

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
ANIMATION ET GESTION
TOURISTIQUES LOCALES

SESSION 2008

SUJET

ÉPREUVE E5 – ÉTUDE D'OPÉRATIONS TOURISTIQUES

Durée : 5 heures

coefficient : 3

CALCULATRICE AUTORISÉE

Selon les dispositions de la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999 :

«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'imprimante, sont autorisées.

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

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

LISTE DES ANNEXES

<u>Annexe 1</u> :	Présentation de l'agence réceptive Gaïa Concept Source extrait du site Internet Gaïa Concept	<i>page 6/21</i>
<u>Annexe 2</u> :	« Journée, les fleurs en fête » avec Gaïa Concept Source extrait du site Internet Gaïa Concept	<i>page 7/21</i>
<u>Annexe 3</u> :	« Journée Roscoff l'exotique » avec Gaïa Concept Source extrait du site Internet Gaïa Concept	<i>page 8/21</i>
<u>Annexe 4</u> :	« La Bretagne magique et sauvage, 8 jours/ 7 nuits » avec Gaïa Concept Source extrait du site Internet Gaïa Concept	<i>page 9/21</i>
<u>Annexe 5</u> :	« Nouvelles contraintes pour les autocaristes », <i>L'Écho Touristique</i> du 16 mars 2007 et <i>réglementation du tourisme en autocar</i> , SNET	<i>page 10/21</i>
<u>Annexe 6</u> :	Carte du Finistère et fréquentation par espace touristique Source Morgat Enquête tourisme 2005	<i>page 11/21</i>
<u>Annexes 7</u> : (1/2 et 2/2) :	Fréquentation touristique en Finistère en bord, cœur et hors saison Source Morgoat Enquête tourisme 2005	<i>pages 12 & 13/21</i>
<u>Annexes 8</u> : (1/2 et 2/2) :	Documentation touristique sur les fêtes maritimes de BREST 2008 Projet de mise en place du petit train routier Source extrait du site Internet Brest 2008	<i>pages 14 & 15/21</i>
<u>Annexes 9</u> : (1/2 et 2/2) :	"Nouvelles tendances et e-Tourisme" Guy RAFFOUR Conférence du 19 juin 2007 à Paris, http://www.tourmag.com	<i>pages 16 & 17/21</i>
<u>Annexes 10</u> :	Projet « Acquisition petit train touristique routier » <u>A RENDRE AVEC LA COPIE</u>	<i>page 18/21</i>
<u>Annexes 11</u> :	Tableau des flux nets de trésorerie <u>A RENDRE AVEC LA COPIE</u>	<i>page 19/21</i>
<u>Annexe 12</u> :	Proposition de financement Banque Populaire	<i>page 20/21</i>
<u>Annexe 13</u> :	Extrait des tables financières	<i>page 21/21</i>

Dans le souci du respect de la propriété intellectuelle et du droit d'auteur, les extraits d'articles de presse spécialisée ou non sont reproduits en leur état originel. Ils sont susceptibles de compter des mots ou expressions de style oral ou professionnel.



Vous travaillez à l'agence réceptive **Gaïa Concept**, basée à Bénodet (Finistère) dont Stéphanie Laval et Arzel Mevellec sont les membres fondateurs.

L'entreprise travaille autour de trois axes :

- *commercialisation de produits* (mini-séjours à thème tels que la découverte de la gastronomie, du patrimoine, du monde de la mer ou encore des charmes des traditions bretonnes) pour une clientèle de groupes en prospectant notamment auprès d'autocaristes, de comités d'entreprises et d'associations provenant de la France entière. Un partenariat existe avec les équipements touristiques sélectionnés à destination de cette clientèle ;
- *service aux entreprises* pour l'organisation de séminaires ;
- *activité de conseil en développement touristique* auprès des entreprises qui souhaitent localement exercer une activité de réceptif.

L'activité de Gaïa Concept est en plein développement et les associés comptent bien améliorer le chiffre d'affaires. Leur nouvelle stratégie s'oriente dans deux directions :

- Gaïa Concept commercialise deux petits trains touristiques routiers sur la ville de Bénodet (Finistère sud) et sur la ville de Roscoff (Finistère nord) loués à un prestataire local (Bretagne train). Afin de profiter des retombées de l'événement des fêtes maritimes de Brest du 11 au 17 juillet 2008, les associés envisagent d'acquérir un petit train d'occasion.
- De plus, ils souhaitent utiliser le réseau Internet pour augmenter leur rentabilité et accroître ainsi la notoriété de Gaïa Concept.

L'exercice de l'activité est régi par la loi n°92-645 du 13 juillet 1992. La structure juridique de cette jeune entreprise est une S.A.R.L. Le capital de 4000 € est réparti à 50/50 entre les deux associés. La garantie financière est de 100 000 €.

Vous êtes chargé(e) de quatre missions :

1^{ère} mission : Analyser le marché de la société Gaïa Concept.3. (annexes 1 à 7)

- 1-1 Présentez, sous forme de tableau, le diagnostic marketing de la situation de l'entreprise Gaïa Concept sur son marché touristique local :
- Mettez en évidence, d'une part, les forces et les faiblesses de l'entreprise ;
 - Dégagez, d'autre part, les opportunités et les menaces sur son marché.
- 1-2 Gaïa Concept vous confie pour mission l'analyse de la clientèle individuelle potentielle dans le Finistère. A partir des documents dont vous disposez :
- 1-2.1 Dressez le profil-type du visiteur se rendant dans le Finistère et analysez le comportement de ce visiteur.
- 1-2.2 De quelles autres informations auriez-vous eu éventuellement besoin pour peaufiner votre analyse ? Citez-en trois.
- 1-3 L'entreprise a choisi comme appellation commerciale "**Gaïa Concept**". Rappelez les précautions (commerciales, juridiques etc.) à prendre et les qualités que doit posséder un nom de marque pour son exploitation commerciale.

2^{ème} mission : Développer l'activité réceptive. (annexes 3 à 8)

A l'occasion des fêtes maritimes de Brest en juillet 2008 (annexe 8), un nouveau produit est mis en place par l'agence Gaïa Concept.

- 2-1 Précisez les éléments et documents que contiendra le dossier de présentation de ce nouveau produit " BREST 2008 et petit train touristique routier "destiné aux différents partenaires et acteurs locaux.

Pour diversifier son activité, la jeune entreprise souhaite proposer d'autres animations à ses clients en tenant compte du potentiel local.

- 2-2 Donnez trois conseils pour capter la clientèle hors saison.
- 2-3 Listez trois arguments forts pour inciter les autocaristes à travailler avec l'agence réceptive Gaïa Concept. Justifiez vos réponses.

3^{ème} mission : Organiser une stratégie e-marketing. (annexes 9)

Avec le développement d'Internet, notre jeune entreprise veut accroître sa notoriété et sa lisibilité auprès de ses différents publics.

3-1 Gaïa Concept souhaiterait exploiter sa liste de diffusion pour un publipostage.

3-1.1. Indiquez les étapes à respecter pour réaliser cette opération.

3-1.2. Précisez les avantages et les inconvénients d'un publipostage.

3-2 Gaïa Concept souhaite réaliser une lettre d'information électronique (*Newsletter*).

Précisez l'intérêt de ce type de document et indiquez les règles de fonds et de forme à respecter pour une efficacité maximale.

3-3. Citez deux autres moyens de communication par Internet. Justifiez vos réponses.

4^{ème} mission : Etudier la faisabilité financière d'un projet touristique. (annexes 10 à 13)

Forts du succès rencontré par l'exploitation des petits trains touristiques qu'ils exploitent à Bénodet et Roscoff, en partenariat avec « Bretagne Train », A. Mevellec et S. Laval, envisagent, l'acquisition d'un petit train touristique routier qu'ils positionneraient sur Brest en mai 2008. Ils vous demandent de les aider dans leur prise de décision en vous aidant des documents annexés (annexes 10 à 13).

4-1 En utilisant la méthode de la Valeur actualisée nette (VAN), le projet est-il rentable au taux de 6% ? Justifiez votre réponse. **(annexe 11 à compléter et à rendre avec la copie)**

Gaïa Concept pense pouvoir financer ce projet à hauteur de 10 000 €. La Banque Populaire de l'Ouest leur a fait l'offre que vous trouverez en annexe 12.

Le Crédit Maritime, quant à lui, leur propose un remboursement en cinq ans, par annuités constantes, au taux de 6 %.

4-2 Vous présenterez successivement l'analyse des deux offres et vous conseillerez celle qui vous paraît la plus intéressante.

4-3 Indiquez brièvement quelles seraient les incidences du recours à l'emprunt sur le calcul effectué en 4-1 et concluez sur l'opportunité de ce projet d'investissement.