BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

TOURISME

ÉPREUVE E5
Élaboration d'une prestation touristique

SESSION 2026

Durée : 4 heures coefficient : 5

Matériel autorisé :

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collège » est autorisé.

Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 18 pages, numérotées de la page 1/18 à 18/18.

CroisiEurope accueille chaque année près de 200 000 passagers à bord de ses 50 navires, présents sur les fleuves, les mers et les canaux en Europe et aux quatre coins du monde.

L'un de ses principaux atouts réside dans un rapport qualité/prix imbattable, grâce à une maîtrise intégrale des métiers de la flotte : de la conception des navires jusqu'à la commercialisation des croisières en passant par la production, la gestion hôtelière et commerciale, l'entretien, la décoration, les achats et la formation.

Depuis plusieurs décennies, CroisiEurope s'est imposé comme l'un des leaders européens de la croisière fluviale et maritime, en s'appuyant sur une clientèle fidèle, principalement composée de seniors actifs, de retraités et, plus ponctuellement, de familles**.** L'engouement d'une clientèle plus jeune pour des produits de croisière proposés par la concurrence, incite CroisiEurope à diversifier son offre dans cette direction.

Ce projet s'inscrit dans une stratégie de modernisation de l'image de marque et de rajeunissement de la clientèle, tout en valorisant le savoir-faire historique de l'entreprise dans l'organisation de croisières.

Dans cette optique, CroisiEurope envisage de développer sa gamme des « croisières City-break » en lançant, à partir de juin 2026, des croisières thématiques conçues spécifiquement pour un public jeune, amateur de musique électronique, d'ambiance conviviale et de découvertes culturelles.

Récemment recruté(e) par l'entreprise, placé(e) sous l'autorité de la directrice commerciale Véronique BLANC, plusieurs missions vous sont confiées dans le cadre du développement de la nouvelle ligne de produits « Croisières City Break Électro » (CCBE).

Mission 1 : **Réflexion sur la mise en marché de la nouvelle ligne de produits CCBE**
Mission 2 : **Élaboration du produit CCBE à destination d'Ibiza**

Mission 1 : Réflexion sur la mise en marché de la nouvelle ligne de produits CCBE

La population ciblée, plus jeune, avec laquelle CroisiEurope est peu familière, amène Véronique BLANC à réfléchir à l'adaptation de la communication et de la distribution pour la nouvelle ligne de produits envisagée.

L'objectif recherché est de promouvoir la nouvelle ligne de produits, et d'obtenir des résultats commerciaux rapides. Pour cela, Véronique BLANC envisage de parrainer ou de mécéner les évènements musicaux, notamment les festivals de musique électro.

1.1 Recommander la solution qui paraît la plus appropriée entre parrainage et mécénat.

Le réseau des agences de voyages est essentiel pour CroisiEurope. S'appuyer sur ce réseau pour commercialiser la nouvelle ligne de produits va cependant nécessiter que les agents de voyages soient sensibilisés et formés à cette offre originale du croisiériste. Dans cet objectif, vous envisagez de mettre en place un webinaire de formation le 8 juin 2026.

1.2 Vérifier s'il sera possible de mettre en place ce webinaire à la date prévue. Justifier.

Véronique BLANC s'interroge sur l'opportunité de vendre les croisières dans les billetteries de spectacle en ligne.

1.3 Argumenter sur l'intérêt et la faisabilité de la mise en place de ce nouveau canal.

Mission 2 : Élaboration du produit CCBE à destination d'Ibiza

Le premier produit sur lequel Véronique BLANC vous demande de travailler est une croisière à destination d'Ibiza. Dans un souci d'efficacité, elle vous conseille de vous appuyer sur le produit « Baléares, soleil méditerranéen et escales de rêve » - déjà existant dans le catalogue du croisiériste - en l'adaptant. Le produit final devra répondre aux attentes de la cible visée et respecter les caractéristiques de la nouvelle ligne de produits.

2.1 Identifier les modifications à apporter au produit « Baléares, soleil méditerranéen et escales de rêve ». Justifier.

Les modifications nécessaires ont été réalisées. Une soirée dans une discothèque renommée d'Ibiza figurera au programme.

2.2 Sélectionner la discothèque à intégrer au programme. Justifier.

Le programme ainsi modifié a été validé par la direction.

2.3 Déterminer le prix de vente TTC par personne en base double et le supplément single en détaillant la démarche.

La direction de CroisiEurope s'est fixée comme objectif d'atteindre un résultat prévisionnel de 110 000 € dès la première année d'exploitation du nouveau produit CCBE-Ibiza.

2.4 Vérifier si cet objectif pourra être atteint. Justifier.

SOMMAIRE DES ANNEXES

Annexe 1	La gamme actuelle des « Croisières City-Break »	**Page 5**
Annexe 2	La nouvelle ligne de produits « Croisière City Break Electro »	**Page 6**
Annexe 3	Informations sur la cible des jeunes	**Page 7**
Annexe 4	Entretien qualitatif mené par CroisiEurope dans le cadre du lancement de la nouvelle ligne de produits « CCBE »	**Page 8**
Annexe 5	Parrainage versus Mécénat	**Pages 9 et 10**
Annexe 6	Les tâches à accomplir dans le cadre de l'organisation du webinaire	**Page 11**
Annexe 7	Extraits du calendrier 2026	**Page 12**
Annexe 8	Échange entre deux collaborateurs CroisiEurope	**Page 12**
Annexe 9	Les plateformes de billetterie en ligne	**Page 13**
Annexe 10	Les billetteries de spectacle en ligne : l'exemple d'Evenbrite	**Page 13**
Annexe 11	Programme de la croisière « Baléares, soleil méditerranéen et escales de rêve » - 7 jours / 6 nuits	**Page 14**
Annexe 12	Extraits de l'entretien avec Véronique BLANC	**Page 15**
Annexe 13	Informations sur les discothèques d'Ibiza présélectionnées	**Pages 15 à 17**
Annexe 14	Éléments nécessaires à la tarification du nouveau produit « CCBE-Ibiza »	**Page 18**
Annexe 15	Éléments nécessaires à l'élaboration du budget d'exploitation prévisionnel	**Page 18**

ANNNEXE 1 : La gamme actuelle des « Croisières City-Break »

CroisiEurope commercialise des City-break en Europe. Grâce à ces courts séjours de 4 ou 5 jours, les clients peuvent découvrir Paris, Budapest, Vienne, Bratislava et Venise. Le concept consiste soit à rester dans une capitale en séjournant à bord du bateau, soit à visiter plusieurs villes durant la croisière.

Quelques exemples :



Prochains départs : 29/01/2026, 01/02/2026

Classique

À partir de 499€/pers.

RÉF. PAB_PP

4 Jours

Escapade parisienne au fil de la Seine (Formule port/port)

PARIS – SES LIEUX MYTHIQUES – LE VIEUX MONTMARTRE

« Paris n'en finit pas de nous épater, on croit le connaître, et voilà qu'une surprise nous attend au coin de l'une de ses ruelles ».

Paris, éternelle et romantique, insolite, créative et moderne : découvrez cette ville au somptueux patrimoine architectural et culturel. Au fil de la Seine, embarquez pour une croisière unique au cœur de la sublime capitale française.



Prochains départs : 29/01/2026, 01/02/2026

Classique

À partir de 800€/pers. ~~999€~~

RÉF. WBU_PP

5 Jours

Les capitales danubiennes (Formule port/port)

VIENNE – BUDAPEST – BRATISLAVA - VIENNE

Embarquez pour une croisière au cœur des capitales danubiennes. Vous irez à la rencontre de lieux uniques, tels que le grand marché couvert de Budapest qui déploie un incroyable étalage de produits divers et variés dont les célèbres guirlandes de paprika, vous apprécierez également son étincelante toiture de tuiles Zsolnay, ou encore Vienne, véritable musée à ciel ouvert.

Source : D'après https://www.croisieurope.com

ANNNEXE 2 : La nouvelle ligne de produits « Croisière City Break Electro »

Les croisières thématiques "City Break Électro" seront conçues spécifiquement pour un public de jeunes, amateurs de musique électronique, d'ambiance conviviale et de découvertes culturelles.

Ce seront des croisières reprenant le format des croisières City Break en cherchant à concilier les besoins de déconnexion du quotidien, de partage d'expériences, d'évasion et la découverte de grandes villes Européennes.

Elles offriront aux passagers des activités centrées sur la musique électronique à bord et lors des escales.

Les bateaux utilisés seront des bateaux de moyenne capacité permettant :

- d'accoster au cœur des villes ;
- d'optimiser les transferts ;
- de concilier partage, convivialité à bord et confort.

Ces produits seront avant tout des évènements musicaux construits autour du thème de la musique électronique.

Durant les traversées sur le bateau, les clients se verront proposer des apéritifs musicaux avec des DJ connus, tout comme des temps de détente et une restauration soignée.

Lors des escales, les clients auront accès à des lieux ou à des événements qualitatifs (festivals, discothèques, concerts…) qui se dérouleront en soirée. Durant la journée, ils effectueront des excursions culturelles ou sportives.

Source interne

ANNEXE 3 : Informations sur la cible des jeunes

Enquête "Voyages & Loisirs des Jeunes Actifs

Priorité lors du choix d'un voyage :

- Unicité et originalité de l'expérience : 85 %
- Hébergements et services de qualité : 70 %
- Vie nocturne et divertissement : 60 %
- Optimisation du temps : 55 %
- Aspects culturels : 30 %
- Relaxation : 40 %

Activités recherchées lors d'un séjour (hors visites classiques) :

- Événements musicaux / festivals : 75 %
- Activités sportives / nautiques : 40 %
- Ateliers créatifs / immersifs : 25 %
- Sessions de bien-être (spa, yoga) : 30 %

Format de séjour souhaité :

- Inférieur à 6 jours / 5 nuits : 69 %
- Egal ou supérieur à 6 jours / 5 nuits : 53 %

Destinations recherchées dans le cadre de courts séjours :

- France métropolitaine : 23 %
- En Europe dans des pays limitrophes de la France : 40 %
- En Europe éloignée : 45 %
- Sur d'autres continents ou dans les DOM-TOM : 27 %

Source : Observatoire du Tourisme, 2024

Données sur le marché de la musique électronique

- Participation à au moins un festival / événement électro par an : 68 % des 25-40 ans urbains.
- Importance des "line-ups" (programmation d'artistes) : très élevée (déclencheur principal d'achat pour 90 %).

Source : Étude de marché "Événements Musique Électronique", 2023

ANNEXE 4 : Entretien qualitatif mené par CroisiEurope dans le cadre du lancement de la nouvelle ligne de produits « CCBE »

Dans le cadre du développement de la nouvelle ligne de produits, CroisiEurope a développé des entretiens qualitatifs auprès de la clientèle potentielle. Celui mené avec Laura est particulièrement représentatif.

Laura, 31 ans, est une entrepreneure à succès. Elle adore voyager, découvrir des villes vibrantes et est une grande amatrice de musique sous toutes ses formes. Elle n'a jamais fait de croisière mais est ouverte à l'idée si l'expérience est à la hauteur de ses attentes.

CroisiEurope : Bonjour Laura, merci d'être venue. Pour commencer, pourriez-vous me parler de ce que vous attendez d'un voyage qui combine exploration urbaine et musique ?

Laura : Volontiers ! L'idée d'une croisière est intrigante, mais je ne me vois pas passer tout mon temps en mer. Ce qui m'attire, c'est de pouvoir explorer plusieurs villes sans avoir à faire et défaire mes valises. Pour moi, un voyage réussi, c'est la découverte des lieux les plus branchés d'une ville, une gastronomie locale raffinée et, surtout, une immersion dans la scène musicale : concerts, clubs, scènes alternatives. Le côté "musée", très peu pour moi.

CroisiEurope : C'est très clair. Quel type de musique vous parle le plus, et comment aimeriez-vous l'intégrer à votre expérience de voyage ?

Laura : Je suis assez éclectique ! J'adore le jazz dans des clubs authentiques, les concerts de rock indépendant ou électro dans des salles intimistes, et j'apprécie aussi les festivals urbains ou les événements musicaux éphémères. L'important est d'avoir accès à des expériences exclusives : des places pour des concerts prisés, des invitations à des soirées privées, ou même la possibilité de rencontrer des artistes locaux.

CroisiEurope : Parfait ! Cette notion d'exclusivité est essentielle. En pensant à la croisière elle-même, qu'est-ce qui serait pour vous un critère non négociable à bord pour accompagner ces escales urbaines et musicales ?

Laura : Le bateau doit être à taille humaine, avec une ambiance raffinée et pas trop formelle. J'ai besoin d'un service personnalisé, où le personnel me connaît. Côté gastronomie, je veux de la qualité supérieure avec des options variées, pourquoi pas des restaurants de spécialités ou des chefs invités. Et surtout, à bord, j'attends des activités qui complètent l'expérience musicale des escales : des masterclass avec des musiciens, des conférences sur l'histoire musicale des villes visitées, ou même des sessions de DJ sets. Et bien sûr, une connexion Wi-Fi impeccable est indispensable.

CroisiEurope : C'est une excellente vision. Concernant les itinéraires, avez-vous des destinations en tête qui vous semblent propices à ce type de croisière ?

Laura : Je pense tout de suite à des villes comme Lisbonne pour le fado et sa vie nocturne, Dublin pour sa scène musicale traditionnelle et contemporaine, Amsterdam pour l'électro et ses clubs innovants, ou même des escales méditerranéennes comme Barcelone ou Marseille qui ont des scènes musicales très riches et diverses. L'idée est de pouvoir accoster au plus proche du centre-ville pour maximiser le temps d'exploration.

CroisiEurope : Ces destinations sont parfaites pour ce type d'expérience. Pour les escales, recherchez-vous des excursions organisées ou une plus grande liberté pour explorer par vous-même, avec des recommandations locales ?

Laura : Je préfère de loin la liberté. J'aimerais avoir des recommandations d'itinéraires personnalisés, des adresses de clubs de jazz secrets, de bars à concerts, ou de restaurants "locaux" validés par des experts. Je suis prête à payer pour des guides privés si cela me permet d'accéder à des expériences réellement uniques. L'idée est d'être guidée vers l'authentique sans être "encadrée". Je ne souhaite pas non plus passer mon temps dans les transports lors des escales. Si tout peut se faire à pied ou en transport en commun c'est idéal !

ANNNEXE 5 : Parrainage versus[1] Mécénat

1 - Quels avantages fiscaux ?

Parrainage	Mécénat
En tant qu'outil de communication et de marketing, le parrainage est considéré comme une dépense d'exploitation. Cela signifie que les dépenses engagées dans le cadre du parrainage, telles que les frais de publicité ou la mise en avant de la marque, sont déductibles des impôts comme n'importe quelle autre charge de l'entreprise.	Les dons effectués dans le cadre du mécénat peuvent ouvrir droit à des réductions fiscales, en fonction de la législation en vigueur. Par exemple, en France, une entreprise peut actuellement bénéficier d'une réduction d'impôt pouvant aller jusqu'à 60 % des montants versés, dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires annuel. C'est en fait un outil fiscalement intéressant avec un impact social fort.

2 - Commercial versus Sociétal

Parrainage	Mécénat
Le parrainage engage une entreprise dans une logique commerciale. L'entreprise investit pour augmenter sa visibilité et obtenir un retour sur investissement. Par exemple, une entreprise sponsorisant une équipe sportive locale espère accroître sa notoriété dans une région spécifique, influençant ainsi ses parts de marché. Ce type de partenariat peut être revu et réévalué sur la base des performances commerciales et des bénéfices directs obtenus.	Le mécénat s'inscrit dans une démarche plus durable et éthique. Il permet à l'entreprise de contribuer à des projets de long terme, en faveur de l'intérêt général, sans attendre de retour direct. Un exemple typique est une entreprise qui soutient une initiative de recherche médicale ou un projet éducatif dans une zone défavorisée. L'impact se mesure en termes de bénéfices pour la société, et non en termes de gains financiers immédiats.

3 - Visibilité versus intérêt général

Parrainage	Mécénat
Le parrainage se concentre souvent sur des projets à haute visibilité. Cela inclut des événements sportifs ou des festivals. La marque peut être mise en avant de manière proactive. Le critère essentiel pour l'entreprise est la capacité du projet à attirer un large public ou une audience ciblée.	Le mécénat couvre un large éventail de domaines, de l'éducation à la culture, en passant par l'environnement et l'humanitaire. L'impact recherché est davantage qualitatif que quantitatif. Il s'agit de soutenir des projets qui apportent une valeur ajoutée à la société dans son ensemble.

[1] Versus : par opposition

4 - Quel objectif pour votre projet ?

Parrainage	Mécénat
Le parrainage repose sur un objectif de promotion. L'entreprise qui sponsorise un événement ou une initiative attend en retour une visibilité accrue et, idéalement, une augmentation des ventes. En effet, il s'agit avant tout d'une stratégie marketing destinée à promouvoir la marque après d'un public cible. Par exemple, une entreprise sponsorisant un événement sportif vise à maximiser sa visibilité auprès des spectateurs. Cela inclut aussi les médias et même les réseaux sociaux. Cette visibilité influence directement sa notoriété et, à terme, ses ventes.	Le mécénat est motivé par un engagement altruiste. L'entreprise mécène souhaite soutenir une cause d'intérêt général, sans rechercher un retour commercial direct. Ce soutien est souvent plus discret, mais il joue un rôle clé dans la contribution sociétale de l'entreprise. Son impact se mesure davantage en termes de bénéfices pour la société, l'environnement ou la culture. Les personnes physiques peuvent dans le cadre du mécénat recevoir des subventions de fondations d'entreprises ou de fondations reconnues d'utilité publique.

5 - ROI[2] commercial versus bénéfices sociaux

Parrainage	Mécénat
Pour le parrainage, l'évaluation se base principalement sur des indicateurs quantitatifs tels que la visibilité obtenue, le nombre de contacts générés, ou encore le retour sur investissement (ROI). Par exemple, une entreprise sponsorisant un événement mesurera son succès par le nombre d'impressions de marque, de mentions dans les médias ou encore par l'augmentation des ventes à court terme.	L'évaluation du mécénat s'effectue sur des critères plus qualitatifs, liés aux bénéfices pour la cause soutenue. Les entreprises mécènes mesurent leur impact en termes de changement social, culturel, environnemental ou humanitaire. Par exemple, une entreprise qui finance un programme de formation dans une zone défavorisée mesurera son succès par l'amélioration des compétences des bénéficiaires et leur intégration dans le marché du travail.

D'après : https://partenariatsdurables.fr/differences-cles-entre-Parrainage-et-mecenat/

[2] ROI : Return On Investment

ANNEXE 6 : Les tâches à accomplir dans le cadre de l'organisation du webinaire

Le webinaire sera proposé à l'ensemble des agents de voyages du réseau de manière à les former sur le nouveau produit et la nouvelle cible. Une communication sera mise en place pour les informer de l'existence du webinaire et les inviter à s'y inscrire. A l'issue du webinaire, des supports de vente leur seront envoyés afin qu'ils puissent être totalement opérationnels le jour du lancement de la nouvelle ligne de produit « CCBE ».

Voici l'ensemble des tâches. A l'exception de celle réalisée par le graphiste (tâche H), c'est vous qui les effectuerez :

	Tâches	Durée estimée
A	Elaboration du concept du webinaire	1 jour
B	Détermination des moyens, matériels et financiers nécessaires	1 jour
C	Détermination du contenu du Powerpoint qui servira de support au webinaire	2 jours
D	Détermination du contenu des outils de vente qui seront envoyés aux participants à l'issue du webinaire	4 jours
E	Détermination du contenu de la page web d'information sur le webinaire	2 jours
F	Rédaction et envoi de l'email d'information et d'inscription aux agents de voyages du réseau	1 jour
G	Rédaction et envoi de l'email de rappel aux agents de voyages du réseau	1 jour
H	Mise en forme des contenus (Powerpoint, outils de vente, page web) par le graphiste	5 jours
I	Création et diffusion du communiqué de presse à l'attention de la presse professionnelle pour informer sur le webinaire	1 jour
J	Envoi du mail de remerciement de participation au webinaire et envoi du support de vente aux agents de voyages du réseau	1 jour

Informations complémentaires :

- ✓ Le webinaire devra se tenir le 8 juin 2026.
- ✓ Vous ne pourrez pas commencer à travailler sur l'organisation du webinaire avant le lundi 11 mai 2026.
- ✓ De manière à ce que la presse professionnelle puisse faire un article sur le webinaire, il convient de l'informer au moins 10 jours ouvrés avant l'évènement.
- ✓ Sont considérés comme jours ouvrés, tous les lundis, mardis, mercredis, jeudis et vendredis à l'exception des jours fériés.
- ✓ Pour que les agents de voyages du réseau puissent s'inscrire, il est impératif qu'ils reçoivent le mail d'information et d'inscription 15 jours ouvrés minimum avant la date du webinaire.
- ✓ L'email de rappel devra être envoyé 6 jours ouvrés avant la date du webinaire.

Source interne

ANNEXE 7 : Extraits du calendrier 2026

Mai 2026							
Sem.	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
18					1	2	3
19	4	5	6	7	8	9	10
20	11	12	13	14	15	16	17
21	18	19	20	21	22	23	24
22	25	26	27	28	29	30	31

Juin 2026							
Sem.	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di
23	1	2	3	4	5	6	7
24	8	9	10	11	12	13	14
25	15	16	17	18	19	20	21
26	22	23	24	25	26	27	28
27	29	30					

Jours fériés :

- ✓ 1er mai : Fête du travail
- ✓ 8 mai : Fête de la Victoire
- ✓ 14 mai : Ascension
- ✓ 25 mai : Pentecôte

ANNEXE 8 : Échange entre deux collaborateurs CroisiEurope

Mehdi KHARBOUCH (Responsable des ventes) : Tu sais, je reste quand même un peu sceptique sur la façon dont on va vendre ces nouvelles croisières électro (CCBE). On sort complètement de ce qu'on fait d'habitude.

Véronique BLANC : Justement, c'est un des points qu'on doit repenser. On ne peut pas se contenter de nos circuits de distribution classiques si on veut toucher une clientèle plus jeune. Le comportement d'achat n'est pas le même. Aujourd'hui, pour commercialiser nos croisières on passe surtout par notre site, nos agences partenaires et quelques salons. Pour notre nouvelle ligne de produits « CCBE », cela ne suffira pas !

Mehdi KHARBOUCH : Mais… acheter une croisière est un acte réfléchi et nos clients ont souvent besoin d'être conseillés, rassurés. Les agents de voyages jouent donc un rôle essentiel en les accompagnant et en les guidant avec expertise. Nous disposons aujourd'hui d'un réseau solide de distributeurs compétents, dont nos clients apprécient particulièrement les conseils. On risque de perdre ce qui fait notre force si on développe les ventes via d'autres canaux. J'ai également peur que cela ne porte atteinte à l'image de nos croisières… et de CroisiEurope.

Véronique BLANC : Ne perd pas de vue que cette nouvelle ligne de produits ne sera pas perçue par les jeunes actifs comme une croisière mais plutôt comme un évènement musical. Cette population a développé ses propres habitudes d'achat

Mehdi KHARBOUCH : Je reste néanmoins dubitatif sur l'intérêt et sur la faisabilité de développer une distribution de croisières - qui sont des produits packagés - via des billetteries en ligne… mais je ne demande qu'à être convaincu.

ANNEXE 9 : Les plateformes de billetterie en ligne

Un des principaux avantages des plateformes de billetterie en ligne est la facilité d'accès. En quelques clics, les participants peuvent accéder à un large éventail de billets pour divers événements, qu'il s'agisse de concerts, de spectacles ou de compétitions sportives. Les responsables, quant à eux, bénéficient de solutions innovantes pour la vente de billets et la gestion des inscriptions à leurs événements.

Les logiciels de billetterie en ligne facilitent la mise en place et la gestion des événements, en offrant des outils d'organisation performants. Les organisateurs peuvent ainsi créer et personnaliser leur site internet dédié à l'événement, intégrer des options d'inscription et de paiement sécurisées, et suivre les ventes de tickets en temps réel. Les logiciels proposent des fonctionnalités permettant d'analyser les données récoltées, telles que le nombre de vues sur le site, les taux de conversion et les préférences des participants, pour optimiser la promotion et le déroulement de l'événement.

Les plateformes de billetterie en ligne, offrant un service de réservation et de vente de billets, sont accessibles 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Les participants peuvent donc acheter leurs billets à tout moment, sans être limités par les horaires d'ouverture des magasins ou les contraintes liées au lieu.

La sécurité des transactions est un enjeu majeur pour les plateformes de billetterie en ligne, qui mettent tout en œuvre pour offrir aux participants une expérience d'achat sécurisée et fiable. Grâce aux protocoles de cryptage et à la solution de paiement sécurisé, les participants peuvent acheter leurs billets en toute tranquillité, tandis que les organisateurs bénéficient d'outils et de fonctionnalités adaptés pour gérer efficacement les inscriptions et les ventes.

D'après https://imagina.com/fr/blog/article/avantages-inconvenients-billetterie-en-ligne/

ANNEXE 10 : Les billetteries de spectacle en ligne : l'exemple d'Evenbrite

Eventbrite est une plateforme de billetterie en ligne qui permet d'organiser la vente de billets, mais aussi de gérer les inscriptions gratuites et d'analyser les ventes pour les événements. En 2024, 89 millions d'utilisateurs par mois en moyenne pour 4,7 millions d'évènements dans 180 pays.

Les principales fonctionnalités d'Eventbrite sont :

- **Billetterie en ligne :** vous avez la possibilité de créer une billetterie dédiée pour un événement grâce à plusieurs modèles disponibles, mais vous pouvez également importer vos propres billets personnalisés.
- **Intégration cross-canal :** la plateforme peut s'intégrer sur votre propre site web ou sur vos réseaux sociaux, pour faciliter la vente de billets.
- **Analyse des ventes :** Eventbrite donne accès à un outil d'analyse pour suivre en direct le nombre de billets vendus, l'évolution des ventes et les principaux canaux de vente pour chaque événement.

L'achat des billets se fait via le site web, et nécessite de créer un compte avec une adresse mail valide. Les moyens de paiement acceptés sont : carte de crédit ou PayPal.
Concernant les tarifs, la création d'une billetterie en ligne est gratuite, et il n'y a pas de facturation pour les réservations de billets qui concernent des événements gratuits. La plateforme propose 3 offres distinctes :

- **3,5 % de commission** avec un minimum de 0,49 € par billet vendu lors d'événements payants, pour une formule qui regroupe uniquement les fonctionnalités de base.
- **5,5 % de commission** avec un minimum de 0,99 € par billet vendu lors d'événements payants, pour une formule qui donne accès à l'analyse des ventes, ainsi qu'à l'intégration cross-canal.
- Une offre **personnalisable** qui donne accès à toutes les fonctionnalités en illimité.

www.blogdumoderateur.com/tools/eventbrite/

ANNEXE 11 : Programme de la croisière « Baléares, soleil méditerranéen et escales de rêve » - 7 jours / 6 nuits

Jour 1 : Barcelone
Embarquement à 18h. Présentation de l'équipage et cocktail de bienvenue. Dîner à bord et départ en croisière vers l'archipel des Baléares.

Jour 2 : En mer
Journée en navigation sur la mer Méditerranée. Profitez des services et activités proposés à bord. Les plus sportifs choisiront le centre de fitness, d'autres préfèreront le salon bien-être ou les transats du pont soleil. Nous vous inviterons à rejoindre le pont soleil pour un apéritif espagnol. Vous dégusterez de délicieuses tapas accompagnées d'un verre de Sangria.

Jour 3 : PORT MAHON - Minorque
Arrivée à Port Mahon, votre première escale dans l'archipel des Baléares et l'un des plus beaux ports naturels de la Méditerranée. Avec ses 6 km de long et sa situation géographique, il a été utilisé dès l'Antiquité comme base pour les navires grecs, phéniciens et carthaginois. Des siècles plus tard, il fut un enjeu stratégique pour de nombreux pays comme l'Angleterre, la France et même l'Allemagne et la Russie.
Le matin débarquement pour une visite de Port Mahon et de Ciutadella. Retour sur le bateau pour le départ en croisière. Soirée animée.

Jour 4 : PALMA DE MAJORQUE
Journée d'excursion à la découverte de l'île de Majorque (déjeuner inclus). Vous découvrirez Valldemossa. Déjeuner typiquement majorquin dans un restaurant de l'île. Puis visite de la capitale de l'île, Palma. Retour sur le bateau. Navigation vers Ibiza. Soirée dansante.

Jour 5 : IBIZA
Le matin, découverte de l'île d'Ibiza. Vous rejoindrez « Las Salinas », les marais salants, qui étaient à l'origine un lac immense, mais qui se sont transformés aujourd'hui en une série de petits lagons et d'étangs.
Continuation vers le village de montagne de San José, pour y admirer sa magnifique église du XVIIIème siècle, puis passage par San Antonio. Enfin, visite de la vieille ville d'Ibiza, patrimoine mondial de l'UNESCO, où vous découvrirez ses ruelles étroites et ses maisons blanchies à la chaux. Retour sur le bateau pour une dégustation de pâtisseries espagnoles. Soirée animée à bord.

Jour 6 : BARCELONE
Le matin, visite guidée de Barcelone.
Soirée de gala.

Jour 7 : BARCELONE
Petit déjeuner buffet à bord. Débarquement à 9h. Fin de nos services.

Le bateau MS Jessica est à taille humaine (198 passagers). Il propose une ambiance raffinée, des services personnalisés et une restauration semi-gastronomique.

ANNEXE 12 : Extraits de l'entretien avec Véronique BLANC

Véronique BLANC : Je souhaite vous voir pour évoquer le contenu de notre nouvelle croisière CCBE-Ibiza. Félicitations pour vos recommandations, elles sont pertinentes.

Vous : Merci beaucoup.

Véronique BLANC : Il va s'agir maintenant de choisir avec soin les activités que nous proposerons lors de nos escales à nos futurs croisiéristes. Elles constituent un élément essentiel de notre offre et contribueront pour beaucoup au déclenchement de l'acte d'achat. La soirée prévue à Ibiza dans une discothèque me tracasse un peu. Le choix de l'établissement ne va pas être simple à opérer.

Vous : En effet ! J'ai déjà fait une présélection de discothèques susceptibles d'être intégrées dans notre programme. Il me reste maintenant à choisir la bonne. Je dois respecter le positionnement « électro » de nos croisières, les souhaits et attentes de notre cible, mais aussi les contraintes logistiques et organisationnelles.

Véronique BLANC : Ces dernières sont importantes ?

Vous : Notamment côté horaires ! Le bateau accoste au port d'Ibiza vers 16 heures et doit reprendre la mer au petit matin le lendemain en direction de Barcelone. C'est court, car il convient de laisser un peu d'autonomie à nos passagers pour qu'ils puissent découvrir la ville. Il sera donc souhaitable de ne pas multiplier les temps de transport à terre. Idéalement, nos passagers devraient pouvoir réintégrer le bord quand ils le souhaitent après la soirée.

Véronique BLANC : N'oubliez pas non plus les aspects financiers. L'entrée et les consommations dans ces discothèques « branchées » sont souvent onéreuses. Il serait souhaitable de ne pas dépasser 100 € par personne pour l'entrée et une consommation.

Vous : Entendu. Il faudra également veiller à ce que le Club retenu soit en mesure d'accueillir l'ensemble de nos 198 passagers. Je vais me mettre au travail.

Source interne

ANNEXE 13 : Informations sur les discothèques d'Ibiza présélectionnées

Le Lio Club

Le Lío Ibiza est l'un des lieux de vie nocturne les plus exclusifs d'Ibiza, combinant gastronomie, spectacles de cabaret en direct et une boîte de nuit énergique dans un seul emplacement en bord de mer.

Les soirées commencent généralement par un dîner haut de gamme accompagné d'un spectacle de cabaret de classe mondiale, avec danseurs, acrobates, chanteurs et des performances immersives qui interagissent étroitement avec le public. Au fil de la soirée, le lieu se transforme en boîte de nuit, accueillant à la fois les invités du dîner et les visiteurs réservés aux clubs.

Avec ses installations luxueuses et une décoration sophistiquée, le Lío Club Ibiza bénéficie d'un emplacement privilégié, offrant une vue spectaculaire sur le port d'Ibiza.

Réputé pour son public sophistiqué et son ambiance luxueuse le Lío club attire de nombreuses stars : Neymar, DiCaprio et Michael Jordan y ont été vus.

Pouvant accueillir 1 000 personnes, cet espace avant-gardiste s'est imposé comme l'épicentre du glamour dans les nuits d'Ibiza.

- ✓ Horaires d'ouverture : 20h00 – 6h00.
- ✓ Tarif : 100 € avec une boisson.
- ✓ Adresse : Puerto Deportivo Marina Ibiza- 1.8 km du terminal de croisières.

Le Hï Club



Inaugurée en 2017, la boîte de nuit Hï Ibiza se trouve sur la Playa d'en Bossa, au même endroit où se trouvait pendant 27 ans Space, l'une des plus célèbres boîtes non seulement d'Ibiza mais aussi du monde entier, pour la simple raison qu'elle a remporté à quatre reprises le prix de la meilleure boîte du monde.

La boîte de nuit dispose de deux salles, Théâtre et Club, et de trois zones en plein air, toutes équipées des dernières technologies acoustiques, en éclairages et audiovisuelles. Grâce à sa superficie, cette boîte de nuit a une capacité d'accueil de 5 000 personnes.

Pendant le mois d'août vous retrouverez à Hï Ibiza des DJs comme Martin Garrix, Eric Prydz, Armin van Buuren, Glitterbox et Back Coffee. Le petit bonus : cette boîte de nuit organise chaque soir des mises en scènes différentes qui rendent l'expérience unique.

- ✓ Horaires d'ouverture : 23h30 – 6h00.
- ✓ Tarif : 90 € avec une boisson.
- ✓ Adresse : Playa d'en Bossa – 11 km du terminal de croisière.

Le Cova Santa Club



Niché sur le flanc d'une montagne méditerranéenne, situé au kilomètre 7 sur la route d'Ibiza à Sant Josep, Cova Santa est témoin du passage de différentes civilisations et cultures, en faisant un lieu rempli de mysticisme, de spiritualité et d'énergies cosmiques. Ce cadre unique et historique a été un refuge pour pirates, contrebandiers, hommes saints, et un point de rencontre pour la communauté hippie.

Le Cova Santa Club organise des événements musicaux en plein air pouvant accueillir jusqu'à 3 000 personnes. La programmation met régulièrement à l'affiche des DJs et des artistes de renommée mondiale comme Sasha (États-Unis), Guy Gerber (Israël), Ricardo Villalobos (Suède), Lee Burridge (Royaume-Uni), et Adam Beyer (Pays-Bas). C'est aussi un endroit de premier choix pour manger, réputé pour sa nourriture incroyable et son service exceptionnel. C'est un des lieux préférés des célébrités et des VIP.

- ✓ Horaires d'ouverture : 20h00 – 6h00.
- ✓ Tarif : 100 € avec une boisson.
- ✓ Adresse : Cova Santa, Ctra. San José, km 7 - 21 km du terminal de croisières.

Océan Beach Ibiza



Situé à San Antonio, Océan Beach Ibiza est le club de jour le plus célèbre de l'île. Réputé pour sa piscine emblématique de 600 mètres carrés et ses divertissements extravagants, Océan Beach Ibiza offre une expérience unique de fête glamour en journée.

D'une capacité d'environ 2 000 personnes, il accueille chaque jour de la semaine une fête à thème différent, combinant house musicale, artistes en direct et ambiance très conviviale.

Depuis son ouverture, il s'est imposé comme un lieu où les invités viennent non seulement pour faire la fête, mais aussi pour profiter d'une journée complète.

L'ambiance est glamour mais amusante, avec un fort accent sur le plaisir du moment plutôt que sur la programmation de DJs « têtes d'affiches ». La fête monte progressivement tout au long de l'après-midi et atteint son apogée à mesure que la salle se remplit.

- ✓ Horaires d'ouverture : 10h00 – 20h00.
- ✓ Tarif : 45 € avec une boisson.
- ✓ Adresse : Carrer des Molí, San Antonio - 19 km du terminal de croisières.

Le Pacha Club d'Ibiza

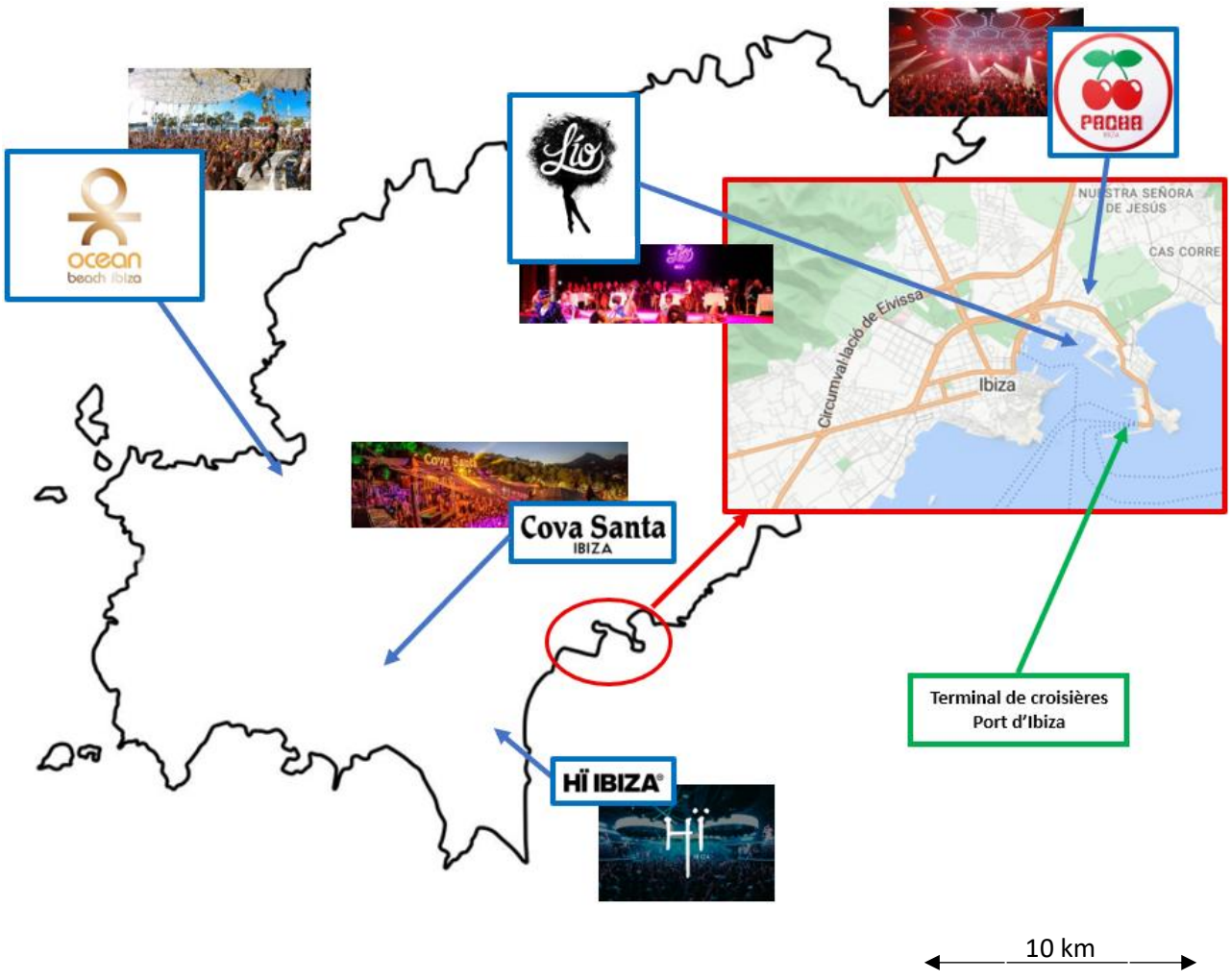
Depuis son ouverture en 1973, le Pacha Ibiza est devenu l'une des discothèques les plus célèbres au monde. Avec son symbolisme distinctif de cerise et une histoire étroitement liée au développement de la scène musicale électronique, Pacha est synonyme de glamour, de liberté et d'excellence musicale.

Le programme musical du Pacha est légendaire et réunit sur scène les meilleurs DJ internationaux semaine après semaine. Des DJ célèbres comme Solomun, Erick Morillo, Roger Sanchez, Swadesh House Mafia, Pete Tong et Bob Sinclar y ont tous effectué des résidences de longue durée. Les soirées club sont organisées par thème et offrent un large éventail de musique électronique.

Le Pacha est situé dans la ville d'Ibiza, à quelques pas de la marina et du port de croisières. On peut y accéder à pied depuis la vieille ville ou en taxi. Il peut accueillir jusqu'à 3 000 personnes

- ✓ Horaires d'ouverture : 23h30 – 6h00.
- ✓ Tarif : 135 € avec une boisson.
- ✓ Adresse : Avenue 8 de Agosto, Ibiza - 2 km du terminal de croisières.

Localisation des discothèques présélectionnées



ANNEXE 14 : Éléments nécessaires à la tarification du nouveau produit « CCBE-Ibiza »

Format du produit « CCBE-Ibiza » : 5 jours / 4 nuits.
Cabine base double : 320 euros / nuit.
Pour une utilisation single, le tarif est de 290 euros / nuit.
Pension complète durant tout le séjour : 260 euros par personne.
Coûts de fonctionnement du navire : 63 900 euros.
Transferts terrestres : 120 euros par personne.
Entrée Festival Mallorca Live : 85 euros par personne.
Entrée club prestigieux Ibiza (une consommation incluse) : 100 euros par personne.
Excursions à Majorque, Ibiza et Barcelone : 150 euros par personne.
Animations à bord : 28 710 euros.
Taxes portuaires : 50 euros par personne pour l'ensemble de la croisière.

Application d'un taux de marge HT de 8 %.
Pour cette croisière, le service des ventes prévoit un remplissage moyen du bateau de 80 %. (arrondir au nombre de passagers supérieur).
La capacité maximale du bateau est de 198 personnes.
Le taux de TVA à appliquer est de 20 %.

Source interne

ANNEXE 15 : Éléments nécessaires à l'élaboration du budget d'exploitation prévisionnel

Programme des ventes :

Mois	Avril	Mai	Juin	Juillet	Aout	Sept.	Oct.
Nombre de croisières programmées	1	2	2	0	0	2	1
Taux de remplissage estimé pour le mois	70 %	80 %	78 %	-	-	82 %	80 %
Prix de vente moyen HT pour le mois (*)	2 065 €	2 080 €	2 100 €	-	-	1 980 €	1 975 €

(*) CroisiEurope pratique une politique de modulation tarifaire différenciant ses prix de vente selon les périodes.

La croisière n'est pas proposée en juillet et en août, le bateau étant affrété sur d'autres destinations.

Autres informations utiles :

- Les charges variables sont de 1 355 € par passager.
- Les charges fixes s'élèvent à 92 610 € par croisière.

Source interne