

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR TOURISME

Épreuve E4 : ÉLABORATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Sous-épreuve U42 : PRODUCTION D'UNE PRESTATION TOURISTIQUE

SESSION 2014

DUREE : 4 HEURES

COEFFICIENT : 4

Matériel autorisé :

L'usage de la calculatrice est autorisé.

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. (Circulaire n°99-186, du 16/11/1999)

Tout autre matériel est interdit.

***Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Ce sujet comporte 14 pages numérotées de 1/14 à 14/14.***

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 2014
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page : 1/14

MAESTRIA EVENTS

Maestria Events est une agence événementielle située au cœur de la ville d'Annecy, 33 avenue de Genève – 74000 Annecy.

Elle a été créée en 1998 par Christine Martin, native d'Annecy, qui a travaillé auparavant dans une agence de communication. De ce fait, elle possède une parfaite connaissance du territoire, un bon réseau de partenaires et une expertise logistique reconnue.

Cette agence est spécialisée dans l'organisation de voyages et d'événements des entreprises locales, régionales mais également nationales voire internationales... Elle compte notamment Lafuma, Pilot, Salomon, EDF... parmi son portefeuille clients.

Elle organise tout ou partie des événements professionnels de type séminaires, salons, congrès : transferts et transport sur place, réservation de l'hébergement et des espaces de réunion, création de circuits spécifiques, mise en place d'activités sportives ou ludiques, soirées avec artistes et animations dans des lieux originaux, insolites, au bord du lac ou en station de ski.

Son cœur de cible est la clientèle affaires mais elle travaille aussi avec une clientèle individuelle lors de l'organisation de mariages, baptêmes, anniversaires.

Madame Martin vous charge des dossiers ci-dessous.

DOSSIER 1 – LE MONTAGE DU PRODUIT SUR-MESURE « ARCHIBRU FÊTE SES 10 ANS » **(30 points)**

L'office de tourisme d'Annecy a transmis à l'ensemble des agences réceptives anneciennes la demande d'un cabinet d'architectes de Bruxelles qui souhaite organiser un événement pour fêter les 10 ans de sa création.

1.1 Présentez les principaux éléments du cahier des charges figurant dans le courriel du cabinet d'Archibru.

1.2 Réalisez le tableau synoptique du produit.

1.3 Déterminez le prix de vente TTC par personne en présentant vos calculs dans un tableau (en distinguant les coûts individuels et coûts collectifs avant de déterminer le coût de revient individuel). Vous appliquerez un taux de marge de 10% HT et un taux de TVA de 19,6%.

1.4 Comparez le prix de vente au budget imposé : qu'en concluez-vous ?

1.5 Proposez trois actions qui vous permettraient de respecter le budget imposé.

DOSSIER 2 – LA COMMERCIALISATION DU PRODUIT « ARCHIBRU FÊTE SES 10 ANS » **(20 points)**

Vous répondez à la demande du cabinet bruxellois.

2.1 Rédigez le mail de réponse que vous allez lui envoyer sans oublier de valoriser l'entreprise Maestria Events.

2.2 Quels documents allez-vous joindre à votre courriel ?

2.3 Dans le cas où l'offre serait acceptée par le cabinet d'architectes, citez cinq éléments devant obligatoirement figurer au contrat de vente pour qu'il soit conforme à la loi.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2014
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page : 2/14

DOSSIER 3 – LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITE « INCENTIVE » DE L'AGENCE MAESTRIA EVENTS (30 points)

Maestria Events a récemment répondu à plusieurs demandes de devis similaires à celle d'Archibru. Elle s'interroge donc sur l'opportunité de renforcer sa ligne de produits « incentives » dans son portefeuille.

3.1 À partir des annexes 3, 4 et 5, résumez les informations liées au produit « incentive », à son prix et à sa communication.

3.2 Présentez vos préconisations sur ces mêmes items qui permettront à Maestria Events de répondre aux attentes des clients.

Dans cette perspective, Madame Martin a décidé d'embaucher un nouveau collaborateur et vous charge de préparer le recrutement d'un assistant chef de projet.

3.3 Proposez à Madame Martin trois modes possibles de recrutement qu'elle pourrait utiliser.

3.4 Rédigez le contenu de l'annonce en vous appuyant sur la fiche métier et le témoignage proposés en annexe 6.

3.5 Proposez deux types de contrats que l'agence peut envisager pour réaliser ce recrutement. Justifiez votre réponse.

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE 1	COURRIEL TRANSMIS PAR L'OFFICE DE TOURISME D'ANNECY	Page 5
ANNEXE 2	ÉLÉMENTS DE COTATION	Pages 6 à 8
ANNEXE 3	LE TOURISME D'AFFAIRES À ANNECY	Page 9
ANNEXE 4	ENQUÊTE ET RESULTATS SUR LES PRATIQUES DES TOURISTES D'AFFAIRES À ANNECY	Pages 10 à 12
ANNEXE 5	LES PRATIQUES DES COMMANDITAIRES DE RÉUNIONS PROFESSIONNELLES	Page 13
ANNEXE 6	EXTRAITS DE LA FICHE MÉTIER ASSISTANT CHEF DE PROJET TOURISME D'AFFAIRES	Page 14

ANNEXE 1

COURRIEL TRANSMIS PAR L'OFFICE DE TOURISME D'ANNECY

Ce courriel a été transmis par l'office de tourisme d'Annecy à l'ensemble des agences événementielles et réceptives anneciennes. Il a été reçu par l'agence Maestria Events le 2 septembre 2013.

À...	Liste de diffusion "agences événementielles et réceptives d'Annecy"
Cc...	Monsieur Gravier
Objet :	Organisation d'un événement professionnel pour un groupe de 15 architectes bruxellois

Chers partenaires,
J'ai le plaisir de vous transmettre le courriel que nous venons de recevoir d'une entreprise belge. En espérant que vous pourrez y donner satisfaction.

Meilleures salutations,

Armelle GAUTHIER

Directrice de l'office de tourisme du lac d'Annecy



Chère Madame GAUTHIER,

La société ARCHIBRU fait appel à vos relations pour assurer l'organisation des 10 ans de création de l'entreprise.

Cet événement, unique, se déroulera du lundi 16 au 18 juin 2014, soit 3 jours et 2 nuits.

La prise en charge de l'ensemble du personnel de l'entreprise, soit 14 salariés et de son directeur, Monsieur Gravier, doit être envisagée. En effet, ce dernier, natif de la Haute-Savoie, souhaite faire de cet anniversaire, un moment inoubliable pour ses collaborateurs, au cours duquel il pourra faire découvrir sa région d'origine qui lui est chère.

Cet événement devra donc comprendre :

- une demi-journée de travail en fin de séjour axée essentiellement sur le bilan et la présentation de la stratégie de l'année à venir
- une visite-découverte de la ville d'Annecy axée sur le patrimoine culturel, compte tenu du profil de nos collaborateurs
- des activités périphériques de loisirs

Monsieur Gravier souhaite que le séjour se déroule dans un établissement haut de gamme afin de marquer les esprits. Il a pensé à l'Impérial Palace à Annecy. Les salariés séjourneront dans des chambres individuelles avec vue sur le lac. L'acheminement en avion du groupe devra être budgété depuis l'aéroport de Bruxelles en début de matinée le lundi afin de profiter pleinement de la 1^{ère} journée. Il a également pensé à un dîner-croisière sur le lac d'Annecy.

Le programme devra inclure une excursion sur une journée à Chamonix. Tous les repas devront être compris.

Pour cet événement exceptionnel, Monsieur Gravier a dégagé un budget exceptionnel de 25 000€.

Les offres doivent être reçues par notre société au plus tard à 18 heures, le mardi 31 décembre 2013.

Merci d'adresser votre proposition à l'adresse suivante : Madame Clémentine Dupont – chemin des allées Fleuries 11 – 1000 Bruxelles – Belgique ou par mail c.dupont@archibru.be

Cordialement,
Clémentine Dupont
Assistante de direction

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2014
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page : 5/14

ÉLÉMENTS DE COTATION

Données chiffrées fictives



HÉBERGEMENT A L'HOTEL IMPERIAL PALACE****

L'Impérial Palace * * * * *

A moins de 30 min de l'Aéroport International de Genève, L'Impérial Palace (hôtel**** - Casino - Centre de Congrès) est situé dans un superbe parc boisé, sur les rives du lac le plus pur d'Europe. Il propose 99 chambres et suites climatisées, 3 restaurants et bars, de grandes terrasses face au lac, 1 centre de beauté & fitness, 1 spa partenaire à quelques minutes de l'hôtel, 1 casino avec machines à sous, 21 salles de conférences & banquets, pour vous assurer un séjour d'exception entre lac et montagnes.

L'Impérial Palace est à environ 10 minutes à pied de la charmante vieille ville d'Annecy et de l'office de tourisme.

Ouvert Toute l'année

COORDONNEES

Allée de l'Impérial - Quartier Imperial - 74000 Annecy

Tel : 04 50 09 30 00 Fax : 04 50 09 33 33

reservation@hotel-imperial-palace.com

www.hotel-imperial-palace.com

Nombre de chambres : 99

Nombre de chambres pour personne à mobilité réduite : 4

Chambres avec vue sur le lac : 80

Distance du lac (en mètres) : 100

Nom du restaurant : La Voile et La Rotonde autour du monde

Accueil groupes : De 10 à 600 personnes

INFORMATIONS GENERALES

Tarifs négociés Impérial Palace, en euros :

		Basse saison ¹	Haute saison
Chambre vue parc	Prix par pax base chambre double	135,00	155,00
	Supplément single	91,00	101,00
Chambre vue lac	Prix par pax base chambre double	165,00	195,00
	Supplément single	105,00	135,00
Appartements/suites	Executive suite	450,00	520,00
	Suite du lac	675,00	775,00
	Suite des Terrasses du Ciel	875,00	975,00
Petit déjeuner	Buffet ou servi en chambre (tarif par pax)	22,00	22,00

Tarifs négociés au restaurant La Voile de l'Impérial Palace (3 fourchettes au guide Michelin 2013) :

LE DÉJEUNER D'AFFAIRES 29,90 €

12h - 14h30 du lundi au vendredi

entrée, plat, dessert, ½ bouteille d'eau minérale

LE DINER AFFAIRES 35,00€

19h - 23h00 du lundi au vendredi

entrée, plat, dessert, ½ bouteille d'eau minérale

Tarifs nets TTC négociés location du salon prestige :

½ journée : 750,00 euros

Journée : 1500,00 euros

Pause/collation : pause gourmande (viennoiseries le matin ou gâteaux maison l'après-midi) : 7,00€/personne/pause, services uniquement dans le cadre de la réservation de la salle de réunion

¹ Basse saison du 1^{er} novembre au 31 mars

Source : d'après le site internet de l'office de tourisme d'Annecy

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2014
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page : 6/14

PRESTATIONS INCENTIVES ET TEAMBUILDING – MAESTRIA EVENTS



Rallye découverte de la vieille ville d'Annecy

Lieu : centre-ville d'Annecy (à proximité de l'hôtel)

Départ de l'office de tourisme d'Annecy

Durée de l'activité : 2 heures

Ce rallye pédestre au cœur de la vieille ville d'Annecy vous permettra de **découvrir l'histoire et le charme du centre-ville historique.**

Marche, énigmes, épreuves, humour et surprises vous feront passer une demi-journée inoubliable !

Sur ce parcours de la vieille ville, vous tenterez de résoudre des énigmes à l'aide d'une carte, d'un road-book et d'affronter les épreuves des guides que vous rencontrerez. Nous vous avons préparé un superbe itinéraire, ludique et varié, à travers la vieille ville d'Annecy.

Véritable chasse au trésor dans la ville, vous passerez un moment inoubliable dans la "petite Venise des Alpes".

Tarifs nets TTC: **150€ groupe de 10 à 20 personnes**
 250€ groupe de 21 à 30 personnes

350€ groupe de 31 à 40 personnes
Au-delà nous consulter



Expérience glacier

Lieu : Chamonix (101 km d'Annecy soit 1h30 en autocar)

Durée de l'activité : journée

Incentive sur le thème du développement durable et sensibilisation aux gestes éco-durables sur le 2^{ème} plus grand glacier des Alpes, culminant à plus de 2100 mètres d'altitude.

Encadrés par un glaciologue durant toute une journée, vous découvrirez tous les secrets d'un glacier, ses avancées dans la vallée, ses retraits et constaterez les conséquences néfastes de la pollution sur ces blocs de glace en perpétuelle mouvance.

Programme de la journée :

Départ vers les sommets en train et télécabines

Observation des glaciers avec un glaciologue

Déjeuner dans un refuge

Initiation à l'alpinisme sur un mur de glace avec un moniteur diplômé

Cocktail à 18 heures



Coût par personne : 135,00€ nets TTC

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2014
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page : 7/14

ANNEXE 2 (suite)

Vols A/R Brussel Airlines – tarifs flex economy

Itinéraire

Vol	De	à	Date			Durée	Service
 SN2713	Bruxelles (BRU) Belgique	Genève (GVA) Suisse	16/06	08:50	10:05	1h15	b.flex economy+
 SN2722	Genève (GVA) Suisse	Bruxelles (BRU) Belgique	18/06	18:50	20:05	1h15	b.flex economy+

Prix net par personne TTC : 498,70€ dont taxes aériennes : 45,70€

Billet modifiable et échangeable

Tarif négocié : 10% de réduction sur chaque billet

Source : d'après le site internet de Brussel Airlines

LES TRANSFERTS ET TRANSPORT EN AUTOCAR GRAND TOURISME TOUT CONFORT

TRAJETS	Jusqu'à 15 PAX	De 16 à 50 PAX
Aéroport Genève/Impérial par sens – 45 minutes	23,50	17,50
Trajet ½ journée avec 150 kilomètres inclus	26,50	22,00
Trajet journée avec 300 kilomètres inclus	31,00	26,50
Km supplémentaire	1,00	1,00

Les prix nets TTC sont indiqués par personne et en euros.

LES BATEAUX CROISIERE ANNECY

Tarifs Groupes Bateau-Restaurant MS LIBELLULE

Horaires :

Déjeuner Croisière : 55,90 €

Embarquement : 12h00
Navigation de 12h30 à 14h30

Dîner Dansant Croisière : 59,10 €

Embarquement : 20h00
Navigation de 20h30 à 22h30
Soirée Dansante jusqu'à 00h30

COMPAGNIE DES BATEAUX DU LAC D'ANNECY

Service Réservations : 2 Place aux Bois - 74000 ANNECY - Tél. : 04 50 51 08 40 - Fax : 04 50 51 80 94
Site Web : www.annecy-croisieres.com - Courriel : info@annecy-croisieres.com

Conditions particulières de vente :

1 gratuité par tranche de 10 payants

Départ à proximité de l'hôtel l'Impérial

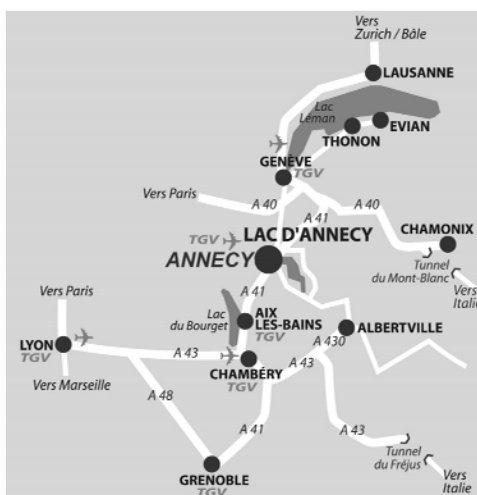
Source : d'après le site internet des bateaux-croisières à Annecy

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2014
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page : 8/14

LE TOURISME D'AFFAIRES À ANNECY

Une situation exceptionnelle, favorable au tourisme d'affaires

Au cœur de la région Rhône-Alpes, à deux pas de la Suisse et de l'Italie, l'agglomération annécienne bénéficie d'une bonne accessibilité. En effet, l'autoroute permet de rejoindre Lyon et Grenoble en 1h30, et Genève en 40 minutes. L'aéroport de Genève lui permet aussi une bonne ouverture internationale. Cette situation géographique privilégiée, associée à une économie dynamique et des attraits naturels et culturels reconnus, lui permettent d'offrir aux congressistes un cadre d'exception et de répondre aux attentes d'un marché haut de gamme.



Annecy, une destination prisée par les congressistes

Au cours des trois dernières années, notre agglomération a accueilli plus de 120 manifestations issues de secteurs d'activités économiques très diversifiés :

- Médical, pharmacie, chimie ;
- Finance, banque, assurances ;
- Communication, édition, médias ;
- Informatique, bureautique, NTIC ;
- Associations, syndicats professionnels, fédérations ;
- Agro-alimentaire, commerce, distribution.

Ainsi, le tourisme d'affaires, toutes activités confondues (visiteurs d'entreprises, séminaires, congrès, expositions) génère actuellement un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros au profit de l'activité commerciale et hôtelière de l'agglomération et tout particulièrement du centre-ville d'Annecy

Une concurrence hétérogène

Au sein de la région Rhône-Alpes, **l'agglomération annécienne est aujourd'hui la deuxième destination la plus sollicitée pour l'accueil de congrès**, après Lyon. Sans prétendre rivaliser avec Lyon ou Genève, qui se positionnent sur de très grandes manifestations de renommée internationale et disposent de capacités d'accueil très importantes, l'agglomération annécienne capitalise cependant sur la qualité d'image associée à la ville d'Annecy et aux rives du lac.

Cette qualité lui permet aujourd'hui de figurer parmi les destinations recherchées pour certains types de manifestations « haut de gamme » et la distingue en cela d'autres centres de congrès d'échelle régionale.

Source : site internet de l'agglomération d'Annecy

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2014
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page : 9/14

ANNEXE 4

ENQUÊTE ET RÉSULTATS SUR LES PRATIQUES DES TOURISTES D'AFFAIRES À ANNECY

Cette enquête a été réalisée, par l'office de tourisme d'Annecy, entre janvier et novembre 2012, auprès d'un échantillon de 864 touristes d'affaires dans la ville d'Annecy.

Partie I - Vos habitudes en matière d'événement de type incentive

1) A combien d'événements de type incentive avez-vous participé en 2011 ?

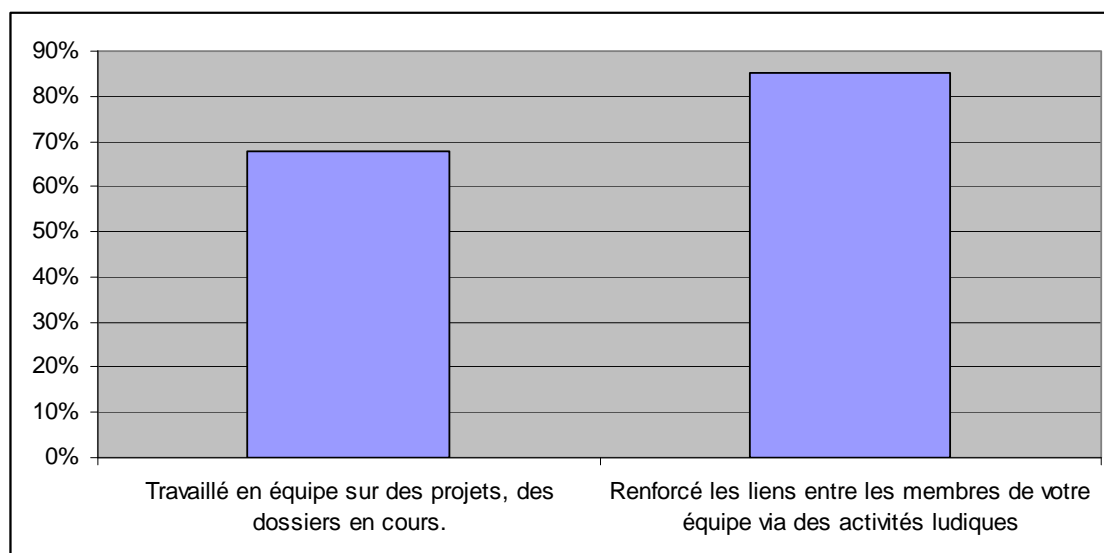
Nombre d'événements	0	1	2	3 et plus
Réponses	3%	55%	40%	2%

Les questions suivantes ont été posées aux individus ayant participé à au moins un événement de type incentive.

2) Quelle a été la durée moyenne de ces événements de type incentive ?

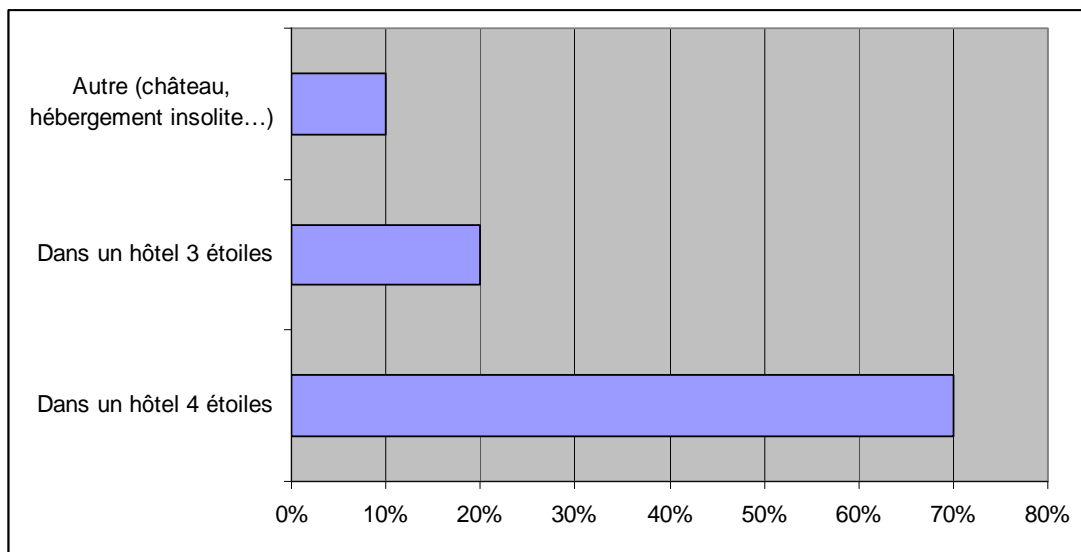
Durée de l'incentive	1 jour	2 jours	3 jours et plus
Réponses	60%	31%	9%

3) Durant la plupart de ces événements de type incentive, vous avez surtout (2 réponses possibles) :

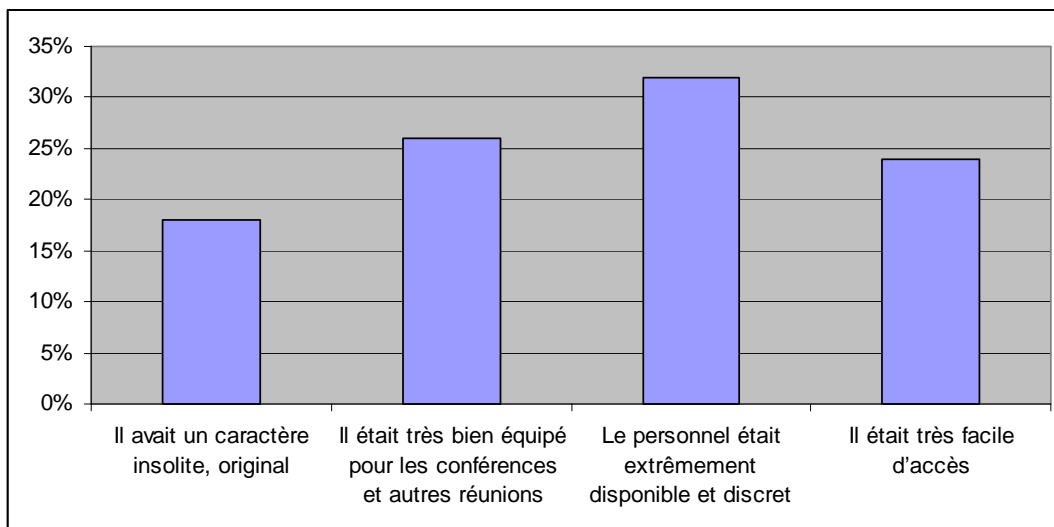


ANNEXE 4 (suite)

4) Dans quel type d'hébergement avez-vous séjourné ?



5) Qu'avez-vous surtout apprécié dans votre hébergement ? (question ouverte)



Partie II - Vos attentes

6) En matière d'événementiel d'entreprise (incentive), quelles sont vos attentes (3 réponses) ?

L'ajustement du programme face aux imprévus	89%
Une organisation prise en charge par des professionnels de l'évènementiel	60%
Une restauration de bonne qualité	50%
Une mise à disposition de matériel	54%
Un programme accordant une juste place aux activités périphériques/loisirs	70%

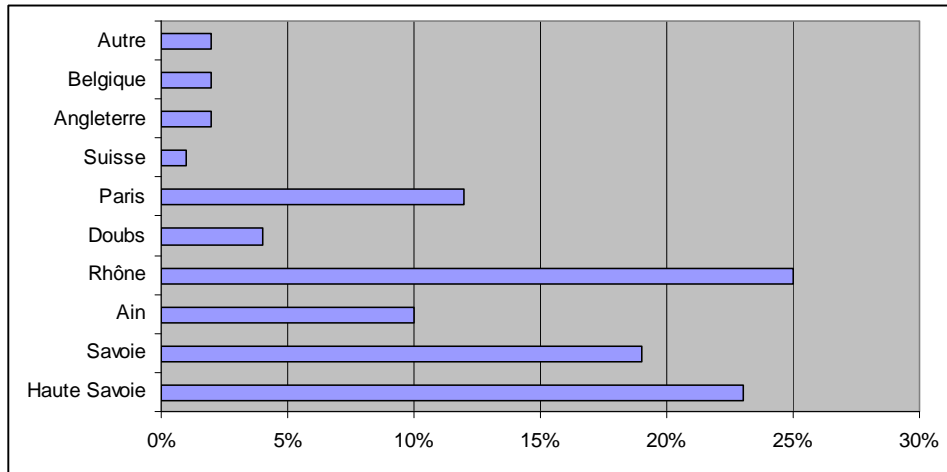
ANNEXE 4 (suite)

Partie III - Votre entreprise

7) Qui choisit le lieu de vos événements d'entreprise (incentive et séminaire) ?

Personne qui choisit le lieu	Le directeur du service	Le responsable des ressources humaines	Le dirigeant de l'entreprise
Réponses	8%	24%	68%

8) D'où venez-vous?

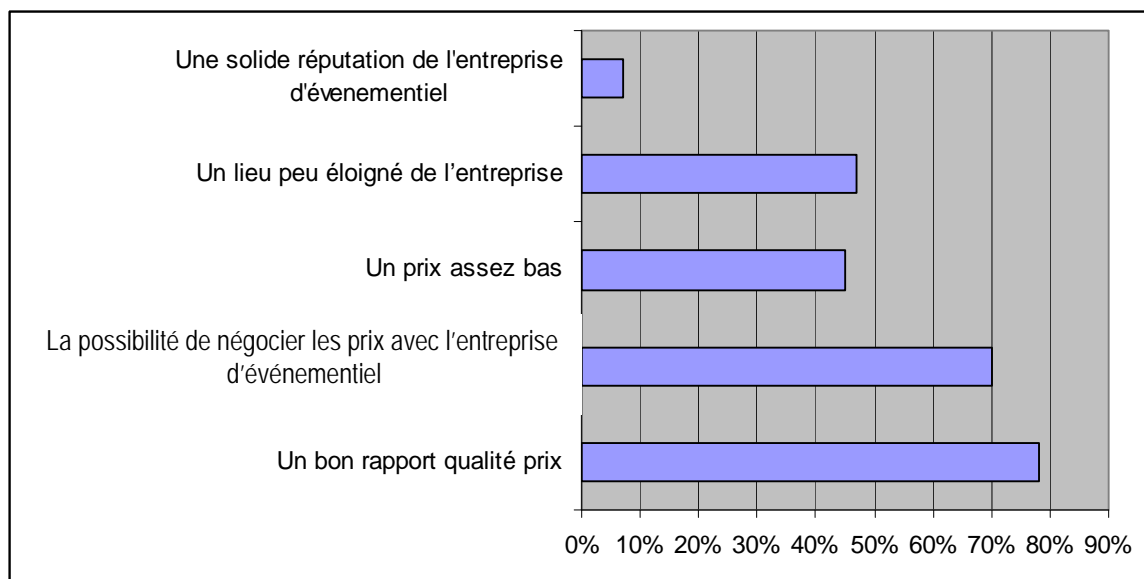


Partie IV - Questions pour les décideurs d'événement

9) Comment avez-vous connu le lieu choisi à Annecy ?

Connaissance du lieu	Presse professionnelle	Site internet/moteur de recherche	Actions de communication de l'office de tourisme	Actions de communication des professionnels de l'événementiel	Bouche à oreille
Réponses	4%	10%	13%	18%	55%

10) Quels sont les critères principaux pour effectuer votre choix ? (question ouverte)



LES PRATIQUES DES COMMANDITAIRES DE RÉUNIONS PROFESSIONNELLES

Tout savoir sur la demande des commanditaires de réunions professionnelles

Coach Omnium réalise pour la 21^e année cette étude conjoncturelle sur **l'évolution de la demande sur le marché du tourisme d'affaires de groupes** (séminaires, conventions, congrès, incentive), appelé aussi « MICE ». L'intérêt de ce rendez-vous annuel est, justement, de pouvoir suivre, année après année, l'évolution de la demande et les changements de comportements des clients du tourisme d'affaires. Si l'on y retrouve des tendances devenues plus ou moins habituelles depuis ces dernières années, la grande question posée est bien sûr : « *où en est-on face à la crise économique débutée en 2008 ?* », avec quelles conséquences en termes de comportements d'achat. En guise de réponse, c'est la montagne russe où toute prévision conjoncturelle est désormais totalement impossible à établir, sans se tromper ou sans mentir. Cette année 2012 nous a donné une fois de plus la preuve du manque de visibilité et d'une demande hésitante, avec un nouvel effondrement de la demande — **-4,9 % de dépenses des entreprises françaises et étrangères établies en France par rapport à 2011** —, après un regain progressif en 2010 et 2011 et beaucoup d'espoir, à présent déçu. Et nous sommes encore loin de retrouver les niveaux d'activité en matière de MICE d'avant l'an 2000.

Ce passage dans la crise a installé de nouvelles pratiques, devenues presque des habitudes, dans les entreprises. Cela les a conduit à chercher à faire des économies, même quand cela n'est pas strictement nécessaire. Cela se résume à négocier les prix ou l'obtention de prestations offertes, à choisir des offres moins chères, à supprimer des activités périphériques, à réduire la durée des manifestations comme les distances, etc. Le poids de l'image continue également de jouer dans la plupart des entreprises qui commandent des réunions professionnelles. Le prix ou le budget ne sont plus les critères de choix parmi les plus importants d'un lieu ou d'un prestataire. L'on fait attention à la cohérence entre les manifestations et les messages d'austérité et de rigueur que les entreprises communiquent. On évite le bling-bling et l'ostentatoire, même si les prix obtenus après négociation sont très accessibles. Exit les palaces et les destinations trop chics pour la plupart des secteurs d'activité.

Quoi qu'il en soit, il faut se rappeler que **les entreprises, même en période de crise, ont besoin de réunir leurs troupes**, leurs revendeurs, leurs concessionnaires, leurs clients. Les séminaires et conventions sont faits pour cela et il est difficile de les remplacer par d'autres moyens. Les gens ont besoin de se voir, en réel. On peut donc penser — sans que cela ne soit une prédiction — que les entreprises vont maintenir grosso modo l'organisation de manifestations et que la demande va au moins se stabiliser. Sauf nouvelle crise ou grands événements gênant la tenue de réunions professionnelles... Et ce même si la préoccupation à faire des économies influe grandement sur les commandes de réunions professionnelles.

Savez-vous, par exemple, que...

- *La durée moyenne des réunions professionnelles résidentielles est passée en 15 ans de 3 à 2 journées.*
- *Ce sont majoritairement les hôtels 3 et 4 étoiles qui sont les premiers lieux de séminaires choisis.*
- *Presque 1 commanditaire de manifestations sur 2 inclut également des activités périphériques de loisirs, contre 3 sur 4 jusqu'en 2009.*
- *Près de 70 % de la demande française (entreprises françaises et étrangères) se décide en région parisienne.*
- *Près de 9 collaborateurs sur 10 sont toujours aussi enthousiastes d'aller en séminaire/convention.*

Source : Coach Omnium

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2014
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page : 13/14

ANNEXE 6

EXTRAITS DE LA FICHE MÉTIER ASSISTANT CHEF DE PROJET TOURISME D'AFFAIRES

L'assistant chef de projet en tourisme d'affaires est amené à travailler en binôme avec le chef de projet sur l'élaboration d'un dossier complet, du recueil des demandes client jusqu'au suivi sur le terrain et le compte rendu administratif de l'opération. Les prétentions salariales oscillent entre 1550 et 1800 euros bruts mensuels.

Les formations les plus souvent exigées sont un bac +3 ou +4 avec école de tourisme ou de commerce.

L'assistant peut, bien sûr, évoluer en deux ou trois ans vers le poste de chef de projet junior, ou, en transversal, intégrer le service événementiel d'une entreprise cliente. Il peut aussi devenir commercial en amont de la réalisation des projets.

On est dans le rêve tous les jours

« Je suis devenue assistante d'un chef de projet en tourisme après un Master en marketing et communication, spécialisé en tourisme. Un de mes profs m'avait orientée vers un stage auprès d'un responsable des projets Inde/Afrique chez un TO. Mon stage s'est transformé en CDD et j'y suis restée plus d'un an.

J'ai travaillé sur des événements pour des gros groupes comme Hermès ou Total. En fonction de ce qu'avait vendu le commercial en amont, le chef de projet choisissait une destination et il fallait ensuite mettre en place le voyage, contacter les réceptifs, et créer tous les documents nécessaires au bon déroulement. Il y en a toujours beaucoup pour un voyage incentive.

Cela demande une grosse curiosité personnelle pour bien connaître une destination et une grosse créativité, mais c'est toujours différent. On ne s'ennuie jamais, on est dans le rêve tous les jours.

Source : site internet Tourmag - Carrières tourisme, quels métiers choisir ?

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2014
U42 : Production d'une prestation touristique	Code : TOE42PT	Page : 14/14