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 - Épreuve E4, sous-épreuve U42

Session 2016 • Code sujet : **TOE42PT** • Durée : **4 heures** • Coefficient : **4**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Le marché des festivals de musique en France** (3 questions) **Page 3**

2. **Montage et commercialisation d'un produit** (8 questions) **Page 5**

3. **Action de fidélisation de la clientèle du festival** (2 questions) **Page 9**

4. **Gestion des ressources humaines** (2 questions) **Page 10**

5. **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/2016/BTS Tourisme - E4 – Gestion de la relation clientèle touristique - Session 2016 - 2-Sujet.pdf

1. Le marché des festivals de musique en France

Ce dossier étudie l'offre de festivals, notamment de musique classique, en France et en Midi-Pyrénées, ainsi que les caractéristiques de leurs publics. Il demande d'en tirer des conclusions et d'identifier les retombées touristiques et territoriales d'un festival.

Question 1.1. Analysez l'offre et la demande du marché des festivals de musique classique en France.

Marché	Constats
Offre nationale	Environ 2 000 festivals tous genres ; près de 600 festivals de musiques classiques à contemporaines recensés. Les domaines comprennent notamment la musique de chambre (316), le chant (142), la musique ancienne ou baroque (105) et le chant choral (57).
Offre régionale	Plus de 350 festivals en Midi-Pyrénées ; la recherche « festival de chant classique » recense 34 résultats.
Demande	Un Français sur quatre a déjà fréquenté un concert classique. Le public vieillit : les plus de 60 ans représentaient 26 % du public en 1997, contre 18 % en 1973. Les 15-24 ans n'en représentaient que 10 %.

À Éclats de Voix, environ 90 % des répondants viennent du Gers, 43 % sont retraités et les spectateurs assistent en moyenne à deux spectacles. Le public comporte des habitués comme des primo-visiteurs.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Offre nombreuse et variée ; demande plutôt âgée, majoritairement locale pour Éclats de Voix, et jeunes sous-représentés.

Question 1.2. Qu'en concluez-vous à partir de l'analyse de l'offre et de la demande ?

Le marché est important et diversifié, mais les festivals se différencient par leur thème, leur programmation, leur taille et leur implantation. Les festivals modestes peuvent attirer de nouveaux publics et donner une place aux jeunes artistes.

Le public classique est fidèle et vieillissant, tandis que les jeunes sont sous-représentés. Les seniors constituent donc un segment pertinent : 55,3 % souhaitent davantage de courts séjours et 46,9 % des offres sur mesure. Pour Éclats de Voix, la forte part de visiteurs du Gers impose de convertir la fréquentation en séjours touristiques.

Il faut associer le festival à l'hébergement, la restauration et aux loisirs, et promouvoir la destination assez tôt.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Créer et promouvoir des séjours adaptés, notamment aux seniors, pour élargir les publics et transformer la fréquentation du festival en tourisme local.

Question 1.3. Identifiez les différentes retombées touristiques d'un festival sur un territoire.

Les retombées d'un festival dépassent les recettes de billetterie et concernent plusieurs dimensions du territoire :

- **Économiques :** dépenses des festivaliers et organisateurs en hébergement, restauration, transport, commerces et loisirs ; recettes fiscales et taxe de séjour.
- **Indirectes et induites :** achats auprès des fournisseurs, activité et emplois soutenus chez les prestataires locaux.
- **Touristiques et patrimoniales :** séjours prolongés, découverte des sites, des terroirs et des équipements culturels.
- **Culturelles et d'image :** visibilité médiatique, notoriété et attractivité renforcées, fierté des habitants et rencontres entre professionnels.

Les festivals peuvent aussi mobiliser des subventions et des moyens publics.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Retombées économiques directes, indirectes et induites, valorisation touristique et patrimoniale, rayonnement culturel et médiatique, renforcement de l'image et de la fierté locales.

2. Montage et commercialisation d’un produit

L’office de tourisme du Grand Auch répond à l’association La Joie de vivre, qui souhaite un séjour sur mesure de deux jours et une nuit autour du festival Éclats de Voix pour 25 retraités et préretraités âgés de 60 à 75 ans. Le dossier traite de la conception du séjour, des conditions de commercialisation, du calcul de son prix et de la présentation de l’offre.

Question 2.1. Montrez les intérêts de créer des produits sur mesure afin d’augmenter la fréquentation touristique du festival Éclats de Voix sur le territoire de la ville d’Auch.

Un séjour sur mesure associe concerts, visites, repas et hébergement dans une offre simple à réserver pour un groupe. Il peut attirer des visiteurs extérieurs, alors que le festival accueille surtout un public local. L’enquête confirme l’intérêt de viser les retraités, qui représentent 43 % des professions déclarées par les répondants. En prolongeant leur présence, le séjour favorise les nuitées et les dépenses locales. Il valorise aussi le patrimoine et les spécialités du Gers, et renforce l’image d’Auch comme destination culturelle.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Un séjour adapté au groupe attire des visiteurs, prolonge leur présence et génère des retombées locales tout en valorisant le festival et le patrimoine d’Auch.

Question 2.2. Précisez si la forme juridique EPIC de l’office de tourisme est adaptée à la commercialisation du produit touristique. Justifiez votre réponse.

Oui. Le statut d’EPIC est compatible avec une activité commerciale, notamment la vente de prestations touristiques, si celle-ci entre dans les missions et le champ d’intervention de l’office. Pour vendre légalement un forfait, le statut ne suffit toutefois pas : l’office doit remplir les obligations applicables aux opérateurs de voyages.

- Être immatriculé au registre tenu par Atout France.
- Disposer d’une garantie financière et d’une assurance de responsabilité civile professionnelle.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Oui, l’EPIC peut commercialiser le séjour, sous réserve du respect des obligations légales des opérateurs de voyages.

Question 2.3. À quelles conditions l’office de tourisme du Grand Auch doit-il répondre pour pouvoir vendre un forfait touristique ?

La vente d’un forfait touristique est soumise aux obligations du Code du tourisme applicables aux opérateurs de voyages. L’office doit d’abord obtenir son immatriculation auprès d’Atout France, puis justifier des garanties requises.

Il doit également informer clairement le client avant la vente, établir un contrat précisant les prestations et leurs conditions, puis assurer le suivi prévu. La garantie financière protège les fonds versés et permet notamment le remboursement ou le rapatriement en cas de défaillance ; l’assurance couvre la responsabilité civile professionnelle.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Immatriculation Atout France, garantie financière, assurance de responsabilité civile professionnelle et respect des obligations d'information et de contrat.

Question 2.4. Rédigez le cahier des charges du séjour de deux jours et une nuit, prévu du jeudi 9 au vendredi 10 juin 2016, pour 25 personnes âgées de 60 à 75 ans.

Cahier des charges : séjour culturel de deux jours et une nuit, du jeudi 9 au vendredi 10 juin 2016, pour 25 retraités et préretraités de 60 à 75 ans de l'association La Joie de vivre, basée à Mérignac. Le transport aller-retour en autocar entre Mérignac et Auch est à organiser.

1. **Jour 1 :** arrivée à Auch à 11 h 30, déjeuner, visite guidée d'Auch et du musée des Jacobins, dîner, concert au Théâtre à l'italienne et nuit à l'Hôtel de France***.
2. **Jour 2 :** visite de l'entreprise de pastis gascon, déjeuner, visite guidée de Montaut-les-Créneaux, concert au Dôme de Gascogne, départ à 19 h 30 et arrivée prévue à Mérignac vers 22 h.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Séjour culturel à Auch, du 9 au 10 juin 2016, pour 25 personnes de 60 à 75 ans : autocar, deux concerts, visites, repas et une nuit à l'hôtel.

Question 2.5. Le client a-t-il été suffisamment précis dans sa demande ? Justifiez votre réponse.

La demande donne le cadre général : effectif, tranche d'âge, destination, durée et dates. Elle permet donc de préparer une première proposition, mais pas de confirmer les réservations ni de finaliser un devis adapté.

- Préciser le budget maximal et les horaires et lieux de départ à Mérignac.
- Déterminer la répartition entre chambres doubles et individuelles.
- Vérifier les besoins de mobilité, les régimes alimentaires et les éventuelles demandes d'accessibilité.
- Confirmer les prestations retenues, l'assurance, ainsi que les modalités de paiement et d'annulation.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Non. Les informations posent le cadre du séjour, mais plusieurs éléments nécessaires au devis et aux réservations restent à préciser.

Question 2.6. Calculez le prix de vente TTC par personne, en base chambre double, ainsi que le supplément en chambre individuelle, en appliquant une marge de 10 % HT sur le coût de production. Présentez les calculs sous forme de tableau.

Le coût comprend les prestations prévues, le repas du chauffeur et la rémunération chargée de l'accompagnateur. Les repas et activités de l'accompagnateur sont gratuits ; les chambres de l'accompagnateur et du chauffeur bénéficient aussi de la gratuité indiquée. Le prix de vente ajoute une marge de 10 % HT au coût, puis la TVA de

20 % sur cette marge. L'assurance annulation de 15 € est souscrite séparément par les clients.

Élément	Calcul	Montant
Repas des 25 clients et du chauffeur	25 × (20 + 30 + 13) + (20 + 30 + 13)	1 638 €
Hébergement des clients	12 × 80 + 1 × 80	1 040 €
Autocar	Forfait groupe	750 €
Visites d'Auch et du musée	Forfait groupe	125 €
Guide à Montaut-les-Créneaux	25 × 5	125 €
Deux concerts	25 × 2 × 15	750 €
Accompagnateur, charges comprises	350 × 1,5	525 €
Coût total du groupe	Somme des coûts ci-dessus	4 953 €
Coût unitaire, base double	(4 953 − 40) ÷ 25	196,52 €
Prix de vente TTC, base double	196,52 + (196,52 × 10 %) + (196,52 × 10 % × 20 %)	220,10 €
Supplément individuel TTC	40 + (40 × 10 %) + (40 × 10 % × 20 %)	44,80 €

Les 40 € retirés du coût du groupe correspondent au supplément de coût de la chambre individuelle par rapport à une place en chambre double. L'assurance s'ajoute au prix du séjour.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Prix par personne : 220,10 € en chambre double, supplément individuel de 44,80 €. Assurance annulation : 15 € en sus.

Question 2.7. Après échange avec la présidente de l'association, votre offre s'avère hors budget. Présentez quatre solutions permettant d'obtenir un tarif plus concurrentiel.

Pour rendre l'offre plus concurrentielle, quatre leviers peuvent être proposés à la présidente, en faisant valider toute modification du programme :

- Négocier des tarifs de groupe ou des gratuités supplémentaires auprès de l'hôtel, des restaurants et des prestataires.
- Choisir un hébergement moins coûteux.
- Remplacer un repas au restaurant par une formule plus économique.
- Réduire ou remplacer une activité ou un concert, tout en conservant les temps forts souhaités par le groupe.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Négocier les prestations, choisir un hébergement moins cher, simplifier un repas et adapter le programme d'activités ou de concerts.

Question 2.8. Présentez l’offre de vente pour l’association La Joie de vivre en listant les principaux éléments devant figurer dans le courrier commercial.

Le courrier, adressé à la présidente, rappelle la demande et présente le programme détaillé jour par jour, les dates, horaires, lieux, transport, hébergement, repas, visites et concerts. Il distingue les prestations incluses et exclues, indique le prix par personne en chambre double, le supplément individuel et le coût séparé de l’assurance. Il précise l’effectif retenu, la disponibilité, la durée de validité de l’offre, les modalités de réservation et de paiement, ainsi que les conditions d’annulation. Il se termine par les coordonnées de l’office et un accord à retourner.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Adresser un devis détaillé indiquant programme, prestations, tarifs et conditions de réservation, paiement et annulation.

3. Action de fidélisation de la clientèle du festival

L'office de tourisme reçoit régulièrement des demandes de produits sur mesure liés au festival et envisage l'achat d'un outil CRM reposant sur une base de données clients. Il faut juger la faisabilité budgétaire de l'investissement, puis présenter les obligations de l'office et les droits des clients concernant cette base.

Question 3.1. À l'aide des annexes, portez un jugement sur la faisabilité de l'investissement CRM, sachant que le budget moyen de l'office de tourisme du Grand Auch est de 588 000 € et que ses dépenses sont ventilées comme celles d'un office de tourisme moyen.

Le devis totalise 2 000 € TTC. Les frais fixes représentent 75 % du budget ; l'enveloppe consacrée aux actions est donc de 25 %.

Calcul	Formule	Résultat
Frais fixes	588 000 × 75 %	441 000 €
Budget disponible pour les actions	588 000 − 441 000	147 000 €
Part du budget total consacrée au CRM	2 000 ÷ 588 000 × 100	0,34 %
Part de l'enveloppe d'actions consacrée au CRM	2 000 ÷ 147 000 × 100	1,36 %

L'achat est financièrement faisable au regard du budget, sous réserve d'anticiper le coût de renouvellement de l'assistance après la première année.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Investissement faisable : 2 000 € représentent 0,34 % du budget annuel et 1,36 % de l'enveloppe disponible pour les actions.

Question 3.2. Présentez les obligations de l'office de tourisme concernant l'utilisation de la base de données clients et les droits des clients. Quatre obligations et deux droits sont attendus.

Pour gérer la base conformément à la loi Informatique et Libertés, l'office doit :

1. Effectuer la formalité préalable auprès de la CNIL lorsqu'elle est requise.
2. Informer les clients des finalités du traitement et des destinataires de leurs données.
3. Ne recueillir que les données nécessaires et les utiliser conformément aux finalités annoncées.
4. Protéger les données et limiter leur durée de conservation.

Les clients disposent notamment du droit d'accès à leurs données et du droit de rectification des informations inexactes ou incomplètes.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Obligations : formalité CNIL, information, collecte et usage limités aux finalités annoncées, sécurité et conservation maîtrisée. Droits : accès et rectification.

4. Gestion des ressources humaines

À la suite d'un départ à la retraite, l'office de tourisme souhaite créer un poste d'assistant en CDI à temps complet. Le poste concerne l'exploitation du CRM ainsi que le montage et la commercialisation de produits touristiques ; le profil requis comprend un BTS Tourisme minimum et trois années d'expérience dans le tourisme.

Question 4.1. Rédigez une annonce de recrutement répondant au besoin en ressources humaines, en intégrant les missions, le profil demandé, le CDI à temps complet et le salaire annuel de 20 000 €.

L'Office de tourisme du Grand Auch recrute un(e) assistant(e) en tourisme en CDI à temps complet.

- **Missions :** contribuer à l'exploitation du CRM et à la gestion de la relation clientèle, participer au montage et à la commercialisation de produits touristiques.
- **Profil :** BTS Tourisme minimum et trois années d'expérience dans le domaine du tourisme.
- **Conditions :** poste basé à Auch, rémunération annuelle de 20 000 €.

Les candidatures sont à adresser à l'Office de tourisme du Grand Auch.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Assistant(e) tourisme à Auch : CDI à temps complet, 20 000 € par an, BTS Tourisme minimum et trois ans d'expérience. Missions : CRM, montage et commercialisation de produits touristiques.

Question 4.2. Comment cette annonce peut-elle être diffusée ?

Pour toucher des candidats aux profils variés, l'Office de tourisme peut diffuser l'annonce sur plusieurs supports :

1. Site internet et réseaux sociaux de l'Office de tourisme.
2. France Travail, sites d'offres d'emploi et agences de recrutement.
3. Établissements de formation en tourisme et réseaux d'anciens étudiants.
4. Presse locale ou régionale, ainsi que réseaux professionnels du tourisme.

La diffusion combinée élargit la visibilité de l'offre et favorise des candidatures correspondant au profil recherché.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Diffuser l'annonce en ligne, auprès de France Travail et des formations en tourisme, dans la presse locale et par les réseaux professionnels.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2016)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve U42 du BTS Tourisme, session 2016, code TOE42PT, dure 4 heures et a un coefficient 4. Elle prend pour thème le festival Éclats de Voix à Auch. Les compétences évaluées portent sur l'analyse du marché des festivals, la conception et le chiffrage d'un séjour sur mesure, l'étude d'un investissement CRM, la gestion des données clients et le recrutement.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Les retombées d'un festival comprennent des effets directs, indirects et induits, ainsi que des effets sur l'image et la notoriété du territoire.
- Un produit touristique peut associer transport, hébergement, restauration, visites et spectacles pour renforcer l'attractivité d'un événement.
- Pour chiffrer un séjour, distinguez les coûts par personne des coûts de groupe et tenez compte des gratuités avant d'appliquer la marge demandée.
- L'exploitation d'une base CRM doit respecter les obligations relatives aux données clients et les droits des personnes concernées.

Points de vigilance & attentes du jury

- Étayer l'analyse de l'offre et de la demande par les chiffres et les tendances présentés dans les annexes.
- Dans le cahier des charges, reprendre les dates, l'effectif, l'âge du groupe, la durée et les éléments connus du séjour.
- Pour le prix, vérifier le partage des frais de groupe, les gratuités, le nombre de chambres et le supplément individuel.
- Respecter le nombre d'éléments demandé et les formats imposés, notamment quatre solutions et un tableau de calcul.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer le prix du séjour par personne ?

Additionnez les coûts des prestations et les frais de groupe, puis répartissez-les entre les participants payants en tenant compte des gratuités indiquées. Appliquez ensuite la marge de 10 % HT demandée et déterminez le prix TTC selon le traitement applicable.

Q : Comment intégrer les gratuités dans le calcul du coût ?

Repérez les prestations offertes à l'accompagnateur et au chauffeur, puis distinguez-les des coûts qui restent à payer pour le groupe. Répartissez les coûts correspondants entre les participants payants conformément aux indications de l'annexe.

Q : Comment répartir son temps pendant les quatre heures d'épreuve ?

Tenez compte des points attribués aux dossiers : 20, 40, 10 et 10. Réservez une part importante au montage et au calcul du séjour, puis gardez du temps pour contrôler les calculs, les unités, les réponses demandées et la présentation.

Q : Quels critères de notation et de présentation le sujet précise-t-il ?

Le sujet indique que la qualité rédactionnelle, la présentation et la cohérence des réponses seront évaluées. Il précise aussi certaines attentes de forme et de quantité, comme un tableau pour le calcul du prix et quatre obligations et deux droits pour la base clients.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtstourisme.fr/assets/annales/bts-tourisme/E4 – Gestion de la relation clientèle touristique/2016/BTS Tourisme - E4 – Gestion de la relation clientèle touristique - Session 2016 - 2-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.