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

Épreuve E4 : Élaboration de l’offre touristique, sous-épreuve U42

Session 2019 • Code sujet : **TOE42PT** • Durée : **4 heures** • Coefficient : **4**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Préparation du Raid Défi d’Elles sur la Côte d’Azur (7 questions) **Page 3**

2. Conception technique du Raid (6 questions) **Page 6**

3. Communication du Raid (2 questions) **Page 9**

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/2019/BTS Tourisme - E4 – Gestion de la relation clientèle touristique - Session 2019 - 2-Sujet.pdf

1. Préparation du Raid Défi d'Elles sur la Côte d'Azur

L'association Défi d'Elles prépare un raid multisport féminin et solidaire sur la Côte d'Azur, après une précédente édition à Arcachon. Il faut analyser le produit et ses participantes, justifier le choix du territoire et envisager des partenariats avec le CRT et des acteurs privés.

Question 1.1. Identifiez les principales caractéristiques d'un Raid Défi d'Elles ainsi que les valeurs véhiculées par l'association.

Le Raid Défi d'Elles est une aventure multisport d'endurance organisée sur trois jours, par équipes de deux femmes, avec deux jours d'épreuves. Les disciplines varient selon les pays et les saisons : course à pied, vélo, ski de fond, surf ou autres activités. Le programme comprend aussi des temps de convivialité. L'association porte des valeurs de dépassement de soi, d'entraide et de partage. Son partenariat avec Keep A Breast ajoute une dimension solidaire de sensibilisation et de prévention du cancer du sein.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Raid multisport féminin en binômes sur trois jours, fondé sur le dépassement de soi, l'entraide, le partage et la solidarité.

Question 1.2. Présentez les besoins et les motivations des participantes aux Raids Défi d'Elles.

Besoins	Motivations
Encadrement, sécurité, ravitaillement et matériel adapté	Se lancer un défi et se dépasser
Hébergement, repas et organisation des déplacements sur place	Vivre une aventure sportive sans gérer toute la logistique
Équipe, convivialité et soutien	Partager l'expérience, créer des liens et contribuer à une cause solidaire
Découverte du territoire	Associer sport, évasion et découverte touristique

Le cahier des charges vise des femmes dynamiques et sportives, âgées de 25 à 45 ans. Elles peuvent ainsi rechercher une expérience collective, sécurisée et complète, qui allie défi physique, moments de partage et découverte.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Un défi sportif encadré et collectif, associant convivialité, découverte touristique et engagement solidaire.

Question 1.3. Le nom « Défi d'Elles » répond-il aux qualités commerciales et juridiques attendues d'un nom de marque ? Justifiez votre réponse.

Commercialement, le nom est adapté : « Défi d'Elles » est court, mémorisable et facile à prononcer. « Défi » évoque l'effort et l'aventure, tandis que « Elles » indique clairement un univers féminin. Il est cohérent avec le positionnement du raid.

Juridiquement, sa protection doit être vérifiée : le nom doit être disponible et suffisamment distinctif pour les activités concernées. Une recherche d'antériorité, notamment dans les bases de marques de l'INPI, permet de repérer d'éventuels droits identiques ou proches avant un dépôt.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Nom commercialement pertinent ; disponibilité et caractère distinctif à vérifier avant son dépôt comme marque.

Question 1.4. Justifiez le choix du territoire de la Côte d'Azur pour l'organisation de ce raid.

La Côte d'Azur associe littoral et arrière-pays montagneux, ce qui permet de varier les épreuves : natation et kayak près de la mer, vélo et course sur des itinéraires offrant du relief. La proximité de Nice, Cannes et Antibes facilite aussi la découverte de sites connus.

- La diversité des paysages, des villages et des espaces naturels enrichit le séjour.
- Le choix correspond à la stratégie du CRT, qui fait du sport un axe prioritaire et souhaite développer les séjours sportifs.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Un territoire touristique connu et contrasté, adapté aux épreuves multisports et à la stratégie sportive du CRT.

Question 1.5. Identifiez trois types d'aides attendus du partenariat avec le CRT Côte d'Azur et donnez un exemple pour chacun.

Type d'aide	Exemple
Promotion et communication	Relayer le raid sur les supports du CRT et auprès des médias touristiques.
Appui technique et mise en réseau	Mettre l'association en relation avec les offices de tourisme, collectivités et prestataires.
Soutien financier ou matériel	Contribuer au financement de la communication ou fournir de la signalétique.

Ces aides peuvent accroître la visibilité du raid, faciliter son organisation et renforcer les liens avec les acteurs locaux. Elles s'inscrivent dans la dynamique de partenariat public-privé et de développement des séjours sportifs promue par le CRT.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Promotion, appui technique et mise en réseau, soutien financier ou matériel.

Question 1.6. Indiquez quelles contreparties pourraient être proposées au CRT dans le cadre de ce partenariat.

Les contreparties doivent donner de la visibilité au CRT et valoriser la destination Côte d'Azur auprès des participantes, des médias et des partenaires.

1. Afficher le logo « Côte d'Azur France » sur les tee-shirts, dossards et supports de communication.
2. Citer le CRT dans les communiqués, publications et prises de parole liées au raid.
3. Mettre en avant les paysages et les sites du territoire dans les contenus diffusés.
4. Inviter ses représentants aux temps forts et leur transmettre un bilan des retombées.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Visibilité du CRT, valorisation de la destination, invitations aux temps forts et bilan des retombées.

Question 1.7. Donnez trois exemples d'acteurs privés auxquels proposer un partenariat et justifiez votre réponse.

Belambra Clubs : l'établissement héberge participantes et bénévoles ; il peut soutenir l'accueil ou proposer des conditions préférentielles. **Fragonard :** son parfum est prévu dans le welcome bag ; la parfumerie peut fournir des produits ou contribuer à leur financement.

JW Marriott Cannes : il accueille la soirée de gala et peut participer par une offre préférentielle ou un relais de communication. Ces acteurs privés sont directement associés à l'hébergement ou aux prestations du raid. En échange, l'association peut leur offrir une visibilité ciblée sur les supports et pendant l'événement.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Partenaires possibles : Belambra Clubs, la parfumerie Fragonard et le JW Marriott Cannes.

2. Conception technique du Raid

Le raid se déroule du 27 au 29 septembre 2019 et accueille 50 binômes ainsi que six bénévoles. La conception porte sur le choix de l'hébergement, le calcul du prix de vente, les moyens de respecter le budget souhaité et la responsabilité juridique de l'organisateur.

Question 2.1. À l'aide du cahier des charges en annexe et de vos connaissances, indiquez les critères à retenir pour sélectionner l'hébergement de ce raid.

Critère	Application au raid
Capacité	53 chambres doubles pour 100 participantes et 6 bénévoles.
Localisation	Accès aux lieux d'épreuves, de rendez-vous et de transfert.
Prestations	Deux nuits, petits déjeuners, repas prévus, soirées et espaces adaptés au groupe.
Conditions commerciales	Coût total, gratuités, réservation et annulation.
Qualité et sécurité	Confort, propreté, accueil, accessibilité et sécurité.

Le cahier des charges prévoit un hébergement en chambres doubles à la résidence Belambra des Terrasses de Saint-Paul, à La Colle-sur-Loup. Il faut aussi vérifier que l'établissement peut accueillir le groupe pendant les deux nuits et faciliter les transferts du programme.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Un hébergement adapté à 106 personnes, bien situé, sûr, confortable, doté des services requis et compatible avec le budget.

Question 2.2. Indiquez les éléments qui permettent d'évaluer la qualité d'un hébergement.

La qualité s'apprécie à partir de preuves concrètes et de l'expérience des clients :

- classement, labels et conformité aux normes ;
- visite des chambres et espaces communs : propreté, confort, équipements et entretien ;
- qualité de l'accueil, disponibilité du personnel et traitement des demandes ;
- avis récents, réclamations et satisfaction de la clientèle ;
- qualité des services, accessibilité, sécurité et respect des prestations annoncées.

Il est utile de confronter les documents du prestataire aux observations sur place et à des sources fiables.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Vérifier le classement, l'état des locaux, les services, l'accueil, les avis clients, la sécurité et les engagements annoncés.

Question 2.3. Calculez le prix de vente public TTC du raid, hors frais d'inscription, avec un taux de marge de 15 % HT. Présentez les calculs détaillés dans un tableau faisant apparaître la TVA.

Le calcul porte sur 100 participantes et 6 bénévoles pour l'hébergement. Les deux gratuités d'hébergement s'appliquent aux 53 chambres, tandis que les autres gratuités sont déduites des prestations concernées. La marge est de 15 % du coût de revient HT. Le tableau applique le taux normal de TVA de 20 %.

Élément	Calcul	Montant
Transport	Forfait	3 300,00 €
Matériel	50 × 100	5 000,00 €
Hébergement	(53 - 2) × 2 nuits × 92 €	9 384,00 €
Déjeuner	10 × 100	1 000,00 €
Soirée d'ouverture	25 × 100	2 500,00 €
Soirée de gala	46 × (100 - 3)	4 462,00 €
Visite et dégustation	250 + 10 × (100 - 6)	1 190,00 €
Welcome bag	35 × 100	3 500,00 €
Lots, organisation, assurance	450 + 1 100 + 20 × 100	3 550,00 €
Coût de revient	Total des coûts	33 886,00 €, soit 338,86 € par participante
Marge HT	338,86 × 15 %	50,83 €
Prix de vente HT	338,86 + 50,83	389,69 €
TVA	389,69 × 20 %	77,94 €
Prix de vente TTC	389,69 + 77,94	467,63 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Prix de vente public : 467,63 € TTC par participante, hors frais d'inscription.

Question 2.4. Le prix de vente TTC calculé dépasse de 30 euros par personne le prix souhaité par la majorité des participantes. Proposez des actions pour respecter le prix souhaité.

Le prix calculé doit baisser de 30 € par participante, soit un objectif de 437,63 € TTC. Pour y parvenir sans compromettre la sécurité ni les épreuves :

1. Renégocier les tarifs de l'hébergement, des repas, du gala et des transports.
2. Obtenir davantage de gratuités ou de contributions en nature de partenaires.
3. Rechercher des sponsors pour financer les welcome bags, les lots ou la logistique.
4. Réduire ou proposer en option des prestations non essentielles, en informant clairement les participantes.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Objectif : 437,63 € TTC par participante. Négocier, obtenir des partenariats et réduire ou optionner les dépenses non essentielles.

Question 2.5. Rappelez les trois conditions que la victime doit réunir pour engager la responsabilité de l'organisateur et illustrez votre réponse.

Pour engager la responsabilité civile de l'organisateur, la victime doit établir trois conditions cumulatives :

- **Un dommage** : blessures ou préjudice matériel après la collision.
- **Un fait générateur** : une faute de l'organisateur, par exemple un périmètre de sécurité insuffisant ou mal surveillé.
- **Un lien de causalité** : démontrer que cette défaillance a contribué à l'accident et au dommage.

La seule survenue d'un accident ne suffit donc pas à établir la responsabilité de l'organisateur.

✓ RÉPONSE À RETENIR

La victime doit prouver un dommage, une faute imputable à l'organisateur et un lien de causalité entre les deux.

Question 2.6. Dans le cas cité, indiquez si la responsabilité de plein droit de l'organisateur est engagée et pour quelles raisons.

Non, la responsabilité de plein droit de l'organisateur n'est pas automatiquement engagée par l'accident. La participante doit établir une faute de l'organisation et son lien avec le dommage, notamment une délimitation ou une surveillance insuffisante du parcours.

Le conducteur est un tiers qui a enfreint le périmètre de sécurité : son comportement peut être la cause de l'accident. Cela n'exonère toutefois pas l'organisateur si une défaillance de sécurité lui est imputable.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Pas automatiquement : la responsabilité dépend notamment de la preuve d'une défaillance de sécurité imputable à l'organisateur.

3. Communication du Raid

L'association souhaite communiquer sur l'événement auprès de la presse. Christelle Gauzet est également sollicitée pour devenir ambassadrice de la marque territoriale Côte d'Azur France.

Question 3.1. Proposez un plan détaillé du communiqué de presse en mentionnant tous les éléments constitutifs.

Le communiqué suit une progression claire, du message essentiel aux renseignements pratiques :

1. Logo et nom de l'association, mention « Communiqué de presse », lieu et date.
2. Titre accrocheur, puis chapeau résumant l'annonce.
3. Texte principal : organisateur, événement, dates et lieu, objectifs, dimension sportive et solidaire, principaux temps forts.
4. Citation éventuelle de Christelle Gauzet et informations pratiques : inscription, modalités de participation, horaires et accès.
5. Coordonnées du contact presse, puis présentation succincte de Défi d'Elles et indication des visuels disponibles.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Identification et date, titre, chapeau, présentation de l'événement, citation éventuelle, informations pratiques, contact presse et présentation de l'association.

Question 3.2. Citez les avantages et les inconvénients, pour Christelle Gauzet, de devenir ambassadrice de la marque Côte d'Azur France.

Les ambassadeurs relaient les actions de la marque, en portent l'image et en sont les porte-parole dans leurs activités. La collaboration avec le Comité de marque peut apporter à Christelle Gauzet une visibilité accrue, renforcer sa notoriété et valoriser son engagement sportif. Elle peut aussi développer ses liens avec les acteurs et influenceurs du territoire.

- **Contraintes :** consacrer du temps à la collaboration et relayer régulièrement les actions de la marque.
- **Risques :** associer son image personnelle à celle de la marque et être exposée aux conséquences d'une controverse ou d'une communication contestée.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Avantages : visibilité, notoriété, valorisation de son engagement et réseau territorial. Inconvénients : temps à consacrer, devoir de représentation et risque d'association de son image à celle de la marque.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2019)

Bilan de l'épreuve : Épreuve U42 du BTS Tourisme, session 2019, code TOE42PT, durée de quatre heures et coefficient 4. À partir de la conception d'un raid féminin multisport et solidaire sur la Côte d'Azur, les candidats analysent le produit et ses publics, les partenariats et les prestations, calculent un prix TTC, étudient la responsabilité de l'organisateur et proposent des actions de communication.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Un produit touristique doit correspondre aux publics visés, aux activités, au territoire, à l'hébergement et aux prestations incluses.
- Un partenariat met en regard les contributions attendues et les contreparties proposées à chaque acteur.
- Pour établir un prix TTC, distinguez coût de revient, marge HT, base taxable et TVA, puis détaillez les calculs.
- La responsabilité civile suppose un dommage, un fait générateur et un lien de causalité entre les deux.

Points de vigilance & attentes du jury

- Appuyez vos arguments sur les données précises du raid et les documents, plutôt que sur des généralités.
- Pour le prix, vérifiez les effectifs, les gratuités et les coûts fixes et variables, puis faites apparaître la TVA.
- Distinguez les conditions générales de responsabilité de la question spécifique de la responsabilité de plein droit.
- Soignez la rédaction, la présentation et la cohérence des réponses, critères explicitement signalés dans le sujet.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser le calcul du prix de vente TTC demandé ?

Recensez les coûts fixes et ceux calculés par personne en tenant compte des effectifs et gratuités. Calculez le coût de revient, appliquez la marge HT, puis la TVA. Présentez chaque étape dans un tableau détaillé.

Q : Quelles conditions vérifier pour engager la responsabilité civile ?

La victime doit établir un dommage, un fait générateur de responsabilité et un lien de causalité entre les deux. Il faut ensuite examiner séparément si la responsabilité de plein droit de l'organisateur s'applique au cas présenté.

Q : Comment répartir les quatre heures de l'épreuve ?

Répartissez votre temps entre les trois dossiers selon leurs poids respectifs : 30, 36 et 14 points. Réservez suffisamment de temps au calcul détaillé du prix, puis à la relecture et à la vérification de la présentation.

Q : Quels critères de notation sont explicitement signalés dans le sujet ?

Le sujet indique que la qualité rédactionnelle, la présentation et la cohérence des réponses sont prises en compte. Le calcul du prix doit être détaillé dans un tableau faisant apparaître la TVA, et les propositions doivent répondre aux consignes.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtstourisme.fr/assets/annales/bts-tourisme/E4 – Gestion de la relation clientèle touristique/2019/BTS Tourisme - E4 – Gestion de la relation clientèle touristique - Session 2019 - 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.