

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2010/2011

1^{ère} session, 1^{er} semestre

Année d'études : *L3 MS*
Enseignant responsable : *L. S. FOURNIER*

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

UE 521 – Connaissances juridiques, sociologiques et économiques (1)
EC 5211 – Sociologie des services sportifs et touristiques

Sujet : *Vous traiterez le sujet suivant sous la forme d'une dissertation clairement construite et organisée.*

« Quels sont les enjeux d'une sociologie du temps libre pour l'organisation collective des loisirs sportifs ? »

Université de Nantes

UFR STAPS

Année universitaire 2010/2011

1^{ère} session, 1^{er} semestre

Année d'études : *Licence 3 « Management du sport »*
Enseignant responsable : *François Mandin*

Durée de l'épreuve : *2h00*
Documents autorisés : *Tous documents*

UEF Connaissances juridiques, sociologiques et économiques (521)
EC Droit de la consommation et des services sportifs (5212)

Sujet : *Traitez le cas pratique suivant.*

Vous travaillez dans association, spécialisée dans l'équitation. Votre employeur vous a recruté en raison de votre profil de manager des APS qui vous permet d'envisager les différents besoins de l'entreprise : marketing, financier, communication, juridique, etc. Il souhaite être éclairé sur deux points.

1 - L'association a fait le choix de dispenser des cours de qualité avec du matériel toujours en bon état. A cet effet, elle a passé un contrat de fourniture exclusive auprès de la société Equidia. Suivant ce contrat, l'association s'engage à changer son matériel tous les trois ans. En contrepartie, Equidia assure à l'association des facilités de paiement. Le contrat prévoit par ailleurs à l'article 10 que « en toute hypothèse, le vendeur est exonéré de toute responsabilité en cas de défaut ou de retard de livraison et qu'il peut se prévaloir de ce défaut ou de ce retard pour résilier le contrat sans indemnités ».

Suite à une demande de renouvellement du matériel par l'association, la société Equidia a livré un matériel différent de celui convenu. L'association demande à la société Equidia de respecter son contrat. Cette dernière répond, en citant l'article 10 du contrat, qu'elle respecte les termes du contrat.

Que peut faire Jacques, le Président de l'association ?

2 - A l'occasion d'une ballade, un client (Antoine) chute sur un parcours pentu en sous bois et humide. Gravement blessé, il souhaite engager la responsabilité de l'entreprise pour obtenir réparation de son préjudice.

Il estime que l'association, organisatrice de la promenade qui a perçu pour réaliser sa prestation commerciale une somme de 40 euros, a manqué à ses devoirs en choisissant, en raison de la configuration du terrain, un itinéraire inadapté à ses aptitudes. Le client considère que l'association lui a fait courir un danger exceptionnel et que sa responsabilité est aggravée au motif que le moniteur n'était pas diplômé.

Jacques, le Président de l'association, estime la demande injustifiée. Le client connaissait l'itinéraire, puisqu'il l'avait emprunté l'an passé. Par ailleurs, selon Jacques l'absence de qualification est un faux problème. Il s'agit d'une ballade et non d'un apprentissage de la pratique. Peu importe que l'accompagnateur soit diplômé.

Jacques vient vous voir pour savoir ce qu'il peut faire.

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2010/2011

1^{ère} session, 1er semestre

Année d'études : *L3MS*
Enseignant responsable : *Jean-François ROUGE*

Durée de l'épreuve : *2h00*
Documents autorisés : *aucun*

UE 521 *Connaissances juridiques, sociologiques et économiques*
EC 5213 *Economies des loisirs*

Sujet :

Donnez les définitions pour les notions suivantes (1 point par définition) :

1. L'effet de substitution ;
2. L'homo oeconomicus ;
3. La contrainte de budget ;
4. La loi de la demande ;
5. La loi des rendements décroissants ;
6. La signification de la forme en L de la courbe d'indifférence.

Développez les sujets suivants (3 pages maximum par sujet) :

- 1 – Quelle est l'organisation macro-économique du marché des loisirs ; commentez ? (7 points)
- 2 – Quels sont les critères de choix qui pèsent sur l'utilisation du temps libre ? (7 points)

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2010/2011

1^{ère} session, 1er semestre

Année d'études : *L3 MS*
Enseignant responsable *Murielle FRAMBOURT*

Durée de l'épreuve : *2H*
Documents autorisés : *aucun SAUF ANNEXES*

UE522 Administration des services sportifs
EC5222 Les principes du marketing

Sujet : ANALYSE MARKETING, POSITIONNEMENT ET CIBLES DU NOUVEAU CENTRE AQUATIQUE CALICEO

Le 10 décembre 2010 un nouveau centre de remise en forme aquatique et un espace beauté a ouvert ses portes le 10 décembre à St Herblain, à proximité de la Galerie Atlantis. Ce centre comprend plus de 4000 m² d'installations entièrement vouées à la forme et au bien-être, dans un décor d'exception, tout en marbre de Carrare, bois et pierre naturelle. On y trouve :

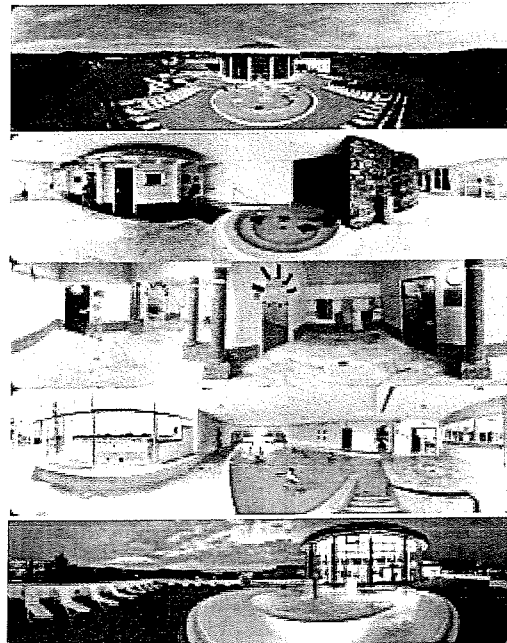
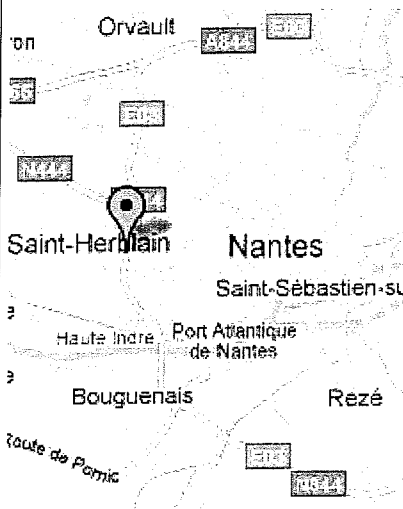
- des courants et des jets massant répartis dans 3 bassins (2 intérieurs et 1 extérieur), une eau à 33° de moyenne), le tout équipé de jacuzzis, chaises, lits et bains bouillonnants, jets à forte pression, geysers, fontaine, cascades, cols de cygne...
- 2 bassins supplémentaires permettent de proposer des cours d'aquagym et d'aquabiking.
- Sans oublier l'indispensable chaleur des hammams aux douces senteurs d'eucalyptus, et les saunas venus tout droit de Scandinavie.

L'espace de remise en forme aquatique CALICÉO est ouvert 7J/7 et jours fériés de 10h à 21h non stop.

- Le porteur du projet, le groupe **Calicéo** (siège à l'**Union/31**) est déjà à l'origine de 4 centres dédiés au bien-être à Saint Paul les Dax (40), Pau (64), Toulouse (31), Perpignan (66) et bientôt un cinquième à Lyon (69).
- Plus de 10M€ vont être investis sur le site qui sera implanté sur un terrain de 10.000 m².
- Objectif : proposer toutes les activités à un tarif unique et accessible et sans limite de temps. A terme, une trentaine de personnes seront embauchées (www.caliceo.com).

Situé à 5mn du périphérique en voiture, ou 5 mn à pied du Tram (ligne1) CALICÉO offre toutes les prestations idéales pour une nouvelle attraction sport et bien-être en périphérie nantaise.

Bienvenue dans votre prochain centre de remise en forme et balnéo-massages de Calicéo.



Source :
www.caliceo.com

QUESTIONS POSEES

A l'aide des différents documents annexés, vous définirez et analyserez les différents éléments du mix marketing de CALICEO en répondant à 4 questions :

- 1/ Quel est selon vous l'univers de concurrence de ce nouveau centre aquatique ?
- 2/ Quelles peuvent être les différentes cibles concernées par cette nouvelle offre de sports loisirs ?
- 3/ En vous aidant de la brochure détaillée de présentation, quelle interprétation pouvez-vous faire du positionnement prix du centre ?
- 4/ Quels sont d'après vous les points de différenciation de l'offre sur un marché des loisirs sportifs déjà bien encombré ?

Vous justifierez chacune de vos réponses.

Format

1 copie-double maximum.

ANNEXE 1 : PAGE D'ACCUEIL DU SITE

Calicéo
à NANTES
08 26 30 36 44

10h à 21h

ESPACE DE REMISE EN FORME AQUATIQUE

ESPACE BEAUTE MASSAGES

NOS TARIFS

CONTACT

INFOS PRATIQUES

TELECHARGER NOS BROCHURES

VIDEO & VISITES MULTIMEDIA

Visite de Calicéo

ESPACE DE REMISE EN FORME AQUATIQUE

VIVEZ CALICEO SELON VOS ENVIES ...

Dans un décor d'exception, tout en marbre de Carrare, bois et pierre naturelle, découvrez plus de 4000 m² d'installations entièrement vouées à la forme et au bien-être.

Laissez-vous porter par les courants et les jets massants de nos 3 bassins (2 intérieurs et 1 extérieur), en eau chaude (33° de moyenne) équipés de : jacuzzis, chaises, lits et bains bouillonnants, jets à forte pression, geysers, fontaine, cascades, cols de cygne...

votre Calicéo à Saint Herblain ouvrira le 10 décembre 2010 à 10h !

Terminé

Internet | Mode protégé : activé

100%

ANNEXE 2 – Brochure CALICEO (PDF)

L'Espace Beauté - Massages

Ouvert du lundi au samedi de 10h à 19h sur réservation au 0 826 303 644

NOS MASSAGES

MASSAGE BIEN-ÊTRE :

50 mn 48 €
40 mn 38 €
C'est un massage dont les manœuvres sont adaptées à votre état de santé. Ce massage a pour but de vous procurer un bien-être et de vous aider à retrouver un état d'équilibre et de sérénité.

MASSAGE ORIENTAL :

50 mn 71 €
40 mn 51 €
Ce massage à l'huile chaude met l'accent sur la détente musculaire et l'apaisement de l'esprit.

MASSAGE INDOCHÉNIEN :

70 mn 72 €
60 mn 52 €
Ce massage est basé sur les techniques de massage indochinoises. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

RELAXATION À LA CACTE :

20 mn 31 €
10 mn 16 €
Ce massage est basé sur les techniques de massage à la cacte. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.



NOS SOINS SILHOUETTE

SOIN MINCEUR THALASSO
1 séance 10 mn 8 €
5 séances 39 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à la mer. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

NOS SOINS DU CORPS

ENVELOPPEMENT AUX ALGUES :

50 mn 50 €
40 mn 35 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'algues. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

ENVELOPPEMENT FONDANT :

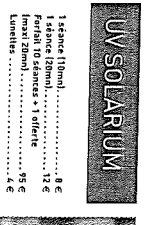
45 mn 50 €
35 mn 35 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

ENVELOPPEMENT ORIENTAL :

50 mn 50 €
40 mn 35 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

ENVELOPPEMENT ORIENTAL :

45 mn 45 €
35 mn 30 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.



UV SOLARIUM

1 séance 10 mn 8 €
5 séances 39 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

NOS RITUELS DU MONDE

CRISTALLE INDOCHÉNIEN :

50 mn 135 €
40 mn 95 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

CRISTALLE INDOCHÉNIEN :

50 mn 135 €
40 mn 95 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

CRISTALLE INDOCHÉNIEN :

50 mn 135 €
40 mn 95 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

CRISTALLE INDOCHÉNIEN :

50 mn 135 €
40 mn 95 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.



INFORMATIONS UTILES

• Tarif en vigueur du 01 décembre 2010 au 31 octobre 2011
• Tarif en vigueur du 01 décembre 2010 au 31 octobre 2011
• Tarif en vigueur du 01 décembre 2010 au 31 octobre 2011

NOS SOINS VISAGE

SOIN TENDRE ET BIEN :

50 mn 47 €
40 mn 35 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

SOIN TENDRE ET BIEN :

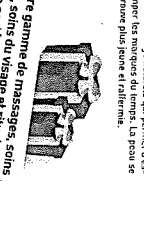
50 mn 47 €
40 mn 35 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

SOIN TENDRE ET BIEN :

50 mn 47 €
40 mn 35 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.

SOIN TENDRE ET BIEN :

50 mn 47 €
40 mn 35 €
Ce soin est basé sur les techniques de massage à l'huile chaude. Il agit sur les muscles et les tendons pour vous procurer un bien-être et de la détente.



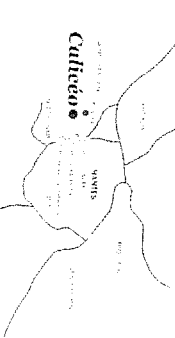
PENSEZ CADEAUX PENSEZ CALICÉO

Tout le monde aime recevoir un cadeau. C'est pourquoi nous avons pensé à vous offrir un cadeau. C'est pourquoi nous avons pensé à vous offrir un cadeau.

Pour venir à Calicéo

En voiture : suivre direction Albans
M. Point 31, sortie de Saint-Hippolyte
Au rond point prendre à droite direction
M. Point 32, sortie Albans

Train :
M. Ligne n°11 Rue F. Millon Arrière Banlieue
Station 5 à 7 minutes à pied



Calicéo
Lyon
11
C'est un espace de bien-être et de détente. C'est un espace de bien-être et de détente. C'est un espace de bien-être et de détente.

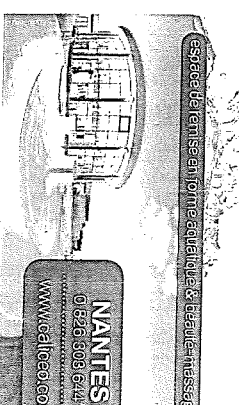
Tarif en vigueur du 01 décembre 2010 au 31 octobre 2011
www.caliceo.com
14 Chemin du Vigneron
44 800 Saint-Hippolyte
Tél : 0 826 303 644

Calicéo est un espace de bien-être et de détente. C'est un espace de bien-être et de détente. C'est un espace de bien-être et de détente.

Calicéo



ma
nouvelle
pause
bien-être



espace de bien-être et de détente
NANTES
0 826 303 644
www.caliceo.com

L'ESPACE DE REMISE EN FORME AQUATIQUE

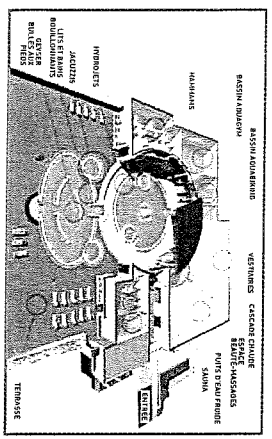
Aux portes du Pôle Atlantis, à Saint-Herblain,

découvrez Calicéo... 4000m² d'installations exceptionnelles...

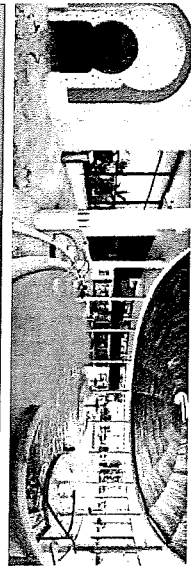
Dans un univers entièrement dédié au bien-être, Calicéo est un espace unique loin du stress et de la nervosité urbane.

Il vous offre un espace de détente et de bien-être, un espace où vous pouvez vous ressourcer et vous relaxer.

Il vous offre un espace de détente et de bien-être, un espace où vous pouvez vous ressourcer et vous relaxer.



Animations aquatiques



AQUABIKE

Pour tous les adeptes de la natation, l'aquabike est un sport aquatique à mi-chemin entre le kayak et le vélo en salle.

En pédalant, on procure un drainage naturel qui masse les muscles fessiers, les mollets et les cuisses. L'exercice améliore la circulation sanguine et favorise la récupération.



AQUAGYM

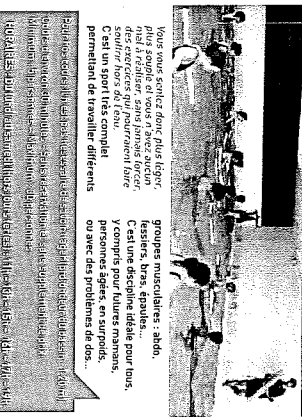
Respect à la taille est offerte, les cours sont adaptés à tous les niveaux. Les séances sont brèves, de 30 à 45 minutes.

Le surcloutage permet de travailler avec une charge plus importante que celle habituelle, ce qui permet de brûler jusqu'à 300 calories.

Calicéo vous propose une remise en forme en toute liberté où chacun peut élaborer son parcours au gré de ses envies...

AQUAGYM

Dans l'eau le corps ne pèse que 90% de son poids.



Vous vous sentez douze fois plus lourd, sans jamais forcer, sans jamais souffrir hors de l'eau. C'est un sport très complet permettant de travailler différents groupes musculaires : abdos, cuisses, bras, épaules, poitrine, dos, etc. C'est une discipline idéale pour tous, personnes âgées, en surpoids, ou avec des problèmes de dos.



SAUNAS

Les saunas procurent une sensation de pureté, stimule la circulation du sang, apaise les douleurs musculaires et offre une détente physique et mentale complète.



HAMMAMS

Les hammams offrent une détente et un bien-être, apportent grâce à sa chaleur douce et humide, des bienfaits pour la peau et les cheveux.



Tarifs

NOS FORFAITS 2H PASS JOURNÉE, TEMPOS, VOUS DONNENT ACCÈS AUX ACTIVITÉS SUIVANTES : BASSINS INTÉRIEURS ET EXTÉRIEURS EN EAU CHAUDE, HAMMAMS, SAUNAS, COURS D'AQUAGYM (dans le cadre des horaires proposés).

FORFAIT 2H CONSÉCUTIVES

Tarif individuel : 15 €
Sur présentation de la carte étudiant en cours de validité : 13 €

PASS JOURNÉE

Soins et soins limités sur la même journée : 24 €

NOS CARTES TEMPOS

Tempo 5h : 37,50 €
Tempo 10h : 69 €
Tempo 20h : 125 €
Tempo 30h : 185 €

DÉPASSEMENT

Au-delà de la durée achetée, chaque 1/2 heure emmenée est facturée... 4 €

GROUPE

A partir de 15 personnes, Remise groupée sur le tarif individuel.

NOS COMBINÉS AQUATIQUE + SOINS

LE NO-STRESS : 2h consécutives + 1 massage ou soin (à hauteur de 75 €) : 80 €
LOPTIMA : 2h consécutives + 1 massage ou soin (à hauteur de 75 €) : 80 €

PENSEZ-CAMPEAUX
Rendez-vous ensemble
L'ensemble de nos prestations se décline en cadeaux !!
Renseignements à l'accueil ou sur www.caliceo.com

INFORMATIONS UTILES
- Si vous êtes handicapé(e), nous avons des équipements adaptés pour vous permettre de profiter pleinement de nos installations.
- Les personnes âgées de plus de 65 ans bénéficient d'une réduction de 10% sur le tarif individuel.
- Les personnes âgées de plus de 75 ans bénéficient d'une réduction de 20% sur le tarif individuel.
- Les personnes âgées de plus de 80 ans bénéficient d'une réduction de 30% sur le tarif individuel.
- Les personnes âgées de plus de 85 ans bénéficient d'une réduction de 40% sur le tarif individuel.

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2010/2011

1^{ère} session, 1er semestre

Année d'études : *L3MS*

Enseignant responsable : *Jean-François ROUGE*

Durée de l'épreuve : *2h00*

Documents autorisés : *aucun*

UE 522 Administration des services sportifs
EC 5221 Management et stratégie

Sujet :

Le cours a mis en évidence l'importance de l'accès aux ressources pour la performance de l'entreprise contemporaine. Parmi ces dernières deux deviennent fondamentales pour la compétitivité de l'entreprise : l'accès aux matières premières et celui aux talents dont l'organisation a besoin pour sortir du rang.

En la matière, les organisations sportives ne dérogent pas à la règle : sans hommes de talents, elles sont reléguées à l'anonymat. L'article de monsieur Piraudeau partiellement reproduit ci-dessous met en évidence les stratégies déployées par les clubs de foot de premier plan pour se procurer ces talents. En vous aidant du texte joint, précisez pourquoi et comment l'accès aux ressources rares telles le talent sont au cœur du métier contemporain de manager.

Bertrand Piraudeau Source CONFINS 7/2009

Le Brésil au coeur des stratégies spatiales du recrutement des clubs européens de football

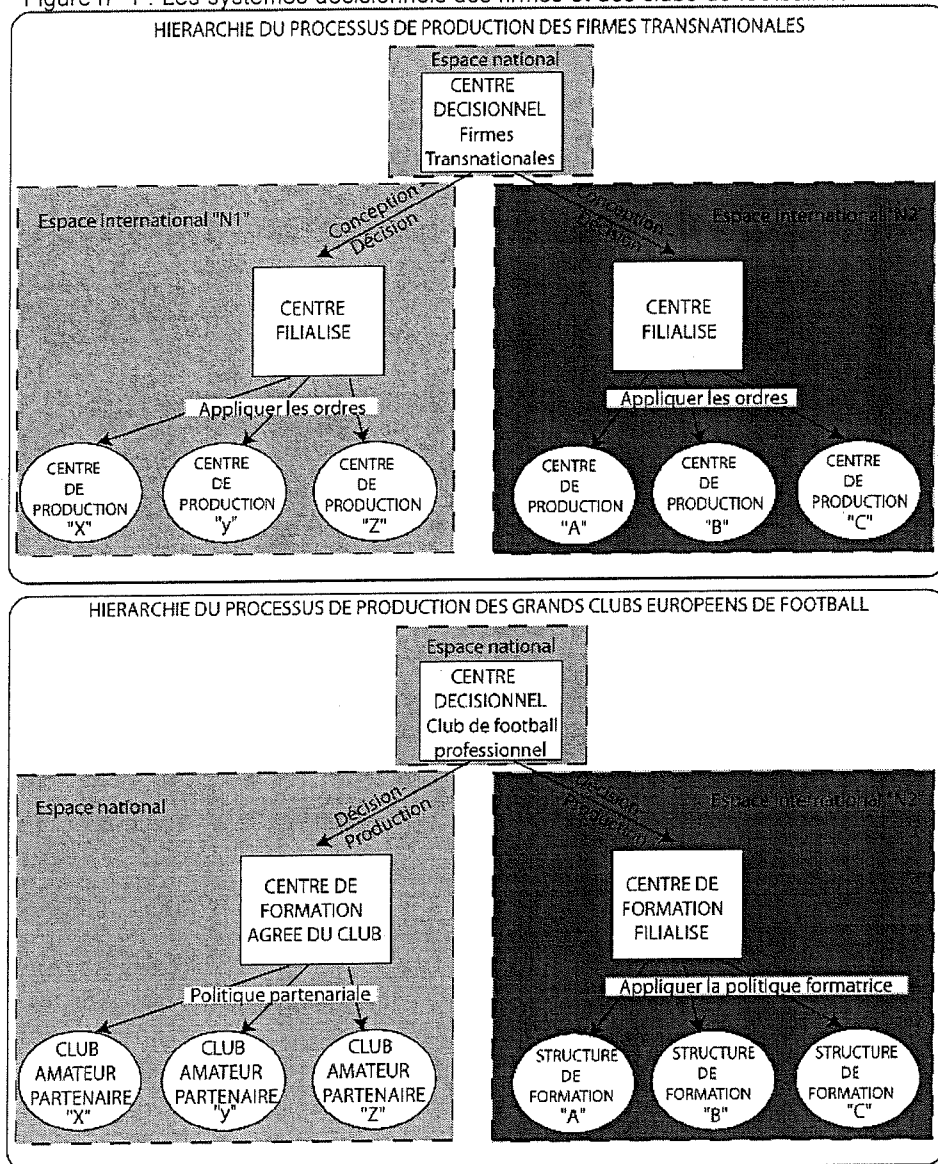
- 1 Le Brésil est considéré depuis de nombreuses années comme l'une des meilleures nations du football au monde (5 Coupes du monde de football et 8 Coupes d'Amérique du Sud). Les exploits sportifs des grands joueurs (Pelé, Zico, Romario, Bébéto, Ronaldo, Ronaldhino, Kakâ, Robinho...) ont permis et permettent de faire vivre la reconnaissance et le culte du beau jeu, le rêve et la magie qui entourent des footballeurs brésiliens à travers le monde. Leurs performances font partie de l'histoire sportive brésilienne et internationale.
- 2 La professionnalisation croissante du football, sport le plus pratiqué et diffusé dans le monde, fait apparaître depuis la fin des années 1990 un marché international de footballeurs. Ce marché est marqué par des périodes de transferts et met en évidence des espaces producteurs (Afrique, Amérique du Sud...) et des espaces consommateurs (Union Européenne). On distingue des régions spécialisées dans la production de joueurs. « A l'intérieur de chaque continent, il existe des pays ou des zones de production de joueurs prioritaires » (POLI ; 2008). Ce marché est composé d'un processus d'offre et de demande de joueurs organisé par les clubs professionnels du monde entier. Les clubs professionnels brésiliens sont parfaitement intégrés dans ce processus de transferts de footballeurs professionnels et de jeunes joueurs apprentis. Si le joueur est devenu un produit, la formation peut être aussi considérée comme une activité de production. Les clubs français et européens recrutent chaque saison de nombreux joueurs brésiliens qu'ils intègrent soit dans leur équipe professionnelle, soit dans leur centre de formation. Dès lors, dans quelles mesures les clubs professionnels de football français et européens organisent leurs stratégies spatiales du recrutement au sein de l'espace brésilien ? Le premier temps d'analyse démontre comment le Brésil s'intègre dans le système productif international de footballeurs professionnels. Le second axe prend en compte le déploiement des stratégies spatiales du recrutement des clubs professionnels européens et brésiliens sur l'espace brésilien. Enfin, il s'agit de démontrer comment le footballeur brésilien est devenu un « produit » footballistique diffusé à travers les clubs du monde entier.

Le Brésil, un espace footballistique intégré dans le système productif international des clubs professionnels européens

La fragmentation du système productif à l'échelle internationale

- 3 Les plus grands clubs transnationaux conçoivent depuis une quinzaine d'années leur organisation productive de joueurs et leur développement commercial à l'échelle internationale. Les politiques d'investissement à l'étranger des grands clubs européens de football concernant la formation des jeunes joueurs prometteurs nous ont conduits à les comparer aux politiques d'investissement des grandes firmes transnationales (cf. figure n° 1).

Figure n° 1 : Les systèmes décisionnels des firmes et des clubs de football transnationaux



Bertrand Piraudeau, 2008

- 4 Les entreprises qui détiennent au minimum une entité de production à l'étranger et qui répartissent donc leur production dans plusieurs pays sont définies comme des firmes transnationales. Les unités de production de ces firmes sont alors considérées comme des filiales. L'association des différentes filiales dont dispose chaque firme constitue un réseau mondial de relations entre elles. Toutefois, si les grands clubs comme les grandes entreprises ont une logique de fonctionnement mondial, il subsiste un enracinement national dans la prise de décision. La logique est donc systémique, tous les acteurs de la décision jusqu'à l'application des ordres de production sont interdépendants. La taille des firmes (firmes régionales ou locales, firmes nationales, firmes de taille plus restreinte souvent orientées vers des pays limitrophes et firmes multinationales) met en avant plusieurs systèmes productifs locaux. Les clubs comme les firmes définissent l'implantation de leurs filiales en fonction de nombreux critères sportifs et économiques des pays. Néanmoins, la stratégie d'investissement

des clubs est orientée en fonction des avantages productifs de formation. Paul Dicken (2003, p. 237-240) a montré l'influence politique et économique sur les choix de localisation des firmes avec leurs caractéristiques spécifiques des contextes qui ont influencé leur choix (rapports de force entre les firmes, concurrence,...). Les firmes multinationales ont un poids économique très important au sein de l'espace international. « Les grandes entreprises sont beaucoup plus mobiles ; elles peuvent développer une stratégie spatiale à l'échelle internationale, voire mondiale pour être présente sur tous les marchés et profiter au maximum de la Division Internationale du Travail » (MERENNE-SCHOUMAKER ; 2003, p. 37).

- 5 Ainsi, la comparaison des processus de production des firmes transnationales et des grands clubs de football européens montre un certain nombre de similitudes entre le centre décisionnel et les centres de production. De la même manière que les firmes, les clubs professionnels évoluent dans un contexte de mondialisation des marchés de joueurs. « La globalisation transforme peu à peu les firmes transnationales en entreprises-réseaux. L'entreprise-réseau est un ensemble d'entreprises qui établissent entre elles des relations sur le modèle du partenariat et de la coopération depuis la transformation des matières premières jusqu'à la consommation finale » (LUSSAULT ; 2003, p. 364). Les clubs comme les firmes transnationales définissent donc des espaces géographiques à l'échelle internationale afin de filialiser leur centre de production dont l'objectif principal est de réduire leur coût de production de leurs futurs joueurs professionnels. De nombreux pays en voie de développement bénéficient économiquement de l'implantation des filiales des grandes firmes internationalisées.
- 6 La hiérarchie du processus de production des grands clubs de football européens reflète une logique similaire au processus de production des grandes firmes multinationales. Les dirigeants des clubs européens de football disposent au moins de deux espaces géographiques pour produire leur futur joueur professionnel. « La production ne se réduit donc ni au matériel, ni à l'économique. L'espace constitue une production spécifique » (LUSSAULT ; 2003, p. 746). Les dirigeants des grands clubs maintiennent une « unité de production [centre de formation] » dans leur pays. Certains d'entre eux ont développé aussi des centres filiaux [club amateur] dans leur pays pour augmenter leur chance de produire de futurs joueurs professionnels. Enfin, les clubs filialisent leur formation de joueurs en direction d'espaces internationaux. Le Brésil apparaît comme l'une des régions du monde et d'Amérique du Sud, producteur de jeunes talents, où les clubs filialisent leur production.

Le Brésil, un espace « ressource » spécialisé dans la production de footballeurs talentueux

- 7 Le Brésil est le premier espace ressource de jeunes footballeurs en Amérique du Sud. Le Brésil compte en 2006, plus de 30 000 footballeurs professionnels, ce qui constitue le plus important marché de footballeurs en activité au monde. « Dans une perspective spatiale, certaines zones (Afrique de l'Ouest, Amérique du Sud) ou pays (Brésil, Argentine, Côte d'Ivoire, Sénégal, Uruguay...) se spécialisent dans la production et l'exportation de joueurs. Cette dernière s'effectue en grande partie à partir des principales villes, là où se concentrent le plus souvent les meilleurs clubs ou centres de formation pour jeunes footballeurs » (POLI ; 2008). Les jeunes de moins de 14 ans représentent 28,57 % en 2006 de la population brésilienne (Recensement Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2006). Le fait de posséder de grandes qualités sportives et culturelles est l'un des moyens d'éviter la misère. Avoir des qualités pour le chant, la danse, le théâtre ou bien encore le football apparaît pour de nombreux jeunes Brésiliens, comme une issue pour un avenir prometteur. De nombreux jeunes garçons optent pour le football pour se sortir de leur situation quotidienne. Ces derniers sont souvent originaires de milieux sociaux défavorisés. Avec plus de 150 jeunes footballeurs évoluant dans le centre de formation brésilien de Flamengo, seulement 10 % appartiennent aux classes moyennes ou aisées. Pour les 90 % restant, ils appartiennent à des milieux sociaux défavorisés. En croisant

des indices sociaux et le classement des clubs professionnels de football brésiliens, Hervé Théry a pu observer que : « tout se passe comme si pour avoir un bon score, il fallait non seulement de l'argent mais aussi une société très divisée, où la masse des pauvres constitue à la fois le vivier de joueurs de talent qui cherchent dans le football une voie d'ascension sociale et la foule des supporters dont l'enthousiasme porte l'équipe dans les bons et les mauvais jours » (THÉRY ; 2006).

8 L'envie de se sortir de situations quotidiennes difficiles met de manière régulière la pression sur les jeunes joueurs brésiliens. « La plupart du temps, la famille pose problème. La mère et le père se disputent. Le père veut que le fils joue mieux pour qu'il puisse ramener plus d'argent à la maison, alors que la mère veut que son fils consacre plus de temps aux études » précise Adriana Lacerda, psychologue du club de Flamengo (*Courrier International* ; 2006, p. VI). « A l'intérieur de l'Amérique latine, le Brésil, l'Argentine et, dans une moindre mesure, l'Uruguay, fournissent beaucoup plus de joueurs aux clubs européens que les autres pays. C'est au niveau de ces Etats que nous pouvons parler de l'existence d'une spécialisation dans la production et l'exportation de joueurs » (POLI ; 2008).

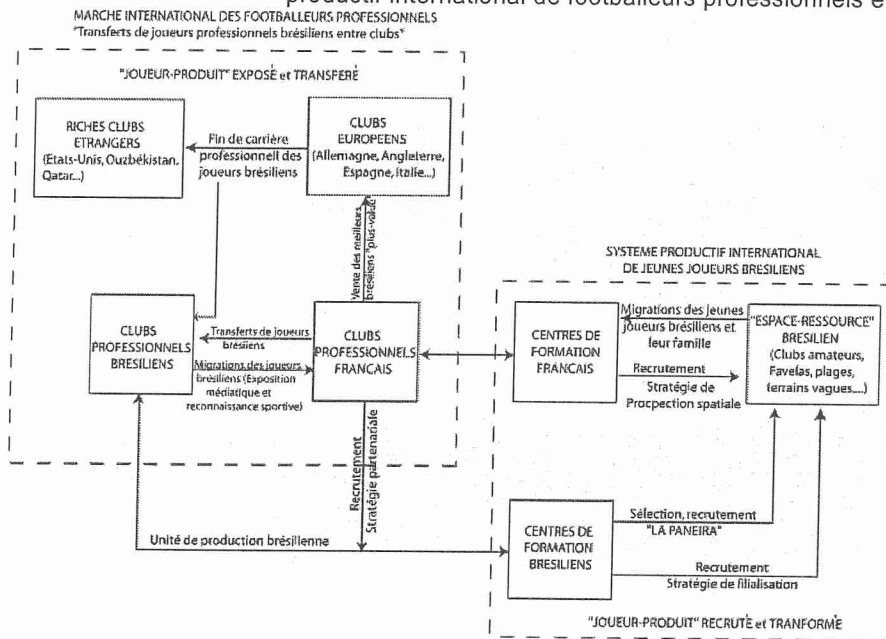
9 En Amérique du Sud, « le débutant se forme d'abord à l'école de la rue, lors de matchs quartiers contre quartiers. L'improvisation est la règle, le schéma l'exception. On y développe une technique rare et une créativité inégalée » (TALLES ; 2006). Les exemples de grands footballeurs brésiliens qui se sont formés dans les structures d'entraînement de leur pays, après avoir été recrutés dans des favelas sont nombreux. Nous n'en citerons que quelques-uns. Certainement le plus grand joueur brésilien de toute l'histoire du football mondial, Edson Arantes do Nascimento dit Pelé qui a été un modèle pour de nombreux jeunes évoluait dans une favela de Très Coracoés dans l'État du Minas Gerais. Luiz Nazario Da Lima dit Ronaldo a été recruté dans une favela de Rio de Janeiro, Ronaldo de Assis Moreira dit Ronaldhino a été quant à lui, recruté dans un quartier pauvre de Porto Alegre dans le sud du pays, Romário de Souza Faria dit Romario a été recruté dans la favela de Vila de Penha, quartier éloigné de Rio enfin Robson de Souza dit Robinho a été recruté dans les ruelles des favelas de São Vicente à São Paulo. « Robinho est ce qu'on appelle une star footballistique, un jeune magicien qui fait tourner les têtes comme la balle qu'il mène du pied! Son histoire est déjà légendaire et tout aussi caractéristique du Brésil, terreau fertile qui voit éclore périodiquement de grands joueurs du ballon rond, où de la misère naissent de grandes stars qui font rêver, où l'ascenseur social du football propulse à cent à l'heure de jeunes garçons des bidonvilles vers les hauteurs mirobolantes de ce sport de haut niveau, un des rares pays où cela est encore possible ! » (*Aquadesign.be* ; 2006). Toutefois, il faut nuancer, tous les joueurs brésiliens n'ont pas été recrutés dans des favelas avant d'intégrer des centres de formation brésiliens. C'est le cas par exemple de Ricardo Izecson Dos Santos Leite dit Kaka, né à Brasilia dans une famille aisée. « Sa bonne situation familiale a fait que contrairement à la majorité des petits brésiliens, il n'a pas appris à jouer au football dans les favelas. Il jouait cependant dans la rue avec ses camarades » (*Football.fr* ; 2007) avant d'être recruté par le Football Club de São Paulo. Pour repérer et recruter les meilleurs jeunes espoirs du football brésilien, les clubs professionnels brésiliens développent des stratégies spatiales du recrutement très structurées.

(...)

Conclusion

- 27 Le Brésil n'échappe pas au marché international des footballeurs professionnels. Le Brésil est un espace footballistique pleinement intégré dans le système productif des riches clubs professionnels européens (cf. figure n° 3).

Figure n° 3 : Les joueurs brésiliens intégrés dans le système productif international de footballeurs professionnels en 2008



Bertrand Piraudeau, 2008

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2010/2011

1^{ère} session, 1er semestre

Année d'études : **L3 MS**
Enseignant responsable : **Benoît RENOUX**

Durée de l'épreuve : **2 heures**
Documents autorisés : **calculatrice**
plan comptable

UE522 *Gestion et comptabilité de l'entreprise*
EC5223 *Gestion et comptabilité*

Informations : Le barème est indicatif
La tva est à 19,6%

Sujet :

DEFINITIONS 3 pts

Vous définirez les termes suivants :

Salaire de base
Amortissement
Escompte

COMPTABILITE GENERALE 5 pts

Vous enregistrerez au journal les opérations suivantes : (sur annexe 1)

- 15/12/2010 Achat de matière premières pour 2 500,00 € HT
- 16/12/2010 Achat de 1 400,00 € HT de publicité réglée par chèque bancaire
- 16/12/2010 Vente de 3 450,00 € HT de marchandises, remise de 5%
- 17/12/2010 Achat de 6080,00 € HT de marchandises
- 18/12/2010 Paiement par chèque de la facture du 15/12/2010
- 18/12/2010 Achat au comptant par caisse de 150,00 € HT de fournitures de bureau

AMORTISSEMENTS 3 pts

Vous avez acquis le 10 octobre dernier du matériel de cardotraining pour 18 000,00 € HT. La livraison a eu lieu le 25 du même mois. L'installation de ce matériel a nécessité quelques travaux d'aménagement de votre salle qui ont été réalisés entre le 5 et le 8 novembre et vous ont été facturés pour un montant de 3 000,00 € HT.

Vos abonnés ont pu essayer ce nouveau matériel le 15 novembre lors d'une soirée très conviviale.

En raison de l'usage intensif de que vous envisagez pour ce matériel, vous envisagez d'amortir ce matériel en linéaire sur 3 ans (l'inventaire à lieu le 31 décembre prochain)

Réalisez le tableau d'amortissement

SALAIRES 5 pts

Vous venez d'accepter un poste dans un centre de loisirs dont l'activité est sujet à de fortes variations saisonnières. Vos conditions de travail qui figureront dans votre contrat de travail sont les suivantes :

du 15 avril au 15 octobre : 40 h de travail/semaine

du 15 octobre au 15 avril : 30 h de travail/semaine

Calculez pour chacune des périodes votre temps de travail mensualisé

Votre taux horaire sera de 10,50 €.

Calculez votre salaire de base pour chacune des périodes

Vous bénéficiez au bout d'un an d'activité d'une prime d'ancienneté de 2% de votre salaire de base et d'un treizième mois versé pour moitié en juin et pour moitié en décembre.

Par contre vous ne pourrez pas prendre de congés pendant la haute saison c'est à dire entre le 25 juin et le 10 septembre.

Ces conditions vous semblent-elles respecter la législation sociale ?

Quel sera votre salaire brut pour le premier mois de juin après un an d'activité ?

Vous commencez à travailler le 01 février prochain.

Combien de jours de congés payés obtiendrez-vous au 31 mai prochain ?

CALCULS FINANCIERS 2 pts

Lors d'une consultation d'entreprise en vue d'établir un contrat global pour la maintenance du matériel, de vos installations techniques et l'entretien de vos locaux, un entreprise vous a proposé un paiement comptant à réception de facture sous 0,75% d'escompte. Une autre vous propose un paiement à 30 jour fin de mois.

Les tarifs de base de ces deux entreprises sont comparables.

Quel choix faites-vous ? Motivez votre réponse.

REGLES COMPTABLES 2 pts

Il y a 7 ans de cela vous avez acquis un terrain boisé de 7 hectares au prix de 3000,00 € l'hectare dans le but d'y créer une activité d'accrobranche. Face au développement de la concurrence vous envisager d'abandonner ce projet et estimez que la revente ne peut se faire qu'à 2000,00 € l'hectare.

L'année dernière vous avez acquis 1000 actions du groupe ACCORD à 72,00 € l'unité

A ce jour elles valent 86,00 € l'unité

A quelle valeur estimez-vous ces biens dans le bilan (patrimoine de l'entreprise) ?

Quelle est la règle comptable que vous appliquez ?

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2010/2011

1^{ère} session, 1^{er} semestre

Année d'études : L3 MS DA
Enseignant responsable : Julie MORERE

Durée de l'épreuve : 1 :30
Documents autorisés : aucun

UE 54
EC 541 Anglais

INSTRUCTIONS



Read the 3 documents below:

DOC 1 – IRB factsheet on the economic impact of the 2011 Rugby World Cup

DOC 2 – “The Economic Impact of Major Events,” section 16 of the *Major Sports Events Guide – UK Sport, 2005*

DOC 3 – New Zealand, brief overview

Based on these 3 documents and on examples from the 2007 Rugby World Cup in Nantes or elsewhere, define and explain the type of economic impact that the Rugby World Cup may have on new Zealand.

(250 words max)

DOC. 1

www.irb.com, Rugby World Cup 2011

ECONOMIC IMPACT

- RNZ 2011 announced in September 2006 that hosting RWC 2011 would generate more than \$1.15 billion in total economic activity, and pump more than half a billion dollars into the New Zealand economy, according to an updated economic impact report prepared by Horwath Asia Pacific Ltd.
- According to the updated report, RWC 2011 will add \$507 million to New Zealand's gross domestic product, 23 per cent more than original forecasts prepared at the time of the bid to host the Cup.
- RWC 2011 will also provide the New Zealand Government an additional \$112 million in tax revenue.
- Auckland, as host of the RWC 2011 Final, stands to gain around \$240 million in additional gross domestic product and \$262 million of total direct additional expenditure in the Auckland economy.
- Based on Australia's experience of hosting RWC 2003, New Zealand can expect to attract as many as 66,000 international supporters, 2,500 international media, and up to 2,500 corporate and VIP guests throughout the Tournament.
- RWC 2007 brought in 350,000 additional visitors to France in September to October 2007 delivering a total economic impact estimated at up to £2.1 billion (NZ\$5.7 billion).

DOC. 2

"THE ECONOMIC IMPACT OF MAJOR EVENTS"

(section 16 of the *Major Sports Events Guide – UK Sport, 2005*)

This section explains how to make an economic impact assessment of your event. A fuller and more in-depth appraisal of the technique can be found in two recent *UK Sport* publications: *The Economics – A Guide to Measuring the Economic Impact of Events* and *The Economic Impact of Major Events: Measuring success* (see the Further Reading section).

A DEFINITION

The economic impact on a host city is defined as the total amount of additional expenditure generated within a city that can be directly or indirectly attributed to the staging of a major sporting event. Having determined this figure, the impact of an event can then be calculated by comparing money spent in the local economy with money generated and retained. The aim of this process is to assess the net effect of staging the event in the local area. For large scale, or 'hallmark', events, there is often a regional or countrywide effect that can bolster the UK economy as a whole. The data used to determine the net impact of an event can also be analysed in more detail, to give estimates of local expenditure, income, and employment opportunities generated by an event.

WHY MEASURE THE IMPACT OF MAJOR EVENTS?

The promotion of events is recognised as having a positive economic impact on towns and cities, simply because large numbers of people coming from outside the locality – from other regions of the host nation and from abroad – spend their money on accommodation, shopping, food and drink. This spending provides an economic boost to local organisations. Such an injection of income into a local economy has the potential to create more jobs, and it is possible that a cycle of economic development will occur, driven by sport and other sectors of the leisure industry, as the catalysts and vehicles of local economic impact. By using economic impact assessment techniques, any authority or organisation monitoring the impact of their event will have much more reliable and credible information with which to evaluate the return on their investment. The application of these techniques can often justify the use of local resources to help promote a city and enhance its external image through sport. The cost of finding out whether strategies are working is an integral part of investment in the strategies

themselves; and armed with appropriate information, local authorities will be in a far more informed position from which to evaluate their policies for economic development through leisure and tourism.

DIFFERENT TYPES OF EVENTS

The economic impact of an event is often determined by the nature of the sport, the locality in which the event takes place, and seasonal or geographic factors. In an economic sense, it is possible to separate the impact of events into two simple categories, which are outlined below.

i. Competitor intensive

These are events for which the majority of visitors are the competitors themselves. The impact of these events is the easiest to forecast, since the number of competitors is normally known in advance, as are the location and cost of overnight accommodation and meals. Since these items of expenditure are the major contributors to economic impact, the approach outlined below can be used to give a reasonably accurate forecast of the economic impact of the event.

ii. Spectator intensive

For events where the major source of economic impact derives from the spending of spectators, forecasting economic impact is more problematic. There are uncertainties as to the number of spectators, their pattern of visitation (overnight stays or day visits), and their level of expenditure. Some of these uncertainties can be alleviated with information on advance ticket sales. However, the fact remains that a larger and more spectator-orientated event will have a larger margin of error in any forecast of economic impact.

MEASURING THE IMPACT

A full breakdown of how to measure the impact of an event is provided in the UK Sport publications mentioned above. There are, however, certain key factors to consider:

- > Research into the effects of an event must be customised to suit the objectives of those who need the information. It must also take into account local economic circumstances.
- > Many of the possible lines of enquiry and in-depth economic parameters cannot be measured in the short term and require detailed, long-term academic studies. This can prove expensive.
- > It is possible to calculate the additional expenditure generated by an event using the relatively simple research tools of self-completion questionnaires, desk research, and qualitative interviews. This additional expenditure can then be used as the basis for estimating the additional local income and employment that will be generated by the event, providing an objective, statistically reliable assessment of the effect on the local economy.

A STEP-BY-STEP APPROACH

A step-by-step approach to measuring economic impact is provided in the UK Sport publications listed previously. The three basic steps are:

Stage 1 – Pre-planning

Researchers must be provided with as much information as possible so that an appropriate strategy can be put in place for optimum data-capture. Before the event is staged the likely respondent groups must be defined, and the patterns of all visitors' behaviour modelled, to predict possible impact.

Stage 2 – Primary Data Collection

Every major event is unique but the key tool for capturing the expenditure profiles of visitors will be a ten-step survey questionnaire. The questionnaire cannot be assumed to be a template for all occasions, but it is a quick, efficient means of sampling the levels of expenditure of all identifiable groups at a major event.

Stage 3 – Data analysis and Interpretation

The completed survey questionnaires should be analysed using a professional statistical analysis package. The Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) is generally regarded as the market leader in this respect, and is an effective tool for profiling the spending patterns of different groups of visitors to a major event.

THE OUTCOME

The decision of local authorities to use leisure and tourism events as a means of promoting economic development has, on occasion, been controversial. There is no logic to any prejudice towards policies of this type, as sport, leisure and tourism are amongst the few industries that display long-term growth patterns. The economic impact associated with staging a major

sporting event can be extremely significant, especially if the event forms part of a diverse program of local economic regeneration. However, an event's status as a World or European championship does not automatically guarantee that it will be an economic success, either for the host city, or the governing body staging the event. The scale and type of event, its funding levels and geographical location, are all key factors in determining whether it will be an economic success.

FINALLY

Of course, major sporting events can have negative as well as positive implications for a local economy. These can include traffic congestion and overcrowding on public transport, which can hurt local business during an event; or loss of earnings on facilities while they are being used for competition purposes. Too often the economic success or failure of a major event is judged solely on its ability to generate an operating surplus. However, it is frequently more important, especially for local economic regeneration strategies, to assess whether or not the investment in the event can be justified by the benefits returned.

DOC. 3



New Zealand, brief overview

New Zealand's awesome landscapes, lush forests, amazing wildlife and pleasant climate make it a haven for many outdoor activities, and a great place to unwind. New Zealand society is diverse, sophisticated, and multicultural, and the honesty, friendliness, and openness of Kiwis will impress you. And the great advantage of New Zealand is that all of its diverse physical, cultural, and artistic landscapes are so close to each other!

History

With a thousand years of human settlement, New Zealand has a colourful and dramatic history, dominated by the relationship between Maori and Pakeha (Europeans).

Culture

New Zealanders have a unique and dynamic culture, with European, Maori, Pacific and Asian influences. It's a culture that celebrates the many different lifestyles we live, and the stories we have to tell.

Youngest Country

New Zealand was the last landmass on earth to be discovered, making it the youngest country. Since the first people arrived a thousand years ago many cultures have made New Zealand home.

Nature

Stunning landscapes, lush vegetation, and unique wildlife make New Zealand a paradise for nature lovers.

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2010/2011

1^{ère} session, 2^{ème} semestre

Année d'études : *L3MS*
Enseignant responsable : *Benoît Courant*

Durée de l'épreuve : *2h00*
Documents autorisés : *Documents transmis durant les travaux dirigés*

UE 620 *Pratique et gestion des APS*
EC 6202 *Sport et management – APS 4 – Escalade DA*

Question n°1: Identifier des compétences sportives attribuables à une commune, une intercommunalité, un département et une région.

Question n°2: Pouvez vous distinguer ce qui différencie une intercommunalité d'une commune ?

Question n°3: Comment expliquer la diversité des interventions des collectivités dans le champ du sport ?

Question n°4: Quelles sont les ressources humaines mobilisables par une collectivité pour mettre en œuvre une politique sportive ?

Université de Nantes
UFR STAPS

Année universitaire 2010/2011

1^{ère} session, 2^{ème} semestre

Année d'études : *Licence 3 management du sport*
Enseignant responsable : *Eric MULLER*

Durée de l'épreuve : 1 heure 30
Documents autorisés : *aucun*

U.E. 620 Pratique et gestion des APS

EC 6203: APS et sécurité des pratiquants

Sujet :

Question n°1: (12 points)

« En tant que professionnel, à plus d'un titre, des activités physiques et sportives (APS) , comment concevez-vous la sécurisation des pratiquants engagés dans des pratiques ? »

Question n°2: (8 points)

«Nous entendons parler de dispositions (mesures) relatives, d'une part, à la prévention et, d'autre part, à la sécurité à propos des pratiquants d'APS ».

Pouvez-vous précisez de quoi s'agit-il?