

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

BTS TOURISME – LOISIRS

Session 2002

Épreuve E4

UNITÉ U4

MERCATIQUE, GESTION, ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE DU TOURISME

PROPOSITION DE CORRIGÉ

LA MONTAGNE EN HIVER

BARÈME INDICATIF

PREMIÈRE PARTIE : MERCATIQUE (30 points)

- 1.1 : 4 points**
- 1.2 : 8 points**
- 1.3 : 6 points**
- 1.4 : 12 points**

DEUXIÈME PARTIE : GESTION (28 points)

- 2.1 : 8 points**
- 2.2 : 4 points**
- 2.3 : 3 points**
- 2.4 : 5 points**
- 2.5 : 8 points**

TROISIÈME PARTIE : ÉCONOMIE (12 points)

- 3.1 : 4 points**
- 3.2 : 4 points**
- 3.3 : 4 points**

QUATRIÈME PARTIE : DROIT (18 points)

- 4.1 : 6 points**
- 4.2 : 6 points**
- 4.3 : 2 points**
- 4.4 : 2 points**
- 4.5 : 2 points**

CINQUIÈME PARTIE : INFORMATIQUE (12 points)

- 5.1 : 4 points**
- 5.2 : 6 points**
- 5.3 : 2 points**

CORRIGÉ INDICATIF

PREMIÈRE PARTIE : MERCATIQUE(30 points)

1.1 Caractéristiques de la clientèle:

- jeunes, familles avec enfants
- tranche d'âges : 25-50 ans
- CSP supérieure
- lieu d'habitation : citadin, région parisienne, bassin parisien
- durée du séjour > 4 nuits

1.2 Motivations et freins :

Motivations:

- sport (ski alpin, ski de fond, surf, randonnée pédestre, raquette)
- détente (promenade)
- ressourcement (air pur, rupture avec cadre de vie habituel)
- culture (visite de musées, de monuments, découverte de la nature)
- retrouvailles en famille ou entre amis

Freins:

- problème d'affluence, de stationnement, foule
- prix trop élevés
- accès difficile
- exiguïté des logements
- structures d'accueil pour enfants pas toujours adaptées

1.3 Analyse de l'offre :

Offre des voyagistes en France

- variété des stations proposées
- image de stations de qualité et modernes
- offre axée sur le ski alpin
- choix d'hébergements variés
- forfaits tout compris
- possibilités de mini-séjours
- réductions de prix (matériel, cours, remontées)

1.4 Axes du plan de marchéage:

produit

- adapter le produit vers des séjours plus courts
- segmenter l'offre pour différentes catégories de seniors, de juniors, de familles et tribus, les clientèles de proximité et les clientèles étrangères
- développer les services (parking, club enfants)
- améliorer l'accueil en station, l'animation
- développer l'offre non marchande (sentiers de promenade...)
- proposer de nouvelles activités (visites, thermalisme...) ou des combinés de plusieurs activités
- travailler l'image du produit (nature, air pur, convivialité...)
- développer l'événementiel

prix

- proposer des tarifs moins élevés en période scolaire
- fidéliser clientèle avec des cartes
- proposer des tarifs remontées plus souples (en fonction de la consommation)
- proposer des VDM

communication

- communiquer sur les trois motivations clés des vacances: rupture, retrouvailles, ressourcement
- mercatique directe (publipostage à partir de fichiers clients)
- site Internet
- carte de fidélité (clientèle de proximité)
- etc...

distribution

- développer les réservations sur Internet et par centrale de réservation 7J/7
- accentuer la commercialisation auprès des scolaires et des C.E

DEUXIÈME PARTIE : GESTION (28 points)

2.1 Charges fixes et charges variables.

Éléments de coût	Charges fixes	Charges variables
Autocar (1100 x 0,6)	660	
Chauffeur (90 x 7)	630	
Repas et hébergement		11760
Forfait ski		4080
Pass thermes		2400
Autoroute	76	
Entrée musée des étoiles		864
Frais administratifs	70	
	1436	19104
Total des charges	20540	

2.2 Chiffre d'affaires et résultat

Chiffre d'affaires	21120		
Charges variables	19104		
Marge sur coûts variables	2016	9,545 %	taux de marge
Charges fixes	1436		
Résultat	580		

Le résultat est faible (2,8 % du CA). Envisager de renégocier les prix des prestataires.

2.3 Seuil de rentabilité

$$SR = \frac{CF}{Tx \text{ de marge}} = 15043,81 \text{ CA critique, } 34,19 \text{ donc } 35 \text{ personnes}$$

2.4 Tableau d'amortissement

TABLEAU D'AMORTISSEMENT				
Dates	VO	Amortissements	Amortissements cumulés	VNC fin ex
1	110 000,00	14 788,89	14 788,89	95 211,11
2	110 000,00	22 000,00	36 788,89	73 211,11
3	110 000,00	22 000,00	58 788,89	51 211,11
4	110 000,00	22 000,00	80 788,89	29 211,11
5	110 000,00	22 000,00	102 788,89	7 211,11
6	110 000,00	7 211,11	110 000,00	0,00

2.5 Tableau d'emprunt

TABLEAU D'EMPRUNT					
Dates	CRD début de période	Intérêts	Amortissements	Annuités	CRD fin de période
1	86 000,00	5 160,00	15 256,09	20 416,09	70 743,91
2	70 743,91	4 244,63	16 171,46	20 416,09	54 572,45
3	54 572,45	3 274,35	17 141,74	20 416,09	37 430,71
4	37 430,71	2 245,84	18 170,25	20 416,09	19 260,46
5	19 260,46	1 155,63	19 260,46	20 416,09	0,00

TROISIÈME PARTIE : ÉCONOMIE (12 points)

3.1 Création par :

- des **emplois directs** : ils sont fournis par le secteur touristique proprement dit (hôtellerie, restauration, agences de voyages, organismes de tourisme...).
- des **emplois indirects** : ce sont les emplois qui sont créés dans les activités concourant à la satisfaction de la consommation touristique dans les secteurs autres que le secteur touristique au sens strict (ex : équipements divers, alimentation autre que la restauration, habillement, transports...).
- des **emplois induits** qui sont dus aux consommations des personnes tirant leurs revenus du tourisme.

3.2 Caractéristiques :

- travail **saisonnier**
- fort **turn-over**
- **précarité** de l'emploi.
- **carrières peu évolutives**
- **inadéquation quantitative**(pénurie) et **qualitative** (niveau de qualification **faible** notamment dans le domaine des langues étrangères et de l'interculturel).

3.3 cf. annexe 3

- **harmonisation des réglementations** sociales et fiscales
- faciliter la **mobilité** des salariés
- création d'un **outil d'information** pour les salariés (pratique de la profession dans chaque pays...)
- encourager la **formation** professionnelle
- reconnaissance européenne des diplômes et qualifications.

QUATRIÈME PARTIE (18 points)

4.1 Le contrat de travail doit réunir trois éléments :

- **une prestation de travail** : obligation principale du salarié, qui peut être physique, intellectuelle ou artistique,
- **une rémunération** : obligation principale de l'employeur, elle est versée en contrepartie du travail effectué,
- **un lien de subordination** : le salarié se place sous la direction, l'autorité de l'employeur (élément distinctif du contrat de travail).

C'est un contrat : **synallagmatique, à titre onéreux, souvent d'adhésion, à exécution successive, conclu intuitu personnae**

Le CDD ne peut avoir pour effet ou pour objet de **pourvoir durablement** à un emploi lié à **l'activité normale et permanente** de l'entreprise.

Recours autorisés	- remplacement temporaire d'un salarié, - accroissement temporaire d'activité, - emplois à caractère saisonnier, - emplois pour lequel il est d'usage de ne pas recourir au CDI (ex : spectacle).
Recours interdits	- remplacement d'un salarié gréviste, - travaux dangereux, - sur un poste supprimé depuis moins de 6 mois pour licenciement économique.

4.2 Le CDD doit être établi par **écrit** (à défaut, le contrat est présumé conclu à durée indéterminée). La loi rend obligatoire un certain nombre de mentions (motif du recours, identité des parties, date d'échéance, emploi occupé...). En l'absence de l'une d'elles, le contrat est présumé conclu à durée indéterminée

4.3 La juridiction compétente est le **conseil des prud'hommes**. Cette juridiction d'exception est notamment en charge des **litiges nés à l'occasion d'un contrat de travail** ou d'apprentissage.

4.4 La particularité principale réside dans la **composition** de cette juridiction. C'est une juridiction **paritaire et élective**. Les juges qui interviennent sont des **employeurs** et des **salariés** (ce ne sont pas des juges professionnels). Ils sont **élus** pour moitié par des salariés et pour moitié par des employeurs.

4.5 La demande de requalification de Mr DURPIN risque de **ne pas être acceptée** par le conseil des prud'hommes. Au regard de la décision prise par la cour de cassation, la situation de Mr DURPIN correspond bien à la définition de l'emploi saisonnier

CINQUIÈME PARTIE (12 points)

5.1 Intérêt d'Internet :

- pour un amateur de sport d'hiver : obtenir des informations en temps réel (prix, météo, accessibilité, etc), réservation en ligne, communiquer et obtenir des informations par e-mail, s'informer de chez soi sans contraintes horaires, etc.
- pour une station : se faire connaître, communiquer en France et à l'étranger, donner des informations en temps réel (météo, enneigement, etc), vendre des produits, etc

5.2 informations intéressantes à mettre en ligne

Valoriser la structure du site (arborescence)

Page d'accueil (sommaire, version en français et en langues étrangères) à partir de cette page des liens vers des informations sur : équipements, enneigement, plan des pistes, hébergement-restauration, réservation en ligne, activités diverses, accessibilité à la station, contact direct par e-mail, etc

5.3 différence entre les deux adresses

l'adresse http = consultation de site
et @ = le courrier électronique e-mail