

---

**COMPTE RENDU DU VOYAGE MUC 2, QUEENSTOWN 2015  
DU 26 AVRIL AU 9 MAI 2015**

---

**SOMMAIRE**

**THÈME 1 : COURS D'ANGLAIS AU SOUTHERN LAKES ENGLISH  
COLLEGE (Queenstown, New-Zealand).**

**THEME 2 : LA NOUVELLE-ZELANDE, HISTOIRE ET CULTURE**

**THEME 3 : LE MERCHANDISING**

**THEME 4 : LES ACTIVITES**

## THÈME 1 : COURS D'ANGLAIS AU SOUTHERN LAKES ENGLISH COLLEGE (Queenstown, New-Zealand).



**Queenstown** est une ville touristique de la région Otago située en Nouvelle-Zélande au sud-ouest sur l'Île du Sud. La ville est construite autour d'une anse sur le lac Wakatipu, et offre de spectaculaires vues sur les montagnes. C'est une ville au milieu de la campagne, aux paysages variés et colorés.

La ville est surtout connue des amateurs de sensations fortes (bungee jumping, rafting, hors-bord, parapente, parachute, etc.).

### **The Southern Lakes English College :**

Cette école est située au centre-ville de Queenstown, et dirigée par monsieur Blaise BARHAM qui s'est occupé de nous tout le long de notre séjour (activités, cours).

Elle permet à de nombreuses personnes, de tous pays, de tous âges, d'apprendre et d'améliorer son niveau d'anglais. **Elle fournit un enseignement de qualité adapté à chaque niveau et des examens qui mènent à une certification** (Cambridge, IELTS et TOEIC, etc).

Durant ces 2 semaines nous avons suivi des cours d'anglais tous les matins et profité d'activités variées les après-midi.

### **La constitution des classes et contenu des cours :**

Le premier jour, nous sommes soumis à un test de placement afin d'être réparti dans les classes les plus adaptées à notre niveau. Nous étions donc répartis dans plusieurs classes avec des personnes d'âges et de nationalités différentes, ce qui nous a obligé et donc permis d'améliorer notre niveau d'anglais afin de communiquer.

Les cours étaient très enrichissants malgré des horaires restreints (9h00 à 11h45) car nous apprenions par la pratique et non la théorie (ce n'était pas scolaire, mais de l'échange).

Tous les lundis, les élèves de l'école sont soumis à un test afin de suivre et mesurer les progrès de chacun de semaine en semaine.

8 des élèves de la classe de BTS MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES ont été placés dans des classes de niveau 5 et 3 afin de recevoir un enseignement adapté à leur niveau. Dans ces classes nous :

- bénéficions du **mélange des cultures**, permettant l'ouverture de l'esprit et la chute de la barrière des langues grâce à l'anglais,
- approfondissons les différentes règles de grammaire nécessaire à une bonne expression de la langue,
- apprenions du nouveau vocabulaire lié au vocabulaire utile au BTS MUC,
- pratiquons beaucoup d'écoute (interviews, dialogues, publicités...),
- faisons beaucoup de débats sur des sujets d'actualité afin d'apprendre à communiquer, donner son avis et défendre son opinion personnelle en anglais,
- lisons des textes à voix haute pour améliorer la prononciation,
- échangeons beaucoup lors des jeux ...

Le reste de la classe suivait le même cours avec madame POPPY. Durant leur cours ils ont revu les bases de l'anglais :

- fait des épreuves de type BTS MUC,
- approfondi la prononciation,
- revu les règles de grammaire de base pour combler les lacunes de certains afin d'égaliser le niveau de la classe,
- appris à s'exprimer à l'oral devant un large public.

A la clé de ces cours, une **certification attestant du niveau d'anglais** nous a été remise. Lors de la distribution de ces diplômes, nous avons fait un discours devant l'ensemble de l'école, plein d'émotions.

En si peu de temps des liens se sont créés entre toutes les nationalités (colombiens, brésiliens, chinois, japonais, coréen, calédoniens, chiliens, arabes, ...) et nous sommes sortis non seulement avec un **diplôme** mais avec un **enrichissement personnel**.



## **THEME 2 : LA NOUVELLE-ZELANDE, HISTOIRE ET CULTURE**

La Nouvelle-Zélande dont la capitale est Wellington est composée de deux grandes îles et de nombreuses petites îles. Les températures évoluent entre  $-21^{\circ}$  et  $30^{\circ}$  suivant les régions et les périodes de l'année. Il y a environ 4 millions d'habitants, principalement européens.

Ce pays possède la septième plus grande zone économique exclusive. Il est traversé par beaucoup de lacs dont le plus grand est le lac Taupo avec une superficie de  $616 \text{ km}^2$ . Il n'y a pas de province, de territoires ou d'états, et pas de frontières. Cependant la Nouvelle-Zélande est divisée en régions (17 en totalité).



La Nouvelle-Zélande est souvent représentée par la fougère, le kiwi et le mouton.



En Nouvelle-Zélande le pouvoir politique est détenu par le parlement.



Au niveau économique nous pouvons dire que la Nouvelle-Zélande fait partie des pays industrialisés, il a un PIB de 185.8 milliards de US\$, le secteur tertiaire occupe 68% du PIB. La Nouvelle-Zélande dépend beaucoup du commerce extérieur surtout dans le domaine de l'agriculture. Le tourisme est aussi une source de revenu pour le pays car il représente 12.8 milliard de US\$ du PIB.



La Nouvelle-Zélande a aussi une ville jumelée avec Nouméa : Taupo  
Taupo est une ville située dans l'île du nord en Nouvelle Zélande dans la région de Waikato, en face du lac Taupo et à 84 kilomètre de Rotorua. La ville s'étend sur 6955 km<sup>2</sup> et sa population est de 34100 habitants. La densité de population est de 4,9 habitants par km<sup>2</sup> sur la ville.

Taupo est jumelée à 4 villes dont Hakone (Japon), Nouméa (Nouvelle-Calédonie), Suzhou (Chine), Xi' an (Chine).

La commune dont la mairie se situe à 368 mètre d'altitude n'accueille aucune réserve naturelle sur son territoire.

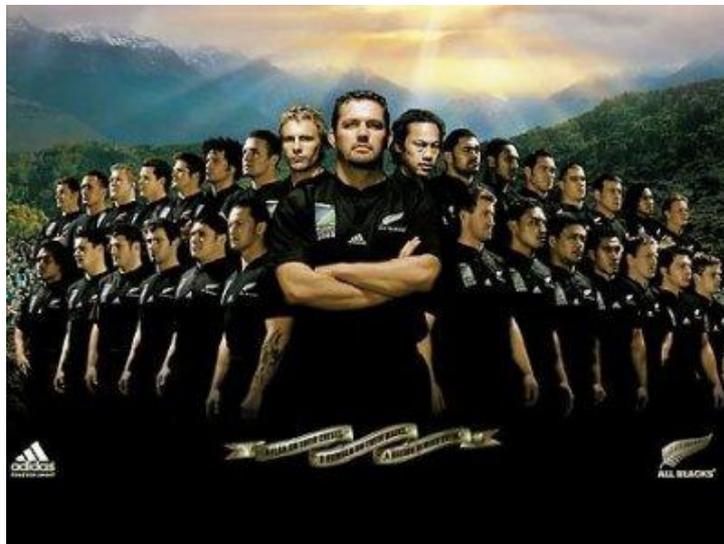
Le Taupo peut être considéré, selon les normes actuelles, comme un "super-volcan", parmi les plus fréquemment actif.

Taupo constitue un point d'encrage idéal pour séjourner puisque cette ville offre une large gamme d'activité telle que les sauts en parachute, bateau hydrojet et saut à l'élastique, on peut également découvrir les thermales du parc d'orakei korako avec ses grottes , ses sources chaudes, ses bassins de boue bouillonnante etc...



Le maori est le peuple premier de la Nouvelle-Zélande descendant des voyageurs et des guerriers polynésiens, à leur arrivée ils ont nommé cette terre Aotéaroa qui signifie le pays du long nuage blanc. La culture maorie est une culture riche et ancestrale vieille de plus de 3000 ans. La langue maorie appartient au malayo polynésien maintenant enseignée à l'école primaire et secondaire. Dans l'art ancestral maori la sculpture, le tatouage et la danse ont une importance capitale. Ainsi le haka est un rituel de danse chantée, interprétée à l'occasion de cérémonies de fêtes de bienvenue ou avant de partir en guerre.

Les maoris ont rendu célèbre cette danse ancestrale grâce à leur équipe de rugby, les All Blacks qui effectuent le haka avant chaque match depuis 1905.



Les guerriers Maoris étaient très doués pour créer des armes à partir de matériaux naturels, tel que des lances ou des massues fabriquées à partir de dents de requin ou de pics de raies

## THEME 3 : LE MERCHANDISING

### INTRODUCTION

En Nouvelle-Zélande, sont présents quelques grandes enseignes de la distribution. On retrouve les "**Countdown**", les "New World", les "**Freshchoice**" et les "**The Warehouse**".

La part de marché des supermarchés au niveau des ventes est de 45%.

Le panel horaire est très large. Les magasins ouvrent en général vers 9h et ferment vers 20h voir même minuit pour certains commerces.

A Queenstown, nous avons pour habitude d'aller dans un petit supermarché situé à côté de notre hébergement. Le nom est "Freshchoice".

La répartition quantitative des articles en magasin ainsi que l'utilisation de l'espace est important pour 3 raisons.



<b>Esthétisme</b>	Le client est attiré par l'ordre. Le magasin souhaite procurer une sensation de bien être.
<b>Commercialement</b>	Une bonne répartition facilite le processus d'achat et le travail du personnel de réapprovisionnement
<b>Economiquement</b>	L'espace est une ressource rare, offre limitée et rigide dans le court terme. Chaque m <sup>2</sup> est une immobilisation coûteuse, à installer et à maintenir. Il faut la rentabiliser.

## I LA PERCEPTION DES PRODUITS EN LINEAIRE

### A / LE LINEAIRE, SUPPORT PASSIF DE VENTE

Stimulations sensorielles et taille du visuel de vente sont liés. L'achat n'est pas conditionné par le produit mais la perception qu'on en a.



## 2) Le temps de perception

La grande surface joue donc un rôle d'information : on permet au client de se demander s'il a besoin ou non d'un produit, ou envie d'un article. Donc, plus le temps passé en magasin est long, plus on exerce de stimuli sur le client. L'acte d'achat s'en trouve extrêmement décomposé jusqu'au passage en caisses.

## 3) La dimension du linéaire des produits

L'augmentation de la quantité de linéaire d'un produit améliorer qualitativement et quantitativement la perception visuelle.

### Exemple :



Le conditionnement de l'article : forme, taille, couleur, graphisme, matière, le positionnement dans le linéaire, la qualité du meuble retenu constituent des facteurs aussi importants que l'espace occupé par le produit.

### Exemple :

Un fournisseur local propose dans son meuble maison toute une palette de produits à base de légumes oubliés et/ou régionaux.



## C / REMARQUES SUR LA RELATION LINEAIRE-VENTE

- Produits insensibles au linéaire

Sels, épices : achats planifiés. On n'est pas tenté d'en saisir d'avantage si on en a pas besoin. Ce sont par ailleurs des produits assez peu sensibles aux variations de prix.

- Produits d'usage généralisé

Effet assez fort du linéaire au delà d'un minimum de facing. Articles achetés couramment : petits déjeuner, fruits et légumes en conserve, produits très courants.

- Produits d'achat occasionnel.

Si faible espace, ne mettant pas en valeur le produit : pas d'achat. A l'inverse si on augmente la taille du linéaire accordé, les effets sur les ventes sont assez longs à apparaître.

## THEME 4 : LES ACTIVITES



### Gondola – Luge sur béton

Cette activité effectuée en plein air à la Skyline Gondola fut une expérience enrichissante pour chacun d'entre nous. Dans un premier temps, nous devions remonter la montagne grâce au télésiège. Ensuite, une fois arrivés tout en haut, nous devions reprendre d'autres télésièges plus petits afin d'arriver au sommet afin de dévaler la pente avec la luge sur béton.

**Intérêt de l'activité :** De nombreux élèves de la classe ont pu surmonter leur peur du vertige. Nous nous sommes aidés mutuellement dans cette situation. Cela a permis la **cohésion d'équipe** au sein de chaque groupe d'élèves. De plus, cette activité nous a permis de nous libérer de notre *stress* et nous amuser. Nous partions tous au même point de départ pour une « course », nous étions donc dans une sorte de « compétition » les uns les autres tout en s'amusant. Nous étions également avec d'autres personnes étrangères à la classe, nous avons donc fait de nouvelles rencontres et pu discuter avec des personnes d'autres ethnies. (Thaïlandais, brésiliens)

- Esprit d'équipe
- Cohésion entre les étudiants
- Entraide
- Gestion du stress





### Jet Boat sur la rivière

Le jet boat est une activité plein air. Les étudiants sont assis dans un bateau « jet » dit rapide qui frôle les rochers et fait des tours à 360°C. Le jet boat peut aller jusqu'à 80km/h. C'est une activité très populaire en Nouvelle-Zélande et accessible à tous. Nous avons donc passé un très bon moment. Ce fut une découverte puisqu'en Nouvelle-Calédonie, nous n'avons pas d'activité similaire. La rivière dans laquelle nous étions était interdite à la baignade et sous réserve du « Shotover Jet »

**Intérêt de l'activité** : La classe a été séparée en deux groupes, un groupe pour chaque jet boat sachant qu'un jet dispose de 15 places assises. Nous nous sommes donc mélangés les uns aux autres. Nous avons su apprécier le paysage et adopter une écoute active quant aux explications (anglais) du conducteur qui nous montrait quelques coins historiques.

- Resserrer la cohésion du groupe (se mélanger)
- Profiter ensemble
- Surpasser la peur de la vitesse pour certains



### Bubble Soccer – Du football dans une bulle

Le Bubble Soccer est une activité qui a permis aux étudiants de jouer au Football dans une boule gonflable.

**Intérêt de l'activité:** Cette activité a permis de mettre en avant notre esprit de compétitivité tout en jouant ensemble.

- Cohésion de groupe afin de maîtriser l'organisation de l'équipe
- Établir des stratégies pour atteindre un but précis celui de gagner
- Esprit de compétitivité

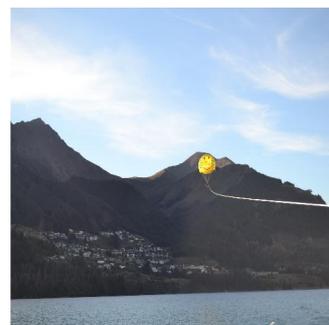


### Parachute Ascensionnel

Le parachute ascensionnel est une activité qui permet de se balader dans les airs en haut du Lac Wakatipu. Nous étions tirés par un bateau et le parachute monte petit à petit à l'aide de la pression du bateau. Le parachute est monté à plus de 40 mètres de l'eau.

**Intérêt de l'activité :** Cette activité a permis à certains d'entre nous, de gérer notre stress et d'avoir de plus en plus confiance en soi.

- ➔ Gérer le stress
- ➔ Avoir plus de confiance en soi



### Tir à l'Arc

Le tir à l'arc est une activité en plein air, nous devons viser des cibles et chacun d'entre nous afin que les cibles ne soient pas touchées par l'équipe adverse.

**Intérêt de l'activité :** Cette activité nous a permis de mettre en œuvre une organisation afin de pouvoir atteindre l'objectif (toucher les cibles en premier).

- ➔ Cohésion et organisation de l'équipe
- ➔ Esprit de l'équipe

- Coordination des tâches
- Envie de gagner (esprit de compétitivité)



Nous remercions le Vice Rectorat, le Lycée Lapérouse et son Proviseur Mr Gable, les Parents des étudiants, l'assemblée territoriale de Wallis et Futuna pour leur aide et leur soutien.

De plus il faut féliciter les étudiants pour le travail accompli pendant le Salon de l'Etudiant, travail qui a permis la plus grosse partie du financement.