHÈSE DES ÉCHANGES

1 – Qualité du sujet :

La commission d'harmonisation a fait un certain nombre de remarques concernant le sujet.

Il s'agit d'un sujet classique et consensuel, en rapport avec l'actualité qui vise à mobiliser les connaissances des étudiants dans des domaines assez variés tout en favorisant l'analyse.

Le sujet est accessible en termes de difficulté et de longueur.

Pour le dossier 3, la commission s'est posé la question sur l'intérêt de l'annexe 11 en droit.

2 – Précisions relatives à l'évaluation des questions des différents dossiers

Rappel : on doit évaluer les étudiants en valorisant ceux qui montrent de la réactivité (futurs agents de maîtrise et non simples exécutants) et ceux qui ont montré qu'ils savaient prendre du "recul" par rapport à une approche purement scolaire.

3 – Barème de notation : il s'agit du barème national (élaboré collégalement en prenant en compte les remarques transmises par les enseignants aux coordonnateurs membres de la présente commission nationale de barème).

Ce barème issu d'un accord entre les participants représentant les académies, sous l'autorité des corps d'inspection responsables, s'impose à tout correcteur en académie, sans la moindre modification possible.

Il convient de rappeler la nécessité d'effectuer entre correcteurs, une harmonisation des résultats provisoires, en exploitant entre autres le tableau analytique de correction joint au présent envoi.

BTS TOURISME	CORRIGE	SESSION 2018
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page 2/8

Corrigé dossier œnotourisme en Bourgogne

Dossier 1 – Le marché de l'œnotourisme en Côte d'Or

26 points

1.1 Présentez une analyse structurée du marché de l'œnotourisme. (16 points)

Introduction :

Définition :

Centré principalement sur la rencontre d'exploitants viticoles (caves, châteaux, domaines...) avec des touristes ou des excursionnistes venus déguster, acheter et comprendre le vin, l'œnotourisme a étendu son champ d'activités depuis une dizaine d'années à de nombreux autres produits et activités.

Demande

Profil :

- Individuels de loisirs, clientèles françaises et étrangères
- Groupe loisirs (autocaristes, clientèles étrangères) et affaires (incentive, séminaires)
- De nouvelles clientèles sont à capter : femmes, asiatiques, familles...

Motivation :

- Hédoniste, le client veut vivre une expérience
- Oblative, à justifier
- Auto expression à justifier

Comportement d'achat :

- Des réservations plus tardives
- Choix d'hébergement hôtelier plutôt que de plein air
- Augmentation de pratiques d'activités annexes (visites de musées, de sites, stages, évènements.)

Freins :

- Cherté des vins de Bourgogne,
- Contrôle des dépenses

Offre (acteurs et produits)

Une offre diversifiée et labellisée permet de répondre à différentes attentes (exceptée la clientèle familiale).

Offre touristique de Côte-d'Or concentrée sur l'axe majeur Dijon – Nuits St Georges – Beaune / Route Touristique des Grands Crus.

Les différents acteurs :

- **Les gestionnaires de sites patrimoniaux** : Hospices de Beaune, les musées...
- **Les exploitants viticoles** : les caves, propriétés viticoles, et dans des sites spécialisés (Château du Clos de Vougeot, Château de Pommard...)
- **Les institutionnels (offices de tourisme, ADT...)**
- **Les hébergeurs touristiques** (chambres d'hôtes, gîtes, hôtellerie de plein air ...)
- **Les acteurs des labels** liés à l'œnotourisme et au patrimoine : « Vignobles et Découvertes » et « De Vignes en caves » et bien évidemment UNESCO
- **Les organisateurs d'activités en lien avec l'œnotourisme** (les agences réceptives, les organisateurs locaux de circuits de randonnées : explorer le vignoble à vélo, à pied ou à cheval et des applications mobile dédiées aux balades en Bourgogne)
- **Guides professionnels et greeters...**

Produits et prestations autour du vin :

- les visites de caves, châteaux et maisons de vins,
- l'accueil au caveau chez le vigneron,
- l'itinérance de type « route des vins »,
- les balades et randonnées douces à travers les vignobles et leurs paysages,

BTS TOURISME	CORRIGE	SESSION 2018
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page 3/8

- les prestations agritouristiques chez le vigneron ou au château (gîtes Bacchus, chambres au château, accords mets et vins...),
- les visites de musées du vin, de villages viticoles,
- les fêtes, événements et activités artistiques autour du vin,
- les dégustations commentées dans des lieux dédiés (caveaux, bars à vin...),
- les stages et conférences dans des académies du vin,
- les offres de tourisme d'affaires autour du vin,
- les offres de vinothérapie...

Environnement

Politique :

Inscription des Climats du vignoble de Bourgogne au patrimoine mondial de l'UNESCO.

L'inscription des Coteaux et Maisons de Champagne au patrimoine mondial de l'UNESCO en juillet 2015

Le projet de Cité de la Gastronomie à Dijon (ouverture prévue en 2019.)

Le projet de Cité des vins de Bourgogne à Beaune (ouverture prévue en 2019).

Valorisation de la filière œnotourisme par les institutionnels du tourisme, dont Atout France

Economique :

La célébration des 80 ans de la Route des Grands Crus en 2017(en Côte d'Or).

Une offre diversifiée permettant de répondre à toutes les attentes.

Le prix élevé des vins en Bourgogne- Une concurrence internationale importante entre régions œnotouristiques.

Sociologique :

Une offre œnotouristique liée à la famille qui reste à développer.

La baisse continue de la consommation de vin par les Français.

Technologique :

Une bonne accessibilité routière et ferroviaire, sur l'axe Paris – Lyon.

Développement d'applications pour smartphones et tablettes par les territoires, cartographies interactives, géolocalisation, découverte du patrimoine en réalité augmentée

Un touriste de plus en plus connecté

Ecologique :

Essor de l'économie collaborative,

Légal :

Le développement au national du label « Vignobles et Découvertes » permettra une communication plus importante.

Plus de 300 prestataires labellisés « Vignobles et Découvertes » en Côte-d'Or

Des limites en termes de périodes d'ouverture des domaines viticoles (difficulté de trouver des viticulteurs ouverts le dimanche par exemple).

Valorisation des copies utilisant l'outil PESTEL.

16 points

1 point si la réponse est structurée (offre, demande, environnement)

2 points introduction

3 points pour la partie demande (**1 point** structure, **2 pts** contenu avec au moins 4 idées)

6 points pour la partie offre (**4 pts** acteurs **1 pt** si catégorisé **0.5 pts** si pas catégorisé, **4 catégories** minimum attendues + **2 pts** 4 produits attendus),

4 points pour l'environnement (**1 point** si structure ex PESTEL ou autre, **3pts** 6 éléments attendus)

Si ce n'est qu'un SWOT aucun point

Si le candidat présente un SWOT avec un début d'analyse de marché, on ne tiendra compte que de la partie analyse.

BTS TOURISME	CORRIGE	SESSION 2018
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page 4/8

1.2 Identifiez deux segments de clientèle que l'agence pourrait cibler pour le développement de nouveaux produits. Justifiez vos propositions.

- Familles : enfants prescripteurs, offre d'hébergement adaptée à cette clientèle...
- Affaires : prestations et activités pouvant être proposées lors d'un événement professionnel (incentives, soirées thématiques...)
- Groupes constitués : hébergement et offre adaptés
- Clientèle étrangère intéressée par l'art de vivre à la française

4 points à répartir

1 point par segment

1 point pour la justification

1.3 Argumentez sur les opportunités pour votre agence de se positionner durablement sur ce marché de l'œnotourisme (trois idées justifiées attendues).

- augmentation de son portefeuille clientèle et diversification (notamment la clientèle étrangère)
- bénéficier de la médiatisation liée au classement UNESCO et aux priorités marketing d'Atout France
- développer une offre sur les ailes de saison
- les projets de Cité de la Gastronomie et de la Cité des Vins dont les ouvertures sont prévues en 2019, permet une augmentation de la visibilité sur la région, la notoriété, de la clientèle
- pérenniser son activité de réceptif

6 points

2 points par idée, 3 idées attendues, accepter toute proposition pertinente

BTS TOURISME	CORRIGE	SESSION 2018
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page 5/8

2.1 Présentez de manière détaillée dans un tableau récapitulatif le prix de vente TTC par personne en base double ainsi que le supplément chambre individuelle. Arrondissez à l'euro supérieur. (17 points)

Titre : Les routes du terroir Bourguignon du samedi 23 au dimanche 24 Juin 2018 (2 j/ 1n) (0.5pt)

40 personnes + 2 accompagnateurs

Tableau (16.5 points)

PRESTATIONS	CHARGES VARIABLES ou FI	CHARGES FIXES ou FC	SUP SGL	barème
Hébergement hôtel de Levernois Par personne en DBL : 275 €/2	137,5			1
Supplément ch Individuelle 275 € - 275 €/2			137,5	1
Petit déjeuner	18			0,5
Dîner	70			0,5
Accompagnateurs : 275 € x 2 chambres		550		1
Accompagnateurs dîners et petits déjeuners : (70 € + 18 €)		176		1
Autres restaurations				
Loiseau des vignes	89			0,5
Le Charlemagne	90			0,5
Accompagnateurs : (89 € +90 €) x 2		358		1
Visites et dégustations				
Gratuité accompagnateurs		0		0,5
Hospices de Beaune : 6,5 € + 8 €	14,5			1
Meursault	8			0,5
Patriarche	23			0,5
Clos de Vougeot		120		0,5
Rémunération accompagnateurs 120 € x 2 j x 2		480		1
TOTAL	450	1684	137,5	Sup sgle 1
Répartition des charges fixes (/40)	42,1			1
Coût de production	492,1			
Marge HT : 492,10 € x 0,15	73,82		20,63	0
PVHT	565,92		158,13	
TVA 73,82 € * 0,20 et 20,63 € * 0,20	14,76		4,13	0
PVTTC	580,68		162,25	1
Taxe de séjour client	4			1
Taxe accompagnateurs (4 € * 2) /40	0,2			0,5
PVTTC arrondi	585,2		163	sup sgle 1

Si pas de tableau (- 2points)

Si pas arrondi ne pas pénaliser.

Le prix de vente TTC est de 586 € pp en base double et le supplément chambre individuelle est à 163 €

Si les taxes de séjour sont incluses dans le tableau et donc margées ne pas mettre les points

Si les taxes de séjour n'apparaissent pas dans le tableau et que le candidat indique : Les taxes de séjour clients sont à régler sur place, donc doivent apparaître dans « ce prix ne comprend pas » mettre la totalité des points.

2.2 Calculez, en nombre de véhicules, le seuil de rentabilité de ce séjour. (3 points)

CA	20 X 586 x 2	23 440
CA HT	565,92 x 20 x 2	22 636.80
Charges variables	20 X 450 x2	18 000
MCV		4 636.80
Charges fixes		1 684
Résultat		2 952.80

- A partir du chiffre d'affaires

$$SR = (22\ 636.80 - 1\ 684) / 4\ 636.8 = 8\ 221.27 \text{ € (3 points)}$$

$$8221.27/565.92= 15 \text{ couples soit 8 véhicules ou } 8221.27/(565.92*2)= 7.26 \text{ soit 8 véhicules (1 point)}$$

ou

- En nombre de personne

$$1\ 684 / (565.92 - 450) = 1\ 684 / 115.92 = 14,52 \text{ pax soit 15 pax soit 8 véhicules}$$

(3 points) (2pts pour le raisonnement et 1 pt pour la réponse en nbr de véhicule)

Si le candidat part d'un CA TTC retirer les 2 pts de raisonnement.

2.3 Rédiger le courrier d'accompagnement de cette offre commerciale. (15 points)

Privilégier pour le rédactionnel et qualité commerciale de l'argumentaire

La forme 4 points (0.5 / item)	Le fond (11 points)
<ul style="list-style-type: none"> - Papier entête /mentions légales - Coordonnées destinataire - Date - Objet - Pj : programme détaillé et conditions tarifaires - Formule Madame, Monsieur - Formule de politesse - Signature, fonction et contact 	<ul style="list-style-type: none"> - Intro : présentation de l'entreprise (2 points) - Rappel du cahier des charges (2 points) - Argumentation produit (4 points 2 arguments min détaillés attendus 2pts par argument) - Enonciation du prix (1 point) - Validité de l'offre (1 point) - Conforter le client dans son choix et le remercier (1 point)

Si courriel ne pas pénaliser à partir du moment où l'on retrouve les éléments constitutifs de la mise en forme du document.

2.4 Présentez les outils de communication que vous pourriez utiliser pour les atteindre. (2 points)

- site internet de l'agence (page dédiée, encart spécifique)
- création d'une base de données et emailing auprès des clubs et associations de voitures anciennes
- presse spécialisée automobile
- sites internet spécialisés de voitures anciennes (bannières, pop-up)
- influenceurs (bloggeurs, journalistes)
- réseaux sociaux facebook, instagram, twitter

BTS TOURISME	CORRIGE	SESSION 2018
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page 7/8

2 points (0.5 pt par outil).

3.1 Identifier au moins quatre compétences et quatre qualités attendues pour ce poste (6 points)

Compétences :

- connaître l'environnement touristique de la région et de l'œnotourisme (sites, acteurs, produits...)
- négocier les composantes d'un produit, déterminer un prix
- maîtriser les techniques de prospection, maîtriser des étapes de l'entretien de vente, analyser et choisir des canaux pertinents de distribution en fonction de la cible, GRC...
- maîtriser des NTIC
- maîtriser des langues vivantes étrangères

Qualités : écoute, empathie, polyvalence, sens de la relation client et des responsabilités, qualité de communication ...

6 points (compétences : 4 pts – 4 attendues / qualités : 2 pts – 4 qualités attendues)
Accepter toute proposition pertinente.

3.2 Rappelez les étapes pour qu'un e-contrat soit légalement formé ? (6 points – 2 pts par idée)

La conclusion du contrat de voyage électronique doit passer par trois étapes : la règle du double-clic et la confirmation de la commande.

- Lors d'un **1er clic**, l'acheteur effectue la réservation (syn : commande), réserver un **récapitulatif** de la commande apparaît sur l'écran afin de permettre au client de vérifier le détail de sa commande et **corriger** d'éventuelles erreurs,
- Lors d'un **2nd clic**, l'acheteur **confirme** sa commande et aura **coché** auparavant la case « j'accepte les CGV » et complété ses **coordonnées personnelles et bancaires valider**
- Une fois le règlement accepté, le e-vendeur doit ensuite **accuser réception** de la commande et du paiement par voie électronique.

Ne pas pénaliser si les étapes ne sont pas développées. Ex si le candidat mentionne uniquement « procédure du double clic » lui attribuer 4 pts.

Le lendemain, après consultation de son conjoint, il s'avère que cette date ne convient plus à la cliente. Elle souhaite donc se rétracter.

3.3 Expliquez à la cliente ce que prévoit la réglementation dans cette situation. (2 points)

En matière de vente sur internet de produits touristiques, le droit de rétraction de 14 jours n'existe pas.

3.4 Quelles autres solutions argumentées pouvez-vous lui conseiller ? (3 points – 1.5 pts par idée)

- reporter les dates de son week-end, (frais éventuels à négocier)
- annuler le contrat. Selon les conditions de vente, une annulation de contrat comprise entre 14 et 3 jours avant la date de la prestation occasionne 50% de frais d'annulation. **** (cf note)**
- Céder le contrat (Article R211-7 du code du tourisme)

**** note : si cette solution est proposée à la question 3.3 alors la valoriser à la question 3.3 uniquement. Donc ne pas la compter deux fois.**

BTS TOURISME	CORRIGE	SESSION 2018
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page 8/8