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

U42 : Production d’une prestation touristique

Session 2018 • Code sujet : **TOE42PT** • Durée : **4 heures** • Coefficient : **4**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Marché de l’œnotourisme en Côte-d’Or (3 questions) **Page 3**

2. Montage et rentabilité d’un nouveau produit (4 questions) **Page 5**

3. Développement de l’activité et gestion des réservations sur internet (4 questions) **Page 8**

4. Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 10**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtstourisme.fr/assets/annales/bts-tourisme/E4 – Gestion de la relation clientèle touristique/2018/BTS Tourisme - E4 – Gestion de la relation clientèle touristique - Session 2018 - 2-Sujet.pdf

1. Marché de l’œnotourisme en Côte-d’Or

Après l’inscription des Climats de Bourgogne à l’UNESCO, Côte-d’Or Tourisme a réalisé un état des lieux de l’œnotourisme afin d’éclairer la création de nouveaux produits. À partir des annexes sur l’offre, la fréquentation et les clientèles, il faut analyser le marché et repérer les possibilités de développement pour Bourgogne Gold Tour.

Question 1.1. Présentez une analyse structurée du marché de l’œnotourisme.

Dimension	Constats
Offre	Concentrée sur l’axe Dijon-Santenay : patrimoine et musées à Dijon et Beaune, domaines viticoles, activités et hébergements. La côte viticole rassemble près de 60 % de l’offre d’hébergement de Côte-d’Or.
Demande	Favorisée par la notoriété des vins, l’inscription UNESCO, l’accessibilité et l’intérêt pour le patrimoine et la gastronomie. La clientèle pourrait devenir plus internationale.
Évolutions et limites	Le classement peut stimuler la fréquentation, sans hausse garantie. Concurrence internationale, prix élevés, ouvertures limitées de domaines et baisse de la consommation française freinent le marché.

L’œnotourisme associe dégustations, visites, itinérance, gastronomie, patrimoine et hébergement. Plus de 300 prestataires sont labellisés « Vignobles et Découvertes » en Côte-d’Or. En 2015, météo favorable, grands week-ends et transports moins coûteux ont soutenu les séjours ; prudence budgétaire, réservations tardives et attentats ont pesé sur la demande. Le marché est donc attractif, mais dépend du renouvellement de l’offre et d’une communication collective.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Un marché diversifié et attractif, porté par les vins et le patrimoine, mais dont la croissance dépend du renouvellement de l’offre et reste soumise à plusieurs freins.

Question 1.2. Identifiez deux segments de clientèle que l’agence pourrait cibler pour le développement de nouveaux produits et justifiez vos propositions.

Les visiteurs internationaux, notamment asiatiques : la renommée mondiale des vins bourguignons et le classement UNESCO renforcent l’attractivité de la destination. Les touristes étrangers dépensent généralement davantage que les nationaux. Des visites privées avec guides multilingues, dégustations et découverte du patrimoine répondraient à leurs attentes.

Les familles : l’offre œnotouristique qui leur est destinée reste à développer. Des parcours courts et ludiques combinant vignoble, villages et patrimoine, avec des activités adaptées aux enfants, élargiraient la clientèle au-delà des seuls amateurs de vin.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Cibler les visiteurs internationaux avec des offres multilingues, et les familles avec des parcours adaptés aux enfants.

Question 1.3. Argumentez sur les opportunités pour votre agence de se positionner durablement sur le marché de l'œnotourisme. Trois idées justifiées sont attendues.

1. **Valoriser les atouts de l'agence :** expertise des vins, guides français, anglais et allemands, tours privés, label « Vignobles et Découvertes » et prix national de l'œnotourisme différencient l'offre et rassurent les clients.
2. **Innover et diversifier :** associer vin, gastronomie, patrimoine et activités familiales permet de répondre à des attentes variées et de réduire la dépendance à la consommation de vin.
3. **Renforcer les partenariats :** coordonner domaines, hébergeurs et sites culturels rend les séjours plus cohérents. Une animation accrue de la Route des Grands Crus peut améliorer son attractivité, notamment face aux horaires d'ouverture parfois limités des domaines.

Le classement UNESCO et les projets de Cité de la Gastronomie à Dijon et de Cité des Vins à Beaune constituent des leviers, sans garantir à eux seuls une hausse durable de la fréquentation.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Se différencier par l'expertise, diversifier les offres et consolider les partenariats pour fidéliser plusieurs clientèles.

2. Montage et rentabilité d’un nouveau produit

Bourgogne Gold Tour prépare un séjour œnotouristique de deux jours et une nuit, les 23 et 24 juin 2018, pour vingt voitures du Porsche Club Bourgogne-Franche-Comté, avec deux personnes par véhicule. Le programme, les tarifs des prestations, les coûts d’encadrement et les informations sur les partenaires servent à calculer le prix et le seuil de rentabilité, puis à préparer la communication commerciale.

Question 2.1. Présentez de manière détaillée, dans un tableau récapitulatif, le prix de vente TTC par personne en base double ainsi que le supplément chambre individuelle. Arrondissez à l’euro supérieur.

Le coût de revient inclut les prestations des 40 participants, les frais et la rémunération des deux accompagnateurs, ainsi que le forfait du Clos de Vougeot. Les visites et dégustations sont gratuites pour les accompagnateurs. La marge de 15 % est ajoutée au coût HT, puis la TVA de 20 % est appliquée. Le supplément individuel correspond au surcoût de la chambre seule par rapport à sa quote-part en base double.

Poste	Calcul	Coût (€)
Hospices et dégustation	40 × (6,50 + 8)	580
Chambres des participants	20 × 275	5 500
Dîner, taxe et petit-déjeuner des participants	40 × (70 + 4 + 18)	3 680
Déjeuner Loiseau des Vignes	40 × 89	3 560
Dégustation à Meursault	40 × 8	320
Caves Patriarche	40 × 23	920
Déjeuner Le Charlemagne	40 × 90	3 600
Clos de Vougeot	Forfait groupe	120
Hébergement et repas des accompagnateurs	2 × 275 + 2 × 70 + 2 × 4 + 2 × 18 + 2 × 89 + 2 × 90	1 092
Rémunération des accompagnateurs	2 × 2 × 120	480
Coût total		**19 852**

Le coût de revient est de 496,30 € par personne. Le supplément individuel est calculé sur la différence entre une chambre seule à 275 € et une quote-part de 137,50 € en base double.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Prix de vente : **685 € TTC par personne en base double**. Supplément chambre individuelle : **190 €**.

Question 2.2. Calculez, en nombre de véhicules, le seuil de rentabilité de ce séjour.

Les charges fixes comprennent le forfait du Clos de Vougeot, les frais des accompagnateurs et leur rémunération. Les coûts variables couvrent les prestations des participants, soit 454 € par personne, ou 908 € par véhicule. La recette HT par véhicule est calculée au tarif non arrondi de 570,745 € par personne. Le seuil correspond aux charges fixes divisées par la marge sur coût variable par véhicule.

Charges fixes : 1 692 €. Marge sur coût variable par véhicule : 1 141,49 − 908 = 233,49 €. Le calcul donne 7,25 véhicules environ. Il faut retenir le nombre entier supérieur pour couvrir les charges.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le seuil de rentabilité est atteint à partir de **8 véhicules**, premier nombre entier supérieur au seuil calculé.

Question 2.3. Rédigez le courrier qui accompagnera cette offre commerciale, à l'attention du président du Porsche Club « Bourgogne-Franche-Comté ».

Bourgogne Gold Tour
À l'attention de Monsieur le Président du Porsche Club Bourgogne-Franche-Comté

Objet : Offre « Les routes du terroir bourguignon », 23 et 24 juin 2018

Monsieur le Président, nous vous proposons un séjour œnotouristique de deux jours en Bourgogne, au tarif de 685 € TTC par personne en chambre double, avec un supplément individuel de 190 €. Le samedi, rendez-vous à 10 h 30 pour la visite et la dégustation aux Hospices de Beaune, puis déjeuner chez Loiseau des Vignes, découverte de Meursault et dîner à l'Hostellerie de Levernois. Le dimanche : petit-déjeuner, visite-dégustation des caves Patriarche, déjeuner au Charlemagne, promenade dans les vignes et visite du Clos de Vougeot. Un stationnement surveillé est réservé aux véhicules à l'hôtel.

Nous serions heureux d'organiser ce séjour pour votre club. Je reste à votre disposition pour toute précision et vous prie d'agréer, Monsieur le Président, mes salutations distinguées.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Offre pour le Porsche Club Bourgogne-Franche-Comté : séjour des 23 et 24 juin 2018, 685 € TTC par personne en chambre double, supplément individuel de 190 €.

Question 2.4. Présentez les outils de communication que vous pourriez utiliser pour atteindre d'autres groupes constitués d'amateurs de voitures anciennes, clubs et associations français.

Pour atteindre les clubs et associations français d'amateurs de voitures anciennes, combiner prospection ciblée et relais spécialisés :

- Adresser aux présidents de clubs une offre personnalisée par courriel et courrier, avec programme, tarifs et modalités de réservation.
- Contacter les fédérations et annuaires de clubs, puis relancer par téléphone.
- Présenter le séjour dans la presse automobile de collection, ses sites et ses lettres d'information.
- Créer une page dédiée sur le site de l'agence et publier des contenus sur les réseaux sociaux.
- Promouvoir le produit lors de salons, rallyes et rassemblements de voitures anciennes.

Mettre en avant les visites privées, la gastronomie, les dégustations et les références de l'agence : guides multilingues, label Vignobles et Découvertes et Prix National de l'œnotourisme.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Associer prospection directe des clubs, relais fédéraux, presse automobile spécialisée, site et réseaux sociaux, et présence aux rassemblements de voitures anciennes.

3. Développement de l’activité et gestion des réservations sur internet

Bourgogne Gold Tour veut étendre son activité aux autres départements de la région et recruter une personne chargée de prospecter des prestataires et de gérer les réservations en ligne de clients français et étrangers. Le dossier porte aussi sur la formation d’un contrat en ligne et sur une cliente qui souhaite annuler un Wine Tour réservé pour une date déterminée.

Question 3.1. Identifiez au moins quatre compétences et quatre qualités attendues pour ce poste, dont les missions sont de démarcher de nouveaux prestataires touristiques et de gérer les réservations internet des clients nationaux et internationaux.

Le poste associe la prospection de partenaires à la gestion de réservations pour une clientèle française et étrangère. Il faut donc maîtriser les outils numériques et savoir communiquer en plusieurs langues. Les qualités attendues facilitent la relation avec les prestataires comme avec les clients et permettent de traiter les demandes avec fiabilité.

Compétences	Qualités
Prospecter et négocier	Aisance relationnelle
Connaître l’offre touristique régionale	Écoute et diplomatie
Gérer des réservations en ligne	Rigueur et organisation
Communiquer en langues étrangères	Autonomie et adaptabilité

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Compétences : prospection, négociation, gestion des réservations en ligne, langues étrangères. Qualités : relationnel, écoute, rigueur, autonomie.

Question 3.2. Rappelez les étapes pour qu’un e-contrat soit légalement formé.

La formation du contrat électronique suppose une offre claire et un parcours de commande permettant au client de contrôler son engagement. Le professionnel fournit au préalable les informations essentielles, notamment sur les caractéristiques et le prix du service.

1. Le client vérifie sa commande et peut corriger les erreurs.
2. Il confirme sa commande en exprimant son acceptation et son obligation de paiement.
3. Le professionnel accuse réception de la commande par voie électronique, sans délai injustifié.

Le contrat est conclu lorsque le client confirme sa commande ; l’accusé de réception est réputé reçu lorsque les parties peuvent y accéder.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Information préalable, vérification et correction de la commande, acceptation expresse avec obligation de paiement, puis accusé de réception électronique.

Question 3.3. Une cliente a réservé en ligne le 11 mai 2018 un « Wine Tour Grands Crus » pour le week-end des 19 et 20 mai 2018. Elle souhaite se rétracter le lendemain. Expliquez-lui ce que prévoit la réglementation dans cette situation.

Le droit de rétractation de quatorze jours ne s'applique pas aux activités de loisirs fournies à une date ou pendant une période déterminée. Le Wine Tour étant réservé pour le week-end des 19 et 20 mai, cette exception s'applique : la cliente ne peut pas imposer une rétractation légale.

La réservation a été faite le 11 mai et la demande intervient le 12 mai, soit sept jours avant le début de la prestation. Selon les conditions de vente de l'agence, une annulation entre quatorze et trois jours avant la prestation entraîne le paiement de la moitié du prix, sans préjudice des arrhes prévues.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Pas de droit légal de rétractation pour ce loisir à date fixe. Une annulation à sept jours entraîne la moitié du prix due, selon les conditions de vente.

Question 3.4. Quelles autres solutions argumentées pouvez-vous lui conseiller ?

Elle peut contacter rapidement l'agence pour demander le report du Wine Tour à une autre date. Ce changement dépend de l'accord de Bourgogne Gold Tour et des disponibilités : il ne constitue pas un droit automatique. Elle peut aussi demander si une autre personne peut prendre sa place, sous réserve de l'accord de l'agence et des formalités nécessaires.

Elle peut enfin vérifier si son assurance couvre l'annulation. Si aucune solution n'est acceptée, elle peut maintenir la réservation ou annuler en tenant compte des frais prévus aux conditions de vente. Toute solution convenue doit être confirmée par écrit.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Demander un report, proposer une remplaçante avec l'accord de l'agence, ou vérifier une éventuelle couverture d'assurance annulation.

SYNTHÈSE DE L'ÉPREUVE & RÉFÉRENTIEL • BTS TOURISME

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2018)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve U42 du BTS Tourisme, session 2018, code TOE42PT, dure 4 heures et a un coefficient 4. Elle porte sur l'œnotourisme en Côte-d'Or et la création d'un séjour autour des Climats de Bourgogne. Elle évalue l'analyse de marché, le ciblage des clientèles, le calcul des prix et de rentabilité, la communication commerciale et la gestion des réservations en ligne.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'œnotourisme associe découverte du vin, patrimoine, gastronomie, paysages et rencontres avec les professionnels du vignoble.
- Pour établir un prix de vente, recensez les coûts du programme, appliquez le taux de marge HT prévu et calculez le prix TTC.
- Le seuil de rentabilité en unités se calcule en divisant les charges fixes par la marge sur coût variable unitaire.
- La formation d'un contrat en ligne requiert une information préalable, une vérification de la commande et une confirmation électronique.

Points de vigilance & attentes du jury

- Structurez l'analyse du marché en distinguant l'offre, la demande, les tendances, les opportunités et les limites du territoire.
- Pour le prix, vérifiez le nombre de participants, les coûts des accompagnateurs, les gratuités autorisées et le supplément individuel.
- Présentez le seuil de rentabilité en nombre entier de véhicules, en arrondissant au nombre supérieur si nécessaire.
- En droit, distinguez l'éventuel droit de rétractation des conditions d'annulation contractuelles de l'agence.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment aborder le calcul du prix de vente TTC de ce séjour ?

Recensez les prestations incluses et calculez leur coût pour les participants et les accompagnateurs. Appliquez ensuite le taux de marge HT de 15 % indiqué, établissez le prix TTC selon le traitement applicable et arrondissez à l'euro supérieur.

Q : Comment distinguer rétractation et annulation dans ce dossier ?

La rétractation dépend des règles légales applicables aux contrats à distance et de leurs exceptions. L'annulation relève des conditions de vente de l'agence. Il faut donc vérifier si la prestation de loisirs est datée et quelles conditions d'annulation s'appliquent.

Q : Comment trouver le seuil de rentabilité en nombre de véhicules ?

Déterminez les charges fixes du séjour et la marge sur coût variable dégagée par véhicule. Divisez les charges fixes par cette marge unitaire, puis arrondissez au nombre entier supérieur afin d'atteindre le seuil.

Q : Quels critères de présentation le sujet demande-t-il de respecter ?

Le sujet précise que la qualité rédactionnelle, la présentation et la cohérence des réponses sont prises en compte. Faites apparaître les étapes et les unités dans les calculs, et justifiez les analyses et propositions à partir des annexes.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtstourisme.fr/assets/annales/bts-tourisme/E4 – Gestion de la relation clientèle touristique/2018/BTS Tourisme - E4 – Gestion de la relation clientèle touristique - Session 2018 - 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.