

# 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.**

## INDICATIONS DE CORRECTION

*Avertissement* : Il convient d'être particulièrement exigeant sur la qualité rédactionnelle, la présentation, la cohérence et culture générale.

**1<sup>ère</sup> partie : Exploitation et analyse d'une documentation juridique (6 points)**

**Question 1 : 1 point**

Rappelez les conditions nécessaires pour pouvoir créer votre agence en vous inspirant du Code du tourisme.

Pour ouvrir une agence, il faut obtenir au préalable une licence d'agent de voyages délivrée par la préfecture du département du lieu d'implantation du siège social.

La demande doit être accompagnée de justificatifs en matière :

- de garantie financière,
- d'assurance de responsabilité civile professionnelle
- d'installation matérielle appropriée.

**Question 2 : 1 point**

Indiquez la formalité particulière à remplir pour les agences réceptives spécialisées sur le marché chinois. Précisez la procédure à suivre.

- Les agences réceptives doivent au préalable se faire inscrire sur une liste agréée par la Direction du Tourisme et transmise aux autorités chinoises.
- Pour s'y faire inscrire, l'agence doit répondre à un appel à candidature effectué par la Direction du Tourisme

**Question 3 : 1,5 point**

Vous allez vous associer avec un ami dans la SARL. Sachant que le gérant est le représentant légal de la SARL, qui pourra occuper la fonction de gérant et à quelles conditions ? Justifiez votre réponse.

Tous les deux pourront occuper la fonction de gérant (minoritaire ou majoritaire) à deux conditions :

- justifier de leur aptitude professionnelle (au sens du Code du Tourisme)
- ne pas être frappés d'une des incapacités ou interdictions d'exercer mentionnées à l'article L. 211-19

**Question 4 : 1 point**

Vous vous posez la question de l'adhésion de votre agence au Syndicat national des agents de voyages (SNAV). Recensez les avantages de cette adhésion.

- Source d'information
- Lieu de rencontres et de partage d'expérience, participant ainsi au développement ou au renforcement d'une culture professionnelle spécifique
- Force d'un réseau (constitué de toutes les agences qui adhèrent au SNAV)
- Conseil, soutien, aide professionnelle
- Faire entendre sa voix auprès des instances politiques et administratives du tourisme, des groupes de lobbying, etc... en matière de tourisme.

**Question 5 : 1,5 point**

En cas de litige avec l'un de vos prestataires, indiquez quelle juridiction sera compétente pour se prononcer et les voies de recours qui seront possibles. Justifiez.

C'est le tribunal de commerce, juridiction spécialisée de 1er degré, qui sera compétent puisque le litige oppose deux commerçants. Les voies de recours possibles sont en principe l'appel et le pourvoi en cassation. Toutefois, si le montant du litige est inférieur à 4000 euros, le tribunal de commerce se prononce en premier et dernier ressort et la seule voie de recours possible est le pourvoi en cassation.

<b>2<sup>ème</sup> partie : exploitation et analyse d'une documentation à caractère économique (6 points)</b>
---

**Question 1 : 1 point**

Caractériser le marché du tourisme chinois en France.

C'est un marché émergent = marché

- qui connaît une forte croissance (phase transitoire de développement)
- qui n'est pas forcément rentable tout de suite
- qui implique des investissements à long terme (adaptations aux contraintes du marché)
- dont l'offre est en cours de structuration (produits, organisation, réglementation...)
- qui suppose des partenariats avec des acteurs locaux

**Question 2 : 1,5 point**

Qualifiez la stratégie choisie par CGTT Voyages par rapport à celle de ses concurrents sur le marché du tourisme chinois « de masse ». Déduisez de cette analyse pourquoi CGTT Voyages n'a pas été compétitive sur ce marché.

- CGTT Voyages a choisi une stratégie concurrentielle de différenciation du produit par la qualité
- Ses concurrents privilégient une stratégie de domination par les coûts afin de pratiquer les prix les plus bas possibles en jouant sur des volumes importants.
- Sur un marché de masse et en proposant des services de qualité, Cggt Voyages n'a pas pu rivaliser avec ses concurrents en termes de prix.

**Question 3 : 1,5 point**

Vous préparez le recrutement d'un salarié pour la fonction d'attaché commercial. Présentez, en les classant, les qualités particulières requises pour travailler dans votre agence.

- Savoirs : diplôme en tourisme et trilingue français, anglais et chinois (si possible cantonais et mandarin)
- Savoir-faire : expérience préalable dans l'accueil de clientèle étrangère, dans l'utilisation des GDS, dans la gestion de groupe, dans l'utilisation des outils bureautiques (tableur et traitement de texte pour devis, courriers et cotations, Internet, base de données, gestion de la relation client...)
- Savoir-être : rigueur, précision, amabilité, compréhension des cultures étrangères, sens du service, être rassurant.

On admettra un classement formation, expérience, qualités personnelles.

**Question 4 : 2 points**

Quel est l'intérêt pour l'Etat français de promouvoir la France auprès de la clientèle chinoise par le biais de Maison de la France ?

- professionnalisme de cette structure en matière de promotion de la destination France en France et à l'étranger – aide à la commercialisation par l'analyse des marchés, de l'offre etc...- réalisation de campagnes de communication à l'étranger etc...)
- implication plus aisée des différents acteurs du tourisme, que le GIE Maison de la France fédère
- impact en terme d'image (communication sur le pays...)

<b>3<sup>ème</sup> partie : développement structuré (8 points)</b>
--

Dans un développement structuré, vous analyserez les facteurs favorisant ou freinant la progression du tourisme international.

**Introduction (1,5 point) :**

- accroche
- définition des termes du sujet : notamment évolution (comment la mesure-t-on ?) et tourisme international
- problématique à trouver autour des variations du tourisme international
- annonce du plan : plan possible : facteurs de développement/facteurs de ralentissement  
(autre plan possible : facteurs économiques/non économiques avec des sous-parties évoquant les facteurs de développement et de ralentissement).  
(autre plan possible : facteurs conjoncturels/structurels) etc...

Des idées pour le développement

**1. Les facteurs de développement du tourisme international 3 points**

On peut, par exemple, distinguer les facteurs structurels des facteurs conjoncturels, les facteurs liés à l'offre des facteurs liés à la demande.

Croissance économique (PIB et revenus disponibles)

Développement des échanges et mondialisation

Flux intra-régionaux

Croissance de la part de la population mondiale qui accède au développement

Stabilité géopolitique

Stabilité monétaire (ex. zone euro)

Allongement de la durée de vie

Explosion des moyens d'information et des envies de découvrir

Régimes politiques qui s'ouvrent sur l'extérieur (ex. ouverture des pays de l'Europe centrale, des pays de l'Asie du Sud...)

Développement des moyens de transport

Baisse des coûts du transport aérien depuis 50 ans, multiplication des dessertes, phénomène low-cost

Développement des infrastructures nécessaires : aéroports, réseau routier, hôtellerie, salles de congrès, etc.

Apparition de nouvelles formes de tourisme, de nouvelles destinations

Facilitation des formalités de voyages à l'étranger : Espace Schengen, allègement des visas, accords bilatéraux

Grands événements internationaux : Jeux Olympiques, Coupe du Monde, Exposition universelle

Grandes foires et congrès professionnels

Evolution des taux de change (ex : hausse de l'euro par rapport au dollar)

Campagne de promotion d'une destination particulière

**Phrase de transition****2. Les facteurs qui ralentissent le tourisme international 3 points**

Principalement des événements déstabilisants de court terme qui touchent soit la fréquentation touristique mondiale soit une zone en particulier.

On peut, par exemple, distinguer les facteurs économiques des facteurs non économiques

Les récessions ou les crises économiques

Les krachs boursiers, immobiliers, crises financières

Les variations des taux de change (ex. : chute du dollar/euro = moins de touristes américains en Europe)

La hausse du pétrole qui renchérit le coût du transport aérien

La concurrence entre destinations

Les effets de mode

L'insécurité des transports

Les catastrophes naturelles (Tsunami, tremblements de terre, cyclones, inondations etc.)

Les épidémies et les catastrophes sanitaires (SRAS, Chikungunya etc.)

Les attentats (Bali, Tunisie, Egypte...), risques d'attentats, enlèvements

Le durcissement des procédures administratives (contrôles, visas, immigration etc.) (ex. Chine et Etats-Unis)

Les événements politiques (coups d'Etat, guerres civiles), les conflits armés

**Conclusion : 0,5 point**

Synthèse des idées défendues et ouverture