

# 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.**

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR**  
**ANIMATION ET GESTION**  
**TOURISTIQUES LOCALES**

**SESSION 2007**

**CORRIGÉ**

**ÉPREUVE E5 – ÉTUDE D'OPÉRATIONS**  
**TOURISTIQUES**

**Durée : 5 heures**

**coefficient : 3**

**Le corrigé comporte 7 pages, numérotées de la page 1/7 à 7/7.**

# **Le festival de l'oiseau et de la nature en Picardie**

## **Dossier 1 : Tourisme durable et activités de nature**

Le tourisme durable est une forme de développement, d'aménagement ou d'activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent et séjournent sur ces espaces

### **1.1 Atouts de la baie de Somme en terme de tourisme durable :**

Reprendre et commenter les éléments des annexes 3 à 6.

- agrément guide nature
- spécificités de la baie de Somme
- structures des projets
- ....

### **1.2 Enjeux de l'agrément des guides nature**

- Enjeux pour le festival :

C'est une démarche unique en France : le festival est précurseur.

Cet agrément s'inscrit dans la démarche de tourisme durable du festival.

Le partenariat avec le CRT et les CDT va permettre une forte communication autour de cette innovation.

- Enjeux pour les guides nature :

Amélioration de la qualité de leur prestation à condition qu'ils se prêtent aux formations proposées y compris en anglais.

Leur permet d'être titulaire d'un agrément qui pourrait s'insérer dans la démarche qualité France du ministère du tourisme : possibilité d'évolution, de promotion...

## **Dossier 2 : Etude de la clientèle et développement de produit**

### **2.1 Analyse des résultats de l'enquête**

#### **Profil du festivalier :**

##### *Origine :*

37 % des visiteurs sont des habitants de la Somme.

4,5 % sont des étrangers, principalement des Belges, probablement en raison de la proximité géographique de ce pays.

13,1 % des visiteurs viennent d'une autre région que celles déjà citées (soit les départements les plus proches de la Somme), ce qui montre que le festival n'est pas connu uniquement par les personnes vivant dans les départements les plus proches.

Les enfants d'Ile-de-France n'étaient pas en vacances durant la période du Festival, ce qui a probablement limité la fréquentation des familles parisiennes.

##### *Composition sociale :*

Le poids des familles est considérable, en effet famille et couples représentent 65,3 % des festivaliers.

En revanche le poids des groupes est très faible ce qui peut s'expliquer notamment par les dates du festival : il s'est déroulé durant les vacances scolaires ce qui a exclu toutes les visites des écoles.

##### *Caractéristiques socioprofessionnelles :*

Les PCS reflètent la population française avec toutefois une surreprésentation des cadres et profession libérales.

En ce qui concerne l'âge des festivaliers, on remarque une forte présence des personnes ayant entre 25 et 60 ans. Les moins de 25 ans sont les moins représentés avec 11 % et les plus de 60 ans ne représentent que 17 %. Ce faible poids des seniors peut être expliqué par le faible poids des groupes (ils participent souvent à ce genre de manifestation en groupe).

#### **Connaissance du festival :**

Pour l'ensemble des visiteurs, c'est le bouche à oreilles qui est en tête (36,7 %) suivi de l'affichage (23 %) et de la presse écrite (15,2 %). On remarque que la télévision et le programme n'ont été cités que par 8 % des personnes, ce qui est peu. On notera une lente apparition d'Internet.

#### **Besoins du festivalier :**

##### *Durée du séjour :*

On remarque un poids très important des courts séjours (2 à 5 jours), ce qui correspond à la tendance actuelle des français.

##### *But de la venue :*

Les expositions photos et les sorties nature sont les animations les plus prisées par les visiteurs. On remarque aussi l'importance du parc du Marquenterre, bien qu'il soit ouvert toute l'année.

Les festivaliers souhaitent davantage d'activités et notamment de sorties nature (29,2 %).

Plus d'expositions photos (19,3 %) et d'activités enfants (16,2 %) sont également demandées. Cette demande peut s'expliquer par le poids important des familles.

##### *Satisfaction :*

Le taux de satisfaction est remarquable : 71,5 % des répondants ont dit être très satisfaits de l'activité à laquelle ils venaient de participer et 23,9 % ont dit être satisfaits.

### Fidélité :

Très peu de gens déclarent qu'ils n'ont pas envie de revenir pour le prochain festival, ils ne représentent que 2,0 % de la population interrogée. 69,9 % des personnes interrogées ont l'intention de revenir au prochain festival et 28,1 % sont indécis. On remarque un noyau de fidèles qui sont déjà venus lors d'un précédent festival et qui sont prêts à y revenir.

Plus de 2/3 des personnes interrogées ont l'intention de revenir en Picardie maritime à une autre époque que le festival, ce qui montre l'attrait des lieux et le rôle du festival comme vecteur de communication pour le tourisme.

### 2.2 Pertinence du projet de balades accessibles aux personnes à mobilité réduite

- S'inscrit dans la politique du ministère du tourisme qui cherche à promouvoir l'accès de sites touristiques aux personnes handicapées
- Elargit la clientèle potentielle du festival
- Permet de faire découvrir la région en complète intégration valides/handicapés
- La demande existe pour des activités de plein air
- Pourrait favoriser le développement de ce genre d'initiative en dehors du festival
- Accès aux familles dont un membre est handicapé

### 2.3 Prix des balades

Calcul du prix psychologique

Prix (en €)	Prix maximum (Q1) <sup>(1)</sup>			Prix minimum (Q2) <sup>(2)</sup>			Acheteurs Potentiels
	Nombre de réponses	% de réponses	Nombre de réponses cumulé croissant	Nombre de réponses	% de réponses	Nombre de réponses cumulé décroissant	
8	0	0	0	15	10	100	0
10	0	0	0	30	20	90	10
12	0	0	0	30	20	70	30
14	15	10	10	23	15,3	50	40
16	30	20	30	15	10	34,7	35,3
18	23	15,3	45,3	22	14,7	24,7	30
20	22	14,7	60	15	10	10	30
22	30	20	80	0	0	0	20
24	30	20	100	0	0	0	0
<b>Total</b>	150	100		150	100		

**Le prix psychologique est de 14 € car c'est à ce prix que le nombre d'acheteurs potentiels est le plus important (40 %).**

Coût de la sortie pour un participant : 16 €

Le prix à proposer est de 16 € car il permet de couvrir les coûts («Joëlette» et guide).

De plus les limites à la fiabilité du prix psychologique sont nombreuses : valable à l'instant du sondage, la personne n'est pas en situation d'achat...

Le pourcentage d'acheteurs potentiels à 16 € est encore important et proche de celui du prix psychologique.

## 2.4 Choix des outils de communication

Il faut privilégier l'information par les associations d'handicapés : publipostage, courrier électronique.

Ces balades accessibles aux personnes à mobilité réduite pourraient également être mises en avant sur le programme et le dossier de presse envoyé aux journalistes qui répercuteront cette nouveauté sur le site Internet. (≠lieux)..., salons spécialisés, revues des organismes spécialisés, brochures «tourisme et handicap»...

## 2.5 Intérêts du partenariat

Pour le festival :

- Médiatisation nationale,
- Renforce la communication locale
- Partenaire d'envergure

Pour la poste :

- Notoriété du festival, engouement pour la nature, logo de La Poste sur tous les supports de documentation du festival (programmes, catalogues, affiches, conférences de presse, site internet...), avantages consentis avec accueil privilégié et personnalisé...

## Dossier 3 : Voyage de presse

### 3.1. Programme détaillé du séjour

Le programme doit permettre d'avoir une vue d'ensemble du festival et doit permettre des contacts avec les responsables de sites et les organisateurs du festival.

Titre : Voyage de presse/ festival de l'oiseau et de la nature/ Abbeville, Baie de Somme/ du samedi 12/04 16h au lundi 14/04 17h.

#### **Jour 1 Samedi 12/04/2008**

#### **Abbeville : inaugurations**

16h00 : rendez-vous au Mercure Hôtel de France à Abbeville où vous serez accueillis par un responsable du festival, et installation,

17h00 : inauguration des expositions à Abbeville ( Musée Boucher de Perthes, sculptures sur céramique, Office de Tourisme, sculptures sur bois et Jardin d'Emonville, « être singe »)

19h00 : buffet dînatoire du Festival au Mercure Hôtel de France,

Nuit au Mercure Hôtel de France.

*Cette première journée du festival vous permettra d'avoir une idée globale du festival et un premier contact avec nos partenaires.*

9h15 : départ pour Cayeux sur Mer,

10h00 : Cayeux sur Mer, visite de l'exposition « Wildlife Photographer of the year ».

*Cette exposition est composée de plus d'une centaine de clichés... (cf annexe 11). Contacts avec les responsables*

11h00 : Lanchères, animations juniors et seniors à la Maison de l'Oiseau

*(arguments cf annexe 11). Contacts avec les responsables.*

12h30 : Saint-Valery-sur-Somme, déjeuner au restaurant le Nicol's,

14h30 : Saint-Valery-sur-Somme, visite des expositions photos. *Contacts avec les responsables*

16h00 : Saint-Valery-sur-Somme, balade « Baie de Somme aujourd'hui et plaisirs de la Belle Epoque ». *(arguments cf annexe 11). Contacts avec les responsables.*

23h30 : retour à Saint-Valery-sur-Somme et départ sur Abbeville.

Nuit au Mercure Hôtel de France.

**Jour 3 Lundi 15/04/2008**

Côte picarde nord

9h00 : départ pour Saint-Quentin-en Tourmont

9h45 : Parc ornithologique du Marquenterre, sentier de découverte du Parc *(arguments cf annexe 11). Contacts avec les responsables.*

11h00 : Parc ornithologique du Marquenterre visite de l'exposition d'art animalier *(arguments cf annexe 11).*

11h30 : Marcanterra, visite des ateliers seniors *(arguments cf annexe 11). Contacts avec les responsables*

12h15 : Marcanterra, repas au restaurant « La Garinière »

14h00 : départ pour Le Crotoy et visite de l'exposition photos *(arguments cf annexe 11). Contacts avec les responsables*

15h00 : départ pour Abbeville et visite des ateliers juniors *(arguments cf annexe 11). Contacts avec les responsables*

17h00 : fin de votre séjour.

**3.1 Calcul du coût**

(En fonction du programme)

**Hébergement (tarif négocié)**

Nuit + pdj :  $62+16(\text{suppl indiv}) + 7.90 = 85,90 \text{ €/nuit/pers}$

$85,90 \times 7 \times 2 = 1202,60 \text{ €}$

**Restauration (réduction 17%)**

Le Nicol's  $20,50 \text{ €} \times 8 = 164 \text{ €}$  - réduction 17% = 136,12 €

La Garinière  $18 \text{ €} \times 8 = 144 \text{ €}$  - réduction 17% = 119,52 €

**Activités (gratuites sauf sorties nature avec réduction de 17%)**

Baie de Somme aujourd'hui et plaisirs de la Belle Epoque :

$57 \text{ €} \times 8 = 456 \text{ €}$  - réduction de 17% = 378,48 €

### Location véhicule (réduction 17%)

Calcul du kilométrage      Jour 1 moins de 10km  
   Jour 2 60 km  
   Jour 3 65 km

Même en comptant une marge d'erreur de 10%, on est loin des 400 km (mais il faut exiger un calcul, même approximatif) .

Coût de la location

484,14 € + majoration 25,20 x 2 = 534,54 € - réduction 17% = 443,67 €.

Hébergement	1 202,60
Restauration	255,64
Activités	378,48
Location véhicule	443,67
TOTAL	2 280,39 €

### 3.3 Eléments à remettre aux journalistes (réponse non exhaustive)

Dossier de presse, parce que outil indispensable de communication qui suggère au journaliste des pistes pour son futur rédactionnel.

Forme : D'utilisation facile, clair, attrayant, original et efficace ( n'est pas une plaquette publicitaire)

Les différents éléments peuvent être insérés dans une pochette à rabats  
En couverture, la mention «dossier de presse», le logo, dates du festival  
Sur le rabat, le nom de la personne à contacter....  
En dernière de couverture l'annexe 2

Fond : Lettre d'accompagnement

Sommaire avec mention de tous les thèmes traités (la nature en baie de Somme, les sorties nature, l'art animalier, la photographie animalière, les conférences, les animations enfants et seniors)

Communiqué de presse

Une fiche par thème

Photos      Il est possible de remettre des photos ou vidéos des précédents festivals aux journalistes (CD-Rom).

Les photos doivent comporter au verso une légende, date, origine et surtout si elles sont libres de droit de reproduction. (sinon, le nom du photographe détenteur des droits ou « droits réservés » est obligatoire).

Documentation touristique sur les différents sites visités....

Extraits des revues de presse précédentes.