

**MERCATIQUE, GESTION, ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE
ET JURIDIQUE DU TOURISME**

Durée : 5 heures

Coefficient : 5

L'usage de la calculatrice est autorisé.

Les annexes 2.2.1 page 12, 2.3.1 page 13 et 4.2 page 16 à compléter par le candidat seront rendues avec les copies.

CELTIC - VACANCES

Vous travaillez à l'agence réceptive *Celtic-vacances*, basée à Lorient.

M. LE BIHAN, directeur de l'agence, commercialise depuis plusieurs années des produits touristiques associant plusieurs thèmes : thalassothérapie, cyclotourisme, tourisme culturel (patrimoine régional et participation au festival interceltique de Lorient) et tourisme de détente.

PREMIÈRE PARTIE : MERCATIQUE (28 points) – Annexes 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5.

L'agence propose des produits de même nature que ceux décrits dans les annexes autour de quatre pôles (culturel, thalassothérapie, cyclotourisme – notamment en partenariat avec Vélopare – et activités de détente liées au balnéaire) pouvant se décliner en fonction de la durée du séjour, du budget et, bien sûr, de la qualité des prestations choisies.

- 1.1. M. LE BIHAN, souhaitant élargir sa gamme, s'interroge dans un premier temps sur sa gamme actuelle. Présentez ses caractéristiques, à partir des annexes et de vos connaissances.
- 1.2. Identifiez les avantages que procure à *Celtic-vacances* l'achat de prestations labellisées.
- 1.3. Montrez qu'il y a adéquation entre la gamme de *Celtic-vacances* et la demande de courts séjours.

- 1.4.** La pollution du navire Érika est à l'origine d'une baisse de fréquentation du littoral atlantique qui oblige M. LE BIHAN à modifier sa politique commerciale. D'une part, il envisage de pratiquer la gestion des capacités par la tarification différenciée (en anglais "yield management").

1.4.1. Définissez cette technique.

1.4.2. Pensez-vous qu'elle soit adaptée à cette activité ? Justifiez votre réponse.

D'autre part, il souhaite adresser un publipostage à ses clients afin d'accroître les achats de séjours.

1.4.3. Montrez l'intérêt de cette action commerciale.

1.4.4. Rédigez la lettre-type à envoyer.

DEUXIÈME PARTIE : GESTION (32 points).

- 2.1.** Pour la saison 2002, l'agence établit un forfait "détente en Bretagne" en pension complète du samedi au samedi. (8 jours, 7 nuits) comprenant :

	Coûts en EUROS
hôtel en demi-pension	172 € pour les 7 nuits
soins de thalassothérapie	7 soins à 23 € par soin
circuit "vélo en liberté"	46 €
bons d'échange pour : 4 repas "crêperie"	5,8 € chaque
3 repas en ferme-auberge	30 € chaque

- 2.1.1.** Calculez le coût de production du forfait.
- 2.1.2.** L'agence souhaite réaliser une marge hors T.V.A. représentant 15 % du prix de vente TTC.
Quel doit être le prix de vente TTC du forfait exprimé en € et en FRF (1 € = 6,55957 FRF, taux de TVA : 19.6 %) ?
- 2.1.3.** Expliquez comment l'agent de voyage fixe le taux de sa marge.
- 2.2.** M. LE BIHAN, directeur de l'agence, vous demande un rapport sur la situation financière de l'agence traduite par les montants indiqués dans l'annexe 2.2.
- 2.2.1.** Présentez le bilan fonctionnel condensé (annexe 2.2.1 à rendre avec la copie).
- 2.2.2.** Calculez le fonds de roulement net global, le besoin en fonds de roulement, la trésorerie nette.
- 2.2.3.** Commentez la situation de l'entreprise.

2.3. M. LE BIHAN vous communique les informations suivantes :

- Le chiffre d'affaires prévisionnel pour la saison est de 348 600 €. La répartition mensuelle est la suivante : 10 % en juin, 40 % en juillet, 40 % en août et 10 % en septembre. Le règlement sera supposé réglé au comptant.
- Les VTT seront revendus en septembre pour 2 500 € (règlement au comptant).
- Les dépenses diverses sont les suivantes :

MOIS DÉPENSES	06	07	08	09
• Salaires (payés le mois même)	5 460	7 280	9 100	7 280
• Campagne publicitaire (au comptant)	1 200	1 200	-	-
• Autres charges (20 % au comptant solde à 30 jours)	100 000	50 000	60 000	25 000
• Investissements (au comptant)	102 000	-	-	-

- Les charges sociales représentent 50 % des salaires et sont réglées le mois suivant.
- La trésorerie de départ est de + 50 200 €.

2.3.1. À l'aide de ces informations, complétez le budget de trésorerie donné en annexe 2.3.1 à rendre avec la copie.

2.3.2. Quelles solutions peut-on envisager pour assainir la situation fin juin ?

TROISIÈME PARTIE : ÉCONOMIE (15 points)

M. LE BIHAN, directeur de l'agence *Celtic-vacances*, est inquiet car il se demande comment se préparer à l'euro. Il vous demande de lui rédiger à partir de vos connaissances et de l'annexe 3.1 une note expliquant :

- * les fondements de l'union monétaire européenne,
- * l'impact de l'euro sur les activités touristiques.

Vous concluez cette note en précisant les modalités pratiques (échancier, contraintes...) de mise en place de l'euro pour l'agence de M. LE BIHAN.

QUATRIÈME PARTIE : DROIT (15 points)

Les O'Unlucky, famille de musiciens irlandais (parents et deux enfants) prennent un mois de vacances au mois d'août et décident de se rendre au festival Interceltique de Lorient.

Pour ce faire, ils achètent auprès de l'agence *Celtic-vacances* une croisière de trois jours sur le paquebot l'Atlantic I :

- port d'embarquement Rosslare,
- escales prévues : Plymouth, Guernesey et Jersey,
- port d'arrivée : Saint-Malo,
- paquebot : Atlantic I,
- compagnie maritime : P & O.

Plusieurs événements viennent troubler la croisière des O'Unlucky :

- a. La veille de l'arrivée pour l'escale à Guernesey, un navire rate sa manœuvre et vient endommager l'appontement. De ce fait, les paquebots ne peuvent plus venir s'amarrer au port, et le capitaine de l'Atlantic I décide d'annuler l'escale et de partir directement pour Jersey.
- b. À l'arrivée à Saint-Malo, Monsieur O'Unlucky confie tous les bagages à un membre de l'équipage pour les faire sortir du bateau. Lorsqu'il les récupère, il constate qu'il manque la mallette contenant ses instruments de musique.

Pour se déplacer en Bretagne, il loue à la société *La malouine de location* une voiture.

Durant leur périple, il leur arrive plusieurs mésaventures :

- une panne due à un manque d'eau dans le radiateur à la fin du séjour,
- le remplacement des plaquettes de freins après deux jours d'utilisation normale de la voiture,
- arrêtant la voiture sur un parking à Vannes, Monsieur O'Unlucky oublie de mettre en marche l'alarme. Des voleurs forcent la portière et dérobent l'autoradio.

4.1. Indiquez et justifiez pour chacun des événements survenus durant la croisière :

4.1.1. la nature de la responsabilité mise en jeu,

4.1.2. contre qui M. O'Unlucky doit se retourner pour obtenir réparation du préjudice subi.

4.2. Expliquez à la famille O'Unlucky quelles sont les réparations de la voiture à leur charge et celle à la charge de l'agence *La malouine de location* en vous aidant de l'annexe 4.1.

4.3. M. O'Unlucky veut intenter une action en justice contre les prestataires défaillants. Il vous demande conseil sur plusieurs points :

- la nationalité du droit concerné (irlandais ou français),
- la branche du droit relatif à ces litiges,
- le tribunal compétent (compétence territoriale et d'attribution).

Justifiez vos réponses.

4.4. Complétez l'annexe 4.2 à rendre avec la copie.

CINQUIÈME PARTIE : INFORMATIQUE (10 points)

L'activité réceptive de l'agence *Celtic-vacances* nécessite de tenir à jour des informations concernant les prestataires, les manifestations et les ressources touristiques de la région.

5.1. Quel type de logiciel pourriez-vous conseiller à M. LE BIHAN, directeur de l'agence, pour lui permettre de gérer ces informations ? Justifiez votre choix.

5.2. Présentez la structure du fichier rassemblant les informations sur les prestataires hôteliers de la région.

5.3. M. LE BIHAN souhaiterait, à l'aide de ces fichiers, obtenir la liste des hôtels de confort supérieur à 2*.

5.3.1. Quelle est la nature de l'opération ?

5.3.2. Présentez la liste des tâches à exécuter.

PLOUAY, LA MECQUE MORBIHANNNAISE DU VÉLO

Jeannine BURGUIN-ARCHAMBAUD*, directrice de Véloparc.

La Bretagne est considérée comme une terre de cyclisme.

Le village de Plouay, commune du Morbihan de 5 000 habitants, est au cœur de cette Bretagne cycliste. Le Grand Prix Ouest-France de Plouay est un des grands rendez-vous du cyclisme international ; il attire chaque dernier week-end d'août plus de 200 000 inconditionnels de la "petite reine". Enfin, Plouay accueille du 8 au 15 octobre prochains les Championnats du monde de cyclisme sur route.

Véloparc, un complexe pour le vélo.

Inauguré le 14 juillet 1998, Véloparc, situé sur un vaste domaine de 50 ha, met en scène la passion du vélo. Il se veut un carrefour d'échange et de connaissance permettant la pratique, la découverte, l'apprentissage et l'information sur le vélo. Représentant un investissement initial de 15 MF, l'équipement est géré par la commune de Plouay. Il propose à un public de particuliers, de groupes, de scolaires, de clubs et d'entreprises un lieu s'articulant autour de trois éléments : le musée du vélo, un centre d'animation, un gîte Rando Plume.

° Le musée du vélo

L'espace de découverte du vélo retrace l'histoire de la bicyclette, son influence dans les sociétés et dans le monde et l'évolution de ses technologies.

° Le centre d'animation

Le centre d'animation crée, organise et anime des produits de découverte de la région ou d'initiation au vélo, en toute liberté ou accompagné. Il propose trois circuits de trois jours.

° Le gîte Rando Plume

Situé dans une ancienne dépendance du château du domaine, le gîte Rando Plume est un gîte de groupe ouvert à l'année (capacité de 37 personnes). Il propose des chambres indépendantes de 3, 4 ou 6 personnes (80 F par personne en haute saison), un service du petit déjeuner optionnel et met à la disposition des résidents une cuisine équipée.

La commune avait fixé au Véloparc un objectif de fréquentation pour la première année de 15 000 visiteurs, qui a été atteint ; l'accueil des enfants des centres aérés représentant une part importante de la fréquentation.

** propos recueillis par F. Fau.*

Espaces n° 168 – Février 2000.

LA THALASSOTHÉRAPIE : DES PRODUITS TOURISTIQUES POUR UNE RECONQUÊTE DU "MIEUX-ÊTRE"

La mer et son environnement (algues, climat marin) remettent en forme très naturellement les personnes stressées ou fatiguées. La thalassothérapie (du grec thalassa : la mer) est un ensemble de diverses techniques qui renforcent l'action naturelle du bord de mer : algothérapie (applications ou bains d'algues), hydrothérapie (jet, douche ou bain d'eau de mer), kinésithérapie (gymnastique, massage), sauna, aérosols d'eau de mer etc. La durée moyenne (et reconnue comme étant efficace) d'une cure en centre de thalassothérapie est de l'ordre de sept à dix jours.

Devenue un véritable produit touristique, la thalassothérapie offre désormais une plus grande variété de destinations et donc de climats, de durées, d'hébergements et d'aménagements de la cure.

Les principaux centres bretons sont : La Baule, Belle-île-en-Mer, Carnac, Le Croesty, Dinard, Perros-Guirec, Quiberon, Roscoff, Saint-Malo.

On trouve des forfaits week-ends assimilés à une "découverte de la thalassothérapie" (sans effet thérapeutique à long terme), des forfaits thalasso/VTT, thalasso/planche à voile... assortis d'excursions en tous genres.

Pour l'heure, l'innovation est au rendez-vous avec les cures "découverte" sur deux ou trois jours. Visit France propose même une nouvelle formule "3D" pour Destination, Détente, Découverte qui inclut la location d'une voiture et des excursions comme la découverte de la Camargue en 4 x 4 ou une sortie en VTT à Oléron avec carte de parcours et dégustation d'huîtres et vin blanc..., l'occasion d'une escapade de remise en forme. Cette formule est dans la droite ligne des nouveaux comportements des Français en matière de vacances. C'est aussi une bonne initiative qui a le mérite de drainer une nouvelle clientèle qui reviendra pour une vraie cure de six jours ou plus. [...]

Question à ... Dr Yves TREGUER, président de la Fédération Internationale de Thalassothérapie

Le produit a-t-il évolué ?

Oui profondément. Le personnel soignant bénéficie d'une formation solide, les locaux sont plus spacieux, plus lumineux et d'une architecture plus soignée. On est loin des "centres-buanderies" d'autrefois. Les prestations sont de plus en plus précises. Outre les cures spécifiques comme la "post-natale" qui est une véritable réussite, les centres mettent en place des soins très élaborés pour les hommes. Mais il faut éviter à tout prix les cures avec des appellations accrocheuses et vides de bénéfices thérapeutiques.

Tourhebdo n° 885 du 5 mars 1999.

QUELQUES EXEMPLES DE VISITES CULTURELLES

LES PARDONS

Les pardons bretons sont, avant tout, des manifestations de ferveur religieuse. Ils ont lieu dans des églises ou chapelles consacrées par une tradition parfois millénaire. Les fidèles viennent chercher là le pardon de leurs fautes, exécuter un vœu ou demander des grâces.

Les grands pardons sont fort impressionnants – les petits, moins spectaculaires, sont souvent plus fervents – le touriste se doit d'assister à l'un d'eux.

MONUMENTS PRÉHISTORIQUES

Les mégalithes – Il reste plus de 3 000 de ces grandes pierres dans la seule région de Carnac. Ces édifices ont été dressés entre 5 000 et 2 000 ans avant J.-C., par le peuple mal connu qui a précédé ici les Gaulois. Il devait avoir atteint un certain degré de civilisation pour déplacer et mettre debout des pierres dont le poids atteint jusqu'à 350 t. Simple comparaison : la mise en place en 1836 de l'obélisque de Louqsor, à Paris, fut considérée comme un exploit, or, ce monument ne pèse que 220 t.

Le **menhir** devait avoir un sens symbolique. Certains ont été placés de manière à servir de point de repère. Une vingtaine de menhirs dépassent 7 m. Celui de Locmariaquer tenait lieu de jalon central dans un système de visées à grandes distances.

Les **alignements** ou menhirs placés en file seraient les restes de monuments religieux. Les menhirs isolés sont les reliques de monuments plus complexes.

Certains, disposés en rangées parallèles, aboutissent vers l'Occident à un hémicycle ou **cromlech**, comme à Carnac, d'autres s'entrecroisent, comme à Lagatjar.

Quant aux **dolmens**, le plus célèbre étant la *table des marchands* à Locmariaquer. On les considère comme des chambres funéraires. Ils peuvent être précédés d'une galerie d'accès qu'on appelle **tumulus**. La plupart ont été dégagés et se trouvent à l'air libre. Les tumulus ronds de l'intérieur du pays sont plus récents que les tumulus à chambres fermées, tel celui de St-Michel à Carnac. Leur construction s'est poursuivie jusqu'à 1 000 ans avant J.-C.

Les **cairns** sont des tumulus en pierres sèches, celui de Barnenez remonte à plus de 5 000 ans avant J.-C., celui de Gavrinis étant moins ancien.

Certains tumulus sans sépulture ont pu servir de frontières. Au Nord de la Bretagne, on trouve le plus souvent des **allées couvertes**, formées d'une double rangée de pierres dressées, recouvertes de dalles et parfois gravées.

Bien que n'ayant jamais été fouillés complètement, certains tumulus ont livré des quantités non négligeables de très beaux objets : haches polies en roches rares (jadéite), ou parures et colliers superbes en callaïs. Les musées de Carnac et de Vannes présentent des collections particulièrement riches de ces premières œuvres d'art.

(D'après le Guide Vert "Bretagne")

LES VOYAGISTES S'EMBALLENT POUR LES COURTS SÉJOURS

Sondage :

4 h de trajet pour un week-end.

À la question : "Quel temps de trajet maximum accepteriez-vous pour partir en week-end ?", 43 % des personnes estiment que 4 heures de voyage (pour un aller simple) constituent un délai acceptable (vol direct ou TGV + transfert). C'est le principal enseignement d'un sondage réalisé par RMS pour l'Écho Touristique. De quoi rassurer les voyageurs qui envisagent de programmer des destinations extra-européennes. 21 % des personnes interrogées fixent la norme moyenne à 2-3 heures, 31 % à 3-4 heures. Les personnes âgées, les habitants de la région parisienne et du Nord ou les familles hésitent à voyager plus de 3 heures. À l'inverse, les jeunes et les célibataires sont prêts à consacrer 4 à 5 heures de trajet.

[...] Les Français sont de plus en plus nombreux à profiter d'une fin de semaine ou d'un jour férié supplémentaire pour partir à deux, en famille ou entre copains hors frontières. Ils morcellent leurs vacances, partent moins longtemps mais plus souvent, et "zappent" sans état d'âme, d'un week-end à Bruxelles sous le signe de Tintin, à une courte séance de "bronzing" à Hammamet.

[...] "C'est un achat impulsif souvent motivé par une campagne de presse, une promo spéciale, un reportage médiatique mettant en évidence un aspect particulier d'une destination" insiste Philippe Sangouard, directeur général d'Euro Pauli. [...] Les voyageurs sont à la merci du bon vouloir des transporteurs et des hôteliers qui considèrent encore trop souvent ce marché de fin de semaine comme un simple complément aux voyages d'affaires. Leur politique commerciale vis-à-vis des voyageurs n'est pas toujours adaptée aux besoins, tant en terme de prix que de places disponibles. "Pour empêcher le client de se débrouiller seul et en direct, nous devons pourtant maîtriser parfaitement nos stocks, y compris dans les villes saturées en permanence comme Venise ou Amsterdam, et apporter le juste prix", précise Godeleine Vérin. Et ce, en dépit de la tendance 100 % "yield management" de ces transporteurs et hôteliers, qui ajustent en permanence leurs tarifs à la demande, quitte à casser les prix, pour améliorer leurs remplissages. C'était le cas d'Eurostar cet hiver ou d'Air France qui lançait en janvier 2000 une vaste campagne de soldes sur 23 villes d'Europe, avec des prix plus bas que ceux consentis aux voyageurs. Difficile dans ces conditions de convaincre les clients que le recours à un voyageur leur coûtera moins cher que de se débrouiller seul. Aux voyageurs de les persuader néanmoins, en expliquant alors qu'ils disposent de chambres dans des villes qui affichent souvent complet, comme Londres ou Amsterdam. Encore faut-il disposer de ce stock ... [...]

Écho touristique n° 2503 du 5 mai 2000.

L'AVENIR PROMETTEUR DES ECOLABELS

Le Pavillon Bleu d'Europe est l'un des rares écolabels existant en France. Il est décerné par l'Office français de la Fondation pour l'éducation à l'environnement en Europe,

Entretien exclusif avec Thomas Joly, directeur de l'Of-FEEE.

... **Le Pavillon Bleu n'apprécie pas uniquement la qualité des eaux de baignade**, il récompense le travail cohérent d'une collectivité locale ou d'un gestionnaire de port, mené en profondeur et sur le long terme afin d'offrir un environnement de qualité aux habitants et aux visiteurs. Il concerne aussi l'assainissement, mais également la gestion intégrée des espaces naturels, celle des déchets, l'urbanisation et l'aménagement, le degré d'équipement et de gestion des plages (poubelles, toilettes et douches bien intégrées dans le paysage, nettoyage), la gestion des risques naturels, la coopération intercommunale, les actions de sensibilisation et d'éducation à l'environnement menées auprès des adultes et des enfants. **De nouveaux critères européens entrent en vigueur cette année**, parmi lesquels l'existence d'une plage accessible aux personnes handicapées, la qualité d'entretien des équipements de plage, la collecte sélective ou le recyclage des déchets, l'information assurée à l'office de tourisme sur les espèces protégées, etc;

...

...

GOT : Comment la campagne Pavillon Bleu 2000 pourra-t-elle prendre en compte les communes sinistrées après la marée noire ?

T.J. : Nous allons définir dans les jours qui viennent les modalités à appliquer aux communes littorales des cinq départements sinistrés. Par ailleurs, nous réfléchissons à une constitution de partie civile afin de faire reconnaître une atteinte à notre mission d'éducation : **comment apprendre à nos enfants à ne pas jeter un papier dans la rue ou à un adulte à ne pas écraser son mégot sur la plage, si l'on peut massacrer impunément le patrimoine naturel ?**

Nous avons également engagé une campagne de parrainage sur le long terme de la part de communes Pavillon Bleu, qui apporteront leur soutien moral ou financier à une commune, dotée ou non du Pavillon Bleu, touchée par la marée noire. La commune de Saint-Raphaël, par exemple (30 000 habitants), souhaiterait proposer au conseil municipal le vote d'une dotation de 1 F par habitant à cet effet.

La Gazette Officielle du Tourisme N° 1523 – 9 février 2000.

Bilan au 31-12-2000

ACTIF

PASSIF

	BRUT	AMORTISSEMENTS ET PROVISIONS	NET		
ACTIF IMMOBILISÉ				CAPITAUX PROPRES	
Frais d'établissement	12 789	1 185	11 604	Capital	88 000
Fonds commercial	60 000		60 000	Réserves	12 916
Immobilisations corporelles	145 178	58 341	86 837		
Immobilisations financières	1 227		1 227	Résultat (1)	9 165
TOTAL	219 194	59 526	159 668	TOTAL	110 081
ACTIF CIRCULANT				DETTES	
Avances et acomptes versés/ commandes	70 475		70 475	Emprunts et dettes assimilés	88 570
Clients et comptes rattachés	64 490	50 000	14 490	Avances et acomptes reçus	8 484
Autres créances	28 036		28 036	Dettes fournisseurs	61 922
Valeurs mobilières de placement	0		0	Dettes fiscales et sociales	30 210
Disponibilités	28 813		28 813	Dettes sur immobilisations	2 215
TOTAL	191 814	50 000	141 814	TOTAL	191 401
TOTAL GÉNÉRAL	411 008	109 526	301 482	TOTAL GÉNÉRAL	301 482

(1) Le tiers du bénéfice sera conservé dans l'entreprise, le reste sera distribué aux associés.

Examen ou concours :

Série* :

Spécialité/option :

Repère de l'épreuve :

Épreuve/sous-épreuve :

(Préciser, s'il y a lieu, le sujet choisi)

Numérotez chaque page (dans le cadre en bas de la page) et placez les feuilles intercalaires dans le bon sens.

ANNEXE 2.2.1

À RENDRE AVEC LA COPIE

**BILAN FONCTIONNEL CONDENSÉ
CELTIC-VACANCES
au 31-12-2000**

ACTIF IMMOBILISÉ		RESSOURCES STABLES	
ACTIF CIRCULANT		PASSIF CIRCULANT	
TRÉSORERIE D'ACTIF		TRÉSORERIE DE PASSIF	

Examen ou concours :

Série* :

Spécialité/option :

Repère de l'épreuve :

Épreuve/sous-épreuve :

*(Préciser, s'il y a lieu, le sujet choisi)**Numérotez chaque page (dans le cadre en bas de la page) et placez les feuilles intercalaires dans le bon sens.***ANNEXE 2.3.1****À RENDRE AVEC LA COPIE****BUDGET DE TRÉSORERIE**

ÉLÉMENTS				
ENCAISSEMENTS				
Total encaissements				
DÉCAISSEMENTS				
Total décaissements				
Variation du mois				
Trésorerie début mois				
Trésorerie fin mois				

Tourisme : L'euro devrait exacerber une concurrence déjà très vive dans les voyages

- L'industrie du voyage profitera sans doute de la **monnaie unique**.
- La restructuration du secteur devrait s'accélérer.
- Les **compagnies** aériennes vont se **voir** contraintes de réduire leurs coûts.

VOYAGISTES, hôteliers et autres transporteurs aériens ne doutent guère des modifications que va entraîner l'euro. Mais, positives pour le consommateur, les répercussions ne sont pas aussi tranchées pour les professionnels. Après la suppression des frontières et des visas, l'euro éliminera l'une des dernières barrières psychologiques (après la langue) freinant encore les déplacements sur la carte touristique européenne. Mais il va aussi exacerber une concurrence déjà très vive entre les grands opérateurs et accélérer la restructuration du secteur. D'autant qu'ils devront afficher une transparence totale en matière de tarifs. Car les millions d'Européens vivant notamment dans les régions frontalières vont être tentés de comparer les offres des agences de voyages des pays voisins affichées en euros.

Or, face aux mastodontes britanniques et allemands du voyage qui ne cachent pas leurs intentions de continuer leurs conquêtes des marchés voisins avec des forfaits touristiques incitatifs, les voyagistes français, dans un tissu très atomisé, affronteront une dure compétition. Côté destinations, l'euro pourrait

bouleverser les choix des vacanciers. Des pays comme l'Espagne ou l'Italie, particulièrement attractifs dans le passé du fait de leur monnaie faible, ne disposeront plus d'un tel coup de pouce.

La zone hors euro favorisée.

Si la monnaie unique devient comme prévu une devise forte, des destinations touristiques hors de la zone euro seront favorisées. Les professionnels évoquent déjà la concurrence accrue de la Turquie, de la Grèce, de l'Égypte, de l'Afrique du Nord et d'Israël.

Les conséquences de l'euro ne seront pas forcément aussi visibles sur l'hôtellerie, les établissements, estime-t-on chez Accor, restant très liés à leur lieu d'implantation. Les hôteliers espèrent pourtant que les écarts de TVA pousseront les États à l'harmonisation, entraînant ainsi un recul de leurs coûts.

Du côté des compagnies aériennes, cette compétition s'avivera également du fait de l'euro. Les passagers pourront là aussi comparer les tarifs. Mais, de plus, la pression sur les agences de voyages risque de s'accroître, la concurrence entre transporteurs conduisant ceux-ci à réduire impérativement les coûts, ceux de la

distribution en particulier, amplifiant un mouvement déjà amorcé avant l'euro. La compagnie allemande Lufthansa annonce ainsi des baisses de commissions.

D'une façon générale, le passage à l'euro a demandé un gros travail chez les opérateurs du voyage.

British Airways s'aligne.

Chez Air France, plus de 200 personnes ont travaillé sur le projet en 1998 et 14 500 agents ont reçu une formation spécifique. Les passagers, les clients d'Air France Cargo et d'Air France Industrie (maintenance) pourront bien sûr être facturés en francs et en euros. British Airways (BA) accepte aussi les paiements en euros pour tous ses vols dans la zone euro, bien que la Grande-Bretagne ne participe pas au lancement de la monnaie unique. BA paiera également ses fournisseurs de la zone euro dans la devise européenne. La compagnie réalise un tiers de son chiffre d'affaires avec les pays d'Europe continentale. Quant aux compagnies hors Europe, beaucoup, à l'instar de Japan Airlines ou de United, acceptent le paiement en euros.

**CHANTAL COLOMER ET
PATRICK MARX**
La Tribune (6/1/1999).

LA MALOINE DE LOCATION

EXTRAIT DES CONDITIONS DE VENTE

2* Entretien réparation condition d'utilisation

Le locataire procédera régulièrement à la vérification des niveaux d'huile, d'eau et autres fluides. Les opérations d'entretien courant du véhicule sont effectuées par la société *La malouine de location* ou sous-traitées.

Le locataire a la garde juridique du véhicule et en est responsable. Il s'engage hors des périodes de conduite, à activer l'alarme, s'il y a lieu, à fermer le véhicule à clé et à verrouiller l'antivol.

La société *La malouine de location* n'est pas responsable de la perte ou des dommages atteignant les objets laissés à bord du véhicule.

(...)

6* Perte, vol ou dommages

a/ Si le locataire a respecté les termes et conditions du contrat, sa responsabilité pour vol/vandalisme, perte ou dommages causés au véhicule, à ses équipements ou à ses accessoires est entièrement couverte par l'assurance.

b/ Si le locataire n'a pas respecté les termes et conditions du contrat il est redevable à la société *la malouine de location* du montant total de la réparation du véhicule ou de son coût de remplacement.

c/ En cas de catastrophe naturelle, seul le montant défini par arrêté ministériel lui sera facturé.

(...)

7* Notification d'accident et vol

Tout accident, de même que toute intervention des services de police consécutive à celui-ci doivent être signalés à la société *La malouine de location* dans les vingt-quatre heures.

En cas de vol du véhicule ou de ses équipements et accessoires ou de vandalisme une déclaration officielle de vol/vandalisme devra être faite aux autorités de police et les clés et documents afférents au véhicule devront être restitués à la société *La malouine de location*.

Examen ou concours :

Série* :

Spécialité/option :

Repère de l'épreuve :

Épreuve/sous-épreuve :

*(Préciser, s'il y a lieu, le sujet choisi)**Numérotez chaque page (dans le cadre en bas de la page) et placez les feuilles intercalaires dans le bon sens.***ANNEXE 4.2****QUESTIONNAIRE À REMPLIR ET À RENDRE AVEC LA COPIE.****(Pour une question, plusieurs réponses sont parfois possibles.)****a/** Le contrat de voyage est

- synallagmatique
- unilatéral
- consensuel
- formel
- aléatoire
- commutatif
- à titre onéreux
- à titre gratuit

b/ La garantie financière sert à

- couvrir les litiges avec les clients.
- couvrir un dépôt de bilan de l'agence.
- faire face à un défaut de paiement d'un client.

c/ L'assurance en responsabilité civile sert à

- couvrir les litiges avec les clients.
- couvrir un dépôt de bilan de l'agence.
- faire face à un défaut de paiement d'un client.
- couvrir l'agence de voyages contre les conséquences financières de sa responsabilité dans le cadre de ses activités professionnelles.