

**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 6 pages, numérotées de la page 1/6 à 6/6.**

L'OFFICE DE TOURISME DE LA ROCHELLE ET LE DEVELOPPEMENT  
DU TOURISME URBAIN

**I – LA ROCHELLE, DESTINATION DU TOURISME URBAIN**

**1 – Caractéristiques du tourisme urbain**

Phénomène important (23,6 milliards d'euros) et en progression

Motifs : découverte culturelle, autres activités (shopping, sorties...)

Hébergement : + hôtelier

Transport : voiture, avion et train

Clientèle : retraités et actifs (35/64 ans), plus sans enfant, + urbains, + étrangers (spécifique Paris)

Durée : + courts séjours

Période : + l'été mais moins de saisonnalité

**2 – Atouts de La Rochelle pour développer ce type de Tourisme :**

On attend des candidats qu'ils exploitent les annexes. Elles permettent de lister les atouts et faiblesses suivants :

**Atouts :**

Situation géographique : en plus du tourisme urbain, attractivité de l'océan et des activités qui y sont liées, accueil de croisiéristes.

Voies de communication : liaison TGV avec Paris (2h50), liaison aérienne avec Lyon, liaison avec 3 villes anglaises par des compagnies low cost, autoroute A10 jusqu'à Niort puis route quatre voies jusqu'à la Rochelle.

Taille de la ville : 80.000 habitants et 140.000 pour la communauté d'agglomération

Richesse historique : ville libre dès le Moyen Age, grand port de commerce depuis le XIII<sup>ème</sup> (commerce particulièrement important au XVIII<sup>ème</sup> d'où le rayonnement intellectuel et artistique de la ville à cette époque, La Rochelle protestante...)

Patrimoine : rues à arcades, maisons médiévales, demeures Renaissance et XVII<sup>ème</sup>, grands hôtels d'armateurs du XVIII<sup>ème</sup>, Hôtel de Ville, les trois Tours (maquettes pour mal voyants : volonté d'accueillir des publics à besoins spécifiques), Grosse Horloge, maison Henri II, cathédrale, Palais de Justice... + musées : 4 musées d'Art et d'Histoire, Musée Rochelais d'Histoire Protestante...

Environnement préservé : 350 ha de parcs et jardins : détente.

Manifestations culturelles et sportives de renom international pour certaines : Festival International du film de La Rochelle, Francfolies, Grand Pavois, Marathon...

Tourisme d'Affaires : existence de prestations et d'infrastructures de qualité pour congrès, colloques, conventions... Tourisme urbain en complément : programmes pré-post congrès.

Hébergement : 444 chambres en 3\*, 849 chambres en 2\* + autres hôtels et hébergements : capacité d'accueil intéressante.

Restauration : plusieurs types de restaurants cohabitent. 3 restaurants gastronomiques, 7 restaurants de fruits de mer constituent des éléments attractifs.

Modes de circulation douce : vélos jaunes (2 premières heures gratuites, depuis 1976) + location vélos, minibus électriques, déplacement sur l'eau (bus de mer et passeur), rues piétonnes, itinéraires cyclables.

### Shopping

Visites Office de Tourisme : variété (classiques, en voiture à cheval, théâtralisées).

Pass Rochelais : incitation à l'allongement du séjour et à une découverte approfondie.

Séjours et produits proposés par l'OT : L'OT dispose d'une autorisation.

## 3 – Actions promotionnelles

Accepter toute réponse cohérente avec les réponses aux questions 1 et 2.

Propositions : affichage gares parisiennes, Accueil journalistes presse/TV news magazines, salons culturels ou courts séjours ou tourisme d'affaire...Stand lors des événementiels (Marathon, Francofolies, Grand Pavois...).

## II – LE PASS ROCHELAIS

### 4 – Dictionnaire des données

Pour chaque donnée, seront mentionnés son identification, sa nature, son type et sa taille.

Données attendues : Code prestataire, nom prestataire, prénom prestataire, adresse prestataire, téléphone prestataire, activité, raison sociale, lieu d'exploitation, partenaire Pass...

### 5 - Requête

Sélection sur le critère de l'activité = restauration et de la ville de l'adresse = La Rochelle, Partenaire Pass ≠ NON.

Table résultat :

Code prestataire	Nom Prestataire	Adresse	Raison sociale	Téléphone
------------------	-----------------	---------	----------------	-----------

### 6 – Arguments pour convaincre les restaurateurs de s'associer à l'opération « Pass Rochelais ».

On attend des candidats une présentation de différents arguments (au moins 3)

Suggestion d'arguments :

- Correspond à la demande des clientèles individuelles qui cherchent des activités, des possibilités de découverte et d'animation sans entraver leur liberté.
- Permet d'étaler les flux et de développer la fréquentation en avant et après saison.
- Moyen de promotion complémentaire (brochure présentant les prestataires associés distribuée avec le Pass, actions presse...).
- Augmentation de la durée de séjour des visiteurs.
- Prescription réciproque des partenaires pass...

### 7 – Communiqué de presse :

Il ne s'agit pas d'un courrier. On s'intéressera à la fois aux aspects forme et fond.

Forme :

- titre court, explicite et attractif,
- style facile à lire, phrases concises, dynamisme,
- pas trop long.

Fond : il faut répondre aux questions :

- qui ?
- où ?
- quand ?
- quoi ?
- comment ?
- combien ?

et mentionner à la fin le contact presse.

L'idée que les habitants sont des relais d'informations auprès des visiteurs devra figurer dans le communiqué.

### III – PRODUITS TOURISTIQUES URBAINS

Tableau récapitulatif :

prestations	CV	CF
Visites $[(2,5 + 7,5) \times \frac{15}{16}] + 1,75$	11,12	
Repas $15 \times 0,90$	13,5	
Rémunération guide		240
Déplacement calèche (50 x 2)		100
Total	24,62	340
Répartition charges fixes	21,25	
Coût de revient	45,87	
Taux de marge : 12 %	5,50	
Prix de vente	51,37	

### 8 – Résultat et seuil de rentabilité

CA	821,92	100
CV	393,92	47,93
MCV	428	52,07
CF	340	
RESULTAT	88	

Seuil de rentabilité :  $CF / Tx\ MCV = 340 / 0,5207 = 652,97 \text{ €}$

### 9 – Négociation

C A critique =  $\frac{652,97}{12,7} = 51,37$

P U

| 13

Nombre minimum de participants pour commercialiser le produit : 13 personnes.

Accepter de diminuer le prix pour un groupe de 16 personnes jusqu'à 40,81 € ( $\frac{652,97}{16}$ )

16

### **10 - Programme sur le thème « La Rochelle Maritime »**

Le programme devra être centré sur des activités en lien avec la mer (visites, repas).

Le programme sera équilibré et adapté à la clientèle.

Les horaires de début et de fin de journée seront respectés.

Le coût n'est pas un souci.

Les choix seront justifiés.

### **11 – Eléments constitutifs du dossier d'accueil :**

Les 4 points suivants devront être cités :

- un mot de bienvenue et de présentation de la ville,
- un programme du séjour,
- présentation et coordonnées de l'hôtel,
- un plan de la ville + le guide La Rochelle tourisme + doc Grand Pavois + plan Grand Pavois,
- questionnaire de satisfaction...

On pourra accepter d'autres éléments en fonction de leur pertinence.

Cette documentation devra être en langue anglaise.

### **IV – INDICATEURS DE GESTION**

#### **12 – Evolution**

Hausse de la Production due à la progression de la vente de services (+10.33%).

Progression significative (+11.58%) de la subvention d'exploitation.

Bonne maîtrise des charges de personnel (-51 K€) malgré la progression d'activité.

Retour à l'excédent après un exercice déficitaire.

#### **13 et 14 - Productivité du personnel**

CA/charges de personnel ou Production/Charges de personnel ou VA/charges de personnel.

Evolution 2005/2006 :

Productivité faible mais en évolution positive.

Logique au regard des missions d'un OTSI : accueil, info Promotion touristique : production non marchande.

### **BAREME INDICATIF**

#### **I – LA ROCHELLE, DESTINATION DU TOURISME URBAIN : 17 pts**

Question 1 : 5 pts

Question 2 : 5 pts

Question 3 : 4 pts

Question 4 : 3 pts

#### **II – LE « PASS ROCHELAIS » : 14 pts**

Question 5 : 3 pts

Question 6 : 3 pts

Question 7 : 4 pts

Question 8 : 4 pts

III – PRODUITS TOURISTIQUES URBAINS : 20 pts

Question 9 : 6 pts

Question 10 : 2 pts

Question 11 : 4 pts

Question 12 : 2 pts

Question 13 : 4 pts

Question 14 : 2 pts

IV – INDICATEURS DE GESTION DE L'OFFICE DE TOURISME : 9 pts

Question 15 : 4 pts

Question 16 : 2 pts

Question 17 : 3 pts