Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

BTS Tourisme

U42 : Production d’une prestation touristique

Session 2014 • Code sujet : **TOE42PT** • Durée : **4 heures** • Coefficient : **4**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Le MuCEM et l’événement Marseille Capitale européenne de la culture 2013** (2 questions) — **Page 3**

2. **Le MuCEM et la mise en place d’une politique de commercialisation** (6 questions) — **Page 4**

3. **La vente d’un produit Marseille-MuCEM pour les croisiéristes par l’agence réceptive I.C.I** (4 questions) — **Page 8**

4. **Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 11**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtstourisme.fr/assets/annales/bts-tourisme/E4 – Gestion de la relation clientèle touristique/2014/BTS Tourisme - E4 – Gestion de la relation clientèle touristique - Session 2014 - 1-Sujet.pdf

1. Le MuCEM et l’événement Marseille Capitale européenne de la culture 2013

Marseille-Provence accueille en 2013 une programmation culturelle de grande ampleur dans le cadre de sa désignation comme Capitale européenne de la culture. Le MuCEM ouvre la même année et s’inscrit dans cet événement pour faire connaître son projet de musée des civilisations.

Dossier 1

Question 1.1. Rédigez une note d’une vingtaine de lignes présentant les enjeux pour une ville d’être désignée Capitale européenne de la culture.

La désignation, attribuée pour un an après un concours international, apporte à la ville un label prestigieux et une visibilité européenne. Elle lui permet de devenir un lieu de référence culturelle et un rendez-vous festif, attirant visiteurs, artistes et médias. L’enjeu est aussi de proposer une programmation artistique de qualité, accessible à tous, qui valorise les créateurs reconnus comme les talents émergents et favorise les rencontres entre habitants et visiteurs.

La mobilisation des acteurs et la valorisation du patrimoine peuvent renforcer l’attractivité touristique, l’image et le dynamisme du territoire. Pour Marseille-Provence, le programme annoncé compte plus de 400 événements et s’appuie sur un budget de 98 millions d’euros.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Un label de rayonnement européen, au service de la culture, des rencontres, de l’attractivité touristique et du dynamisme territorial.

Question 1.2. Expliquez de manière structurée les effets recherchés par le MuCEM en s’associant à l’événement Marseille Capitale européenne de la culture 2013.

En ouvrant en 2013, le MuCEM pouvait profiter de la visibilité de Marseille-Provence, Capitale européenne de la culture, pour lancer et faire connaître son projet.

- **Faire découvrir son identité :** se présenter comme un musée des civilisations de l’Europe et de la Méditerranée, tourné vers les enjeux contemporains.
- **Élargir son offre et ses publics :** mettre en avant expositions, rencontres, débats, spectacles et concerts, au-delà des collections.
- **S’ancrer dans la destination :** associer son patrimoine et son architecture contemporaine au renouveau culturel de Marseille et devenir un lieu de visite et de rencontre durable.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Profiter de l’événement pour faire connaître le MuCEM, attirer des publics variés et l’installer comme lieu culturel emblématique de Marseille.

2. Le MuCEM et la mise en place d’une politique de commercialisation

Après avoir privilégié le public local à son ouverture, le MuCEM souhaite attirer davantage de touristes, notamment des croisiéristes, et envisage un éductour destiné aux agences réceptives. Le dossier étudie aussi les clientèles, le coût de cet éductour et les enjeux de la formation du personnel d’accueil.

Dossier 2

Question 2.1. Décrivez les clientèles potentielles du MuCEM et citez leurs caractéristiques.

Le MuCEM peut accueillir le public local et plusieurs profils de touristes. Les groupes culturels, souvent âgés et aisés, recherchent une visite guidée ; les touristes d’affaires sont aisés mais disposent de peu de temps. Les groupes loisirs et croisiéristes, d’âges et de milieux variés, veulent surtout découvrir la ville dans un circuit. Les festivaliers sont plus difficiles à attirer à Marseille.

Repère de fréquentation	Part
Origine locale, régionale, nationale, internationale	50 %, 20 %, 15 %, 15 %
Visite individuelle, groupes adultes, groupes jeunes/scolaires	83 %, 7 %, 10 %
Visiteurs réguliers, primo-visiteurs	55 %, 45 %

La fréquentation touristique diversifie les publics et diffuse les collections à l’échelle nationale et internationale.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Publics : habitants, groupes culturels, touristes d’affaires, groupes loisirs et croisiéristes, festivaliers. La clientèle touristique est diverse et souvent pressée.

Question 2.2. Présentez l’intérêt de cet éductour pour le MuCEM et les retombées attendues.

L’éductour fait découvrir le MuCEM et son environnement aux agences réceptives, qui pourront ensuite mieux présenter l’offre à leurs clients. La visite permet de juger concrètement l’intérêt du musée, ses prestations et son intégration possible dans un circuit marseillais, notamment pour les croisiéristes disposant de peu de temps.

Le MuCEM attend que ces agences deviennent des prescriptrices et commercialisent la visite. Les retombées recherchées sont une fréquentation touristique accrue, une meilleure diffusion des collections, des recettes supplémentaires et une contribution au rayonnement culturel et économique de Marseille.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Faire connaître l’offre aux agences, favoriser son intégration dans leurs circuits, accroître la fréquentation touristique et renforcer le rayonnement de Marseille.

Question 2.3. Justifiez le choix des prestations retenues pour l'élaboration de cet éductour.

1. Le TGV aller-retour et l'hôtel facilitent la venue des agences parisiennes ; les agences régionales rejoignent directement le groupe. Le taxi assure le transfert entre la gare et l'hôtel.
2. L'autocar permet de découvrir plusieurs sites en une journée, et le guide apporte des commentaires utiles aux agences qui construiront des circuits.
3. Les visites guidées de Regards de Provence et du MuCEM présentent des offres culturelles complémentaires. Le déjeuner au Môle Passédat fait découvrir la restauration sur le site du musée.

L'accompagnateur assure le suivi du groupe durant la journée ; l'ensemble du programme permet aux agences d'évaluer une prestation touristique complète.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Un programme adapté aux deux provenances, combinant transport, hébergement, visites guidées, découverte de la ville et déjeuner au MuCEM.

Question 2.4. Calculez le coût de production individuel et global de l'éductour, en détaillant vos calculs et en complétant l'annexe 6 à rendre avec la copie.

Les coûts individuels comprennent les dépenses propres à chaque participant. Pour Paris, le tarif ferroviaire aller-retour est de 38 € + 46 € ; le coût hôtelier inclut la taxe de séjour à payer sur place. Les coûts collectifs sont répartis entre les 40 participants.

Prestation et calcul	Agences parisiennes	Agences locales	Frais collectifs
TGV aller-retour : 38 + 46	84 €	-	-
Taxi et hôtel : 10 + 85	95 €	-	-
Taxe de séjour	1,50 €	-	-
Regards de Provence	6 €	6 €	-
Déjeuner au MuCEM	35 €	35 €	-
Total variable par personne	221,50 €	41 €	-
Autocar + guide de ville + visite guidée MuCEM : 600 + 140 + 480	-	-	1 220 €
Part des frais fixes : 1 220 / 40	30,50 €	30,50 €	1 220 €
Coût de production individuel	252 €	71,50 €	-

Le coût global additionne les dépenses variables des 15 participants parisiens et des 25 participants régionaux, puis les frais collectifs.

Annexe 6 complétée

Prestations (détail des calculs)	Frais individuels (coûts variables) Agences parisiennes	Agences locales	Frais collectifs (coûts fixes)
TGV A/R	84 €		
Taxi + hôtel	95 €		
Taxe séjour	1,50 €		
Regards Provence	6 €	6 €	
Déjeuner MuCEM	35 €	35 €	
Total variable / pers.	221,50 €	41 €	
Autocar + guide + visite			1 220 €
Part fixe / personne	30,50 €	30,50 €	
Coût individuel	252 €	71,50 €	
Coût global : 5 567,50 €			

Centre National des Arts d'Expression et de Transmission Professionnel – Région – ANOPE

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Coût individuel : 252 € par personne de Paris et 71,50 € par personne de la région. Coût global : 5 567,50 € pour 40 participants.

Question 2.5. Présentez les enjeux pour le personnel d'adhérer à l'objectif de formation destiné à améliorer la qualité des prestations d'accueil du MuCEM.

Adhérer à la formation permet aux agents de développer leurs compétences et de mieux maîtriser les informations sur les collections, les services et les parcours du musée. Ils peuvent ainsi répondre avec justesse aux demandes d'un public varié et adopter des pratiques d'accueil cohérentes.

- Améliorer la qualité de l'accueil et la satisfaction des visiteurs.
- Gagner en assurance et savoir réagir aux difficultés rencontrées avec le public.
- Valoriser son expérience professionnelle et contribuer à l'image du MuCEM.

La formation bénéficie donc à la fois au personnel, dans l'exercice de ses missions, et au musée, par une meilleure qualité de service.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> La formation développe les compétences des agents, améliore l'accueil et la satisfaction des visiteurs, et valorise l'image du MuCEM.

Question 2.6. Indiquez les compétences requises pour occuper le poste d'agent d'accueil au sein d'un musée.

L'agent d'accueil doit savoir recevoir les visiteurs avec courtoisie, écouter leurs demandes et transmettre clairement les informations pratiques et culturelles. Il connaît le musée, ses collections, ses services et ses règles de visite afin d'orienter efficacement les personnes et les groupes.

Le poste demande aussi un bon sens du service, de l’aisance relationnelle, de la patience et de la rigueur. La capacité à adapter son discours aux publics, la maîtrise de langues étrangères, le travail en équipe et la gestion des situations délicates sont des atouts importants.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Compétences : accueil, écoute, communication, orientation, connaissance du musée, langues étrangères, rigueur et gestion des situations délicates.

3. La vente d’un produit Marseille-MuCEM pour les croisiéristes par l’agence réceptive I.C.I

À la suite de l’éductour, l’agence réceptive I.C.I. décide de proposer aux croisiéristes une excursion comprenant la visite du MuCEM et la découverte de Marseille. Le dossier porte sur le contrat avec une compagnie de croisières, le calcul des marges et le choix d’un statut juridique pour l’agence.

Dossier 3

Question 3.1. À partir du contrat de vente établi par I.C.I. pour la compagnie de croisières Y, déterminez les parties en présence et leurs obligations.

Les parties sont la compagnie de croisières Y, le client représenté par M. Y, et I.C.I. Organisation, l’organisateur représenté par sa directrice. Le contrat porte sur le tour K du 15 juin 2014, selon le programme et les conditions acceptés par signature.

- **Y :** verse 50 % du montant estimé avant le 15 mai, règle le solde à réception de la facture finale et communique l’effectif définitif au plus tard le 13 juin au matin. Les services supplémentaires sont à régler.
- **I.C.I. :** fournit l’excursion prévue, avec autocar, guide multilingue, péages, repas du chauffeur et du guide, et entrées des monuments programmés. En cas d’annulation par Y, l’acompte est conservé ; si I.C.I. annule, il est restitué.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Y paie selon les échéances et confirme l’effectif ; I.C.I. réalise les services du tour K. L’acompte est conservé si Y annule et remboursé si I.C.I. annule.

Question 3.2. Calculez la marge dégagée en complétant l’annexe 8 à rendre avec la copie, détaillez vos calculs et commentez les résultats obtenus.

Pour chaque effectif, le coût global vaut 1 114 € de coûts fixes + 75 € par passager. Le coût unitaire est le coût global divisé par l’effectif ; la marge unitaire est le prix de vente moins le coût unitaire. Le taux de marge TTC est calculé sur le coût de production.

Calcul et formule	10 pax	20 pax	30 pax	40 pax
Prix de vente unitaire TTC (€)	240	165	140	127
Coût global : 1 114 + 75 × effectif (€)	1 864	2 614	3 364	4 114
Coût unitaire : coût global ÷ effectif (€)	186,40	130,70	112,13	102,85
Marge unitaire : prix - coût unitaire (€)	53,60	34,30	27,87	24,15
Marge globale : prix × effectif - coût global (€)	536	686	836	966
Taux de marge : marge globale ÷ coût global × 100 (%)	28,76	26,24	24,85	23,48

Le prix unitaire et le taux de marge diminuent lorsque le groupe grandit, mais la marge globale progresse : elle atteint 966 € pour 40 passagers.

Annexe 8 complétée : coûts et marges

Coûts variables de production ICI	75,00 €			
	pour 10 pax	pour 20 pax	pour 30 pax	pour 40 pax
Prix de vente unitaire TTC proposé par ICI	240	165	140	127
Coût de production unitaire	186,40	130,70	112,13	102,85
Marge unitaire dégagée TTC	53,60	34,30	27,87	24,15
Coût de production global	1 864	2 614	3 364	4 114
Marge globale dégagée TTC	536	686	836	966
Taux de marge TTC	28,76 %	26,24 %	24,85 %	23,48 %

Réseau CANOPE – Banque Nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement

✓ RÉPONSE À RETENIR

La marge globale augmente de 536 € à 966 € selon l'effectif, tandis que le taux de marge recule de 28,76 % à 23,48 %.

Question 3.3. Après avoir défini les caractéristiques d'une entreprise individuelle, précisez l'intérêt pour I.C.I. de changer de statut juridique.

En entreprise individuelle, l'entrepreneur exerce seul en son nom propre, sans associé ni capital légal. Il dirige l'activité et, selon le tableau de l'annexe, sa responsabilité est totale et indéfinie sur ses biens personnels, sauf la résidence principale.

Pour I.C.I., le passage en société permettrait donc de limiter le risque pesant sur le patrimoine personnel, dans les limites de la forme choisie. Il donnerait aussi un cadre pour faire entrer un associé et accompagner le développement de l'agence. Ce changement entraîne toutefois la création d'une personne morale et des formalités de constitution et de gestion.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Créer une société permet à I.C.I. de mieux protéger le patrimoine personnel et de faciliter l'évolution de l'agence.

Question 3.4. Conseiller une structure juridique à I.C.I. et justifiez votre choix.

Je conseille une **EURL** si I.C.I. veut rester seule associée. L'annexe prévoit un associé unique, un capital librement déterminé et un gérant personne physique. L'activité commerciale de l'agence est compatible avec cette structure.

Son principal intérêt est la responsabilité limitée aux apports, contrairement à l'entreprise individuelle décrite dans l'annexe. L'EURL conserve la possibilité d'évoluer vers une SARL si un nouvel associé rejoint l'entreprise. Ce choix répond donc à la situation d'une agence actuellement détenue par une seule personne, tout en laissant une option d'évolution.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Structure conseillée : EURL, adaptée à une associée unique et avec une responsabilité limitée aux apports.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2014)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve U42 du BTS Tourisme, session 2014, code TOE42PT, dure quatre heures et compte un coefficient 4. Elle porte sur le MuCEM, son lien avec Marseille Capitale européenne de la culture 2013 et la création d'offres pour les touristes et croisiéristes. Elle évalue l'analyse des publics, la conception et le coût d'un éductour, la vente, les marges et le choix d'un statut juridique.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Une Capitale européenne de la culture valorise une programmation artistique, la visibilité internationale et l'attractivité touristique d'un territoire.
- Les groupes culturels attendent souvent une visite guidée, tandis que les groupes loisirs cherchent une découverte plus large de la ville et de la région.
- Coût total de production = coûts fixes + coûts variables unitaires × nombre de participants.
- Marge unitaire = prix de vente unitaire - coût de production unitaire ; la forme juridique détermine notamment la responsabilité de l'entrepreneur.

Points de vigilance & attentes du jury

- Reliez les profils et attentes des clientèles aux prestations proposées dans l'éductour.
- Distinguez les frais individuels variables des frais collectifs fixes et tenez compte des groupes concernés.
- Détaillez les calculs, indiquez les effectifs retenus et complétez les annexes 6 et 8 demandées.
- Justifiez les analyses du contrat et du statut juridique à partir des clauses et des informations des annexes.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer le coût individuel et le coût global de l'éductour ?

Additionnez les dépenses fixes et les dépenses variables en tenant compte des participants concernés. Pour le coût individuel, répartissez les frais fixes sur l'effectif retenu et ajoutez les frais variables par personne ; le coût global correspond à la somme des coûts individuels.

Q : Comment calculer la marge de l'excursion selon le nombre de passagers ?

Pour chaque effectif, divisez les coûts fixes par le nombre de passagers et ajoutez le coût variable unitaire. Soustrayez ce coût de production unitaire au prix de vente unitaire pour obtenir la marge unitaire, puis multipliez-la par l'effectif.

Q : Comment organiser son temps et tenir compte du barème de l'épreuve ?

L'épreuve dure quatre heures. Les trois dossiers sont notés respectivement sur 20, 37 et 23 points ; répartissez le temps en fonction de ces pondérations et gardez un moment pour vérifier les calculs et rendre les annexes 6 et 8.

Q : Quels critères de notation et exigences faut-il particulièrement respecter ?

Le sujet précise que la qualité rédactionnelle, la présentation et la cohérence des réponses sont prises en compte. Détaillez les calculs, complétez les annexes demandées et justifiez vos réponses avec les informations des documents.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtstourisme.fr/assets/annales/bts-tourisme/E4 – Gestion de la relation clientèle touristique/2014/BTS Tourisme - E4 – Gestion de la relation clientèle touristique - Session 2014 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Tourisme : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.