

BTS TOURISME – LOISIRS

Session 2002

Épreuve E4

UNITÉ U4

MERCATIQUE, GESTION, ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE DU TOURISME

Durée : 5 heures

Coefficient : 5

L'usage de la calculatrice est autorisé.

Les candidats traiteront les 5 parties de l'épreuve sur des copies séparées.

LA MONTAGNE EN HIVER

"La montagne en hiver se porte plutôt bien actuellement, c'est donc le bon moment pour s'interroger afin de rester compétitif. Dans l'univers montagne qui devient de plus en plus concurrentiel, avec un fonds de clientèle stable, il est nécessaire d'avoir un positionnement net, de segmenter les clientèles, d'avoir des actions commerciales ciblées."

La gazette Officielle du Tourisme N° 1571, 10 janvier 2001

PREMIÈRE PARTIE : MERCATIQUE (30 points) – Annexes 1-1, 1-2, 1-3, 1-4, 1-5.

- 1.1 Présenter les caractéristiques essentielles de la clientèle de la montagne en hiver.
- 1.2 Analyser les motivations et les freins de cette clientèle.
- 1.3 Indiquer les caractéristiques de l'offre des voyagistes en France.
- 1.4 Proposer les principaux éléments d'un plan de marchéage pour une station de sports d'hiver.

DEUXIÈME PARTIE : GESTION (28 points) – Annexes 2-1, 2-2, 2-3 et 2-4.

Un autocariste du Sud-Ouest de la France souhaite proposer à sa clientèle un nouveau produit. Il s'agit d'offrir des vacances à la montagne différentes des produits classiques.

Un forfait "ski et art de vivre" est à l'étude dans une station « alti forme » pyrénéenne : « TOURMALET-BARÈGES-LA MONGIE ». C'est une des cent stations de montagne SKI FRANCE qui adhèrent à l'association des maires des stations françaises de sports d'hiver et d'été. Elle permet d'allier le ski et les activités liées à la neige avec la remise en forme en eau thermale chaude.

Ce nouveau forfait associera ski, thermalisme et découverte des étoiles au pic du Midi.
(annexe 2.1)

Dans l'hypothèse d'un groupe de quarante-huit personnes (deux par chambre):

- 2.1 Différencier les charges fixes des charges variables.
- 2.2 Calculer le chiffre d'affaires et le résultat prévisionnels. Commenter.
- 2.3 Calculer le nombre de participants nécessaire à la rentabilité du projet.
- 2.4 L'autocariste a acquis un autocar d'occasion (annexe 2.2). Ce bien s'amortit habituellement sur cinq ans en mode linéaire. Présenter le tableau d'amortissement.
- 2.5 Il finance 86 000 euros de cet investissement par un emprunt, le 1^{er} mai 2001, remboursable par annuités constantes. Le taux est de 6% l'an et la durée de cinq ans. (annexes 2.3 et 2.4). Par simplification la périodicité de remboursement retenue sera l'année. Présenter le tableau d'amortissement d'emprunt.

TROISIÈME PARTIE : ÉCONOMIE (15 points) - Annexe 3

- 3.1 Le tourisme génère des emplois qui peuvent être classés en trois catégories : directs, indirects, induits. Donner une définition et citer deux exemples d'emplois pour chacune de ces trois catégories.
- 3.2 Indiquer les caractéristiques du marché de l'emploi du secteur touristique.
- 3.3 Quelles pourraient être les actions incitatives, les procédures d'harmonisation, initiées par les instances européennes (commission européenne...) afin d'intervenir dans l'évolution des emplois touristiques ?

QUATRIÈME PARTIE : DROIT (18 points) – Annexe 4

Dans la station de La Mongie, le ski est source d'emplois nombreux. Dès les premières neiges, sont embauchées des personnes chargées de préparer et baliser les pistes de ski, d'assurer les derniers réglages des remontées mécaniques, de guider et conseiller les skieurs.

- 4.1 Montrer que ces travailleurs peuvent être embauchés sous contrat à durée déterminée.
- 4.2 Préciser les éléments devant figurer dans ce contrat.

M. DURPIN, pisteur de son état, est habituellement embauché pour la saison par la société qui gère la station. Depuis quatre ans il signe un contrat de travail à durée déterminée avec la société, contrat débutant généralement mi-novembre. Quelle ne fut pas sa surprise, lorsque le responsable des ressources humaines de la station lui annonça qu'il se passerait de ses services pour une cinquième saison. M. DURPIN estime que la société n'a pas respecté la loi en renouvelant quatre fois son contrat sur un même poste. Il désirerait que son contrat soit requalifié en contrat à durée indéterminée et vous demande conseil.

- 4.3 À quelle juridiction M. DURPIN doit-il tout d'abord s'adresser ? Justifier votre réponse.
- 4.4 Quelle est la particularité de cette juridiction ?
- 4.5 Que pouvez-vous répondre à M. DURPIN ?

CINQUIÈME PARTIE : INFORMATIQUE (12 points)

- 5.1 Quel est l'intérêt de l'internet pour un particulier amateur de sports de montagne et pour une station de ski ?
- 5.2 Le directeur d'une station de moyenne montagne souhaite créer un site sur la toile. Il vous demande de lui proposer la structure (ou l'arborescence) du site.
- 5.3 À quel type d'adresse correspondent les deux adresses ci-dessous ?

ot.bagneres@hautebigorre.com
<http://www.hautebigorre.com>

SONDAGE EXCLUSIF L'INSTITUT RMS.L'ECHO

Un Français sur deux pourrait prendre des vacances d'hiver

VOS PROCHAINES VACANCES CET HIVER, CE SERA PLUTÔT :

Lorsque notre sondage à été réalisé, début octobre, la moitié des personnes interrogées avaient l'intention de prendre de "vraies" vacances, qui supposent l'utilisation des services d'un professionnel du tourisme, à la montagne, au soleil, ou dans une des grandes capitales citées. Avec ceux qui partiront en famille ou chez des amis, on arrive à 62 % de départs annoncés. C'est à peu près au niveau des intentions déclarées dans ce genre de sondage prospectif – sachant qu'il y a toujours une légère déperdition dans la réalisation.

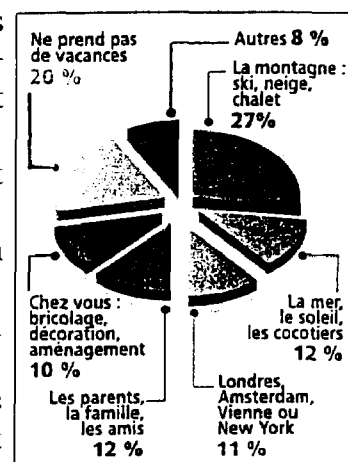
La montagne attire la majorité des

personnes interrogées (54 % des partants), principalement les jeunes (+ 11 points par rapport à la moyenne) et les familles avec enfants (+ 5 points).

Le restant des "partants" se répartit entre ceux qui :

- cherchent le soleil, les tropiques ; on trouve ici la catégorie "cadres moyens" avec 18 % qui partiraient en couple aux antipodes;

- pratiquent des escapades de quelques jours dans de grandes capitales. Ce sont surtout des célibataires aisés qui ont choisi ce type de vacances (+ 18 points par rapport à la moyenne).



L'ECHO TOURISTIQUE / N° 2485 / 17 décembre 1999

ANNEXE 1-2

Les Français qui se rendent à la montagne pour les sports d'hiver proviennent majoritairement de la région parisienne (12,1 %) et du Bassin parisien (18,4 %) et les hébergements les plus utilisés sont les résidences secondaires et le locatif.

Il s'agit plutôt de longs séjours (4 nuits et plus) mais les courts séjours ne sont pas absents. Si le nombre de séjours des Français à la montagne à l'étranger reste encore une niche, le nombre de nuitées augmentent.

Les enfants et les jeunes viennent pour une très large majorité avec leurs familles. Le vacancier type aux sports d'hiver a entre 25 et 50 ans, plutôt masculin et cadre supérieur ou exerçant une profession libérale.

Une étude sur la clientèle française au ski datant de 1991 mais qui paraît confirmée par des enquêtes plus récentes montre une segmentation particulière de la pratique du ski entre les réguliers (24,5 %), les occasionnels (40,10 %) et les rares (35,40 %) avec des motivations étonnantes pour chacun. Ainsi, si le sport est prédominant pour les réguliers, la détente est l'élément fédérateur.

Cette étude confirme que l'espace montagne en hiver ne doit pas être systématiquement associé à la pratique sportive.

Les principales activités pratiquées sont dans l'ordre le ski alpin, la promenade, le ski de fond, aucune activité particulière, les autres sports d'hiver, la randonnée pédestre, la visite de musées, de monuments et le surf des neiges.

L'espace montagne l'hiver dépasse donc le cadre des sports d'hiver.

Il faut noter l'explosion des nouvelles glisses dans les années quatre-vingt-dix, essentiellement pratiquées par une population citadine, masculine et d'un milieu social plutôt aisé. Sur l'ensemble des pratiquants de sports de glisse l'hiver dernier, 12,5 % en moyenne ont pratiqué l'ensemble de ces nouvelles glisses au premier rang desquels le surf des neiges et jusqu'à 30 % en jour de pointe sur certaines stations.

Le ski nordique est également en progression mais il faut surtout noter la croissance fulgurante de la raquette à neige (deuxième marché du monde derrière les USA) dans toutes les classes d'âge et un pourcentage non négligeable de non-glisseurs.

Tour Hebdo / N° 960 / 20 octobre 2000

LA MONTAGNE, AUTREMENT

La demande touristique est aujourd'hui guidée par trois motifs principaux : les retrouvailles avec les amis ou la famille, la rupture avec le cadre de vie habituel et le ressourcement. La montagne a de quoi satisfaire cette demande, si elle apporte les réponses aux nouvelles attentes de la clientèle pour une montagne ludique, douce, loin des valeurs d'effort, selon une enquête commandée par l'État et les comités régionaux et départementaux de tourisme.

"Il faut légitimer le farniente, la contemplation, valoriser les sites naturels et la découverte de la nature, notamment pour les enfants. La qualité de l'esthétique de la vie quotidienne, conjuguée à l'accent mis sur des valeurs de l'air pur, la santé et le contact avec la nature, sont à privilégier."

Le marché de la montagne est mûr, indique l'étude. La croissance du nombre de skieurs originaires d'Europe s'est ralentie, passant de + 7 % par an entre 1975 et 1980 à + 2,5 % entre 1990 et 1995.

Plus inquiétant, le taux de fréquentation de la montagne par les juniors (de 15 à 24 ans) a baissé de 30 % en sept ans, ce phénomène étant plus notable l'été que l'hiver. De plus, une source de renouvellement de la clientèle est en train de se tarir, avec la diminution constatée du nombre de classes de neige, classes vertes ou colonies. Avec moins de jeunes, plus de vieux, l'évolution démographique est peu favorable à la montagne actuelle.

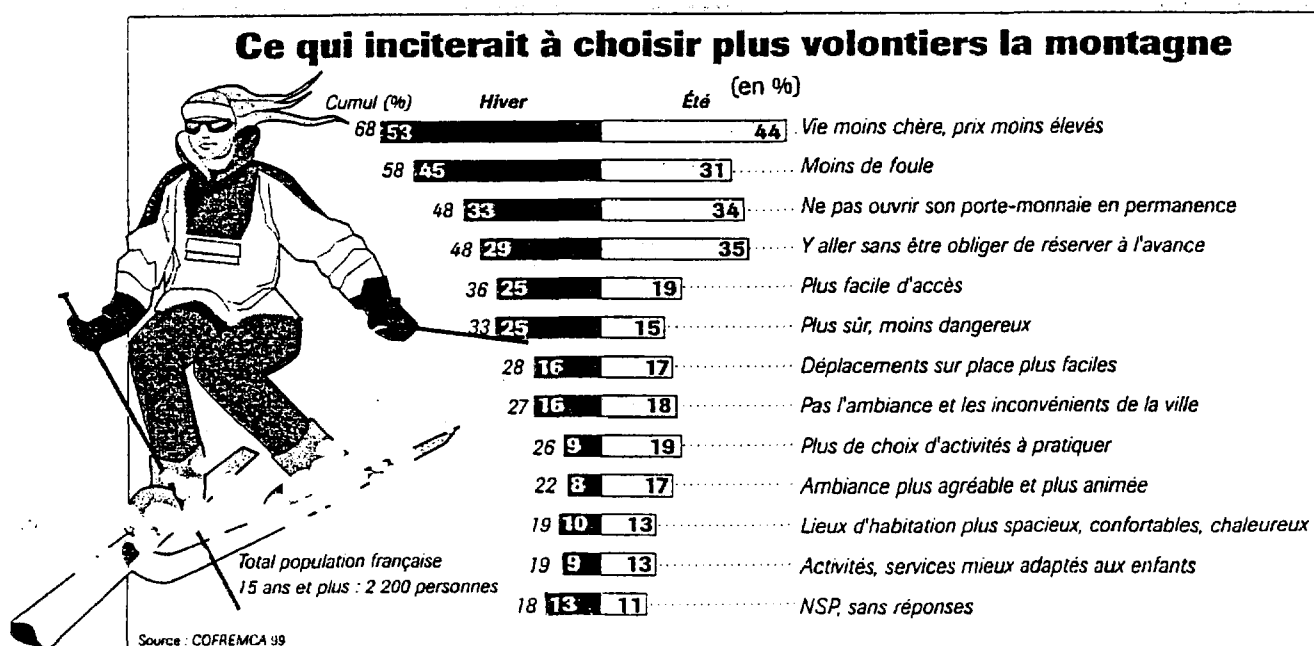
Afin de relancer la fréquentation, il s'avère indispensable d'adapter le produit, face à une demande de séjours plus fréquents, mais plus courts, ce qui représente une révolution pour des professionnels habitués à compter à la semaine.

Enfin, les clients des vacances scolaires manifestent leur agacement face à l'affluence et aux prix pratiqués en haute saison. Ils apprécieraient l'existence de services gratuits, comme les navettes, les parkings ou les WC. L'étude recommande aux stations d'aménager des espaces vierges de tout établissement commercial.

L'enquête a été réalisée auprès de 2 200 personnes fréquentant les différents massifs français. Il s'agissait de mieux cerner les attentes d'une clientèle dans un climat de concurrence de plus en plus forte. En effet, au niveau mondial entre 1990 et 1997, le tourisme a progressé de 36 %, mais l'offre d'hébergement a augmenté plus vite encore, de 40 %.

La gazette Officielle du Tourisme / N° 1570 / 3 janvier 2001

ANNEXE 1-4



Tour Hebdo / N° 960 / 20 octobre 2000

Les atouts de la montagne

La montagne offre des vacances saines, toniques et vivifiantes. La France s'illustre par la grandeur du domaine skiable – son principal atout –, la diversité et la qualité de ses pistes, la qualité et la modernité des remontées mécaniques, la compétence des professionnels du ski. Sa principale faiblesse réside dans l'image du contenu de l'offre.

La France est surtout réputée pour ses pistes de ski alpin et encore peu pour le ski de fond ou la pratique de toutes les nouvelles glisses.

Snotour

Cet hiver, la brochure propose de découvrir les plaisirs de la montagne en France, Autriche, Suisse et en Andorre avec plus de cent quinze stations et différentes formules d'hébergement : hôtel, village de vacances, location d'appartements allant du studio à l'appartement de prestige, de chalets individuels (jusqu'à 18 personnes) ou semi-individuels (divisés en plusieurs unités), hôtel-club, résidence hôtelière. La formule "tout compris" est disponible sur treize stations en France et Andorre.

Frantour

Beaucoup de nouveautés dans la brochure Neiges qui couvre cet hiver les stations des Alpes, du Jura et des Pyrénées (trente-deux stations) avec différents types d'hébergement : hôtel, locatif ou chalet. La grande innovation est l'introduction du concept Coralia Montagne sur six établissements avec trois formules "Sourire", "Douceur" et "Liberté" avec des tas de petits "plus" pendant le séjour. Tarifs préférentiels pour la location du matériel de ski, sur certains forfaits remontées mécaniques, cours de ski... Formule séjour + skipass sur treize stations.

Lagrange

Une production élargie encore cette année dans la brochure "Neige" à travers un hébergement en hôtel, chalet ou location sur la France, Andorre, l'Autriche et la Suisse avec pas moins d'une vingtaine de nouveaux établissements. La grande nouveauté produit cet hiver : les vacances "Spécial randonneurs" en Suisse. Départs en car pour les Alpes depuis Paris et certaines villes de province, plusieurs forfaits matériel de ski selon le niveau du skieur. Formules mini séjour sur dix-sept stations.

Maeva

Toujours trois formules d'hébergement à travers vingt-six stations, allant du grand domaine skiable à la station au style authentique : résidences avec appartements dans des situations privilégiées, hôtels avec des formules souples tant au niveau de la durée que des repas et clubs avec les avantages de la résidence, animation en plus. Maeva étoffe son choix cet hiver dans les Pyrénées. Formule week-end disponible dans onze stations. À noter également le développement en montagne de Vacantel.

Pierre et Vacances

Au sommaire de la brochure "Montagne" : vingt et une stations françaises sur les grands domaines skiables dont les deux nouvelles résidences Pierre et Vacances de Courchevel et Serre-Chevalier. Une offre de séjours "skis aux pieds" dans des appartements allant du studio au F4 pour des séjours en couple, en famille ou entre amis. Réductions matériel ski et remontées mécaniques, formules à la carte et mille et une astuces pour un maximum de confort et un minimum de démarches à l'arrivée.



**LE TOURMALET
BARÈGES - LA MONGIE**

Le plus grand domaine skiable des Pyrénées

7 JOURS

Départ Bordeaux samedi 6h - Retour Bordeaux vendredi 23 h

SKI & ART DE VIVRE

½ pension les 7 jours en hôtel ** au pied des pistes

Forfait remontées mécaniques 6 jours

+

Pass Forme

Station thermale de Bagnères de Bigorre

(5 entrées piscine eau thermale jet stream, hammam, sauna, palmarium)

+

7^{ème} jour au pic du Midi et visite du musée des étoiles

440 €

- car de ligne 50 places (amortissement, gas-oil et entretien) : 0,6 € du km ; au total 1100 km sont prévus (AR séjour + 2 AR quotidiens La Mongie- Bagnères de Bigorre pour thermes),
- chauffeur : 90 € par jour (salaire et charges sociales ; gratuité hôtel pour repas et hébergement),
- ½ pension hôtel (base chambre double) : 35 € par personne et par jour,
- pass « 5 entrées forme » aux thermes : 50 €,
- forfait ski : 85 €,
- autoroute, Bordeaux-sortie Lannemezan (pic du Midi) ; aller : 38 €,
- visite guidée musée des étoiles : 23 € par personne ; groupe à partir de 20 : 18 € par personne.
- frais administratifs et coût de distribution : 70 €

Les locations de chaussures et skis sont à la charge du client à des prix préférentiels.

APE : 341Z

Service Facturation

Références Comptables

(à rappeler dans toute correspondance)

DATE : 28 AVRIL 2001
 FACTURE N° 56 04036
 N° compte client : 010226

Autocariste ...

N° INTRACOMMUNAUTAIRE DU CLIENT :

Date : 28 04 01
 N/Réf. STOCK N° 55707

V/Réf. Du
 MD 28 dir 694
 Dest 00056 Aff
 Dev

Contremarque

Nous vous prions de trouver ci-après le décompte du matériel que nous vous avons livré
 à **DCR NANTES** en satisfaction de votre commande enregistrée sous n° **IRISBUS FRANCE 906153**

9930	
GENRE	CARS
MARQUE	RENAULT
TYPE	TRACER
SERIE	VF6R332A100002440
IMMATRICULATION	748 AHG44
ANNÉE	10 / 1998
CARROSSERIE	CAR DE LIGNE
MONTANT DE € HT	110 000
TVA 19,6 %	21 560
MONTANT DE € TOTAL TTC.	131 560

**VO VENDU SS GARANTIE DE N/PART, AP ESSAI EN L'ÉTAT, QUE LE CLIENT DÉCLARE
 CONNAÎTRE. LIBRE DE TOUT GAGE.**

**** IL N'EST PAS PRATIQUÉ D'ESCOMPTE ****

Le Constructeur ou son ayant cause bénéficiaire se réserve la propriété des marchandises livrées jusqu'à complet paiement de l'intégralité du prix et de ses accessoires conformément aux dispositions de la Loi 80-335 du 12.05.80. Toutes nos livraisons sont faites à nos conditions générales de commercialisation et sont soumises notamment aux clauses d'attribution de juridiction qu'elles contiennent.

EXEMPLE DE TABLEAU D'AMORTISSEMENT D'EMPRUNT

TABLEAU D'EMPRUNT					
Dates	Capital restant dû début de période	Intérêts	Amortissements	Annuités	Capital restant dû fin de période

ANNEXE 2-4

TABLE FINANCIÈRE

Table 5 $a = \frac{t}{1 - (1 + t)^{-n}}$

Valeur des annuités constantes qui amortissent
en n périodes un capital de un Euro.

n	4,25	4,50	4,75	5	5,25	5,50	5,75	6	6,25	6,50
1	1,042 500 0	1,045 000 0	1,047 500 0	1,050 000 0	1,052 500 0	1,055 000 0	1,057 500 0	1,060 000 0	1,062 500	1,065 000
2	0,532 096 1	0,533 997 6	0,535 900 5	0,537 804 9	0,539 710 7	0,541 618 0	0,543 526 7	0,545 436 9	0,547 348	0,549 261
3	0,362 059 6	0,363 773 4	0,365 489 7	0,367 208 6	0,368 930 0	0,370 654 1	0,372 380 7	0,374 109 8	0,375 841	0,377 576
4	0,277 115 0	0,278 743 6	0,280 375 9	0,282 011 8	0,283 651 4	0,285 294 5	0,286 941 2	0,288 591 5	0,290 245	0,291 903
5	0,226 207 0	0,227 791 6	0,229 380 9	0,230 974 8	0,232 573 3	0,234 176 4	0,235 784 1	0,237 396 4	0,239 013	0,240 635
6	0,192 317 3	0,193 878 4	0,195 445 1	0,197 017 5	0,198 595 4	0,200 178 9	0,201 768 0	0,203 362 6	0,204 962	0,206 568
7	0,168 152 2	0,169 701 5	0,171 257 3	0,172 819 8	0,174 388 8	0,175 964 4	0,177 546 5	0,179 135 0	0,180 729	0,182 332
8	0,150 064 9	0,151 609 6	0,153 162 0	0,154 721 8	0,156 289 2	0,157 864 0	0,159 446 3	0,161 035 9	0,162 632	0,164 237
9	0,136 029 4	0,137 574 5	0,139 128 0	0,140 690 1	0,142 260 6	0,143 839 5	0,145 426 7	0,147 022 2	0,148 626	0,150 238
10	0,124 830 1	0,126 378 8	0,127 937 0	0,129 504 6	0,131 081 5	0,132 667 8	0,134 263 3	0,135 868 0	0,137 481	0,139 105
11	0,115 693 4	0,117 248 2	0,118 813 4	0,120 388 9	0,121 974 7	0,123 570 6	0,125 176 8	0,126 792 9	0,128 419	0,130 055
12	0,108 103 5	0,109 666 2	0,111 240 2	0,112 825 4	0,114 421 8	0,116 029 2	0,117 647 7	0,119 277 0	0,120 917	0,122 568
13	0,101 703 4	0,103 275 3	0,104 859 5	0,106 455 8	0,108 064 0	0,109 684 3	0,111 316 3	0,112 960 1	0,114 615	0,116 283
14	0,096 238 1	0,097 820 3	0,099 415 6	0,101 024 0	0,102 645 2	0,104 279 1	0,105 925 7	0,107 584 9	0,109 256	0,110 940
15	0,091 520 4	0,093 113 8	0,094 721 1	0,096 342 3	0,097 977 1	0,099 625 6	0,101 287 5	0,102 962 8	0,104 651	0,106 353

L'emploi.

Une préoccupation essentielle du tourisme européen

INTERVIEW (*) DE CHRISTIAN JUVAUX, REPRÉSENTANT DE SETA-IUTA (1)
ET DU COMITÉ DE LIAISON EUROPÉEN DU TOURISME

Aujourd'hui, le constat que l'on peut dresser de l'emploi dans les secteurs du tourisme et de l'hôtellerie en Europe est préoccupant à plus d'un titre [...].

L'enjeu est donc de taille pour notre industrie, qui risque, à moyen terme, de ne plus pouvoir garantir une qualité de service satisfaisante, faute de salariés qualifiés. Cependant, ce constat est à nuancer : les pays réceptifs d'Europe du Sud sont très concernés par cette situation alarmante, car la majorité des emplois touristiques sont saisonniers ; en revanche, les pays émetteurs de l'Europe du Nord sont dans une situation moins délicate dans la mesure où, entre autres, le niveau de compétences de leurs salariés en matière de production, distribution et commercialisation des produits touristiques est excellent.

Dans ce contexte, l'incitation à la libre circulation des travailleurs est au cœur des préoccupations de la Commission européenne en matière d'emploi dans le tourisme. Si celle-ci a déjà agi en sa faveur par le biais de plusieurs directives, il existe encore aujourd'hui de nombreux freins : absence de réglementation européenne sur les droits sociaux (protection sociale, retraite ...), absence de cadre à la mobilité européenne dans le secteur. Des entreprises internationales comme le Club Med, Accor ou encore TUI en font le constat tous les jours. On ne pourrait qu'encourager une initiative de la Commission visant à créer, en lien avec les partenaires sociaux et les entreprises du secteur, un outil d'information sur le marché du travail européen (compétences,

reconnaissance européenne des diplômes et qualifications, marché du travail, rémunérations, pratiques de la profession dans chaque pays...) à destination des salariés du secteur candidats à la mobilité. Cela serait un outil précieux d'incitation à la mobilité dans l'Union européenne.

Dans le domaine de la formation, on peut regretter le manque d'évaluations sectorielles, pourtant très riches en enseignements. Celle du programme FORCE, qui avait eu lieu en 1994, est exemplaire.

La mise en œuvre d'une politique du tourisme est-elle souhaitable ? La réponse n'est pas simple : si c'est pour uniformiser la fiscalité des entreprises du secteur en Europe et mettre en œuvre une véritable politique de professionnalisation des salariés, de formation et mobilité, alors oui. Mais si c'est pour mettre en œuvre une politique de promotion commune des destinations européennes sur les marchés émetteurs lointains, alors ce n'est sans doute pas la peine de dépenser de l'énergie et de l'argent. Plus fondamentalement, un objectif essentiel d'une politique européenne devrait être d'homogénéiser les coûts de la main-d'œuvre en Europe, pour éviter les disparités d'un pays à l'autre et favoriser la mobilité de celles et ceux qui, par leur travail, font le tourisme.

(*) Propos recueillis par Frédérique FAU.

(1) SETA-IUTA : Syndicat européen des travailleurs alimentaires – Union internationale des travailleurs alimentaires et branches

*Revue ESPACES, n° 177
Décembre 2000*

Emploi saisonnier

L'article L122-1-1 du code du travail prévoit la possibilité de recourir à des salariés recrutés par contrat à durée déterminée afin de pourvoir des emplois à caractère saisonnier.

La cour de Cassation vient de préciser pour la première fois la notion d'emploi saisonnier. Une caissière avait été embauchée par CDD saisonniers successifs pendant cinq ans pour travailler à la Tour Eiffel, les deux premières années pendant les vacances scolaires et les trois années suivantes pendant les cinq ou six mois de l'année où la Tour Eiffel reçoit le plus grand nombre de visiteurs.

N'ayant pas été embauchée pour la saison suivante, la caissière avait alors saisi le Conseil des Prud'hommes d'une demande en requalification de son contrat de travail en CDI.

La Cour d'appel avait accepté de requalifier le contrat. La Cour de Cassation a cassé l'arrêt de la Cour d'Appel et énonce : "le caractère saisonnier d'un emploi concerne les tâches normalement appelées à se répéter chaque année à des dates à peu près fixes en fonction du rythme des saisons ou des modes de vie collectifs." (Cass. Soc., 12 octobre 1999).

Source : site internet directavocat