

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2006/2007

1^{ère} session, 2^e semestre

Année d'études : *Master 1 SSASOS*
Enseignant responsable : *Laurent DI MEGLIO*

Durée de l'épreuve : *2 heures*
Documents autorisés : *aucun*

UEF 425 – Bilan de Compétences

Sujet :

« Le bilan de compétences, causes et conséquences »

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2006/2007

1^{ère} session, 2nd semestre

Année d'études : *M 1 SSASSOS*
Enseignant responsable : *François Mandin*

Durée de l'épreuve : *ET 2 heures*
Documents autorisés : *tous*

UE Sphère publique et services sportifs (421)
EC Le sport et l'incidence européenne

Sujet :

« La construction européenne, depuis cinquante ans, s'appuie sur un ensemble de traités qui ont permis de poser les fondements de l'Union européenne. La Constitution européenne, ratifiée par une majorité des pays membres de l'Union, représente ainsi une nouvelle étape. Elle fixe à l'Union européenne de nouveaux objectifs. Elle fait désormais expressément référence au sport.

A partir des articles du Traité établissant une Constitution pour l'Europe, peut-on dès lors soutenir l'idée que le sport a ou aura désormais une incidence réelle à l'échelle européenne ? ».

I – Disposition fondamentale de l'Union européenne

« Titre III – Les compétences de l'Union

ARTICLE I-17 Les domaines des actions d'appui, de coordination ou de complément

L'Union dispose d'une compétence pour mener des actions d'appui, de coordination ou de complément. Les domaines de ces actions sont, dans leur finalité européenne:

- a) la protection et l'amélioration de la santé humaine;
- b) l'industrie;
- c) la culture;
- d) le tourisme;
- e) l'éducation, la jeunesse, le sport et la formation professionnelle;
- f) la protection civile;
- g) la coopération administrative. »

II – Partie III Les politiques de fonctionnement de l'Union

CHAPITRE V - DOMAINES OÙ L'UNION PEUT DÉCIDER DE MENER UNE ACTION D'APPUI, DE COORDINATION OU DE COMPLÉMENT

Section 5 - Éducation, jeunesse, sport et formation professionnelle

ARTICLE III-282

1. L'Union contribue au développement d'une éducation de qualité en encourageant la coopération entre États membres et, si nécessaire, en appuyant et en complétant leur action. Elle respecte pleinement la responsabilité des États membres pour le contenu de l'enseignement et l'organisation du système éducatif ainsi que leur diversité culturelle et linguistique.

L'Union contribue à la promotion des enjeux européens du sport, tout en tenant compte de ses spécificités, de ses structures fondées sur le volontariat ainsi que de sa fonction sociale et éducative.

L'action de l'Union vise:

- a) à développer la dimension européenne dans l'éducation, notamment par l'apprentissage et la diffusion des langues des États membres;
- b) à favoriser la mobilité des étudiants et des enseignants, y compris en encourageant la reconnaissance académique des diplômes et des périodes d'études;
- c) à promouvoir la coopération entre les établissements d'enseignement;
- d) à développer l'échange d'informations et d'expériences sur les questions communes aux systèmes d'éducation des États membres;
- e) à favoriser le développement des échanges de jeunes et d'animateurs socio-éducatifs et à encourager la participation des jeunes à la vie démocratique de l'Europe;
- f) à encourager le développement de l'éducation à distance;
- g) à développer la dimension européenne du sport, en promouvant l'équité et l'ouverture dans les compétitions sportives et la coopération entre les organismes responsables du sport, ainsi qu'en protégeant l'intégrité physique et morale des sportifs, notamment des jeunes sportifs.

2. L'Union et les États membres favorisent la coopération avec les pays tiers et les organisations internationales compétentes en matière d'éducation et de sport, en particulier avec le Conseil de l'Europe. »

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2006/2007

1^{ère} session, 2^{er} semestre

Année d'études : *Master 1 SSASOS*
Enseignant responsable : *S. Fournier / J.C. Le Bras*

Durée de l'épreuve : *2 heures*
Documents autorisés : *aucun*

UEF n° 421 – Sphère publique et services sportifs
EC n° Les politiques publiques du sport

Sujet :

Deux questions à traiter sur deux copies séparées

Sujet de J.-C. Le Bras (coefficient 2):

Les lois de décentralisation n'ont pas mentionné le domaine des APS parmi les compétences transférées au profit des communes, départements, régions. Le partage des compétences entre l'état et les collectivités territoriales a-t-il, selon vous, évolué dans ce domaine depuis la décentralisation? Comment se présente aujourd'hui la situation au plan local et quelles sont les attributions de chacun?

Sujet de S. Fournier (coefficient 1) :

A quelles échelles autres que l'échelle locale s'appliquent les politiques publiques du sport ?
Donnez des exemples précis.

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2006/2007

1^{ère} session, 2^{ème} semestre

Année d'études : Master SSASOS 1
Enseignant responsable : V. Gervasoni

Durée de l'épreuve : 2 heures
Documents autorisés : aucun

UEF n°U422 : administration des services sportifs
Développement de projet et administration

Sujet :

"Vous êtes recruté(e) par l'UCPA afin de proposer et mettre en place une tournée nationale. Cette action doit faire la promotion de l'association et de ses activités au niveau national et local. Vous avez carte blanche pour faire une première proposition. Vous savez juste que vous devez valoriser les activités sportives et les actions éducatives et solidaires. Par ailleurs, vous disposez a priori d'un budget de 50 000 €, encore négociable.

Votre employeur vous demande donc de travailler sur ce dossier, sachant que, au delà des propositions que vous devez faire, il souhaite surtout observer votre méthode et les éléments fondamentaux que vous souhaitez mobiliser."

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2006/2007

1^{ère} session, 2^{ème} semestre

Année d'études : Master SSASOS 1
Enseignant responsable : V. Gervasoni

Durée de l'épreuve : 2 heures
Documents autorisés : non

UEF n°U422 : administration des services sportifs
Gestion des équipements sportifs

Sujet : Vous traiterez les questions suivantes sur des copies séparées.

1- La création ou la réhabilitation d'un équipement sportif.
Quels sont les différents éléments qui peuvent conduire à la réalisation ou la réhabilitation d'un équipement sportif, notamment dans le cadre d'une politique sportive ;

- les différents acteurs et enjeux en présence ;
- les critères essentiels à identifier, afin de s'assurer de la cohérence de la réalisation avec les besoins des usagers.

Vous pourrez vous inspirer de votre expérience et prendre exemple sur la réalisation d'un équipement sportif, au sein d'une commune.

2- Vous êtes chargé de mission dans une société privée de gestion d'équipements sportifs. Vous devez répondre à un appel d'offres pour l'exploitation d'un complexe sportif multi activités (salle de remise en forme, mur d'escalade, espaces de sports collectifs, restaurant). Comment procédez-vous et quelles grandes fonctions de gestion d'équipement intégrez-vous dans votre dossier de candidature ? Quelle est votre stratégie pour gagner le marché ?

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2006/2007

1^{ère} session, 2nd semestre

Année d'études : *Master ISSASOS*
Enseignant responsable : *Olivier Marion*

Durée de l'épreuve : :2h
Documents autorisés : *aucun*

UE 422 - Administration des services sportifs
EC 422 - Marketing et communication

Question 1 – Analyse Swot de la FF de Tennis (10 points)

A partir des données fournies et de vos connaissances,

- Elaborez le diagnostic de la Fédération Française de Tennis selon la méthode SWOT d'Ansoff (Menaces-Opportunités / Forces-Faiblesses)
- Dégagez ainsi la problématique stratégique à laquelle est confrontée la FFT en 1 à 2 phrases

Document annexe : « Place du Tennis en France 2004 »

Question 2 - Segmentation stratégique de la Walt Disney Company (10 points)

A partir des données fournies et de vos connaissances,

- Identifiez les principaux DAS (Domaines d'Activités Stratégiques) et ses composants pour la Walt Disney Company
- Quelles sont les synergies entre les différents DAS ?
- Comment le Groupe gère-t-il ces synergies ?

Document annexe : « Segmentation de the Walt Disney Company »

La place du tennis en France en 2004

- 10^e sport le plus pratiqué (par 8,1 % des Français de quinze ans et plus, soit 3,8 millions de pratiquants).
- Mais la pratique est en recul (13 % en 1995, soit une baisse de cinq points en dix ans) ; cela concerne principalement les pratiquants réguliers.
- 1^{er} sport individuel fédéral (1 065 531 licenciés).
- 1^{er} sport féminin (environ 350 000 licences féminines, devant l'équitation, la gymnastique et le basket-ball).
- 3^e sport le plus pratiqué en compétition (387 000 compétiteurs dont 280 000 classés - 9 908 tournois amateurs en 2004, soit 16 % de plus qu'en 1995).
- 3 500 enseignants et 14 000 initiateurs au sein de 9 908 clubs (33 400 courts)
- 5^e sport auquel on assiste en tant que spectateur direct (3 % des quinze ans et plus ont assisté à un tournoi au moins en 2004).
- 5^e sport regardé à la télévision, mais l'audience télévisée est en recul (38 % en 1995, 34,3 % en 2004).

Caractérisation des pratiquants et des spectateurs du tennis en 2004

Pratiquants du tennis	Télespectateurs du tennis	Spectateurs directs du tennis	Ensemble de la population
65 % d'hommes	56 % d'hommes	54 % d'hommes	48 % d'hommes
60 % de 15-35 ans (moyenne = 33 ans)	Moyenne d'âge = 46 ans	53 % de 25-49 ans (moyenne = 41 ans)	31 % de 15-35 ans 42 % de 25-49 ans (moyenne = 46 ans)
35 % de CSP+ 28 % d'étudiants	26 % de CSP+	41 % de CSP+	22 % de CSP+ 11 % d'étudiants
25 % en région parisienne	21 % en région parisienne	34 % en région parisienne	19 % en région parisienne
/	16 % pratiquent le tennis	48 % pratiquent le tennis	8 % pratiquent le tennis.
Plus masculins, plus jeunes et d'un niveau social supérieur à celui de l'ensemble de la population	Plus masculins et d'un niveau social légèrement plus élevé	Niveau social et pratique du tennis largement supérieurs à la moyenne ; phénomène parisien	

Source : d'après TNS media intelligence, 2005.

LA SEGMENTATION DE THE WALT DISNEY COMPANY (SOURCE : GROUPE WALT DISNEY)

Passionné depuis son enfance par le dessin, Walter Elias Disney arrive à Hollywood en 1923, à l'âge de 22 ans, avec son premier dessin animé *Alice au pays des merveilles* pour trouver un distributeur. La première société Disney voit le jour le 16 octobre 1923 sous le nom de Disney Brothers Cartoons Studios, mais Roy Disney suggère rapidement que la société prenne le nom de son frère et devienne Walt Disney Studios.

Après des débuts difficiles, la création du personnage de Mickey et du premier dessin animé sonore *Steamboat Willie* en 1928 fait décoller la petite entreprise. Face à ce succès, Winkler, le distributeur des dessins animés Disney, propose de créer un hebdomadaire familial. Le premier numéro du *Journal de Mickey* paraît en 1934. La notoriété des studios Disney croît avec celle de la souris aux grandes oreilles et Walt Disney a l'idée de commercialiser des produits à l'effigie de son personnage vedette dès le milieu des années 1930. Les studios créent le premier long-métrage d'animation (*Blanche-Neige et les sept nains*) en 1937. Malgré ce succès, l'entreprise doit revoir ses ambitions à la baisse et limiter ses coûts pendant la Seconde Guerre mondiale.

L'activité reprend véritablement en 1950 avec la sortie de *Cendrillon* et les débuts du Club de Mickey à la télévision américaine et sur les plages avec des jeux et des animations. En 1952, le succès du *Nouveau Journal de Mickey* en couleurs est énorme. L'année suivante, Buena Vista Distribution Company est créée pour distribuer les films Disney et, dès 1954, les premières séries télévisées hebdomadaires produites par les studios Disney débutent. Face au succès rencontré dans toutes ses activités, Disney lance en Californie en 1955 le premier parc Disneyland. À sa mort en 1966, Walt Disney laisse à son entreprise de nombreux projets. En 1971, un second parc d'attractions de 14 000 hectares, Walt Disney World, ouvre ses portes en Floride. En 1982, il accueille le parc Epcot Center dédié à l'innovation technologique et à la culture internationale. Le succès international de l'entreprise est confirmé avec l'ouverture en 1983 à Tokyo du premier parc en dehors des États-Unis.

En 1984, à la sortie du film *Splash*, l'entreprise crée un nouveau label de production et de distribution de films : Touchstone Pictures. Puis, quelques mois plus tard, Disney lance sa première chaîne câblée : Disney Channel. Parallèlement, le développement des produits dérivés se poursuit et le premier Disneystore ouvre ses portes en Californie en 1987. Les Disneystore vendent essentiellement des vêtements, des jouets, des accessoires, des livres et des jeux interactifs qui sont produits par des entreprises partenaires exploitant des licences Disney.

Au début des années 1990, la filiale Buena Vista Home Entertainment commercialise les films Disney en version vidéo et DVD. À la même époque, un joint-venture avec Hachette donne naissance à Disney Hachette Presse, société chargée de concevoir et de publier les magazines Disney. Buena Vista International devient leader de la distribution de films en France avec trois labels : Walt Disney Pictures, Touchstone Pictures et Hollywood Pictures. Fort de ce succès dans la production et la distribution de films, le groupe Disney acquiert Miramax Films en 1993. Dans le domaine de la réalisation de dessins animés, le partenariat entamé en 1996 avec les studios Pixar marque un tournant décisif pour Disney. L'accord porte sur la production de six films d'animation en images de synthèse 3D, de *Toy Story* en 1996 aux *Indestructibles* en 2004. Disney rachète d'ailleurs les studios Pixar quelques mois après la fin de cet accord.

Du fait de ses nombreuses activités, l'entreprise se dote d'un organe de coordination en 1999. Ainsi, au sein du groupe Walt Disney Company, Walt Disney International est une filiale ayant un rôle transversal. Elle est présente dans tous les pays où le groupe opère. Son objectif est de coordonner les différents pôles, de gérer l'exploitation de la marque et d'optimiser le potentiel de l'entreprise dans chaque pays.

En 2001, l'entreprise fait l'acquisition de la chaîne Fox Family et la rebaptise ABC Family Channel. Disney se développe également dans Internet à travers le Walt Disney Internet Group qui commercialise depuis peu des contenus ludiques pour téléphones portables (Disney mobile). Des partenariats permettent également à Disney Electronics de lancer de nouveaux types de produits dérivés depuis quelques années (baladeurs CD, ordinateurs, télévisions couleur...). Enfin, l'une des plus importantes manœuvres stratégiques du groupe Disney est le rachat de son ancien partenaire Pixar en 2006.

Aujourd'hui, The Walt Disney Company est un groupe qui emploie plus de 130 000 personnes. En 2005, son chiffre d'affaires était de 31 milliards de dollars (dont plus de 75 % aux États-Unis et au Canada) et son bénéfice, de plus de 2,5 milliards de dollars.