

SESSION 2006

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

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

Durée : 5 heures

Coefficient : 2

L'usage de la calculatrice est autorisé.

Sont autorisées toutes les calculatrices de poche, y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimantes.

Le candidat n'utilise qu'une seule machine sur la table. Toutefois, si celle-ci vient à connaître une défaillance, il peut la remplacer par une autre.

Afin de prévenir les risques de fraude, sont interdits les échanges de machines entre les candidats, la consultation des notices fournies par les constructeurs ainsi que les échanges d'informations par l'intermédiaire des fonctions de transmission des calculatrices.

Document à rendre avec la copie :
Annexe 13 :page 21/21

*Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Ce sujet comporte 21 pages numérotées de 1/21 à 21/21.*

CÔTÉ FRANCE : LES HÉBERGEMENTS DE PLEIN AIR

CÔTÉ FRANCE a été créé il y a quinze ans par deux associés dont M. Dureau, qui est aujourd'hui gérant de cette société. A l'origine, **CÔTÉ FRANCE** était un tour opérateur spécialisé sur le marché des résidences de tourisme en France et dans les DOM (Réunion, Guadeloupe, Martinique).

CÔTÉ FRANCE est une SARL au capital de 10 000 €, implantée 41 rue des Templiers dans le deuxième arrondissement de Paris. Chaque année, elle édite une brochure par saison (hiver – été).

La clientèle est essentiellement composée de collectivités, de comités d'entreprise, d'agences de voyages. Grâce à la création de son site Internet, l'entreprise a su développer une clientèle directe, qui occupe aujourd'hui une part de plus en plus importante de son chiffre d'affaires.

Depuis 2000, M. Dureau entreprend une réorientation de son activité. Il a décidé de réduire la part des produits dénommés **Résidences de tourisme au profit de l'hôtellerie de plein air**.

Vous venez d'être recruté(e) dans cette entreprise au sein du service marketing et commercial. Pour asseoir la pérennité de son activité, M. Dureau vous charge de réaliser une étude sur l'intérêt d'introduire des produits « hébergement de plein air » dans sa production afin de déterminer la stratégie commerciale à adopter dans les années à venir.

Pour ce faire, il vous confie trois dossiers.

I – ANALYSE DU MARCHÉ

A l'aide de vos connaissances et des documents fournis en annexe, M. Dureau vous demande d'étudier le marché de l'hôtellerie de plein air.

Dans une note structurée, vous présenterez le marché de l'hôtellerie de plein air et ses évolutions récentes. Pour cela, vous analyserez notamment les points suivants :

- **L'offre** : les produits offerts, leur évolution, tant en termes quantitatifs que qualitatifs, et les tendances en matière de distribution.
- **La demande** : Le profil des clients, leurs attentes et leurs freins.

Vous conclurez sur les opportunités de se lancer sur ce marché.

II – MARKETING OPÉRATIONNEL

2.1 La segmentation

Après votre analyse du marché, vous conseillez M. Dureau sur la cible à retenir pour développer les ventes des produits « hébergements de plein air » pour la saison prochaine.

2.1.1 Définissez la segmentation et identifiez les critères de segmentation habituellement retenus. Donnez des exemples.

2.1.2 Quelles doivent être les qualités d'un segment de clientèle ? Vous les citez et les définissez.

2.1.3 Décrivez et justifiez la cible à retenir par **CÔTÉ FRANCE** pour la commercialisation de ces nouveaux produits.

2.2. La qualité (ANNEXES 7 et 8)

De nombreux hébergements de plein air ont recours à des labels ou à des chartes de qualité.

2.2.1 Définissez les notions de « label » et de « charte ».

2.2.2 Présentez dans un tableau les avantages de la charte « Camping qualité » pour le tour opérateur et pour ses clients.

2.3 Impact du prix sur la demande

Les tarifs des locations augmentent chaque année. M. Dureau semble inquiet de cette tendance et souhaite connaître l'élasticité de la demande par rapport au prix.

2.3.1 Expliquez l'intérêt de cette démarche.

2.3.2 À partir des éléments ci-dessous et de la formule proposée, calculez le coefficient d'élasticité de la demande par rapport au prix.

L'évolution des prix et des ventes de l'hôtellerie de plein air est la suivante :

ÉVOLUTION DES VENTES EN MILLIONS DE NUITÉES

2000	2005
96	100

ÉVOLUTION DU PRIX MOYEN D'UN SÉJOUR D'UNE SEMAINE DANS UN CAMPING 4*

2000	2005
585 €	800 €

Formule de l'élasticité : $e = (\Delta d / d_0) / (\Delta p / p_0)$

d_0 = Demande initiale

p_0 = Prix initial

2.3.3 Interprétez et commentez ce résultat.

III – OPTIMISATION DE L'ACTIVITÉ

3.1 Volume d'affaires, commission (ANNEXES 9 et 10)

3.1.1 M. Dureau vous fournit le contrat de collaboration et les prévisions du nombre de mobile-homes loués pour chaque période. À partir de ces documents, il vous demande de calculer le volume d'affaires prévisionnel, le montant TTC de la commission et de faire ressortir le montant de la TVA.

3.2 Situation des comptes (ANNEXE 11)

En vue de la préparation de la réunion hebdomadaire, le gérant vous demande de lui faire le point sur la situation des comptes clients et fournisseurs.

3.2.1 Commentez les éléments de ces comptes.

3.3 Prévision des ventes (ANNEXE 12 et 13)

M. Dureau vous fournit un tableau de l'évolution du volume d'affaires de la société et de la part des locations des produits hébergement de plein air.

3.3.1 Procédez à l'ajustement linéaire par la méthode des moindres carrés en complétant le tableau en annexe 13. (À rendre avec la copie)

3.3.2 Calculez le volume d'affaires prévisionnel pour l'année 2006. Commentez.