



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 :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - Bac STMG - Management, sciences de gestion et numérique - Session 2021

Correction du BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE

ÉPREUVE D'ENSEIGNEMENT DE SPÉCIALITÉ

Session 2021 - Sciences et technologies du management et de la gestion

Durée de l'épreuve : 4 heures - Coefficient : 16

Correction Dossier 1 - Analyse des choix managériaux

Question 1.1 : Identifier les finalités de l'organisation.

Il est demandé de définir les fins vers lesquelles tend l'organisation. Dans le cas du Camping de La Torche, les finalités peuvent être résumées en :

- Offrir un service de qualité en matière d'hôtellerie de plein air.
- Contribuer à la protection de l'environnement avec des pratiques durables.
- Assurer la rentabilité du camping pour garantir sa pérennité.
- Promouvoir un tourisme éthique et responsable dans le cadre de son engagement local.

Question 1.2 : Repérer les forces de l'organisation et les opportunités de l'environnement.

Les forces de l'organisation incluent :

- Engagement écoresponsable reconnu par un écolabel européen.
- Emplacement stratégique en bord de mer, attirant des clients pour les sports nautiques.
- Équipe de salariés saisonniers motivés et qualifiés.
- Variété des services et activités proposées (piscine, animations, cours de cuisine, etc.).

Les opportunités de l'environnement sont :

- Augmentation de l'intérêt des consommateurs pour le tourisme écologique.
- Tendances de court séjour et de personnalisation des offres.
- Accessibilité accrue des informations via internet et le développement des réservations en ligne.

Question 1.3 : Identifier les options stratégiques choisies et apprécier leur pertinence.

Les options stratégiques comprennent :

- Positionnement en tant que camping écologique et local.
- Offre personnalisée axée sur les besoins spécifiques des clients.
- Collaboration avec les producteurs locaux pour renforcer l'économie régionale.

Ces choix sont pertinents car ils répondent à la demande croissante pour des séjours respectueux de l'environnement et contribuent à l'attrait du camping face à la concurrence.

Question 1.4a (au choix) : Présenter l'intérêt de la certification écolabel européen dans le cadre de la vente du camping.

La certification écolabel européen renforce la crédibilité du camping auprès des acheteurs potentiels en garantissant un haut niveau d'exigence environnementale. Cela peut également accroître la valeur du camping sur le marché, en attirant une clientèle soucieuse de l'environnement.

Question 1.4b (au choix) : Présenter les composantes de l'écosystème dans lequel est intégré le camping et montrer l'intérêt qu'il peut en retirer.

Les composantes de l'écosystème incluent :

- Les acteurs locaux économiques (producteurs, artisans).
- Les clients avertis de l'écotourisme.
- Les organismes de valorisation de l'environnement et du tourisme.

Le camping peut tirer un intérêt considérable de cette intégration en bénéficiant d'un réseau de partenariats, augmentant sa visibilité et sa notoriété.

| Correction Dossier 2 - Adaptation aux besoins du marché

Question 2.1 : Identifier les attentes des clients de l'hôtellerie de plein air.

Les attentes des clients incluent :

- Confort et propreté des installations.
- Services diversifiés (animations, restauration, activités de loisirs).
- Engagement pour la durabilité (produits bio, gestion des déchets).
- Satisfaction personnalisée et qualité du service client.

Question 2.2 : Décrire la démarche marketing adoptée par le camping et apprécier sa pertinence.

La démarche marketing implique :

- Promotion des valeurs écologiques à travers des actions de communication.
- Offre personnalisée via des plateformes de réservation en ligne.
- Fidélisation des clients par des initiatives communautaires et des événements.

Cette démarche est pertinente, car elle répond précisément aux attentes croissantes des consommateurs en matière d'écotourisme.

Question 2.3 : Démontrer l'intérêt pour le camping de développer la digitalisation de sa relation client.

La digitalisation permet au camping :

- D'améliorer l'expérience client avec des réservations en ligne facilitées.
- De collecter des données sur les préférences des clients pour une offre personnalisée.
- De renforcer la visibilité en ligne pour capter une clientèle plus large.

Ce développement est crucial pour s'adapter aux nouvelles expectations des consommateurs connectés.

Question 2.4a (au choix) : Montrer, qu'à travers le formulaire de contact disponible sur le site internet, le camping de La Torche collecte des données personnelles et respecte la législation.

Le formulaire demande des informations personnelles, et la politique de confidentialité assure aux utilisateurs que leurs données sont traitées avec sécurité, conformément aux réglementations sur la protection des données (RGPD).

Question 2.4b (au choix) : Apprécier l'adéquation de la démarche de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) mise en œuvre au sein du camping aux attentes environnementales des clients.

La démarche RSE du camping répond de manière adéquate, car elle promeut des pratiques durables,

respecte l'environnement et soutient les producteurs locaux, ce qui est de plus en plus recherché par les clients.

| Correction Dossier 3 - Création de valeur et performance

Question 3.1 : Analyser l'évolution du chiffre d'affaires et du taux d'occupation entre 2018 et 2019 afin d'évaluer la performance commerciale du camping.

Entre 2018 et 2019 :

- Chiffre d'affaires :
2018 : 419 372 €
2019 : 444 827 €
Évolution : +25 455 € (+6,08%)
- Taux d'occupation :
2018 : 39,6 % (approximativement, à recalculer si nécessaire)
2019 : 38,8 %
Évolution : -0,8 points

Le chiffre d'affaires a augmenté, ce qui montre une performance commerciale positive, mais le taux d'occupation a légèrement diminué, point à surveiller.

Question 3.2 : Montrer que l'organisation est performante d'un point de vue financier en prenant appui sur les deux indicateurs suivants : résultat net et taux de rentabilité.

Analysons les résultats financiers :

- Résultat net :
2018 : 60 055 €
2019 : 59 544 €
La stabilité du résultat net montre une gestion saine.
- Taux de rentabilité :
2018 : 14,32 %
2019 : 13,38 %
Bien que en baisse, le camping reste au-dessus de la moyenne de 11 % pour le secteur.

Ces éléments confirment la performance du camping.

Question 3.3 : En une quinzaine de lignes, démontrer que le Camping de La Torche est performant.

Le Camping de La Torche démontre sa performance à travers :

- Une approche holistique de développement durable : des activités sont proposées en lien avec l'écosystème local et le respect de l'environnement.
- Une gestion financière rigoureuse avec une augmentation du chiffre d'affaires et un taux de rentabilité compétitif.
- Un cadre et une qualité de service qui lui ont permis d'obtenir des avis positifs, mettant en lumière l'engagement du personnel et la satisfaction des clients.

Ces facteurs positionnent le camping comme un acteur fort dans le secteur de l'hôtellerie de plein air, particulièrement en rapport avec les normes écologiques et communautaires modernes, assurant ainsi son avenir sur le marché.

Question 3.4a (au choix) : Évaluer la valeur perçue dégagée par le camping.

La valeur perçue par le camping de La Torche est élevée grâce à :

- Un environnement naturel exceptionnel et préservé.
- Les services diversifiés et personnalisés qui répondent aux attentes des clients.
- Un engagement pour le développement durable qui attire une clientèle écoresponsable.

Question 3.4b (au choix) : Présenter les impacts de la publication des avis des internautes sur l'attractivité du Camping de La Torche.

Les avis en ligne ayant des retours positifs renforce l'attractivité du camping car :

- Ils augmentent la visibilité sur les plateformes de réservation.
- Ils rassurent les clients potentiels quant à la qualité des services.
- Ils améliorent la réputation de la marque et peuvent même influencer le prix perçu par les clients.

Conseils pratiques pour l'épreuve :

- Gérez votre temps de manière efficace : réservez un temps défini pour chaque question.
- Lisez attentivement chaque document avant de formuler vos réponses.
- Utilisez des exemples concrets tirés des documents pour illustrer vos réponses.
- Rédigez de manière claire et structurée pour faciliter la compréhension de vos idées.
- Vérifiez vos réponses pour corriger d'éventuelles erreurs de calcul ou d'interprétation.

© FormaV EI. Tous droits réservés.

Propriété exclusive de FormaV. Toute reproduction ou diffusion interdite sans autorisation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

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.