

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR TOURISME
--

ÉPREUVE E5
Élaboration d'une prestation touristique

SESSION 2025

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 16 pages, numérotées de la page 1/16 à 16/16.

N.B. : Pour les besoins du cas et à la demande de la structure, un certain nombre de données ont été modifiées

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 1 sur 16

Créée il y a 40 ans en 1985, sous l'impulsion de son actuel président François-Régis BOUYER, l'association Nantes Marine Tradition (NMT) a pour activité la mise en tourisme du navire Maillé Brézé. Ce navire militaire, classé monument historique, n'est plus en activité depuis 1980. Devenu musée naval, il est aujourd'hui l'une des attractions touristiques reconnues de la ville de Nantes, avec près de 25 000 visiteurs par an, ce qui représente environ 125 000 € de chiffre d'affaires. L'association emploie 3 salariés à temps plein et recrute des saisonniers en période de forte affluence. Elle compte également quelques bénévoles passionnés qui assistent les salariés dans leurs différentes missions (entretien, visites, etc.).

L'année 2025 va marquer le 40^{ème} anniversaire de l'association NTM. Son président Michel BOUYER souhaite faire de cet événement un temps fort de son année touristique et y voit une opportunité pour développer son activité. En effet, il lui apparaît que le potentiel touristique du navire n'est pas encore totalement exploité.



Outre les visites guidées, l'association propose la location d'espaces et/ou l'organisation d'événements dans les 2 salles aménagées : le carré des officiers (capacité 30 personnes en banquet) et la Salle Richelieu (capacité 80 personnes). Il accueille également des visiteurs dans le cadre d'un escape game¹ grâce au partenariat développé avec l'entreprise spécialisée dans ce type d'activité. Récemment, des visites scolaires ont été mises en place.

Escorteur d'Escadre **MAILLE BREZE**

Une silhouette stylisée d'un navire de guerre, probablement le Maillé Brézé, en bleu foncé.

C'est dans ce contexte que l'association NMT vous a recruté à l'issue de votre BTS Tourisme pour contribuer à la mise en place des actions prévues à l'occasion du 40^{ème} anniversaire et nécessaires au développement de son activité touristique. Plusieurs missions vous sont confiées :

- **Mission 1 : Organisation d'un voyage de presse**
- **Mission 2 : Développement de l'activité location de salles en direction des PME-PMI locales**
- **Mission 3 : Recrutement du futur commercial**

¹ Escape game : jeu d'énigmes qui se vit en équipe en lieu clos.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 2 sur 16

Mission 1 : Organisation d'un voyage de presse

Dans le cadre des festivités du 40^{ième} anniversaire de l'association, le président souhaite organiser un voyage de presse. Son objectif est de promouvoir les actions de l'association NMT en faveur de la préservation du patrimoine naval auprès des partenaires institutionnels, de partenaires privés et du grand public. Un premier travail mené en collaboration avec lui et les bénévoles de l'association vous a permis d'élaborer le cahier des charges de ce voyage de presse qui accueillera 12 journalistes et influenceurs. Dans un souci d'une démarche écoresponsable, il est prévu que quelques déplacements se fassent en vélo à assistance électrique. Il vous reste maintenant à mener à bien plusieurs tâches, à commencer par le choix du prestataire hôtelier.

1.1 - Sélectionner l'hébergement qui accueillera les participants. Justifier votre proposition.

Malheureusement, le prestataire hôtelier choisi n'a pas été en mesure de donner une suite favorable à votre demande et vous avez décidé de travailler finalement avec un autre établissement qui ne faisait pas partie de la présélection initiale. Bien placé également, il peut accueillir vos 12 journalistes et influenceurs en chambre individuelle pour un tarif de 99 € par chambre (plus 13 € pour le petit déjeuner). L'ensemble des prestataires et fournisseurs étant désormais identifiés, le président vous demande de déterminer le coût de revient de ce voyage de presse.

1.2 - Déterminer le coût de revient du voyage de presse.

La volonté du président est de réduire les coûts d'organisation de ce voyage de presse. Il souhaite que soit menée à chaque fois que cela sera possible, une négociation commerciale avec les différents fournisseurs pour obtenir les meilleures conditions tarifaires possibles, voire quand cela est possible une gratuité totale. C'est dans cet objectif que vous préparez votre démarche auprès de « VéloLoire », le loueur de vélo que vous avez présélectionné.

1.3 - Déterminer les contreparties qui vont pouvoir être proposées à « VéloLoire » pour obtenir la gratuité de ses prestations à l'occasion du voyage de presse.

Mission 2 : Développement de l'activité location de salles en direction des PME-PMI locales

L'association dispose de 2 salles aménagées à bord du Maillé-Brézé qu'elle loue à la demande pour des réunions et des réceptions. Cette activité reste très accessoire et ne génère qu'un chiffre d'affaires annuel d'environ 12 000 €. Bien que l'association ne dispose pas d'agrément, le président souhaite développer cette offre de location en direction des PME-PMI locales.

Communiquer efficacement sur cette offre apparaît comme une nécessité pour l'association. Le président a récemment entendu parler des « Instameet VIP ² » et s'interroge sur l'intérêt de l'association d'en organiser. Il souhaite obtenir votre éclairage sur cette question.

2.1 - Conseiller le président sur l'intérêt d'organiser des « Instameet VIP » pour développer sa communication en direction des PME-PMI locales.

² Instameet VIP : Nom donné aux rendez-vous collectifs des mordus de l'image qui se retrouvent sur un lieu pour vivre une journée pleine d'échanges, de rencontres, et de visuels en utilisant l'application Instagram

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 3 sur 16

Suite à l'opération de communication, une entreprise nantaise a sollicité l'association. Elle a l'habitude 2 fois par an de réunir l'ensemble de ses collaborateurs pour une journée incentive. Son responsable a imaginé que le Maillé Brézé pourrait constituer un cadre original pour la tenue de cette journée et a transmis à l'association son cahier des charges. Sur cette base, un bénévole de l'association a conçu un programme. Le président souhaite profiter de votre présence dans l'équipe pour vérifier la pertinence de cette proposition.

2.2 - Vérifier si les caractéristiques de l'offre conçue par le bénévole correspondent à la demande de l'entreprise nantaise.

Fort de cette expérience, le président vous demande de développer la distribution de cette offre en direction des PME-PMI locales.

2.3 - Faire des propositions argumentées d'actions de commercialisation à mettre en place en direction de la cible des PME-PMI locales.

Mission 3 : Recrutement du futur commercial

La prospection auprès des PME-PMI locales doit se faire rapidement pour exploiter au mieux les retombées de l'opération de communication Instameet. Le président est conscient que les 3 salariés actuels ne disposent pas du temps nécessaire ni des compétences pour vous accompagner dans cette tâche. Il vous charge de l'aider à préparer le recrutement d'un salarié en CDD d'un an pour vous assister dans le développement de l'offre incentive.

3.1 – Élaborer le profil du poste du candidat que vous souhaitez recruter.

3.2 – Rédiger l'annonce qui apparaîtra sur le réseau LinkedIn.

SOMMAIRE DES ANNEXES

Annexe 1	Un musée vivant animé par des guides bénévoles passionnés	Page 5
Annexe 2	Cahier des charges et programme prévisionnel voyage de presse 2025	Page 6
Annexe 3	Informations sur le voyage de presse	Page 7
Annexe 4	Caractéristiques d'une sélection d'hôtels 3* du centre-ville de Nantes	Pages 8 et 9
Annexe 5	Localisation des hôtels 3* du centre-ville de Nantes	Page 10
Annexe 6	VéloLoire : Extraits d'un article paru dans la presse locale	Page 11
Annexe 7	Informations sur l'offre tourisme du Maillé Brézé	Pages 11 et 12
Annexe 8	Cahier des charges de l'entreprise nantaise et projet du bénévole	Page 13
Annexe 9	Solution de communication envisagée par le président : Instameet VIP	Pages 13 et 14
Annexe 10	Entretien avec le président au sujet du recrutement d'un commercial	Page 15
Annexe 11	Tout savoir sur le profil de poste	Page 16

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 4 sur 16

Annexe 1 - Un musée vivant animé par des guides bénévoles passionnés

Dès sa création, il paraissait une évidence que ce nouveau musée devait non seulement être un reflet le plus authentique de la marine de l'époque mais aussi faire connaître ses métiers en proposant aux visiteurs un parcours retraçant la vie des marins à bord, rythmée par les postes de quart, d'entretien ou de repos. Le Maillé Brézé est présenté tel qu'il était lors de la livraison par la marine en 1988, la plupart des équipements ont été conservés, exceptés les hélices et certains systèmes de guerre électronique. Il accueille chaque année près de 25 000 visiteurs, familles, entreprises, groupes scolaires, étudiants, et d'anciens marins ravis de découvrir un vrai bateau de guerre avec tous ses équipements. Des aménagements ont été effectués pour accueillir le public dans les meilleures conditions possibles. Des animations sonores et visuelles permettent de recréer l'ambiance à bord : des bruits des sonars aux machines, en passant par la passerelle où le chef de quart continue à transmettre les ordres de barre au bosco. La création d'une salle "musée" retrace l'histoire du Maillé Brézé et de ces différents navires, ainsi que la construction et la refonte de l'Escorteur d'Escadre en 1968/69. Une magnifique maquette à l'échelle 1/50 permet de présenter le navire et de détailler le circuit de visite avant d'aller parcourir les coursives, de la proue à la poupe, monter et descendre les échelles, de la salle machine à la passerelle. On y découvre le fonctionnement de la vie à bord, l'ensemble des armements et l'imposant système de propulsion : les fameuses turbines à vapeur qui permettaient à l'Escorteur d'atteindre 33 nœuds en PMP (Puissance maximale Pratique).

NOUVEAU : UNE VISITE VIRTUELLE EN 360° DU MAILLÉ BRÉZÉ

Cette nouvelle visite virtuelle vous permet de découvrir des espaces inaccessibles et de vous promener du sol au plafond à 360 degrés. Développée avec le soutien de la Région Pays de la Loire, cette application vous emporte dans 7 espaces du Maillé Brézé, de la passerelle de navigation, à la machine, en passant par le carré des officiers, le central opération et le Hangar Malafon. Une nouvelle façon de voir tous les détails de ces différentes pièces et de se rendre compte du savoir-faire des ingénieurs qui ont conçu ce navire dans les années 1950. Des angles de vues inédits et une très haute définition vous permettent d'accéder à tous les détails de chaque espace filmé.

Alors bonne balade virtuelle et venez ensuite le voir ... en vrai lors d'une visite guidée.

Source : <https://www.maillebreze.com/fr>

Construit à Lorient, le navire escorteur d'escadre « Maillé-Brézé » a été mis en service le 4 mars 1957.

Après avoir déployé une activité importante en atlantique et en Méditerranée pendant 10 ans, il subit de 1967 à 1968 une refonte à Lorient pour être transformé en bâtiment de lutte anti-sous-marin. Le 3 avril 1968, il fut affecté à Brest à l'Escadre de l'Atlantique. En 1985, le bâtiment a été remis à l'Association Nantes Marine Tradition, qui en est devenue propriétaire.

Le Maillé-Brézé a été remorqué jusqu'à Nantes en 1989 où il est devenu le premier musée naval à flot français de cette importance. Il est classé monument historique en 1991.



BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 5 sur 16

Annexe 2 - Cahier des charges et programme prévisionnel voyage de presse 2025

Cahier des charges

- Le voyage de presse aura lieu du jeudi 5 juin au vendredi 6 juin 2025.
- Les 12 participants seront des journalistes nationaux et influenceurs.
- Ils seront accompagnés par 3 membres bénévoles de l'association dont le président.
- Les 12 journalistes et influenceurs seront hébergés dans le même hôtel, de catégorie 3* en chambre individuelle et avec petit-déjeuner.
- L'hôtel doit être situé en centre-ville de Nantes, à maximum 15 minutes à pied du navire Maillé Brézé.
- Le tarif ne devra pas dépasser 110 € par nuit, petit déjeuner, et taxe de séjour incluse.
- Les organisateurs souhaitent privilégier des établissements éco certifiés et envisagent qu'une partie des déplacements se fassent en vélos à assistance électrique.
- Les déjeuners seront pris au restaurant panoramique l'Atlantide (1 macaron guide Michelin) ainsi qu'au restaurant O Deck.
- En plus de la découverte du Maillé Brézé, le voyage de presse inclut la visite d'autres lieux de la ville de Nantes (visite de ville, etc.) ainsi que le partenaire Naval Group.
- Tous les transferts seront organisés en mini bus privatisé.

Programme prévisionnel du voyage de presse

Jeudi 5 juin 2025

- 10h00 : Accueil en gare SNCF par 2 bénévoles de l'association pour les participants arrivant en train et transfert à l'hôtel en minibus privatisé.
- 11h00 : Accueil à l'hôtel par le président et les 2 bénévoles de l'association NMT.
- 12h00 : Transfert vers le restaurant Atlantide en minibus privatisé.
- 12h30 : Déjeuner au restaurant l'Atlantide.
- 15h00 : Départ à pied vers le Maillé Brézé par le Jardin Extraordinaire (parc public nantais gratuit).
- 16h00 : Visite du Maillé Brézé (2h).
- 18h00 : Cocktail sur le Maillé Brézé.
- 19h00 : Parade de bateaux avec le festival Débord de Loire (organisé par la ville de Nantes).
- 20h00 : Dîner et soirée à bord du Maillé Brézé.
- 23h00 : Feu d'artifice (organisé par la ville de Nantes).
- 23h30 : Transfert en minibus privatisé. Nuit à l'hôtel.

Vendredi 6 juin 2025

- 8h00 : Petit déjeuner à l'hôtel.
- 8h45 : Remise des vélos à assistance électrique (VAE) par la société « VéloLoire ».
- 9h00 : Trajet en VAE vers le Maillé Brézé et café d'accueil sur place.
- 10h00 : Départ pour une visite guidée en VAE de la ville de Nantes : « Le voyage permanent : l'Île de Nantes ».
- 12h00 : Déjeuner au restaurant O Deck sur les bords de Loire.
- 14h00 : Départ en VAE pour rejoindre le site de Naval Group à Indret.
- 15h00 : Visite du site Naval Group, site partenaire, spécialisé sous-marins, propulsion nucléaire.
- 17h00 : Retour à l'hôtel en VAE, remise des vélos à la société « Détours de Loire - Bike Shop », récupération des bagages.
- 18h15 : Transfert retour hôtel - gare SNCF en minibus privatisé.
- Fin du voyage de presse.

Source interne

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 6 sur 16

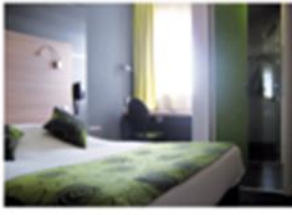
Annexe 3 - Informations sur le voyage de presse

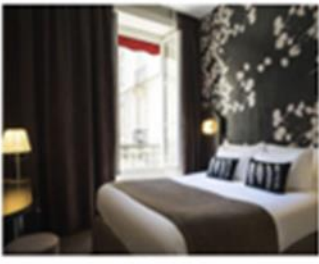
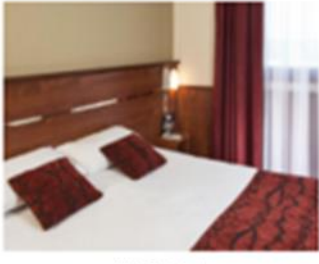
- ❖ **Tarifs minibus privatisé (20 places) :**
Coût par transfert en journée (8 h – 20 h) : 85 €
Majoration pour les horaires de nuit (à partir de 20h) : 20 %
- ❖ **Tarifs par personne pour l'ensemble des prestations sur le Maillé Brézé : 57 €**
- ❖ **Tarifs location vélos à assistance électrique – « VéloLoire » :**
45 € par vélo et par jour (casque et assurance compris)
Caution : 1400 € par VAE.
Forfait « livraison et récupération des vélos sur le lieu de votre choix dans un rayon de 20 kms » :
 - Moins de 5 vélos : 50 €
 - De 6 à 10 vélos : 60 €
 - De 11 à 15 vélos : 75 €
 - De 16 à 25 vélos : 100 €
 - Plus de 25 vélos : nous consulter
- ❖ **Tarif par personne au restaurant l'Atlantide (1 macaron guide Michelin) : 82 €**
- ❖ **Tarif par personne au restaurant O Deck : 24,50 €**
Le restaurant O Deck est un restaurant animé, situé sur le bâtiment flottant NANTILUS, au pont n°2, offrant une vue panoramique sur la Loire et sur la ville de Nantes. L'établissement dispose d'une offre large et de différents espaces modulables pour accueillir vos événements, dans un cadre privé ou professionnel, à toute heure de la journée (petits déjeuners, déjeuners, goûters, dîners, mais aussi cocktails, réunions, séminaires, événements familiaux, etc.).
- ❖ **Tarif de la visite guidée « Le voyage permanent : l'Île de Nantes »**
Durée : 2 h 00
Tarif : 190 € (+ 60 € supplément nocturne)
Maxi 30 personnes
- ❖ **Visite NAVAL Group : gratuite**

Source interne

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 7 sur 16

Annexe 4 - Caractéristiques d'une sélection d'hôtels 3* du centre-ville de Nantes

 N°27	AMIRAL NANTES 26 bis, rue scribe 44000 NANTES Tel : 02 40 73 56 69 amiral@hotel-nantes.fr 	49 chambres Chambre individuelle : 116 € Double : 124 € Twin : 130 € Petit-déjeuner : 11,80 €
 N°9	ASTORIA NANTES 4, allée du Cdt Charcot 44000 NANTES Tel : 02 40 74 39 90 contact@astorianantes.com 	49 chambres Chambre individuelle : 89 € Twin : 104 € Double : 99 € Petit-déjeuner : 10,50 €
 N°10	BELFORT NANTES 1, rue de Belfort 44000 NANTES Tel : 02 40 47 05 57 Contact@hotel-belfort-nantes.com 	50 chambres Chambre double ou individuelle : 75 € Petit-déjeuner : 12,50 €
 N°14	BEST WESTERN Hôtel Graslin NANTES 1, rue Piron 44000 NANTES Tel : 02 40 69 72 91 	47 chambres Chambre double ou individuelle : 90 € Petit-déjeuner : 14 € Info@hotel-graslin.com
 N°28	KYRIAD NANTES Centre Graslin NANTES 9, rue du Mal De Lattre de T. 44000 NANTES Te : 02 40 69 72 91 	51 chambres Chambre double ou individuelle : 108 € Petit-déjeuner : 9.90 € nantes-graslin@kyriad.com

 N°10	TROIS MARCHANDS (Les) NANTES 26, rue Armand Brossard 44000 NANTES Te : 02 40 47 62 00 contact@hotel3marchands.com     	46 chambres Ch. individuelle : 76 €, Chambre Double : 98 € Single supérieure : 84 €, Chambre Twin : 58 € Petit-déjeuner : 12 €
 N°40	VOLTAIRE OPERA NANTES 10, rue Gresset Te : 02 40 73 31 04 resas@hvonantes.com      	40 chambres Ch. individuelle : 115 € Chambre Double : 135 € Petit déjeuner : 13 €
 N°24	BRIT HÔTEL NANTES La Beaujoire NANTES 45, bd des Batignolles 44000 NANTES Te : 02 40 50 07 07      	63 chambres Chambre individuelle : 110 € Double : 140 € Petit-déjeuner : 9.90 € amandine@brithotel.com

 LABEL ÉCOLOGIQUE (ÉCO-LABEL EUROPÉEN, CLEF VERTE, ISO 14000, GREEN GLOBE)

 ACCUEIL VÉLO

 PARKING

 ASCENSEUR

 RESTAURANT

 CLIMATISATION

 PISCINE

 ESPACE BIEN-ÊTRE, SPA,
SAUNA

 LOCAL VÉLO

 ACCUEIL FAMILLES

 ACCÈS HANDICAPÉS

 ANIMAUX ACCEPTÉS

 CHÈQUE VACANCES

 SALLE DE SPORT

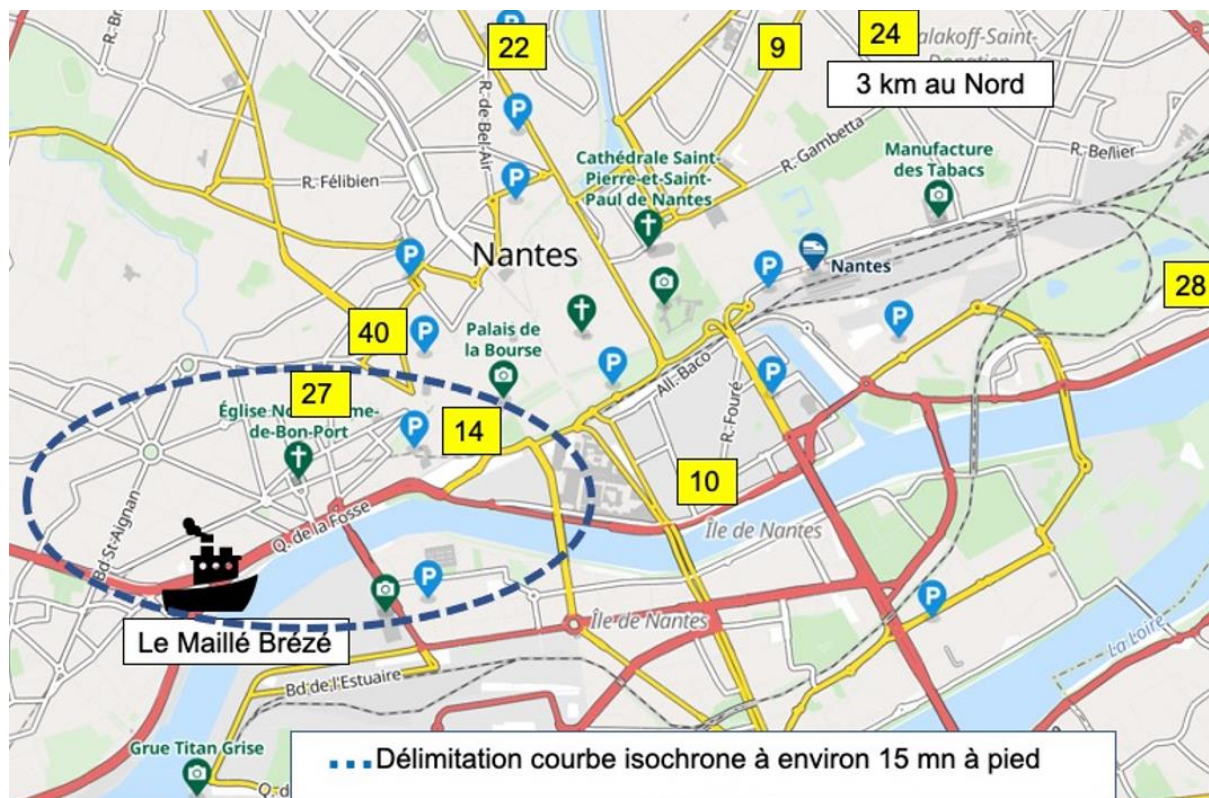
Taxe de séjour en hôtel 3* : 1,30 €

Source : Guide Hébergements Voyage à Nantes

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 9 sur 16

Annexe 5 - Localisation des hôtels 3* du centre-ville de Nantes

Les hôtels sont localisés par un numéro, indiqué dans le descriptif page précédente (ex : Hôtel Belfort n°10)



Source : Guide Hébergements Voyage à Nantes

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 10 sur 16

Un nouvel acteur du tourisme durable

Jessica et Gérard n'ont pas ménagé leurs efforts : depuis 5 mois, ils vous accueillent dans leur local situé quai de la fosse pour mettre à votre disposition des vélos en location, à la journée, pour un week-end ou pour une durée sur mesure.

Leur formule unique incluant tous les services dont vous avez besoin facilite la gestion du budget de leurs clients. Ainsi, si vous avez besoin de sacoches, de panier, de casque, etc. aucun supplément n'est appliqué.

Si vous êtes hébergés dans l'agglomération Nantaise, vous pouvez disposer d'un vélo en livraison à votre hébergement et sa restitution, à votre convenance, est possible à son point de livraison ou à leur agence.

Les mobilités douces sont à la mode et l'offre concurrente n'a pas freiné l'ardeur des créateurs de VéloLoire car leur particularité réside dans une offre basée sur du matériel de la seconde main. « Nos 48 vélos sont des vélos que nous avons rachetés à des particuliers pour la plupart et qui ont très peu roulé. Le problème pour les particuliers, c'est que passer de la voiture au vélo est facile au printemps ou l'été. Une météo trop capricieuse est quelques fois un frein pour un usage quotidien. Ils ont besoin de valider leur

projet en passant par la location. Nous avons aussi quelques groupes constitués, mais c'est une nouvelle clientèle à développer » précise Gérard.

« Nous sommes satisfaits de notre démarrage même si nous n'avons pas pu développer notre communication. Nous nous sommes concentrés sur l'ouverture de notre local. Nous sommes vigilants sur l'entretien et le bon état de nos vélos. Nous avons un très bon retour de nos clients qui apprécient notre souplesse et le fait que les vélos soient vérifiés systématiquement. Nous mettons aussi à disposition des chargeurs pour quelques clients qui ont décidé de conserver le vélo sur une longue période. Et sans supplément. Nous travaillons avec des matériaux les plus respectueux de l'environnement. » confesse Jessica.



Source : presse locale

Annexe 7 - Informations sur l'offre tourisme du Maillé Brézé

LOCATION POUR ÉVÈNEMENT : Carré des Officiers et Salle Richelieu

Le Maillé Brézé c'est aussi un lieu original pour organiser un événement ou une réception que ce soit un cocktail, un repas, une réunion, une conférence, une exposition ou pour un tournage de film. C'est aussi le cadre singulier pour les temps forts de l'entreprise : séminaires, assemblées générales etc. (sauf mariage, soirée dansante).

En effet, les espaces intérieurs qu'offre l'escorteur sont modulables au gré des besoins de vos manifestations. Les deux salles (Carré Officier et Richelieu) peuvent être privatisées sur réservation, en fonction de nos disponibilités.

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 11 sur 16

Pour votre restauration, nous vous proposons les formules adaptées à notre environnement et à l'évènement que vous souhaitez organiser avec un traiteur exclusif que nous avons sélectionné et qui connaît le navire.

Le tarif est en fonction de la durée et de la date de la location.

LE CARRÉ DES OFFICIERS (20 personnes max)

Profitez d'un moment unique dans le carré des officiers et carré du commandant !

Vous pouvez y organiser réunions, séminaires d'entreprise ou d'association, cocktail ou repas. Cette salle bénéficie d'une cuisine avec réfrigérateur et d'un espace de stockage et de préparation. Une restauration avec traiteur ou cuisine de chef peut être proposée, ou vous pouvez venir avec votre fournisseur. Une visite du bord et du musée peut être couplée avec la location de la salle pour créer une animation originale. Cette salle peut être réservée à la demi-journée, à la journée ou à l'heure en fonction des disponibilités.

SALLE RICHELIEU (100 personnes max modulable en deux espaces pour 40 et 60 personnes)

Cette salle a été créée à partir des postes équipages situés à l'arrière du navire. Elle peut être utilisée en deux espaces distincts (40 + 60 personnes) : salle de réunions ou de conférence d'un côté et cocktail ou repas de l'autre avec une séparation. Elle peut également être utilisée pour une exposition.

Cette salle bénéficie d'une cuisine avec réfrigérateur et d'un espace de stockage et de préparation. Une restauration avec traiteur ou cuisine de chef peut être proposée, ou vous pouvez venir avec votre fournisseur.

Une visite du bord et du musée peut être couplée avec la location de la salle pour créer une animation originale.

Cette salle peut être réservée à la demi-journée, à la journée ou à l'heure en fonction des disponibilités.

ESCAPE GAME OPÉRATION K - MELEON

Partez pour des missions de l'opération K-Méléon à bord de l'Escorteur d'Escadre Maillé Brézé, revenu au temps de la guerre froide, le temps d'une heure de jeu. Embarquez à bord pour démasquer un espion soviétique qui s'est infiltré dans l'équipage. En équipe de 4 ou 6 joueurs immergés dans un décors unique et authentique, venez vivre une expérience inédite ouverte à tous.

ANIMATION TEAM BUILDING

Destinée exclusivement aux entreprises / administrations / associations

Une animation originale pour améliorer la cohésion de vos équipes.

Embarquez à bord du Maillé-Brézé, pour une visite plutôt inattendue. De simple touriste, vous passez soudain membre actif d'une enquête policière, afin de résoudre une affaire particulière : le commandant de ce navire de guerre a été assassiné. Saurez-vous retrouver le coupable ?

De la salle des machines au pont supérieur, toujours aidée d'un guide, chaque équipe doit inspecter le navire pour avancer dans l'enquête et démasquer le coupable. Une murder party originale et iodée pour votre team-building ou votre soirée d'entreprise.

Différents défis vont aider les joueurs : dégustations de whisky, nœuds de marin, lectures de cartes marines, identifications sonar, etc. Une plongée dans l'univers de la marine...

Cette animation est organisée en collaboration avec l'Agence événementielle Boule de Com à Nantes spécialisée dans les activités de team-building et de coaching d'équipes.

Source : www.maillebreze.com/fr

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 12 sur 16

Annexe 8 - Cahier des charges de l'entreprise nantaise et projet du bénévole

Cahier des charges :

12 personnes

Durée : 1 journée, de 9 heures à 18 heures

Budget maximum : 1 000 € pour le groupe

Restauration incluse

Travail de groupe de 1h30 minimum incluant une intervention du chef d'entreprise

Activités originales favorisant la cohésion du groupe

Projet du bénévole :

8h30 : Accueil des participants à bord

8h45 : Petit déjeuner commun dans la salle Richelieu

9h15 : Intervention du chef d'entreprise

10h00 : Départ à pied pour une visite guidée des machines de l'île

11h30 : Retour à bord pour une dégustation de chocolat avec notre partenaire « Nantes Chocolat »

12h30 : Pause repas – Food truck en face du navire

14h00 : Enquête policière à bord du navire organisée par l'association « Crimes et passion 44 »

16h30 : Solution de l'enquête, remise des récompenses et pot de départ

17h30 : Fin de nos prestations à bord

Informations complémentaires : coût des prestations facturées par les prestataires

Murder party : 25 € par personne facturé par l'association « Crimes et passion 44 »

Dégustation de Chocolat : 20 € par personne facturé par « Nantes Chocolat »

Visite guidée : 9 € facturé par les machines de l'île

Pause Repas : 18 € par personne facturé par le Food Truck

Petit déjeuner et pot de départ : 11 € par personne facturé par le traiteur partenaire

Source interne

Annexe 9 - Solution de communication envisagée par le président : Instameet VIP

Concrètement, c'est quoi un Instameet ?

Le terme « Instameet » vient du réseau social dédié à l'image Instagram, qui regroupe plus de 500 millions d'utilisateurs actifs quotidiens en 2023. Un Instameet, c'est le nom donné au rendez-vous collectif de ces mordus de l'image qui se retrouvent sur un lieu pour vivre une journée pleine d'échanges, de rencontres et de beaux visuels (photos, vidéos).

Les Instameet sont une bonne option pour promouvoir son activité touristique.

Un instameet VIP s'organise dans un lieu de découverte « inédit », fermé en temps normal aux visiteurs comme par exemple des parties d'un monument fermées au public mais accessibles uniquement à certaines personnes pour cette occasion.

Côté organisateur de l'Instameet :

- Un mail est précédemment envoyé aux instagrameurs avec les consignes pour la publication ultérieure des photos sur le réseau social ;
- Géolocalisation des photos ;
- Remerciement des partenaires qui accueillent gratuitement ;
- La liste de hashtags possibles ;
- Identification éventuelle des personnes apparaissant sur les photos.

Source : Extraits : <https://www.logitourisme.com/cest-quoi-un-instameet/>

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 13 sur 16

Tourisme sur Instagram : nos vacances sous influence ?

Instagram est bien connu pour être le théâtre de la mise en scène de nos voyages. Il devient de plus en plus influent dans le choix de nos destinations.

Comment le réseau social du bonheur et des filtres en couleurs modifie le récit de nos vacances ?

Instagram est devenu au fil des ans un acteur incontournable de l'industrie touristique et le marché l'utilise pour dessiner nos imaginaires.

Instagram est-il le bouc émissaire facile du tourisme de masse ? Le réseau social peut-il favoriser un tourisme éthique et durable ?

Le mimétisme de masse au cœur du tourisme sur Instagram

Carnets de voyage, albums photos, soirées de projection de photos de vacances entre amis : on a toujours voulu mettre en scène les récits de nos voyages. Mais les réseaux sociaux et Instagram en particulier leur donnent une autre dimension :

« Le récit de voyage est consubstantiel au voyage touristique mais aussi d'exploration. Ce que ça change c'est plutôt une différence de degré qui est telle, et qui est tellement concentrée, que ça va avoir des conséquences sur les populations locales, sur les lieux qui vont être notamment pratiqués, photographiés »

A cela s'ajoute un changement de temporalité : aujourd'hui les moments du voyage et de l'histoire se superposent, ce qui donne des récits plus raccourcis et morcelés car on rend compte des choses instantanément. Et si le tourisme va de pair avec une multitude de « filtres » - ceux de notre imaginaire, nos habitudes, nos valeurs - avec Instagram, on se crée un écran supplémentaire :

« Ce qu'on va chercher, c'est plus uniquement le fait de vivre cette expérience que de la restituer avec une photo qui vise à reproduire une photo qui a déjà été prise avant ».

Saskia Cousin, anthropologue

Avec 33 millions de visiteurs uniques en France en décembre 2022, et le #travel qui compte parmi les hashtags les plus partagés, Instagram fait désormais légion auprès des agences de tourisme pour faire connaître leurs offres. Pour les usagers, le réseau est devenu un prescripteur de poids. Mais la version améliorée et ostentatoire du réel qu'on leur propose n'est pas sans conséquence en matière de tourisme de masse et de pression sociale.

Le tourisme 2.0, entre tendances et quête d'authenticité

Ces dernières années, l'industrie du tourisme travaille main dans la main avec les instagrammeurs, des créateurs de contenus qui se révèlent être de précieux intermédiaires pour développer son activité. A l'instar de [@vutheara](#), ce sont souvent des amateurs de photographie qui se sont professionnalisés, ou d'anciens blogueurs qui ont affiné leurs codes esthétiques.

« Peut-être qu'un des grands enseignements de la crise sanitaire, c'est ce retour à une vraie authenticité. Je pense que dans les codes narratifs en vogue, le vlog - vidéo en direct face caméra, sans filtre - est aujourd'hui un format qui cartonne tout simplement parce qu'avec lui, ces destinations, ces marques, ces influenceurs (...) apportent une lecture, une analyse plus conforme à la réalité. »

Nicolas de Dianous, directeur associé de l'agence We Travel

A travers cette marchandisation notamment, l'expérience de l'instagrammeur peut-elle être authentique dans sa restitution ? Une question qui ne date pas d'hier car la notion d'authenticité se trouve aux fondements des travaux de sociologie sur le tourisme [...]

Source : Extraits de <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/le-meilleur-des-mondes/tourisme-sur-instagram-nos-vacances-sous-influence-9570420>

BTS TOURISME	SUJET	SESSION 2025
E5 : Élaboration d'une prestation touristique	Code : 25TOURIU5-S	Page 14 sur 16

Vous : *Vous vouliez me parler du recrutement de la personne chargée de m'accompagner sur le développement de l'offre en direction des PME-PMI locales ?*

Le président : En effet, j'ai besoin que vous m'aidiez à identifier les missions précises qui seront les siennes.

Vous : *En premier lieu, il aura à développer le portefeuille clients d'entreprises locales. Cela implique qu'il poursuive le travail entrepris en matière de mise en marché de notre offre de location de salles.*

Le président : Il va aussi falloir chercher à fidéliser les entreprises qui nous ont déjà fait confiance en s'adressant à nous pour organiser leur événement incentive...mais vous avez raison, conquérir de nouveaux clients est une priorité.

Vous : *Il faudra aussi qu'il soit capable d'être force de proposition auprès de ces entreprises, de participer à l'élaboration de la prestation conformément au cahier des charges qui aura été fixé et d'en assurer le bon déroulement ainsi que le suivi.*

Le président : Sans oublier l'objectif de rentabilité !

Vous : *Absolument ! Cela suppose qu'il sache négocier les prestations nécessaires auprès des partenaires, qu'il maîtrise parfaitement le calcul des coûts et la démarche budgétaire.*

Le président : Ce qui me préoccupe également c'est l'aspect relationnel du poste. Il va être en relation avec des publics très différents. En externe, des prospects, des clients, des prestataires, et en interne, nos salariés et nos bénévoles.

Vous : *C'est en effet un point clé !*

Le président : Vous semblez avoir une vision très précise du candidat idéal. Il ne reste plus qu'à établir le profil du poste. Je vous laisse donc vous en charger...

Source interne

L'établissement du profil de poste est une étape indispensable dans le processus d'embauche. Il permet au service des ressources humaines de l'entreprise d'avoir une idée précise de la perle rare à dénicher.

❖ La définition du profil de poste

Le profil de poste correspond aux caractéristiques attendues, par l'employeur, de la future nouvelle recrue. Réaliser un profil de poste revient à effectuer le portrait-robot du candidat idéal. En somme, si on utilise le jargon de la gestion de projet, le profil de poste est une sorte d'expression de besoin.

Le profil de poste doit à la fois faire état des soft skills (les compétences comportementales) et des hard skills (les compétences techniques) attendues du candidat par l'entreprise. Le profil de poste est un document écrit technique et détaillé. Il peut prendre la forme d'un tableau ou d'une liste.

❖ Le rôle du profil de poste

Le rôle du profil de poste est double.

Il permet, tout d'abord, de faire gagner du temps dans le recrutement. Un recruteur qui a bien en-tête le candidat idéal peut repérer plus facilement, dans son vivier de candidats, les personnes qui pourront correspondre au poste.

Il permet, ensuite, d'éviter une erreur de recrutement. Un profil de poste bien détaillé permet d'identifier en un seul coup d'œil si le candidat correspond ou non au poste à pourvoir, mais également à l'esprit de l'entreprise. Le profil de poste permet de choisir la personne qui correspond le plus au portrait type du candidat idéal.

Source : <https://recruteur.lefigaro.fr/article/tout-savoir-sur-le-profil-de-poste/>