

SESSION 2005

<p><b>BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR VENTES ET PRODUCTIONS TOURISTIQUES</b></p>
---

**Épreuve E5 : ÉTUDE DES MARCHÉS  
ET DES PRODUITS TOURISTIQUES**

**Durée : 5 heures**

**Coefficient : 3**

L'usage de la calculatrice est autorisé.

**Documents à rendre avec la copie :**

**Annexe 5.....page 13/15**

**Annexe 6.....page 14/15**

**Annexe 7.....page 15/15**

*Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Ce sujet comporte 15 pages numérotées de 1/15 à 15/15.*

## VOYAGES BERTHIER

Le voyageur *Voyages BERTHIER*, a depuis quelques années, développé ses services dans le secteur du voyage à forfait moyen et haut de gamme.

Il propose actuellement une brochure générale présentant tous ses produits sportifs à l'étranger à des agences qui les distribuent.

Soucieux de s'adapter aux tendances nouvelles du marché et de s'ouvrir à d'autres niches comme le tourisme d'aventure et plus précisément le « tourisme sportif d'action », son directeur général, monsieur BERTHIER, veut développer de nouveaux produits. Vous venez d'être embauché(e) dans cette entreprise comme collaborateur(trice) de monsieur LAMBERT, directeur commercial.

Pour l'aider dans son travail, il vous confie trois dossiers.

## Dossier 1 : Étude de marché

### Analyse du Marché : (annexes 1 à 3)

1.1 A l'aide de vos connaissances et du dossier d'extraits de presse, monsieur LAMBERT vous demande de rédiger une note structurée comprenant :

- la notion de niches de marché pour le tourisme d'aventure et plus particulièrement pour le tourisme sportif d'action,
- les attentes, les motivations, les produits et les cibles,
- les points forts sur lesquels l'entreprise peut s'appuyer pour les développer.

1.2 Dans le cadre de futures participations à des salons spécialisés dans le sport, vous envisagez de réaliser une enquête afin de mieux cerner les besoins :

- Vous présenterez toutes les étapes pour une telle démarche. La société *Voyages BERTHIER* participe régulièrement aux salons du tourisme spécialisé dans le sport et possède un logiciel de dépouillement d'enquête.
- Pour inciter les visiteurs à participer à l'enquête, monsieur LAMBERT vous demande de lui proposer différentes actions possibles.
- Vous listez des thèmes pertinents que vous allez aborder dans votre questionnaire (sept au minimum).
- Quels sont les éléments à prendre en compte pour déterminer la taille de l'échantillon ?
- Quelle méthode allez-vous utiliser pour déterminer la composition de l'échantillon lors de l'enquête sur le salon professionnel ?

## Dossier 2 : Actions en matière de produits

### 2.1 Actions-produits : (annexe 4)

- Après avoir défini la notion de charte du voyageur vous expliquez l'intérêt de mettre en œuvre une telle charte pour les *Voyages BERTHIER* et listez les différents thèmes qu'elle doit aborder.
- Pour assurer le lancement de sa nouvelle activité, monsieur BERTHIER et votre directeur commercial envisagent de créer une nouvelle filiale commerciale. Ils vous demandent de préparer une proposition sur la nouvelle marque. Pour cela, vous présentez dans un tableau les rôles et les qualités d'une marque. Vous proposez également un nom pour la nouvelle filiale en justifiant votre choix.  
**(annexe n°5, à rendre avec la copie)**

Monsieur LAMBERT envisage de lancer au cours de l'année à venir un produit-test qui a pour cible des spécialistes d'activités sportives.

- Vous précisez les principaux axes du plan de marchéage pour la mise en place d'un produit sportif **Aventure découverte**.  
**(annexe n°6, à rendre avec la copie)**

### 2.2 Actions-prix et Analyse de rentabilité :

- Dans la nouvelle brochure, votre directeur commercial souhaite étudier deux possibilités pour l'affichage du prix : un prix unique pour les six mois de la saison ou plusieurs prix selon la période (haute saison, moyenne saison, basse saison). Il vous demande de comparer les avantages et les inconvénients de ces deux méthodes, pour le voyageur et pour les clients.  
**(annexe n°7, à rendre avec la copie).**
- Pour le nouveau produit-test intitulé **Découverte de l'Ouest américain authentique**, vous prévoyez une excursion dans le Colorado à la découverte des paysages grandioses avec une descente éblouissante de cette rivière mythique en rafting : « Une expérience unique en perspective »

Pour cela, vous avez rassemblé les prestations suivantes pour la cotation :

- **transferts** aller-retour en hélicoptère sur le site : 600 USD (carburant et salaire du pilote inclus), sachant que l'appareil ne peut transporter que cinq passagers par trajet (sans compter le pilote). Il faut, de plus, prévoir un forfait assurance obligatoire de 135 USD pour l'ensemble du groupe.
- **repas typique** sur place : 25 USD avec une gratuité pour 20 payants.
- **location du matériel** pour la pratique sécurisée du rafting : 8 USD par personne (les guides ont leur propre matériel). Huit personnes plus un guide par bateau.
- **guides professionnels français (et anglophones) :**
  - salaire : 220 Euros pour la journée
  - déjeuner à prévoir
  - les guides travaillent avec leur propre matériel.

Vous utilisez le taux de change de 1 USD = 0,87 EUR.

Vous calculez d'abord, sur la base de seize participants, votre coût de revient puis votre prix de vente sachant que votre taux de marque est de 20% TTC. En final, vous indiquez le seuil de rentabilité en nombre de clients.

### **Dossier 3 : Actions en matière de produit**

- Pour distribuer les produits de sa nouvelle brochure, le directeur commercial hésite sur les différentes stratégies à suivre.  
Vous lui proposez de les répertorier dans un tableau de synthèse, en présentant les avantages et inconvénients de chaque formule.