

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR TOURISME

Épreuve E4 : ÉLABORATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Sous-épreuve U42 : PRODUCTION D'UNE PRESTATION TOURISTIQUE

SESSION 2019

DURÉE : 4 HEURES

COEFFICIENT : 4

Matériel autorisé :

L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé.

Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Ce sujet comporte 13 pages numérotées de 1/13 à 13/13.

Avertissement : pour l'ensemble de cette étude, il vous revient d'être particulièrement attentif à la qualité rédactionnelle, à la présentation, à la cohérence des réponses que vous apporterez aux questions posées. Ces éléments seront pris en compte dans l'évaluation de votre copie.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 1/13



L'association Rêves de mer est née en 1982 en Bretagne, dans le département du Finistère, à l'initiative de quatre passionnés de char à voile. Engagée dans une démarche de tourisme social et éducatif, cette association adhère aux valeurs de l'économie sociale et solidaire. Pendant près de 30 ans, elle a développé et diversifié ses activités en faisant notamment l'acquisition de plusieurs centres nautiques et de structures d'hébergement à destination de ses adhérents.

L'année 2011 marque un tournant dans le développement de l'association qui décide de changer de statut juridique pour devenir une SAS au capital social de 2 000 €. Aujourd'hui cette société, au capital social de 576 000 €, gère 9 centres d'hébergement ainsi que 5 centres nautiques.

Les responsables de l'entreprise ont conscience d'être arrivés à un moment crucial du développement de Rêves de mer et décident d'engager une réflexion sur le devenir de la société. Ils identifient trois axes prioritaires :

- la mise en place d'une véritable culture d'entreprise ;
- la clarification de son offre ;
- la diversification de la clientèle.

Salarié de Rêves de mer, vous êtes chargé d'étudier les trois dossiers suivants :

Dossier 1 - Choix stratégiques de la SAS Rêves de Mer

Dossier 2 - Rêves de Mer et le marché des activités nautiques en Bretagne

Dossier 3 - Montage de produit lié à l'enterrement de vie de célibataire

LISTE DES ANNEXES :

Annexe 1 - Historique de Rêves de mer	p 5
Annexe 2 - Segmentation de l'offre de Rêves de mer	p 5
Annexe 3 - Extraits du livret d'accueil du salarié	p 6-7
Annexe 4 - Touristes ayant pratiqué des activités nautiques durant leur séjour en Bretagne	p 8-9
Annexe 5 - Le nautisme dans le séjour touristique	p 10
Annexe 6 - Tendances. L'enterrement de vie de célibataire change	p 11
Annexe 7 - Eléments relatifs au week-end enterrement vie de garçon	p 12
Annexe 8 - Conditions générales de vente groupes – Rêves de mer	p 13

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 2/13

Dossier 1 – Choix stratégiques de la SAS Rêves de mer (31 points)

Du fait des nombreux rachats et reprises de structures touristiques, la société Rêves de mer a élargi et diversifié ses activités. Elle propose aujourd'hui une offre étendue pour essayer de répondre à ses publics très divers (scolaires, jeunesse, groupes, affaires, individuels).

Dans ce contexte, elle a sollicité un cabinet extérieur afin d'effectuer un audit interne (diagnostic de l'entreprise). Ce cabinet a préconisé la création de deux nouvelles marques afin de clarifier l'offre auprès des différents segments de clientèle.

1.1- Exposer les raisons qui, selon vous, ont conduit l'association à changer de statut juridique en 2011.

La marque Rêves de mer continuerait de couvrir les activités destinées aux scolaires et à la jeunesse mais il faudrait créer une deuxième marque spécifique pour la clientèle « groupes et affaires » et une troisième marque pour l'offre « individuels ». Les responsables de Rêves de mer hésitent donc à continuer avec une seule marque ou mettre en place trois marques séparées.

1.2- Présenter l'intérêt et les contraintes d'une politique de marques différenciées.

1.3- Indiquer, en les justifiant, les qualités juridiques et commerciales qu'un nom de marque doit respecter.

1.4- Proposer un nom de marque pour l'offre « individuels » et un autre pour l'offre « groupes ». Argumenter ces choix.

La SAS Rêves de mer est devenue une belle entreprise que ses dirigeants souhaitent développer et pérenniser. Cependant, l'activité de la SAS étant répartie sur de nombreux établissements localisés dans trois départements différents, la cohésion des salariés est difficile à assurer.

Rêves de mer compte aujourd'hui 27 salariés en CDI, 78 salariés en CDD avec le souci permanent de motiver les salariés et de faire vivre la culture de l'entreprise.

1.5- Identifier le style de management le plus adapté au développement des valeurs de la culture de l'entreprise. Justifier votre proposition.

1.6- Proposer et commenter trois initiatives pouvant être mises en place par Rêves de mer pour renforcer la motivation des salariés dans le respect des valeurs portées par l'entreprise.

Dossier 2 – Rêves de mer et le marché des activités nautiques en Bretagne (20 points)

Pour mieux orienter son offre et développer son activité hors-saison, Rêves de mer décide de réaliser une étude du marché des activités nautiques en Bretagne.

2.1- Présenter, de manière structurée, l'analyse de la demande du marché des activités nautiques dans l'offre touristique de la Bretagne.

Suite à cette étude, Rêves de mer se demande comment promouvoir ses produits auprès des différents acteurs du tourisme.

2.2- Identifier trois types de prescripteurs potentiels de l'offre. Justifier la réponse.

2.3- Développer trois actions destinées à renforcer leur rôle de prescripteur.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 3/13

Dossier 3 - Montage de produit lié à l'enterrement de vie de célibataire (29 points)

Suite à l'étude de marché, la société Rêves de mer décide de se positionner sur le marché des enterrements de vie de garçon/jeune fille (EVG/EVJF). Elle intègre donc cette nouvelle offre dans ses différents supports de communication.

3.1 - Expliquer les raisons qui incitent l'entreprise à s'intéresser à cette niche de marché.

Un groupe de 16 personnes demande un devis pour un week-end d'enterrement de vie de garçon. Le groupe est constitué du marié et de 15 de ses amis. Le témoin du marié, chargé d'organiser ce séjour sportif pour l'ensemble des participants, a indiqué que le prix ne devait pas dépasser 140 € par personne, assurance incluse.

Rêves de mer applique une marge HT de 10% uniquement sur les prestations hors catalogue. La part du marié est répartie sur les 15 autres participants. Il est leur invité.

3.2 - Calculer le prix de vente TTC par personne de ce week-end en faisant apparaître la TVA. Présenter vos calculs détaillés sous forme de tableau.

3.3 - Présenter les éléments devant figurer dans la proposition commerciale.

Le 31 mai 2019, suite à un problème familial, le témoin du marié se voit dans l'obligation d'annuler la totalité du séjour pour l'ensemble des participants.

3.4 - Expliquer la démarche afin de procéder à l'annulation de ce séjour.

3.5 - Préciser le pourcentage de frais d'annulation qui leur sera imputé.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 4/13

Annexe 1 - Historique de Rêves de mer : quelques dates importantes...

1982 - Quatre copains, passionnés de char à voile, décident de créer un club à Plounéour Trez dans le Finistère. C'est ainsi que naît l'association « Rêves de mer ».

Au fil des années, l'association se professionnalise. Elle recrute des salariés et se développe en proposant de plus en plus d'activités commerciales (soumises à la TVA).

1998 - Rêves de mer réalise une fusion-absorption avec le centre de classe de mer LABOUSIG MOR, l'union permettant de renforcer la complémentarité des deux structures.

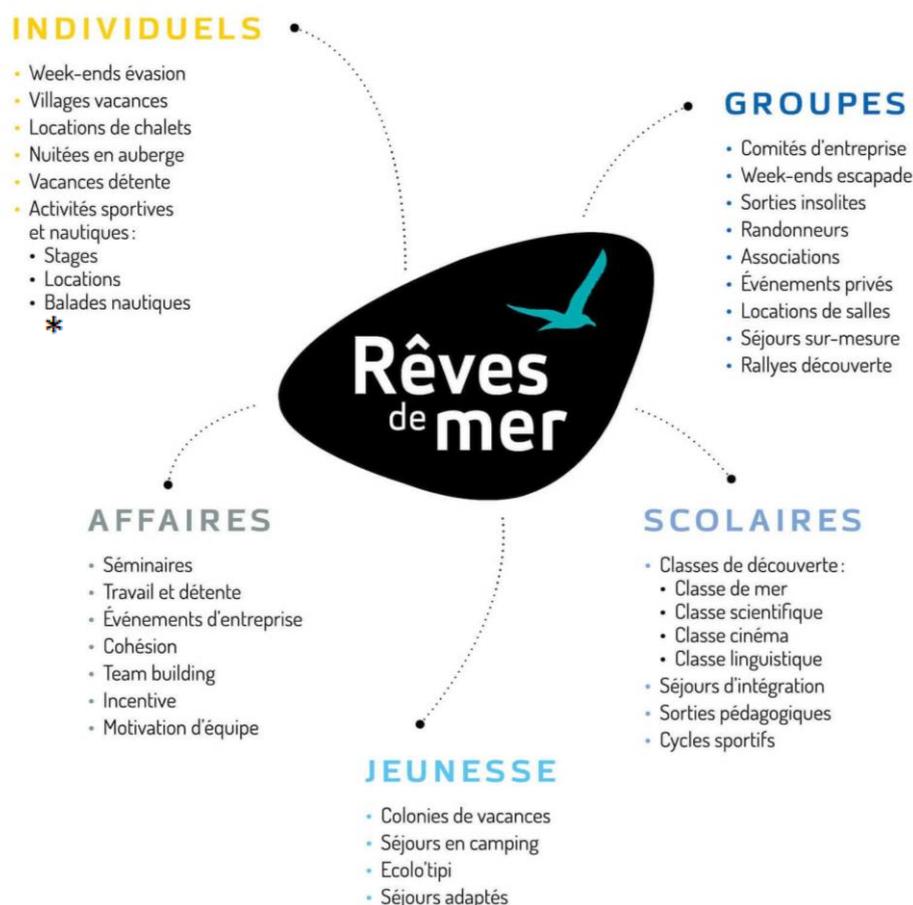
2002 - Reprise du centre nature Bon Vent, du centre de Guissény et du centre de char à voile de Santec
- Achat du siège social de l'association à Plounéour-Trez

De 2002 à 2011, l'association poursuit son développement. Elle acquiert de nouveaux centres nautiques, reprend les activités de plusieurs structures, ouvre de nouveaux établissements d'hébergement.

2011 - Les fondateurs de l'association décident de créer une SAS, la « **SAS Rêves de mer** » pour l'exploitation de l'activité.

Annexe 2 - Segmentation de l'offre de Rêves de mer

Source : Rêves de mer. Document interne



* Activités nautiques :

- Waveski/Kayak de vagues
- Surf
- Kayak
- Bouée tractée
- Stand Up paddle
- Sortie en voilier
- Catamaran
- Stand Up paddle géant

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 5/13

Annexe 3 - Extraits du livret d'accueil du salarié



LES VALEURS DE L'ENTREPRISE

1 – INNOVATION ET PROGRES

Le conservatisme est le principal ennemi du progrès ; la recherche de nouvelles idées, de nouveaux concepts en phase avec les évolutions de la société est la garantie de pérennité de nos activités et donc des emplois. Nous avons la volonté de toujours progresser et notamment dans les domaines suivants :

- les produits proposés : nécessité de suivre les évolutions sociologiques, les technologies et les attentes réaliser une veille permanente permettant d'anticiper les changements ;
- l'organisation et les méthodes de travail ; l'engagement dans une démarche d'amélioration continue est la garantie de rester compétitif dans la réalisation de nos prestations. L'ouverture vers l'extérieur sera une des sources permettant d'identifier les améliorations possibles dans un esprit de curiosité positive ;
- la gouvernance et le management : la mise en valeur des forces vives de l'entreprise par la délégation, le développement des compétences, la fixation d'objectifs ambitieux, la reconnaissance des efforts individuels et collectifs en seront les caractéristiques majeures.

2 – PROFESSIONNALISME ET ESPRIT D'EQUIPE

Le professionnalisme est l'exercice rigoureux de nos compétences pour réaliser un travail bien fait ; c'est un moteur qui nous pousse à être les meilleurs dans la prise en charge des attentes de nos clients.

Être professionnel, c'est :

- chercher l'amélioration permanente aussi bien des prestations que nous offrons que de la façon de les réaliser ;
- reconnaître que le travail en équipe est plus efficace, plus valorisant et plus motivant ; le partage des connaissances et des expériences, la transmission des savoir-faire enrichissent, individuellement et collectivement.
- Pratiquer l'esprit d'équipe, c'est agir avec la conviction qu'il génère l'enthousiasme et le dynamisme et en conséquence une meilleure satisfaction personnelle.
- La formation sera le vecteur principal de perfectionnement de notre professionnalisme.

3 – RESPONSABILITE SOCIETALE

Être responsable vis-à-vis de la société civile consiste à identifier et respecter les règles qui concernent nos activités :

- respecter les règles qui régissent le monde du travail ;
- respecter les règles qui régissent les relations avec nos partenaires ;
- respecter les règles du développement durable. Nous avons dans ce domaine une responsabilité particulière du fait de nos activités liées à la nature ;
- respecter les règles permettant l'accueil des personnes en situation de handicap chaque fois que les conditions matérielles sont réunies.

Il nous incombe aussi de favoriser les activités sportives par la mise à disposition de locaux et matériels dans un but de développement par le sport et notamment pour les jeunes.

Il nous incombe enfin d'assumer pleinement notre mission de transmission de connaissances dans le cadre des projets éducatifs des scolaires.

4 – CREATION DE VALEUR

La création de valeur est le résultat des efforts fournis par les différentes parties prenantes ; ces efforts seront reconnus et rétribués en fonction des résultats obtenus et de l'implication permanente dans la démarche de progrès.

5 – SATISFACTION CLIENTS

Les clients représentent notre richesse ; ils sont notre raison d'être.

Leur satisfaction est l'aboutissement de tous les efforts déployés par l'ensemble des employés et de nos partenaires. Leur satisfaction est le meilleur garant de la pérennité de nos emplois.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 6/13

« LA QUALITE SE RECONNAIT QUAND ON LA VOIT »

CHARTRE SOCIALE DE LA SAS REVES DE MER (Extraits)

Depuis 2013, le Centre du Baly (22), le Centre Nature Bon Vent (29), la Maison de la Baie (29) et l'Auberge des Dunes (56) ont obtenu l'Ecolabel européen. Les objectifs de notre politique environnementale sont d'engager toute l'équipe à améliorer constamment ses performances environnementales.

Dans le cadre de cet engagement, il est convenu,

entre, d'une part, la Société Rêves de mer dont le siège social est sis 3 place de la mairie, 29890 PLOUNEOUR-BRIGNOGAN-PLAGES, représentée par Monsieur Pascal GOULAOUIC, son président, dûment habilité

et, d'autre part, Madame Roselyne MAZE, déléguée du personnel, dûment habilitée

l'établissement d'une charte sociale garantissant à l'ensemble du personnel au moins une prestation sociale.

Cette charte sociale prévoit :

- la mise à disposition gratuite de vêtements professionnels,
- une prise en charge de la mutuelle à hauteur de 50 % par la SAS Rêves de mer,
- des réductions de 50 % sur les activités Rêves de mer pour les salariés de l'entreprise et leurs enfants,
- un chèque cadeau de 50 € pour une naissance (personnel en CDI)
- un chèque cadeau de 100 € pour un mariage (personnel en CDI)
- des chèques cadeaux de 15 € pour les enfants du personnel
- la mise à disposition des œufs produits par les poules des centres dans le cadre de la démarche Ecolabel.

Cette charte peut être complétée annuellement lors des réunions des délégués du personnel.

Fait à Plounéour-Brignogan-Plages, le 24 novembre 2017

Le président
Mr Pascal GOULAOUIC

La déléguée du personnel
Mme Rozelyne MAZE

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 7/13

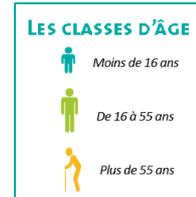
Annexe 4 - Touristes ayant pratiqué des activités nautiques durant leur séjour en Bretagne

Source CRT Bretagne : Extraits de « La fréquentation touristique en Bretagne en 2016 »



Foyer : familles (65%) / couples (25%)

Revenu du Foyer : 3 750 € net mensuel



Qui sont les pratiquants ? : Primo* (30%) – Régulier (34%) – Adeptes (41%)

* *Primo* : personne ayant pratiqué une activité nautique pour la première fois

Principales motivations des touristes dans le choix de la Bretagne comme destination	Principales motivations des touristes ayant pratiqué une activité nautique en Bretagne
<p><i>La nature, les paysages, le littoral</i> 69%</p> <p><i>Le patrimoine culturel et historique</i> 38%</p> <p><i>La découverte d'un nouvel endroit</i> 35%</p> <p><i>La visite à des parents, des amis</i> 28%</p> <p><i>Les attaches à la région</i> 27%</p> <p><i>Les plages</i> 27%</p> <p><i>La gastronomie</i> 19%</p> <p><i>La proximité du lieu de séjour</i> 18%</p> <p><i>L'opportunité d'un hébergement gratuit</i> 16%</p> <p><i>Le climat</i> 15%</p> <p><i>La diversité des activités proposées</i> 8%</p> <p><i>L'habitude</i> 8%</p> <p><i>Les activités nautiques</i> 6%</p> <p><i>La présence d'un évènement, d'un festival</i> 5%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paysage 2. Activités nautiques 3. Parents et amis 4. Plages 5. Attaches 6. Patrimoine 7. Hébergement gratuit 8. Découverte d'un nouvel endroit 9. Climat 10. Gastronomie 11. Proximité 12. Activités 13. Habitudes

Provenance des touristes : France 83%,	
Étranger 17%, dont :	
• Allemagne	15%
• Royaume-Uni	35%
• Belgique	13%
• Espagne	5%
• Italie	2%
• Pays-Bas	4%
• Suisse	8%

Fréquence de séjour	
• Primo	17%
• Plus de 5 ans	18%
• Régulièrement	22%
• Plusieurs fois par an	8%
• Tous les ans	12%
• Habitant	9%
• Pied à terre	13%

Revenus	
• Moins de 800 €	2%
• De 800 à 1200 €	3%
• De 1200 à 2000 €	12%
• De 2001 à 3000 €	25%
• De 3001 à 4000 €	27%
• De 4001 à 6000 €	22%
• Plus de 6000 €	9%

Durée des séjours	
• Plus de 2 semaines	8%
• Court séjour	35%
• 1 semaine	38%
• 2 semaines	19%

Hébergements : critères de choix	
• Localisation	79%
• Prix	58%
• Réservation en ligne	25%
• Décoration, style	21%
• Offre adaptée aux familles	21%
• Avis autres consommateurs	18%
• Piscine	16%
• Classement	13%
• Connection internet	11%
• Originalité	11%
• Respect de l'environnement	9%
• Label, marque	9%
• Animaux acceptés	8%
• Offre promotionnelle	7%
• Immersion dans la population	7%
• Par recommandation	7%

Mode d'hébergement	
• Locatif	24%
• Parents et amis	24%
• Camping	18%
• Résidence secondaire	12%
• Hôtel	8%
• Résidence de tourisme	4%
• Autre non marchand	2%
• Chambre d'hôtes	3%
• Village de vacances	3%



Annexe 5 - Le nautisme dans le séjour touristique

Dans la plupart des régions, les activités nautiques sont considérées comme un plus de l'offre de loisirs. Elles complètent avantageusement la palette touristique, composent une « touche » naturelle et sportive qui donne au territoire sa coloration. Une fois le visiteur rendu à destination, la tentation de pratiquer des activités nautiques peut se manifester. C'est plutôt à ce stade que le nautisme joue un rôle, en tant que loisir sportif pratiqué occasionnellement dans le cadre d'un séjour touristique. En fait, deux types de clientèles peuvent être distinguées : celle des passionnés de sports nautiques et le « grand public ». Pour les premiers, la pratique d'une activité nautique peut être la motivation principale du séjour et/ou un critère de choix de la destination. Quant au néophyte, il aura tendance à consommer lors de son séjour une prestation nautique (séance de voile, location d'un kayak) comme il le ferait de n'importe quelle autre activité touristique ou ludosportive (visite d'un site, promenade en vélo...). Les débutants représentent un réservoir de clientèle important que les professionnels de la filière ne peuvent négliger.

../..

Les offices de tourisme, à l'échelle des stations, ont également un rôle éminent à jouer pour favoriser le rapprochement entre l'offre nautique et la demande touristique. Or, ils ont longtemps négligé le nautisme, par méconnaissance du produit et par dépit face au manque de cohésion des prestataires. Ils doivent maintenant s'efforcer de mieux diffuser l'information sur les activités nautiques proposées localement et de faciliter les modalités d'accès à la pratique.

Ceci montre bien le rôle stratégique des acteurs institutionnels du tourisme, aux différentes échelles territoriales, vis-à-vis du secteur nautique. D'autres acteurs peuvent intervenir en ce sens, comme l'UCPA (Union nationale des centres de plein air). L'association dispose de l'agrément tourisme depuis 1992 et c'est l'un des rares grands prestataires associatifs nationaux proposant à ses adhérents-vacanciers un large panel d'activités nautiques (Dorvillé et Bouhaouala, 2006). Les acteurs privés doivent aussi être sensibilisés aux enjeux du nautisme (pour les prestataires touristiques) et du tourisme (pour les prestataires nautiques). Il n'est plus concevable que dans une même station, les hébergeurs ignorent l'offre nautique et qu'à l'inverse, les loueurs de bateaux méconnaissent celle des hébergements. Le manque de culture touristique chez les uns et nautique chez les autres pénalise l'ensemble des acteurs économiques. Il revient aux responsables territoriaux de plaider en faveur d'un véritable tourisme nautique, à l'image de ce qui se fait au sein du réseau « France station nautique » (34 stations labellisées en France en 2015), regroupant les acteurs nautiques, touristiques et institutionnels locaux.

Source : BERNARD Nicolas. Nautisme et tourisme : une convergence au bénéfice des territoires. Études caribéennes mises en ligne le 15 avril 2017.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 10/13

Annexe 6 - Tendances. L'enterrement de vie de célibataire change

Les pratiques évoluent : « adieu blagues potaches et déguisements osés, bonjour expériences à partager, toujours sexuées ! ».

Une pratique récente...

Si le nombre de mariages est en recul, les enterrements de vie de célibataire vont bon train. Selon une récente enquête, plus de 70 % des moins de 30 ans enterrent leur vie de célibataire. **« Ce sont des pratiques nouvelles, venues des pays anglo-saxons. Elles sont apparues à la fin des années 1980 et se sont répandues en France dans les années 1990, retrace Florence Maillouchon, sociologue. Depuis les années 2000, le nombre d'enterrements de vie de garçon (EVG) a augmenté et les enterrements de vie de jeunes filles (EVJF) les ont rattrapés. »**

...qui continue d'évoluer

Pourtant, la nouvelle génération est persuadée qu'il s'agit d'une tradition. **« Tradition qu'elle a en partie inventée et fait évoluer, s'amuse l'auteure de *La passion du mariage* (Puf). D'ailleurs, le terme « enterrement de vie de célibataire » ne convient plus. Ces jeunes vivent souvent ensemble avant de passer devant le maire. Donc l'idée que cette fête sonne la fin du célibat et de la sociabilité associée est fautive ».**

Moins trash

À la fin des années 1990, la fête se transforme. Les femmes imitent les pratiques des hommes. **« Les EVJF riment alors avec blagues potaches, jeux à connotation sexuelle et consommation d'alcool dans l'espace public »,** décrit Florence Maillouchon. Aujourd'hui, ce type d'EVJF n'a pas totalement disparu. Mais nombre de jeunes femmes se tournent vers des choses **« moins trash »**. Ateliers cosmétiques, cours de cuisine...

Au risque de s'enfermer dans des activités sexuées ? **« Le regard des autres est encore important, observe la sociologue, soulignant une forme de conservatisme aveugle. Un atelier pose de vernis est moins risqué qu'un après-midi karting. »**

Un marché en pleine expansion

D'autres offres émergent. À Rennes, Aurore Pouget, du blog *Rennes des bons plans*, édite sa 4^e édition du guide *Bons plans EVJF*. À l'intérieur, des propositions plus consensuelles, mais aussi des activités comme le karting ou le bubble foot dans une bulle gonflable.

Les EVG et EVJF nourrissent tout un business. Certains en ont profité pour adapter leur offre (dégustation, visite, shooting...) à ce public en quête d'expériences **« originales »**. C'est le cas du site *Crazy-Voyages*, **« spécialiste des voyages festifs entre amis »**. En 2010, *Crazy-EVG* est lancé, suivi de *Crazy-EVJF*. À l'époque, le chiffre d'affaires de la société s'élevait à 80 000 €. En 2016, il est de 5,5 millions d'euros... Preuve que ce marché a de beaux jours devant lui.

Source : Ouest France – Charlotte Hervot – 26 octobre 2017

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 11/13

Annexe 7 - Eléments relatifs au week-end enterrement vie de garçon

Programme du week-end

Samedi 6 juillet

10H00 Arrivée et installation à l'Ecolo'tipi
10H30 Char à voile (1H)
Déjeuner à l'Ecolo'tipi
15H00 Battle Archery
16H30 Stand-up paddle géant
18H30 Apéritif au centre de glisse
20H30 Dîner à l'Ecolo Tipi
Soirée dans la salle de détente/bar
Nuit à l'Ecolo Tipi

Dimanche 7 juillet

Petit déjeuner
Départ des participants

PRESTATIONS CATALOGUE :

Centre de Glisse Kermor B3 (Plounéour Trez) :

Séances	Durée	Tarifs 2019
Char à voile	1H	25 €/personne
	2H	40 €/personne
Stand-up paddle géant (4 à 8 personnes par paddle)	1 H	100 €/paddle
Battle Archery*	1 H	15 €/personne

* Battle Archery est une activité combinant le paint ball et le tir à l'arc. Deux équipes s'affrontent pour être la première à toucher tous les centres de la cible de l'adversaire, tout en essayant de toucher les autres joueurs avec les flèches à embout « mousse ».

PRESTATION HORS CATALOGUE :

Centre d'hébergement Ecolo'tipi (Plounéour Trez) :

Tarifs 2019 Ecolo Tipi par nuit et par personne	Juillet	Août
Formule sans restauration	22,60 €	21,40 €
Formule en pension complète	35,20 €	33,90 €

- Location de la salle détente/bar 60 m² - 25/30 pers : 24h00 de 14h00 à 14h00. Tarif : 255 €
- Organisation d'un apéritif au centre de glisse : 150 €
- Une commission de 8% accordée au prestataire.
- Taxe de séjour : 0,44 € par nuit et par personne à régler sur place

Le camp Ecolo'tipi est situé à 600m de la plage. Il est composé d'un espace tipi et d'un espace tente « trappeur » mi - toile mi - bois. Sur 3600m², dans un terrain clos et aménagé avec locaux d'hébergement et de restauration attenants, ainsi que de nombreuses aires d'activités (foot, ping - pong, volley, multi - sports).

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 12/13

Annexe 8 : Extrait des conditions générales de vente – groupes – Rêves de mer

L'organisation de séjours est encadrée par le décret d'application N°94-490 du 15 juin 1994.

La société Rêves de mer. Rêves de mer, Réseau Européen de Vacances d'Education et de Sports de Mer est une SAS, elle a pour but de promouvoir toutes les activités de plein air en milieu marin et rural. Elle est agréée par le Ministère de la Jeunesse et des Sports et par l'Inspection Académique.

Définition d'un groupe. Les tarifs groupes sont consentis à partir de 15 personnes au minimum. Pour les activités sportives, ce chiffre peut être abaissé à 8 personnes.

Modalités de réservation. Tout séjour ou programmation donne lieu à l'établissement d'un contrat de réservation (en 2 exemplaires). Ceux-ci définissent les tarifs et prestations souscrites, les effectifs, les modalités de paiement, les conditions d'annulation. Ils doivent être retournés dans les délais impartis, dûment signés et constituent un engagement réciproque. La réservation est effective à réception de la convention signée accompagnée de l'acompte. La liste des éventuels organismes payeurs, doit nous être communiquée à la signature du contrat.

Tarifs. Les tarifs sont exprimés TTC. Gratuité pour les groupes : sauf disposition particulière, il n'y a pas de gratuité dans le cadre des activités et animations. En revanche, pour les classes de découverte, il est prévu deux gratuités adultes à partir de 20 personnes payantes (selon les obligations légales). Sauf mention contraire, la taxe de séjour vient en supplément.

Opérations promotionnelles : Rêves de Mer se réserve le droit d'organiser des opérations promotionnelles, les tarifs appliqués sont valables uniquement selon les conditions de vente particulières liées à ces opérations.

Les variations de taux de TVA ou la création de nouvelles taxes peuvent amener Rêves de Mer à modifier le montant des séjours sans préavis.

Modalités de paiement. Sauf précisions contraires, le règlement du séjour se fait par versements d'acomptes successifs : 30% à la réservation, 50% avant le séjour et 20% à réception de la facture. Sur demande, chaque acompte fait l'objet d'un reçu qui est adressé au client.

Le règlement doit être effectué soit par chèque à l'ordre de Rêves de Mer ou soit par virement bancaire sur le compte bancaire Rêves de Mer.

Après réception de la facture, tout retard de paiement de plus de 30 jours implique des pénalités de retard (taux de 15% par an), sauf si un échancier est fixé au préalable.

Chèques Vacances : Rêves de mer est agréée ANCV : vous pouvez donc régler tout ou partie du séjour en chèques vacances.

Modifications.

Conditions de modification ou d'annulation du fait de l'acheteur

Annulation totale : elle doit se faire par courrier écrit recommandé.

a) désistement plus de 90 jours avant le début du séjour : les frais d'annulation correspondent à 30% du prix du séjour.

b) désistement plus de 60 jours avant le début du séjour : les frais d'annulation correspondent à 40% du prix du séjour.

c) désistement plus de 45 jours avant le début du séjour : les frais d'annulation correspondent à 50% du prix du séjour.

d) désistement plus de 30 jours avant le début du séjour : les frais d'annulation correspondent à 75% du prix du séjour.

e) désistement moins de 30 jours avant le début du séjour : les frais d'annulation correspondent à 100% du prix du séjour.

Annulation partielle : diminution du nombre de participants

Les conditions ci-dessus s'appliquent également pour une annulation partielle. Toute modification d'effectif doit nous être signalée dans les meilleurs délais par écrit. Afin d'éviter les abus, la facture à régler prend en compte l'effectif prévu sur la convention. Les baisses d'effectifs en cours de prestation ne sont pas prises en compte.

Une tolérance de diminution d'effectif, à hauteur maximale de 10% de l'effectif prévu, pourra être précisée lors de la signature du contrat.

Un séjour écourté est considéré comme une annulation partielle. Dans le cas de tarifs établis sous forme de forfaits, les prix sont calculés sur la base du nombre de participants indiqué sur le contrat de réservation. Ces forfaits sont donc révisables en fonction du nombre effectif de participants.

Conditions de modification ou d'annulation du fait du vendeur :

Rêves de Mer peut être amenée à modifier ou à annuler un séjour ou une activité en cas d'événements extérieurs indépendants de sa volonté.

Lorsque qu'avant le départ, le respect d'un élément majeur du contrat est rendu impossible par suite d'un événement extérieur, nous vous aviserons en vous informant que vous disposerez alors de la faculté de résilier le contrat ou d'accepter les modifications que nous vous proposerons. Vous devrez alors nous faire connaître votre choix sous 48 heures. Dans l'hypothèse où vous décideriez de résilier le contrat, vous aurez droit, sans supporter de pénalités ou de frais, au remboursement de la totalité des sommes que vous aurez versées.

Modification des programmes : nous pourrions en cas de force majeure, de conditions climatiques, de problèmes de sécurité ou de cas fortuit, nous trouver dans l'obligation de modifier totalement ou partiellement nos prestations, de fermer un équipement etc...

Dans ces différentes éventualités, nous vous proposerons des prestations en remplacement de celles qui ne sont pas fournies ou une indemnisation forfaitaire à 50% du montant de la prestation prévue.

Assurances.

Responsabilité : nous vous conseillons d'être assurés en responsabilité (dommages corporels ou matériels) et garantie vol.

Notre police d'assurance couvre notre seule responsabilité de société conformément à la loi 92.645 du 13 juillet 1992. Elle couvre les risques liés aux activités, à l'hébergement et à la restauration (notamment les risques d'intoxication alimentaire ou d'empoisonnement).

Le contrat est souscrit à Generali RC N° AP382574.

Toutefois Rêves de Mer sera exonérée de tout ou partie de sa responsabilité dans les cas où l'inexécution ou la mauvaise exécution du contrat est imputable soit à l'acheteur, soit au fait imprévisible et insurmontable d'un tiers étranger à la fourniture des prestations prévues au contrat ou en cas de force majeure. Dans l'hypothèse où l'un des participants occasionne des dommages corporels ou matériels, sa responsabilité civile pourra être recherchée en vue d'un dédommagement.

Assurance char à voile : voir les conditions particulières du contrat.

Assurance annulation avant le séjour : vous avez la possibilité de souscrire auprès de notre service groupes une assurance annulation MAIF pour un montant de 3,20 % du montant TTC du séjour + 5,95€ de frais de dossier. Une information spécifique est disponible sur demande.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2019
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT-NC	Page 13/13