

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

**SESSION 2009**

**CORRIGÉ**

**ÉPREUVE E4 – ÉCONOMIE ET DROIT APPLIQUÉS**  
**AU TOURISME (U4)**

**Durée : 4 heures**

**coefficient : 3**

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

I - Exploitation et analyse d'une documentation à caractère juridique :

1. Analysez la décision de justice.

Le domaine juridique :

Cour d'appel de Chambéry le 9/01/2007

Appelant : M. CH

Intimé : La société SAGLAT

Les faits :

Un accident est survenu le 24 mars 2002 alors que M. CH était avec son fils Thomas dans la station Saint-François Longchamp. Tous les deux se préparaient à embarquer sur le télésiège quand l'enfant a accroché ses bâtons au passage du portillon. Voulant venir à la rescousse de son fils, M. CH. a effectué une marche arrière et a été heurté par un télésiège. Le perchman n'avait pas arrêté le passage des télésièges durant l'incident, mais était intervenu lui même rapidement pour aider l'enfant, qui n'a pas été blessé.

La procédure antérieure :

Demandeur devant le tribunal d'instance de St-Jean de Maurienne : M. CH.

Défendeur : Société Saglat, exploitant le télésiège.

Le 24 mars 2002, M. CH engage une action en réparation du préjudice qu'il a subi lorsqu'il a été heurté par le télésiège auprès du **tribunal d'instance** de St-Jean de Maurienne (litige inférieur à 10 000 €). Le tribunal le déboute de sa demande et il interjette appel de ce jugement auprès de la Cour d'Appel.

La Cour d'Appel de Chambéry confirme la décision du TI.

Le problème juridique :

Une obligation de sécurité est mise à la charge du transporteur dans le contrat qui lie les skieurs à l'exploitant d'un télésiège. L'existence de cette obligation ne fait aucun doute. En revanche, toute la question est de savoir s'il s'agit d'une **obligation de résultat ou de moyens**, la preuve d'une faute du cocontractant devant être rapportée pour mettre en œuvre sa responsabilité contractuelle dans le second cas.

Les arguments des parties :

M. CH estime que le perchman a commis une faute car il aurait dû arrêter le télésiège de sorte qu'il n'aurait pas été blessé.

La Société Saglat rétorque que sa responsabilité ne peut être engagée car M. CH a entrepris une manœuvre inhabituelle et imprévisible en revenant en arrière et donc la victime a eu un rôle actif dans la réalisation du dommage, ce qui exonère l'entreprise de toute responsabilité.

La décision de la Cour d'Appel :

La Cour d'Appel s'appuie sur la jurisprudence de la Cour de Cassation qui a opéré une distinction propre au contrat de transport : si l'obligation de sécurité pesant sur l'exploitant d'un télésiège est une obligation de résultat durant le trajet, **elle n'est que de moyens à l'occasion des opérations d'embarquement et de débarquement.**

Les tribunaux estiment en effet que durant ces périodes, l'utilisateur joue un rôle actif. Sa participation active pendant cette opération influe sur la nature de l'obligation imposée à l'exploitant (à comparer avec la jurisprudence relative au transport ferroviaire).

Il fallait dès lors qualifier les faits pour vérifier à quel moment était survenu l'accident. Il ressort du dossier que l'incident s'est produit durant les opérations d'embarquement, la victime s'étant engagée dans l'aire d'embarquement. Dès lors les juges d'appel indiquent à juste titre que « *la société Saglat avait une obligation de sécurité de moyens* ». Cela revient à diminuer la responsabilité de l'exploitant du télésiège car le contractant doit prouver sa faute dans l'exécution du contrat de transport s'il prétend à une indemnisation.

2. Si une agence de voyage commercialise un forfait touristique comprenant l'hébergement, la restauration et le forfait ski incluant les remontées mécaniques, quel type de responsabilité sera engagé.

D'après la loi du 13 juillet 1992, le législateur retient un régime de présomption de responsabilité des agences de voyages : **obligation de résultat**. Il s'agit d'un régime lourd puisqu'il englobe une présomption de responsabilité du fait personnel et du fait d'autrui. Ainsi, si un prestataire local n'exécute pas correctement le contrat, le client peut se retourner vers son agence de voyages pour lui demander réparation du préjudice subi.

Toutefois, il peut s'exonérer de tout ou partie de sa responsabilité en apportant la preuve que l'inexécution ou la mauvaise exécution du contrat est imputable, soit au consommateur, soit au fait, imprévisible et insurmontable, d'un tiers au contrat, soit à un cas de force majeure.

## II - Exploitation et analyse d'une documentation à caractère économique :

### Annexes 2, 3, 4, 5 et 6

1. Donnez les raisons de l'attractivité de l'offre touristique européenne et développez les moyens à mettre en œuvre pour rester leader ?

Raisons :

L'Europe est la première destination touristique mondiale :

- 91 % des touristes proviennent des états membres,
- Variété des paysages, climat tempéré,
- Nombreuses infrastructures d'accueil et de communication,
- Offre diversifiée d'hébergement et d'attractions touristiques,
- Offre segmentée et compétitive,
- Niveau de sécurité élevé,
- Adaptation de l'offre
- Approche thématique,
- Qualité, innovation, One to One.

Moyens :

- Augmenter sa compétitivité
- Augmenter la qualité de l'offre
- Améliorer la formation
- Développer l'innovation
- Proposer des produits ciblés et une politique de prix adaptée
- Développer le tourisme durable : infrastructures labellisées ISO 14001
- Projets paneuropéens

2. « Le tourisme doit trouver un juste équilibre entre ses dimensions économique, sociale, culturelle et environnementale. » Comment le tourisme peut-il répondre à cette exigence ?
- Réduire le caractère saisonnier de la demande.
  - Améliorer la qualité des emplois touristiques au niveau de la rémunération, des horaires de travail.
  - Maintenir et améliorer la prospérité et la qualité de vie des communautés locales en faisant attention à la promotion immobilière et la substitution des activités traditionnelles par le tourisme
  - Valoriser et conserver le patrimoine national et culturel
  - Diminuer l'impact des transports touristiques pour réduire les émissions équivalentes du CO2
  - Minimiser l'utilisation des ressources pour protéger les ressources naturelles
  - Rendre accessible pour tous les vacances
3. Pour les cinq destinations les plus fréquentées, précisez les origines géographiques et les motivations des principales clientèles ?

Dans l'Union des 25, se sont les Allemands qui voyagent le plus, suivis par les Britanniques et les Néerlandais : ils représentent à eux seuls 49,1 % des nuitées.

Dans de nombreux cas, les principaux pays d'origine sont des voisins directs. C'est ainsi que les touristes allemands viennent en tête pour le nombre de nuitées de non-résidents en République tchèque, au Danemark, aux Pays-Bas, en Autriche et en Pologne, ou que les touristes néerlandais représentent le principal groupe en Belgique, en Allemagne et au Luxembourg. De même, toujours en nombre de nuitées de non-résidents, les Italiens sont premiers en Slovénie et les Tchèques en Slovaquie.

4. Quelles sont les principales caractéristiques du tourisme émetteur dans l'Union Européenne ?
- Ce sont les Allemands, les Britanniques et les Néerlandais qui voyagent le plus. Les 2 premiers dépensent 50,8 % du total des dépenses des 10 premiers pays.
  - la plupart des touristes voyageant dans l'Union Européenne sont originaires de celle-ci.

*Annexes 7 et 8 :*

Dans un développement structuré, introduit et conclu, vous analyserez les différentes modalités de la flexibilité et vous montrerez en quoi ils contribuent à la réussite et à la pérennité d'une organisation touristique.

Introduction :

L'émergence de nouvelles destinations touristiques pratiquant une politique commerciale agressive déstabilise les entreprises touristiques françaises qui pour résister doivent s'adapter. Le besoin de flexibilité est initialement une conséquence de l'incertitude économique actuelle. Mais il apparaît de plus en plus comme une condition préalable à la bonne réussite de l'entreprise,

La flexibilité d'une entreprise peut être définie comme sa capacité à se transformer rapidement pour améliorer son insertion dans l'environnement pour être réactive sur un marché fortement concurrentiel.

Nous analyserons successivement les aspects de la flexibilité au niveau de l'organisation touristique, puis nous montrerons leur contribution à la réussite de la stratégie d'entreprise.

**I - les modalités de la flexibilité :**

- la flexibilité des employés : levier primordial dans un secteur dominé par les services :
  - la polyvalence au sein d'une même structure,
  - la formation : bien que la France bénéficie d'une bonne image globale (enquête Ipsos, 2004), la perception est plutôt faible au niveau de l'accueil et des hébergements
- la flexibilité dans l'organisation du travail :
  - annualisation du temps de travail pour les employés stables dans l'organisation
  - recours aux emplois saisonniers (+ de 50 % des salariés sont en CDD, 420 000 emplois saisonniers dans le tourisme = précarité)
- la flexibilité des infrastructures : fonctionnement partiel de certains services en hors saison, modification de l'amplitude horaire d'ouverture
- la flexibilité des tarifs : recours au yield management, au « pricing », au e-commerce (en France 1/3 du e-commerce concerne le tourisme et correspond à 50 % du CA global des ventes touristiques,

**II - la contribution de la flexibilité à la réussite de la stratégie d'entreprise**

- développer la qualité des services en répondant aux besoins de la clientèle tant individuelle que de groupe : le touriste attend un service personnalisé donc adaptation des entreprises touristiques en termes d'horaires, d'alimentation, de langues étrangères, de communication et de services,
- multiplier des offres de services périphériques qui se matérialisent par exemple par un service de garderie pour les enfants, de location de voitures, de services bancaires, taxi,...
- adapter les produits touristiques et encourager de nouvelles pratiques promotionnelles : nécessité d'utiliser des outils de gestion adaptés afin de vendre le bon produit, au bon client, au bon moment et au bon prix : la vitesse critique remplace la masse critique pour capter les opportunités du marché
- relations B to C, B to B

Conclusion

L'entreprise souhaite s'occuper du client du début à la fin pour répondre à ses attentes. Cette orientation client nécessite une réorganisation du travail au sein de l'entreprise. Cependant les entreprises « traditionnelles », les TPE ont du mal à s'adapter car elles sont organisées par métiers et sont confrontées à un manque de moyens humains et financiers que la flexibilité ne peut compenser.

## Proposition de barème

### Première partie : travail méthodologique :

#### Exploitation et analyse d'une documentation à caractère juridique : 5 points

1. Retracez les faits.
2. Rappelez la procédure.
3. Quel est le problème juridique posé dans cette affaire ?
4. Identifiez les arguments des parties.
5. Donnez et expliquez la décision de la Cour d'Appel.

#### Exploitation et analyse d'une documentation à caractère économique : 7 points

6. Comment l'offre touristique européenne peut-elle rester une destination attractive sur le marché touristique mondial ? **1,5 point**
7. Que recouvre l'expression : « Le tourisme doit trouver un juste équilibre entre ses dimensions économique, sociale, culturelle et environnementales. » **2 points**
8. Après avoir identifié les principaux pays d'origine du tourisme récepteur par pays, donnez les raisons qui expliquent ce classement. **1 point**
9. Expliquez pourquoi l'Espagne constitue la première destination des séjours de longue durée pour les touristes de l'U.E-25. **1 point**
10. Quelles sont les principales caractéristiques du tourisme récepteur et du tourisme émetteur en Europe ? **1,5 point**

### Deuxième partie : développement structuré : 8 points

#### **Annexe 7 :**

Dans un développement structuré, introduit et conclu, vous analyserez les aspects de la flexibilité et vous montrerez en quoi ils contribuent à la réussite et à la pérennité d'une organisation touristique