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 :
www.formav.co/explorer

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
TOURISME

Épreuve E4 :
ÉLABORATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE
Sous-épreuve U42 :
PRODUCTION D'UNE PRESTATION TOURISTIQUE

SESSION 2015

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 15 pages numérotées de 1/15 à 15/15.

Base Nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

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





Bérangère et Eugénie, les petites reines de l'évasion ...



Derrière « Le Vélo Voyageur », se cachent Bérangère Florin et Eugénie Trieble, deux jeunes femmes bien décidées à convertir les Français à ce mode de voyage tout en douceur et bonheur. Il y a encore quelques années pourtant, rien, si ce n'est leur goût pour le challenge et l'insolite, ne prédestinait Bérangère et Eugénie, deux citadines pas très sportives, à créer cette agence de voyages spécialisée et innovante qu'est « Le Vélo Voyageur »...

Leur histoire débute en 2008. Etudiantes en école de commerce, les deux amies alors âgées de 22 ans se lancent un grand défi pour les vacances d'été : descendre le Danube à vélo ! De Passau en Allemagne jusqu'à la mer Noire, un parcours de 2200 kilomètres à travers l'Europe du Nord.

Le nez en l'air et les jambes en mouvement, elles vivront cette aventure riche en découvertes et rencontres inattendues comme une véritable révélation. Le vélo devient dès lors pour elles, le mode de voyage à promouvoir auprès des Français pour tout ce qu'il apporte : la liberté de mouvement, l'authenticité des rapports, le temps de savourer les choses, le sentiment d'un certain retour aux sources...

Ainsi naissait en 2010, « Le Vélo Voyageur ».

Sous forme d'association dans un premier temps, elles développent le concept. Sa propre expérience du voyage à vélo comme fil conducteur, le dynamique tandem sillonne la France et le monde pour concevoir des circuits accessibles à tous et forger un réseau de partenaires fiables garantissant à ses futurs clients, une découverte sur mesure et sans aucun souci logistique...

Nominée du tourisme responsable en 2011 et 2012, année où l'association est devenue une agence de voyages « Le Vélo Voyageur ». Elle offre aujourd'hui 71 circuits testés et approuvés à travers 14 régions de France, des itinéraires en Allemagne, en Suisse, en Espagne, en Italie et jusqu'en Asie (Inde du Sud et Cambodge).

Une collection de voyages rares, en phase avec les aspirations d'aujourd'hui, qui s'étendra bientôt à d'autres destinations...

Vous êtes chargé(e) d'étudier les quatre dossiers suivants que vous traiterez avec l'aide des annexes.

Dossier 1 - Création et développement d'une « start up » du tourisme.

Dossier 2 - Opportunité de se lancer sur le marché du « team building » en cyclotourisme.

Dossier 3 - Montage et commercialisation d'un nouveau produit « team building énergisant sur le bassin d'Arcachon ».

Dossier 4 - Management et adaptation des ressources humaines à la croissance de « Le Vélo Voyageur ».

Base Nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

Dossier 1 - Création et développement d'une « start up » du tourisme (25 points)

1.1. Après avoir analysé le marché du cyclotourisme, vous positionnez l'offre de cette entreprise.

Vous vous interrogez sur le nom « Le Vélo Voyageur », déposé par les deux fondatrices, en 2010.
1.2. Quelles qualités commerciales et juridiques doit posséder une marque afin d'être retenue? Le choix d'Eugénie et Bérangère est-il pertinent ?

En 2014, Eugénie et Bérangère renouvellent le certificat d'immatriculation de leur organisation; leur premier certificat avait été obtenu en 2011 pour leur association.
1.3. Expliquez l'utilité juridique de l'immatriculation auprès d'Atout France pour l'entreprise et pour ses clients.

Dossier 2 - Opportunité de se lancer sur le marché du « team building » en cyclotourisme (13 points)

Quatre ans après la validation du concept « Le Vélo Voyageur », Eugénie et Bérangère souhaitent élargir leur marché. Elles s'interrogent sur les opportunités éventuelles du marché du « team building ».
2.1. Déterminez dans quelle phase du cycle de vie se situe le produit du « team building ». Vous justifierez votre réponse.

Le produit « team building » a évolué depuis les années 2000.
2.2. Mettez en évidence les points d'évolution de ce produit et précisez les facteurs qui expliquent ce changement.

Après avoir analysé le marché du cyclotourisme et celui du « team building », les créatrices s'interrogent sur l'opportunité de se positionner sur le marché du « team building » en cyclotourisme.
2.3. Quelles sont les forces et les faiblesses de l'entreprise « Le Vélo Voyageur » dans l'objectif d'investir ce marché ?

Dossier 3 – Montage et commercialisation d'un nouveau produit « team building énergisant sur le bassin d'Arcachon ». (20 points)

Les créatrices vous demandent de monter le produit « team building énergisant sur le bassin d'Arcachon ». Le nouveau produit « team building » sera commercialisé uniquement via le site Internet www.levelovoyageur.com.

3.1. Déterminez le coût de production de ce nouveau produit. Vous détaillerez vos calculs dans un tableau.

3.2. Le taux de marge HT habituellement pratiqué par « Le Vélo Voyageur » étant de 15 %, calculez le prix de vente par personne. Vous détaillerez vos calculs.

3.3. Nommez la stratégie de distribution choisie par l'entreprise et proposez une autre possibilité que vous justifierez.

Banque Nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

Dossier 4 – Management et adaptation des ressources humaines à la croissance de « Le Vélo Voyageur ». (22 points)

Eugénie et Bérangère souhaitent développer le marché affaires et sont soucieuses de s'assurer de la motivation de leurs salariés.

Pour accompagner la croissance de leur entreprise, elles envisagent deux possibilités : accroître le temps de travail de Madame Dulot (actuellement en CDI à temps partiel) ou embaucher un nouveau salarié (à temps partiel en CDI).

4.1. Comparez les deux possibilités en précisant les intérêts de l'entreprise. Concluez sur la solution à choisir. Justifiez.

Dans le cas où le contrat de Madame Dulot deviendrait un contrat de travail à temps plein, un avenant au contrat de travail devra être signé.

4.2. A quelle(s) condition(s) cet avenant est-il possible ?

4.3. Quels sont les éléments qui devront apparaître sur cet avenant ?

Eugénie et Bérangère considèrent que la motivation des salariés est fondamentale.

4.4. Quel moyen, inscrit contractuellement dans le contrat de travail de Madame Dulot, permet d'accroître cette motivation ? Présentez, dans un tableau, les intérêts et limites de cette forme de motivation pour ses salariés de « Le Vélo Voyageur ».

Vous avez rencontré les jeunes créatrices et avez lu diverses interviews sur celles-ci.

4.5. Selon vous, quel est le mode de management appliqué par Eugénie et Bérangère ? Justifiez.

4.6. Identifiez les intérêts et les limites de ce mode de management pour « Le Vélo Voyageur ».

Base Nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

SOMMAIRE DES ANNEXES

Annexe 1 :	Copies d'écran du site www.levelovoyageur.com/	Page 5
Annexe 2 :	Philosophie du voyage selon « Le vélo voyageur »	Page 6
Annexe 3 :	Le prix Innov 2013 – Les Rencontres Nationales du Tourisme	Page 7
Annexe 4 :	Le marché français du cyclotourisme	Pages 8 et 9
Annexe 5 :	La demande	Page 10
Annexe 6 :	Les activités de « team building »	Page 11
Annexe 7 :	Cahier des charges du nouveau produit « team building énergisant sur le bassin d'Arcachon »	Page 12
Annexe 8 :	Coûts du produit « team building énergisant sur le bassin d'Arcachon »	Page 13
Annexe 9 :	Extrait du contrat de travail de Madame Dulot	Page 14
Annexe 10 :	Extraits de l'interview avec Bérangère Florin (juillet 2014)	Page 15

ANNEXE 1 Copies d'écran

Extraites du site www.levelovoyageur.com/





Base Nationale des sujets d'examen de l'enseignement professionnel Réseau Canopé

ANNEXE 2 Philosophie du voyage selon « Le Vélo Voyageur »

Partir en voyage à vélo

Le voyage à vélo ramène chacun à l'essence même du voyage.

La destination importe moins que le chemin parcouru et la richesse des rencontres effectuées au fil du parcours.

Partir en vacances à vélo, c'est une sensation de liberté retrouvée et le bonheur de reprendre un rythme naturel, à l'opposé de la frénésie qui anime nos vies quotidiennes. **Au « Vélo Voyageur », nous ne croyons pas que les vacances à vélo sont réservées aux baroudeurs au long court. Nous pensons au contraire que voyager à vélo est à la portée de tous.** En allant à son propre rythme sur des itinéraires à vélo adaptés, chacun peut découvrir les attraits d'un territoire, les incontournables des guides touristiques, mais surtout retrouver la sensation de ces petits riens impalpables qui font notre attachement à une région et nous font nous sentir vivants : les bruits, les couleurs, les odeurs et les découvertes inattendues au détour d'un chemin. Le temps d'un arrêt vous prenez le temps d'apprécier la culture locale à travers l'accueil de ses habitants, la découverte du patrimoine artisanal ou la gastronomie locale.

Partir en vacances à vélo, c'est choisir une activité conviviale accessible à tous.

Dans un contexte familial, le voyage à vélo permet de renforcer les liens intergénérationnels en réunissant petits et grands autour d'une même expérience et en créant des souvenirs inoubliables communs. Avec un groupe d'amis ou des collègues, les vacances à vélo rassemblent également tous les âges à l'occasion d'un moment de détente et d'amusement.

Au-delà du voyage, partir à vélo procure un sentiment de bien-être.

L'activité physique douce pratiquée à vélo permet de prévenir et soulager le stress et l'anxiété de plus en plus répandus dans nos sociétés modernes. Pour preuve, l'expérience menée à Strasbourg autorisant les médecins à prescrire l'usage des vélos en libre service pour leurs patients. Sans aller jusque là, les vacances à vélo sont une source de vitalité reconnue ! Et pensons aussi à la santé de notre planète, le voyage à vélo est une forme de tourisme durable, qui respecte, préserve et met en valeur les ressources des territoires traversés.

www.levelovoyageur.com

« Les étapes de leurs circuits sont courtes, dans des régions plates. Eugénie et Bérangère intègrent dans leurs parcours des hébergements de charme et des activités insolites, et ce dans les plus belles régions de France et quelques régions à l'étranger.

Chaque randonnée est créée, testée et approuvée par les deux jeunes entrepreneuses. Elles ont débuté sous le statut d'association. Aujourd'hui, c'est une entreprise qui a réalisé 500 000 € de chiffre d'affaires en 2012, emploie deux salariés à temps partiel et deux stagiaires.

[…]

Les séjours du « Vélo Voyageur » comprennent : la conception d'un itinéraire sécurisé ; la mise à disposition d'un carnet de route détaillé ; un livret touristique recensant tous les points d'intérêt touristiques du parcours ; la location d'un vélo adapté et équipé ; l'acheminement du vélo au point de départ du circuit et récupération au point d'arrivée ; le transport des bagages d'étapes en étapes ; la réservation des hébergements ; l'assistance téléphonique. »

L'étudiant 01 juillet 2013

Base nationale des sujets d'examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

ANNEXE 3

Le prix Innov 2013 – Les Rencontres Nationales du Tourisme

Sous l'égide d'Atout France, les Rencontres Nationales du Tourisme proposent chaque année aux professionnels du tourisme français de se retrouver autour de sujets d'actualité et de se tenir informés des dernières tendances du secteur.

En 2013, les Rencontres Nationales du Tourisme ont été placées sous le signe de l'innovation.

« Le Vélo Voyageur » a été nominé à cette 5ème édition des Rencontres Nationales du Tourisme.

Intervention de Bérengère FLORIN, co-fondatrice du Vélo Voyageur (https://www.youtube.com)

« Le Vélo Voyageur est un concept né d'un voyage à vélo, de 2200 km ; le long du Danube, que nous avons réalisé, l'été 2008, de Passau à la mer Noire. Eugénie et moi avons découvert le vélo comme mode de voyage et on a voulu partager ce plaisir de se déplacer à vélo tout en faisant des découvertes culturelles.

On s'est rendu compte, grâce à des longs séjours en Allemagne, que l'écart en termes d'offre qualitative entre la France et nos voisins germaniques était flagrant. En outre, en France on a constaté un retour vers le vélo avec le phénomène des vélos en libre service. D'ailleurs, une étude de marché que nous avons réalisée à Paris auprès de 300 personnes a confirmé l'attrait et le potentiel du voyage à vélo en France. On a donc créé « Le Vélo Voyageur », agence de voyages qui conçoit des itinéraires et commercialise des séjours clés en main à une clientèle qui utilise le vélo pour le loisir et la découverte.

Notre différenciation par rapport à d'autres offres, c'est que l'on propose des itinéraires accessibles, des hébergements de charme, de la chambre d'hôtes à l'hôtel 4*, et des activités sur les parcours. En effet, la finalité de nos voyages c'est de découvrir une région. Donc nous mettons en avant le patrimoine local, et nous essayons de faire sortir les touristes des sentiers battus.

Notre vision est de rendre le vélo accessible au plus grand nombre, de « 7 à 77 ans ». On travaille aujourd'hui sur huit pays, 10 régions en France et on a plus de 50 voyages. 1 200 voyageurs nous ont fait confiance cette année.

Pour les prochaines étapes, nous allons lancer de nouvelles destinations européennes, nous cherchons à développer une activité de réceptif avec des clientèles étrangères qui sont déjà très présentes en France à vélo. La France est la première destination de cyclotourisme. »

Base Nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

ANNEXE 4 Le marché français du cyclotourisme

« Cyclotourisme : l'offre s'organise ! »
et
« Le cyclotourisme, un potentiel de 4 milliards d'euro » (extraits de http://veilletourisme.ca/2012/07/09 et l'Echo Touristique 14/9/2012)

Le cyclotourisme, pratiqué depuis longtemps par les Allemands et les Hollandais, séduit de plus en plus, y compris les Français.

Il combine plusieurs tendances, dont l'aventure, le transport durable, les vacances actives, le « slow travel », les séjours expérientiels, les voyages éthiques et responsables ainsi que le contact avec la population locale.

De plus, le touriste à vélo bénéficie d'un grand bol d'air en plus de maintenir une bonne forme physique. Il n'est donc pas étonnant que ce type de voyage connaisse une popularité grandissante.

Il y a aussi un « effet crise » analyse Guillaume Cromer, consultant du cabinet spécialisé en tourisme ID-Tourisme. La France est la première destination programmée par les TO français et étrangers pour ce type de séjour.

La programmation des destinations comme le Val de Loire ou la Bourgogne, qui permettent « de lier la pratique du vélo et l'art de vivre à la française » (...) a connu une croissance très rapide ces dernières années. Dans le Val de Loire, par exemple, le nombre de circuits proposés a progressé de 28 % entre 2010 et 2011 explique l'agence de développement touristique.

Atout France et les comités départementaux du tourisme, se mobilisent pour développer ce type de séjours, pour se démarquer par leurs infrastructures, leurs réseaux cyclables ou leurs services.

Le nombre de kilomètres de véloroutes et de voies vertes aménagées doit ainsi passer de 7 000 à près de 20 000 à l'horizon 2020. Pour mettre en valeur cette offre, et fournir des services adaptés, les institutionnels et les professionnels du tourisme ont également mis en place une marque commune, « Accueil Vélo ». Ils développent des offres spécifiques sur leurs sites web, des propositions d'événements, de circuits gastronomiques, d'hébergements... […]

Séjours à vélo des tours-opérateurs (TO) en France en 2011

La part des opérateurs français augmente dans un marché en progression

L'analyse des séjours à vélo proposés en France par les TO français et étrangers est un révélateur de tendances et donne un aperçu des motivations des clientèles. Elle nous renseigne sur leurs destinations favorites et le type de séjours consommés.

Néanmoins, ces clientèles ne représentent qu'une petite partie de l'ensemble des touristes qui découvrent la France à vélo.

Des marchés émetteurs de plus en plus européens

Un marché concentré

Sur 38 pays émetteurs, les 5 premiers (France, Etats-Unis, Allemagne, Grande-Bretagne, Pays-Bas) totalisent 74% des opérateurs et 75% des circuits proposés.

Les 3 premiers représentent plus de la moitié des opérateurs et des offres. Entre 2010 et 2011, l'échantillon étudié est passé de 143 à 186 TO (+30%).

Le nombre de circuits, passé quant à lui de 1754 à 2 510 (+43%), montre que les opérateurs étoffent sensiblement leur activité. […]

Base nationale des sujets d'examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

Les TO européens dominent

[…] Leur part passe de 58% en 2008 à 70% en 2010, puis 78% en 2011.

Les pays les plus représentés sont l'Allemagne (28 TO en 2011), la Grande-Bretagne (19 TO) et les Pays-Bas (12 TO), ce sont eux qui ont renforcé le plus leur présence sur le marché français ces dernières années.

Le nombre d'opérateurs lointains s'effrite légèrement en valeur absolue, passant de 44 en 2008 à 43 en 2010, puis 40 en 2011.

Des opérateurs français en plein boom !

L'augmentation du nombre de TO français est sensible : ils sont 48 en 2011, alors qu'ils n'étaient que 33 en 2010, les circuits proposés étant passés de 425 à 738 (+74%). Leur clientèle reste composée en bonne part de touristes étrangers. Cependant la clientèle française se développe régulièrement.

Les opérateurs français étoffent leur offre et développent leur activité comme semble le montrer le nombre de circuits proposés par opérateur à mesure que de nouvelles destinations deviennent attractives et que les destinations existantes complètent leur maillage de réseaux cyclables.

Des destinations et de nouveaux produits apparaissent

Défrichées par des TO locaux ou qui cherchent à sortir des sentiers battus (Belges et Britanniques principalement), de nouvelles destinations sont programmées : vallées alpines, Gers, littoral du Nord et de la Picardie, marais poitevin, Mayenne. Les TO, à l'écoute des nouvelles attentes des clientèles, développent des produits de séjours mixtes (vélo /gastronomie, vélo / bateau...). […]

Les types de séjours proposés par les TO

Les TO proposent principalement des séjours à vélo itinérants, linéaires ou en boucle, ainsi que des randonnées « en marguerite » à partir d'un hébergement. Les destinations qu'ils privilégient reflètent une motivation principale des clientèles : la découverte des patrimoines active mais paisible.

Ces touristes sont dans leur majorité rebutés par de trop grands efforts. C'est pourquoi, le transport des bagages est souvent assuré par le TO. Cependant, une minorité de séjours met en avant l'activité sportive et l'image du Tour de France.

Les séjours découverte

Ils représentent environ 80% de l'offre totale. Ils proposent de découvrir les destinations par des parcours de moyenne distance (40 à 60 km/jour en général), ponctués de nombreuses visites, le plus souvent en autonomie.

Ces circuits se concentrent dans les destinations au contenu patrimonial fort : oenotourisme, gastronomie, patrimoine bâti, patrimoine naturel, grands sites... toutes les régions viticoles par exemple accueillent ce type de séjours.

A mesure que des aménagements cyclables sécurisés se développent, les TO, en particulier français et néerlandais, proposent des circuits conçus pour les familles.

Le tourisme urbain est peu présent, hormis pour les TO américains, qui incluent une visite de Paris dans leurs séjours.

La thématique des chemins de Saint-Jacques de Compostelle est encore peu exploitée par les TO (8 TO, 13 circuits), elle reste une affaire de routards, se débrouillant pour organiser leurs parcours, en ayant recours à des topoguides ou des réseaux de voyageurs à vélo, associatifs ou sur internet.

Les séjours sportifs : une affaire de spécialistes

La part de séjours mettant en avant l'activité sportive et l'image du Tour de France se maintient d'une année à l'autre, à environ 20% de l'offre globale observée. 24 TO, soit 13% du panel, sont spécialisés exclusivement dans les séjours sportifs, essentiellement en zones de montagne (Alpes, Pyrénées, Corse et Massif central).

Ces opérateurs sont plus petits que les TO généralistes, totalisant moins de 10 circuits chacun en moyenne contre 13,5 pour le panel. Il s'agit en majorité de marchés lointains, dont les Etats-Unis représentent la moitié.

http://archives.entreprises.gouv.fr/2012

Base Nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

ANNEXE 5

La demande

Des clientèles individuelles, exigeantes et aguerries

Les clientèles du tourisme à vélo se distinguent selon les marchés.
Néanmoins les échanges avec les différents acteurs rencontrés ont permis de mettre en lumière plusieurs points communs entre ces clientèles :

- Il s'agit principalement de clientèles d'actifs et de jeunes retraités, âgés de 45 à 75 ans en moyenne ;
- Ils voyagent souvent en couple ou entre amis, mais sans enfant, même si la clientèle famille apparaît comme un segment en croissance ;
- Ce sont majoritairement des clientèles individuelles ;
- Ce sont pour la plupart des cadres et des professions libérales, dotés de revenus élevés qu'ils sont prêts à dépenser en services et en produits de qualité (Néerlandais, Britanniques et Canadiens en particulier) ;
- Ce sont des « repeaters », cyclistes émérites et fidèles à la France qu'ils connaissent bien ;
- Ils cherchent des prestations de qualité et des produits typiquement français ;
- Ils sont désireux de diversifier leur séjour à vélo avec des activités annexes telles que la visite de sites culturels, la découverte du patrimoine, de la gastronomie ou des vins français.



Clientèles-internationales-vélo-Atout-France-1.pdf
CHAPITRE 2 / Analyses des 5 marchés : des similitudes aux spécificités

Base Nationale des sujets d'Examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

ANNEXE 6 Les activités du team building

Extrait du site lenouveleconomiste.fr - le 05/07/2012 (extraits)

La vague a commencé à déferler il y a une quinzaine d'années. Sur fond d'engouement croissant pour le coaching, le « team building » est devenu un outil de management quasi-incontournable.

Concept d'origine anglo-saxonne, le « team building » se répand en France à partir des années 90. L'idée, simple mais novatrice pour l'époque : ressouder une équipe en mal de cohésion à l'aide d'activités ludo-pédagogiques. Alors que la mobilité des salariés devient la norme et que leurs liens avec l'entreprise se distendent, le concept trouve rapidement sa place. On est dans les années 2000, la demande est là – l'argent aussi.

Flairant le filon, les prestataires se multiplient sur le créneau. Cabinets de conseil, coaches privés, agences de communication événementielle, tous tentent de surfer sur la vague du « team building ». Pour tenter de sortir du lot, beaucoup jouent la carte de l'originalité en proposant des activités aussi diverses que variées. De la virée en 4×4 dans le désert au concert de tambourins, en passant le « lip dub », ces clips de promotion où les salariés jouent leur propre rôle, l'imagination des prestataires n'a plus de limites.

Mais la crise surgit, et avec elle, les clients sont amenés à revoir leurs exigences. […] Fini le « bling-bling » et les séminaires 4 étoiles dans une destination exotique. Depuis 2008, certaines entreprises ont réduit fortement leurs investissements dans la formation, le coaching et le « team building ». Ainsi, les dérives observées appartiennent à une époque révolue. Des acteurs ont disparu ; seuls les professionnels les plus compétents ont résisté.

Sur ce marché mouvant, les prestataires sont constamment tenus de renouveler leur offre : ils surfent donc sur les thèmes à la mode et sont obligés sans cesse d'innover. Ils ont élargi leur palette d'activités vers l'art, le cinéma… et développé des activités autour du développement durable. C'est une manière pour eux de se distinguer face à la concurrence.

Mais les entreprises semblent de moins en moins sensibles aux sirènes de la nouveauté. Elles ciblent désormais leur demande. Les événements "à paillette" et les activités à sensations fortes, à la mode dans les années 90, ont laissé place à une recherche de sobriété et d'efficacité. Fini le « Team building » gratuit : les clients veulent des résultats. Avant, les entreprises étaient en demande d'activités plus pour le fun, avec une dimension festive, comme des chasses au trésor, des olympiades… Dorénavant, la prestation doit davantage répondre à une problématique. Le côté ludique et les activités « outdoor » sont des plus qui peuvent permettre aux membres de l'équipe de se connaître dans un autre contexte, mais cela reste un objectif parmi d'autres.

Pour assurer la réussite d'un séminaire de « team building », les activités proposées doivent être adaptées à la forme physique des participants. On ne fait pas gravir le Mont Blanc à tout le monde ; tous les membres de l'équipe doivent pouvoir être intégrés d'une manière ou d'une autre.

Les séminaires de direction sont également touchés par des restrictions budgétaires. Ces événements subissent la tendance générale : une durée qui se raccourcit, des destinations plus proches et un coût moins élevé. La demande des clients a clairement évolué vers plus de sobriété.

Quelles évolutions voyez-vous dans l'avenir pour ce marché?

Les entreprises s'engagent dans des démarches liées au développement durable et à leur responsabilité sociale. Elles souhaitent donc que leurs événements aient une couleur plus écologique et plus responsable. Pour des opérations à l'étranger, notamment, elles vont, par exemple, souhaiter associer leurs participants à la construction d'une école ou d'un puits dans les pays en développement. Si elles font voyager leurs collaborateurs ou clients, elles s'interrogent sur les possibilités de compensation carbone.

Une deuxième tendance se dessine très nettement, l'utilisation des outils « high-tech » lors des événements : hologrammes, plaquettes électroniques sur iPad par exemple, forums, sites événementiels... Ces accessoires sont très intéressants parce qu'ils permettent plus d'implication et d'interactivité avant, pendant et après l'opération.

Base nationale des sujets d'examen de l'enseignement professionnel

ANNEXE 7

Cahier des charges du nouveau produit « team building énergisant sur le bassin d'Arcachon »

Certificat d'immatriculation : IM094110013

Objectif : Entretenir la convivialité au sein de l'équipe !

Nombre de participants : 20 personnes

Merci de bien vouloir nous consulter pour un groupe de taille différente.

Les équipes seront rassemblées pendant 4 jours sur le bassin d'Arcachon. Les participants logeront dans deux vastes et charmantes villas arcachonnaises, reconverties en chambre d'hôtes, avec piscine, dans un quartier calme de la ville à 200m du front de mer. Vélos et itinéraires seront fournis, les équipes pourront rouler à travers pinèdes et le long des plages à la découverte des trésors du bassin avec notamment la dune du Pyla, les ports ostréicoles de Gujan Mestras et le site préservé du Cap-Ferret. Les activités de découverte et ludiques sur les parcours doivent faire de ces quelques jours une expérience inoubliable et fédératrice.

JOUR 1

Arrivée prévue en début d'après-midi pour laisser le temps du voyage. Les participants se retrouveront à l'hébergement où seront entreposés les vélos. Le début de l'après-midi sera consacré à une balade à vélo jusqu'à la dune du Pyla. De retour à Arcachon, ils embarqueront sur un bateau pour une excursion d'1h45 : l'occasion d'admirer le bassin côté mer et de siroter un apéritif sur le ponton du bateau. Dîner en ville. Reste de la soirée libre.

JOUR 2

Départ pour la visite des ports ostréicoles du bassin. Les participants s'arrêteront à Gujan Mestras, considérée comme la capitale de l'ostréiculture arcachonnaise, afin de tout apprendre sur la culture de l'huître. Ensuite, trajet jusqu'au Teich, pour visiter la réserve naturelle ornithologique. Après le déjeuner, troc des vélos contre des canoës pour une descente de la rivière Leyre. Retour à Arcachon après une journée bien remplie. Dîner en ville. Reste de la soirée libre.

JOUR 3

Une journée de détente sur la presqu'île du Cap-Ferret. Les participants traverseront en bateau et garderont leurs vélos pour explorer cette surprenante bande de terre à leur guise. Le Cap-Ferret offre les plus beaux points de vue sur le bassin mais aussi des plages et des jolis chemins de randonnée pour les plus curieux. Déjeuner. Retour à Arcachon en fin de journée. Restitution des vélos. Dîner en ville. Reste de la soirée libre.

JOUR 4

Le séjour se terminera par une visite à pied commentée de la ville d'Arcachon qui mérite qu'on s'y arrête pour sa ville d'hiver et ses villas à l'architecture typique. Dernier repas tous ensemble.

Base nationale des Sujets d'Examen de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

ANNEXE 8

Coût du produit
« team building énergisant sur le bassin d'Arcachon »

Bérengère et Eugénie vous transmettent les tarifs des coûts des différentes prestations pour le nouveau produit « team building énergisant sur le bassin d'Arcachon ».
Elles ont obtenu une commission de 8 % avec le loueur de vélos et une de 10 % avec une agence réceptive arcachonnaise qui se chargera des visites guidées et de l'excursion en canoë.

Hébergement : suite à la négociation menée avec monsieur Louis, le prix de location d'une villa est fixé à 550 € par jour avec une arrivée possible en J1 à partir de 15 heures et un départ en J4 avant 10 heures.

Documentation et gilet : le carnet de route, le guide culturel et le gilet coûtent 12 € par personne, frais d'envoi des documents inclus.

Vélo : la location d'un vélo adulte par jour, quel que soit le nombre d'heures d'utilisation dans la journée est de 12 €. L'équipement d'un vélo s'élève à 7 € (sacoche, antivol, casque). Le loueur de vélos facture 150 € le transfert de 20 vélos.

Restauration : les déjeuners et dîners négociés dans de bons restaurants du bassin coûtent 20 € le déjeuner et 25 € le dîner. Ces prix sont nets, boissons incluses.

Excursion en bateau sur le bassin d'Arcachon : cette excursion, d'environ 1 heure 45, apéritif inclus, est facturée 400 € pour un groupe. Pour des raisons de sécurité, le nombre maximum de participants ne peut dépasser 30 personnes.

Visites guidées et excursion en canoë : une agence réceptive, partenaire du « Vélo Voyageur » en Gironde, vous propose un forfait pour les 3 visites, le port ostréicole, la réserve ornithologique et la ville d'Arcachon, au prix brut de 300 €. Pour l'excursion en canoë, le coût brut par personne est de 20 €.

Transfert en bateau Arcachon, le Cap Ferret :

Transbassin Arcachon / Le Cap Ferret

	Adulte	**Enfant**
Aller simple / personne	7,50 €	5,00 €
Aller / Retour / personne	13,00 €	9,00 €
Vélo	6,00 € aller simple, 10,00 € aller/retour	
Vélo électrique	8,00 € aller simple, 13,00 € aller/retour	

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

ANNEXE 9

Extrait du contrat de travail de Madame Dulot

ENTRE LES SOUSSIGNE(E)S :

La Société « LE VELO VOYAGEUR »

URSSAF 940 713778753001011, SAS au capital de 35.000 €, immatriculée au RCS de Créteil sous le numéro 529 884 116, code NAF 7911Z, dont le siège social est au 3 quater avenue Gambetta 94700 MAISONS-ALFORT, représentée par mademoiselle Bérangère FLORIN, Présidente

D'UNE PART

Madame Dulot

née le 05/12/1968, de sexe féminin et de nationalité française,
dont le numéro d'immatriculation à la Sécurité Sociale est le 2 68 17 xxxxxxxxxx,
demeurant à xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

D'AUTRE PART

IL A ETE CONVENU ET ARRETE CE QUI SUIT :

Le contrat est soumis aux dispositions de la convention collective N° 1710 (agences de voyages et de tourisme) tant qu'elle sera applicable dans l'entreprise.

ARTICLE 2 - FONCTIONS

La salariée exercera pour le compte de la **société « LE VELO VOYAGEUR »** les fonctions de commerciale entreprises – statut technicien & maîtrise, groupe C. A ce titre, **Madame Dulot** sera également en charge de l'organisation des séjours et animations vendues.

Les attributions et les responsabilités de **Madame Dulot** sont susceptibles d'évoluer en fonction de l'évolution de la société.

ARTICLE 4 - CONDITIONS

- Durée et horaires de travail :
  La durée mensuelle de travail est fixée à 78 heures soit 18 heures en moyenne hebdomadaire. Les horaires de travail s'effectuent de 9h30 à 17h30 avec une heure de pause pour le déjeuner.

- Rémunération

  - Rémunération fixe

En contrepartie de son travail, **Madame Dulot** percevra une rémunération fixe calculée sur la base de **25.000 € (vingt cinq mille EUROS) bruts annuels sur 12 mois**.

  - Rémunération variable

La salariée percevra une rémunération variable correspondant au barème de pourcentage indiqué ci-après (*ledit pourcentage incluant l'indemnité de 1/10ème pour congés payés*) appliqué au chiffre d'affaires encaissé pendant l'exercice et résultant des ventes qu'elle aura générée personnellement.

- **3%** de 40.000 € jusqu'à 79.999 € de chiffre d'affaires encaissé,
- **5%** de 80.000 € jusqu'à 119.999 € de chiffre d'affaires encaissé,
- **12%** au-delà de 120.000 € de chiffre d'affaires encaissé.

Base nationale de sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

ANNEXE 10
Extraits de l'interview avec Bérangère Florin (juillet 2014)

Aujourd'hui, combien de salariés composent votre effectif ?

Nous sommes aujourd'hui 4 salariés, Eugénie et moi-même, plus 2 personnes à temps partiel.

Julie, responsable administrative, paie les factures, s'occupe de tous les aspects administratifs et financiers, de la comptabilité et de la relation avec nos nombreux partenaires (hôteliers, loueurs de vélo, taxis, etc..).

Fabienne, responsable groupes et entreprises, est chargée du démarchage des comités d'entreprises et de la sensibilisation à l'usage du vélo dans les entreprises.

Nous prévoyons d'embaucher une 5ème personne à temps complet pour nous aider à la production et la relation clients d'ici la fin de l'année 2015. Nous avons 1 à 2 stagiaires en support en fonction de la saison.

Comment gérez-vous les relations avec vos salariés ?

Nous travaillons dans un « open space », tous autour d'une grande table. Même si chacun a une tâche principale à réaliser, nous sommes tous des "touche-à-tout".

Nous communiquons de manière très ouverte. Cela peut être un peu fatigant certains jours car c'est parfois bruyant et stressant mais cela permet à tout le monde d'être au courant de ce qui se passe avec les clients et de réagir rapidement lors qu'il y a un imprévu, une urgence, une question.

Organisez-vous des réunions ? Comment se déroulent-elles ? Faites-vous participer vos salariés à l'élaboration de votre stratégie marketing ? Leur demandez-vous leur avis ?

Nous n'organisons pratiquement aucune réunion. Nous avons tenté de le faire cette année, mais suite à la première réunion il n'y a pas eu de deuxième ... nous demandons toujours des avis lorsque nous concevons les circuits, les documents, les supports de communication mais n'organisons pas de rencontres formelles. Il peut arriver qu'on se retire dans une salle de réunion mais dans ce cas, c'est spontané. Cela veut dire qu'on était à 4 ou 5 derrière un petit écran d'ordinateur l'instant d'avant.

Comment organisez-vous le travail de vos salariés ?

Nos salariés sont très autonomes dans leur travail. C'est un vrai critère de recrutement pour nous. Nous demandons à ce que nos collaborateurs soient proactifs. Ils s'organisent comme ils le souhaitent, nous leur indiquons un délai lorsqu'il y en a un. Nous sommes en revanche très disponibles pour faire un point et sommes attentives à ce que les délais soient respectés.

Comment prenez-vous les décisions, Eugénie et vous ? Ensemble ? Chacune a ses domaines exclusifs ?

Nous prenons nos décisions à deux souvent au coin d'une table, dans les transports, sur un vélo, (rire) rarement au bureau car nous avons peu de moments calmes.

Comment gérez-vous les éventuels conflits ?

Nous avons eu très peu de conflits dans la vie de l'entreprise jusqu'ici. Notre antidote est la communication.

Si cela ne va pas, il faut en parler, en identifier les raisons et changer la manière de travailler.

Nous procédons de la même manière avec nos clients : lorsqu'ils nous signalent quelque chose dans un circuit ou nous appellent parce qu'ils ont une question, on essaie de rajouter l'information dans nos documents ou d'adapter la logistique de notre séjour.

Nous sommes une si petite équipe qu'il ne peut pas y avoir de conflit, car cela affecterait l'ambiance de travail de manière immédiate et par ricochet la motivation. A l'inverse, dès qu'il y a un malaise, cela se voit très vite.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

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.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

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.