Session 2012

Brevet de Technicien Supérieur

HÔTELLERIE RESTAURATION

OPTION B : Art culinaire, art de la table et du service

ÉTUDE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET DE GESTION DE L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE

Durée : 4 heures *Coefficient : 3*

Documents et matériels autorisés :
- Listes de comptes du plan comptable hôtelier et du plan comptable général,
- Calculatrice de poche à fonctionnement autonome sans imprimante (circulaire C. n°99-186 du 16/11/99),
- Tables financières et statistiques.

Tout autre matériel est interdit.

En dehors de cette page de garde, ce sujet comporte 16 pages numérotées de 1/16 à 16/16 :
5 pages de textes numérotées de 2/16 à 6/16 et 10 pages d'*annexes* numérotées de 7/16 à 16/16.

Nota : l'annexe A est fournie en deux exemplaires, un exemplaire étant à remettre avec la copie, l'autre servant de brouillon éventuel.

Avertissement *: Si le texte du sujet, celui de ses questions ou le contenu des annexes vous semblent nécessiter de formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de les expliciter sur votre copie.*

BTS HÔTELLERIE RESTAURATION

OPTION B : ART CULINAIRE, ART DE LA TABLE ET DU SERVICE

ÉTUDE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET DE GESTION DE L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE

« Restaurant Le Fooding »

Le travail à faire se compose de 4 dossiers qui peuvent être traités de manière indépendante.

Dossiers	Thèmes	Durée	Barème / 60	Page
	Présentation de l'entreprise			Page 2
Dossier 1	Mettre en place une démarche qualité	1 h 00	16/60	Page 3
Dossier 2	S'engager dans un partenariat au sein d'un GIE	0 h 30	08/60	Page 4
Dossier 3	Répondre aux attentes de la clientèle	1 h 00	16/60	Page 5
Dossier 4	Préparer le budget de l'année d'ouverture	1 h 30	20/60	Page 6

Nota : Les durées mentionnées ci-dessus sont données à titre indicatif.

Annexe 1	Le concept de l'enseigne FOODING	Page 7
Annexe 2	Le futur site FOODING à Deauville	Page 8
Annexe 3	Informations sur le label « Normandie Qualité Tourisme »	Pages 9-10
Annexe 4	Informations touristiques sur Deauville et sa région	Pages 11-12
Annexe 5	Documentation sur le GIE « Deauville City Break »	Page 13
Annexe 6	Données prévisionnelles de l'exercice 2012-2013	Page 14
Annexe A	*Tableau des actions de GRH dans la démarche Qualité*	*Pages 15-16*

“Implantation d’un nouvel établissement FOODING à Deauville”

La société NOVAREST SA est une entreprise spécialisée dans la **restauration commerciale concédée**. Cette société a été créée en 2002. Elle exploite actuellement 35 sites de restauration dans le grand ouest de la France, sous sa **propre enseigne « FOODING »**. Elle est implantée principalement dans des établissements à vocation touristique (musées, centres culturels, centres de congrès) où elle prend en charge l’activité de restauration dans le cadre d’un **contrat de concession**.

Le siège social de la société NOVAREST SA est situé à Rennes (Ille-et-Vilaine), il centralise entre autres les fonctions stratégie et développement, ainsi que les fonctions financière, juridique et de gestion administrative du personnel de tous les sites.

Chaque site organise l’exploitation en fonction du cahier des charges établi par le concédant. Le concédant met à la disposition de la société NOVAREST un espace de restauration. En tant que concessionnaire, la société NOVAREST prend en charge l’aménagement du restaurant suivant son propre concept, elle exploite le fonds de commerce pour son propre compte et reverse une redevance au concédant.

La direction générale de la société NOVAREST souhaite poursuivre sa croissance interne par l’ouverture de plusieurs nouveaux sites FOODING en 2012 et 2013. À cet effet, elle vient de signer un contrat de concession avec le Centre International des Congrès de Deauville. La société NOVAREST a nommé une directrice de site, Madame Anne DELAY qui est chargée de l’ouverture et de la mise en exploitation du restaurant FOODING à Deauville. Elle a déjà conduit avec succès le démarrage d’autres sites de la société.

Anne DELAY vous a recruté(e) au poste d’assistant d’exploitation pour la seconder. Elle vous a remis une information détaillée sur le concept de restauration de l’enseigne FOODING (**annexe 1**) ainsi que sur le futur site du Centre des Congrès de Deauville (**annexe 2**).

Le démarrage de l’activité du restaurant FOODING - Deauville est prévu en septembre 2012. Vous avez pris vos fonctions, Anne DELAY vous délègue 4 dossiers que vous devez traiter :

Dossier 1 - Mettre en place une démarche qualité

Dossier 2 - S’engager dans un partenariat au sein d’un GIE

Dossier 3 - Étudier le marché, le prix et la communication

Dossier 4 - Préparer le budget de l’année d’ouverture

Ces dossiers sont indépendants et peuvent ne pas être traités dans l’ordre proposé. Il vous est néanmoins conseillé de prendre connaissance au préalable de l’ensemble du sujet.

Dossier 1 - Mettre en place une démarche qualité

Grâce à son emplacement à l'intérieur du Centre des Congrès, le restaurant « FOODING » est assuré d'avoir une clientèle lors des manifestations (congrès, colloques, salons professionnels,…) qui ont surtout lieu en semaine. Pour asseoir une activité permanente, le restaurant doit également attirer une clientèle de loisirs lors des week-ends et des vacances, en s'appuyant sur les touristes et visiteurs qui fréquentent la station de Deauville.

Le marché de la restauration étant très concurrentiel à Deauville, Anne DELAY, la directrice du restaurant « FOODING », a décidé d'opter pour une démarche qualité afin d'attirer la clientèle. Elle s'est informée auprès de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Pays d'Auge pour obtenir le label « Normandie Qualité Tourisme ». Elle vous a remis la brochure qui explique les modalités d'obtention de ce label (**annexe 3**).

Votre directrice vous charge de préparer l'organisation du restaurant FOODING dans le but d'être labellisé « Normandie Qualité Tourisme ».

1.1. **Pensez-vous** que le concept de restauration « FOODING » (présenté en **annexe 1**) applique déjà une démarche qualité conforme aux exigences du label (**annexe 3**) ? **Justifiez** votre réponse en comparant les engagements de l'entreprise à trois exigences du label. La justification pourra être présentée sous forme de tableau.

Un des principaux leviers pour obtenir le label « Normandie Qualité Tourisme » est de gérer les ressources humaines du restaurant dans le sens d'une démarche qualité et des critères contrôlés.

1.2. **Proposez** des éléments destinés à répondre à cet objectif en complétant le tableau de l'**annexe A**.

1.3. **Citez** les effets positifs attendus par le restaurant s'il obtient le label « Normandie Qualité Tourisme » (au moins trois internes et trois externes).

Parmi les 100 points de contrôle inscrits dans le label Qualité, le critère n°35 est le suivant :
« 35. La région est valorisée auprès des clients en leur fournissant une documentation touristique régionale et des informations orales sur les activités possibles (circuits touristiques, randonnées, visites culturelles, divertissements,…) »

Dans le but de respecter ce critère, vous décidez d'installer dans la salle de restaurant un présentoir avec des dépliants touristiques qui informeront les clients sur les activités possibles à Deauville et dans la région.

À l'aide de l'**annexe 4** et de vos connaissances :

1.4. **Indiquez** cinq formes possibles de tourisme dans la zone géographique de Deauville et sa région. **Illustrez** chaque réponse par un exemple tiré de **l'annexe 4**.

1.5. **Citez** deux organisations touristiques **publiques**, en précisant succinctement leur rôle, et deux organisations **privées**, que vous pourrez contacter pour recevoir des dépliants.

Dossier 2 : S'engager dans un partenariat au sein d'un GIE

Des professionnels du tourisme situés à Deauville élaborent actuellement un projet de produit touristique intitulé « Deauville City Break » qui a pour but de capter la clientèle de court séjour. Ces professionnels (hôtels, restaurants, agences réceptives, commerçants…) ont prévu de s'associer dans le cadre juridique d'un GIE (Groupement d'Intérêt Économique).

Afin de soutenir le démarrage du restaurant FOODING, Madame DELAY envisage de rejoindre ce groupement. Cependant, elle ne veut pas s'engager sans mesurer au préalable les impacts d'une telle coopération.

Elle vous a remis une documentation sur le projet du GIE (fournie en **annexe 5**).

2.1. À l'aide de vos connaissances juridiques, **expliquez** à Madame DELAY les principes généraux d'un GIE. Vous lui **indiquerez** également au moins un droit et une obligation d'un membre de GIE.

2.2. **Présentez** au moins deux avantages et deux inconvénients liés à l'adhésion au GIE « Deauville City Break ». Madame DELAY a-t-elle intérêt à engager son entreprise dans ce groupement ? Vous justifierez votre réponse.

Dossier 3 : Répondre aux attentes de la clientèle

La société NOVAREST exploite déjà 35 sites de restauration sous la marque FOODING. Madame DELAY souhaite vérifier si l'offre FOODING est adaptée à la clientèle du Centre de Congrès de Deauville. Elle envisage de mener une enquête par sondage destinée à cerner les attentes de cette clientèle en matière de produit et de prix.

3.1. Elle élabore un questionnaire. **Proposez-lui** un mode d'administration**. Justifiez** votre réponse.

3.2. Une partie du questionnaire porte précisément sur la fixation du prix. **Expliquez** la méthode de détermination du « prix psychologique » (ou prix d'acceptabilité).

Madame DELAY a conscience que cette méthode n'est pas suffisante. Elle ne peut en effet se contenter de prendre en compte uniquement la demande. Elle vous demande donc de réfléchir sur d'autres méthodes possibles.

3.3. Présentez succinctement deux autres approches de fixation des prix de vente.

3.4. Montrez la pertinence de cette réflexion sur la fixation du prix, compte tenu du rattachement du restaurant FOODING à la société NOVAREST.

Les résultats de cette enquête montrent que l'offre produit FOODING répond aux attentes de la clientèle du Centre de Congrès de Deauville. Madame DELAY vous demande de préparer les futures actions de communication pour l'ouverture de son établissement.

3.5. Proposez et illustrez deux actions de communication (une action média et une hors média) que le FOODING de Deauville mettra en œuvre lors de son ouverture.

Prochainement aura lieu « le festival du cinéma asiatique » au Centre des Congrès de Deauville.

3.6. Présentez une animation que vous pourrez mettre en place à l'occasion de cet événement en la décrivant succinctement.

Dossier 4 : Préparer le budget de l'année d'ouverture

Madame DELAY doit présenter au siège de la société NOVAREST SA le budget prévisionnel du premier exercice (septembre 2012 – août 2013). Elle vous demande de l'assister dans la préparation de ce budget sachant qu'en raison du contexte de démarrage de l'activité, la principale difficulté est d'établir une prévision réaliste du nombre de clients.

Pour ce dossier, arrondissez le chiffre d'affaires prévisionnel total ainsi que chacun des postes de charges à l'euro le plus proche.

4.1. Énumérez les informations externes et internes au groupe NOVAREST à rassembler afin d'établir l'estimation du nombre de clients au restaurant FOODING de Deauville.

Pour une première estimation de la fréquentation, vous utiliserez les informations fournies par le siège (**annexe 6**).

4.2. Estimez la fréquentation prévisionnelle du FOODING (clientèle congressiste + clientèle extérieure) en utilisant une méthode de votre choix.

La direction générale de NOVAREST a fixé à Madame DELAY des objectifs de performance dès l'année d'ouverture, notamment un ratio de contribution de 6 % (Contribution du site / CAHT).

Finalement, le siège décide de retenir une estimation prudente de fréquentation prévisionnelle de 74 000 clients répartie en 33 000 clients en formule menu et 41 000 clients en formule presto.

4.3. Construisez dans un tableau le budget prévisionnel de l'exercice 2012-2013 faisant apparaître le RBE et la contribution du site (**annexe 6**).

4.4. Expliquez la notion de « Contribution du site ».

4.5. À partir de vos résultats, **commentez** le fait que le niveau de contribution du site ne soit pas celui attendu.

4.6. Déterminez le chiffre d'affaires (X) à réaliser pour atteindre le ratio de contribution de 6 %. Il convient de distinguer les charges fixes et les charges variables et de calculer le pourcentage de charges variables par rapport au chiffre d'affaires prévisionnel.

Afin de faciliter le pilotage de la performance du restaurant, Madame DELAY vous demande de mettre en place des outils de mesure des ventes. L'objectif est d'optimiser le remplissage du restaurant et la dépense des clients.

4.7. Présentez un tableau de bord de suivi des ventes comportant les 3 rubriques suivantes :
- rotation des tables,
- comportement d'achat des clients en matière de dépenses,
- productivité du personnel.

Pour chaque rubrique, **proposez** un indicateur de mesure pertinent et **précisez** le mode de calcul de cet indicateur.

Annexe 1 - Le concept de l'enseigne FOODING

Extrait de la brochure de NOVAREST remise aux concédants lors des appels d'offre :

FOODING
Créateur de Saveurs

Nos engagements

Notre concept de restauration a l'ambition de répondre aux attentes de vos visiteurs et congressistes tout en leur proposant un moment de détente et de convivialité.

Nous nous engageons à contribuer à votre politique d'accueil, en nous adaptant aux manifestations et évènements se déroulant dans votre site :

- nos horaires d'ouverture sont conformes à ceux de votre centre,
- nos collaborateurs en salle parlent au moins une langue étrangère,
- notre restaurant reprend les thématiques de vos manifestations (décoration de la salle, menus à thèmes, …)

Nous nous engageons à accueillir et servir tous les publics :

- par une politique de prix raisonnable,
- par des équipements spécifiques pour les familles et les personnes à mobilité réduite,
- par des produits répondant à des critères nutritionnels et de santé.

Nous nous engageons à exploiter notre restaurant dans un souci de protection de l'environnement et de développement durable :

- par le recyclage systématique de nos déchets,
- par l'utilisation de produits issus de la production locale,
- par le recrutement de collaborateurs issus de votre région et dans un souci de diversité.

Nos atouts Saveurs :

- Une gamme de plats qui allie originalité, créativité et gastronomie locale,
- Une carte renouvelée à chaque saison pour garantir la qualité des produits,
- Deux menus carte pour répondre à toutes les envies :

Idées gourmandes :
mise en valeur de la gastronomie.

Idées légères :
cuisine allégée et diététique.

- Deux carte Presto pour les petites faims :

Presto salé :
Brunch, Sandwichs, Tapas, Salades
Presto sucré :
Pâtisseries, Glaces & Sorbets, Verrines.

Nos atouts Prix :

- Nos menus carte sont proposés dans 3 formules de prix : 12 € - 19 € - 25 €.
- Nos cartes Presto, de 3 € à 10 €.

Nos atouts Services :

- Le restaurant est ouvert en continu, de 10 h 00 à 21 h 00 pour l'accueil de vos visiteurs, et peut se prolonger en fonction de vos manifestations (330 jours / an),
- Nos cartes sont rédigées en 4 langues,
- Accueil enfants (chaise haute, chauffe biberon, table à langer),
- Accueil personnes handicapées,
- Accès Internet et équipement WiFi gratuits pour les clients du restaurant.

Annexe 2 - Le futur site FOODING à Deauville

Lieu d'implantation :

Le restaurant FOODING sera implanté à l'intérieur du Centre des Congrès de Deauville, il sera accessible aux visiteurs du Centre mais aussi aux personnes extérieures.

LA SITUATION :
Sur les Planches de Deauville, face à la mer, et relié directement au Casino et aux grands hôtels, le Centre des Congrès de Deauville offre une unité de lieu unique en France.

Le Centre des Congrès est un bâtiment de 18 000 m^2. Il comprend un auditorium de 1500 places - modulable en 850 et 520 places - 22 salles de réunions et 8 000 m^2 d'exposition.

En 2009, le Centre des Congrès a accueilli plus de 170 manifestations soit près de 210 000 personnes pour une occupation de plus de 200 jours/an.

Les principales manifestations accueillies en 2010 dans le Centre des Congrès :

Congrès : Le Women's Forum, soirées privées d'entreprises, Club des journalistes,…
Festivals : cinéma américain (depuis 34 ans), cinéma asiatique, Swinging Deauville (jazz)…
Salons : salon des professionnels de l'Hôtellerie-Restauration, salon des Notaires, salon du Tourisme Top Résa,
Spectacles : les Victoires du Jazz, Championnat d'Europe de Tir, Le Cirque National de Chine, …
Expositions : Dali, Camille Claudel, Art contemporain, …

Mode d'exploitation du restaurant FOODING

Le restaurant bénéficiera d'un emplacement avec une capacité totale de 200 couverts. Conformément au cahier des charges signé avec le Centre des Congrès, le restaurant sera ouvert 330 jours dans l'année, afin d'accueillir à la fois les congressistes et visiteurs du centre, mais aussi la clientèle extérieure (touristes de Deauville, résidents, …).

La société NOVAREST financera l'aménagement du restaurant (cuisine et salle) et prendra en charge tous les frais d'exploitation (achats, personnel, frais de fonctionnement).
Elle percevra le chiffre d'affaires et reversera au Centre des Congrès une redevance de concession fixée à 8 % du chiffre d'affaires HT.
Le contrat de concession a été établi pour une période de 5 ans, renouvelable par volonté expresse des parties tous les 5 ans.

Annexe 3 - Informations sur le label « Normandie Qualité Tourisme »

Source : http://www.normandie-qualite-tourisme.com/

Pour un séjour sans pépin…

Choisissez la qualité !

QUALITÉ TOURISME : PRÉSENTATION DE LA MARQUE

Le plan Qualité Tourisme a été initié lors du comité interministériel du 9 septembre 2003. Hôtels, restaurants, campings, cafés, brasseries, agences de locations saisonnières, offices de tourisme, ... déjà de nombreux professionnels se sont mobilisés et portent la marque Qualité Tourisme.

Une marque de qualité

Qualité Tourisme est une marque qui fédère les démarches qualité rigoureuses engagées par les professionnels du tourisme dont l'objectif est la qualité du service pour la satisfaction du client.

Une marque de confiance

Déposée par le ministère délégué au Tourisme, la marque Qualité Tourisme constitue, pour vous aussi bien que pour vos clients, un gage de confiance.

QU'EST-CE QU'UNE DÉMARCHE QUALITÉ ?

Une démarche qualité s'appuie sur les besoins et les attentes de la clientèle pour adapter l'offre touristique aux évolutions de la demande.

Une démarche qualité se caractérise par :

- l'obtention d'un label ou d'une marque,
- son caractère volontaire,
- un audit des prestations sur la base d'un référentiel et d'objectifs définis,
- l'évaluation de la satisfaction des clients.

LA QUALITÉ, ÇA RAPPORTE

La qualité permet d'améliorer l'image de l'établissement et de mettre en œuvre une gestion plus efficace. Il en résulte une augmentation de l'activité et une meilleure maîtrise des coûts.

L'activité s'accroît du fait de :

- l'élargissement des cibles clients,
- la crédibilisation et la valorisation de la prestation restauration,
- la fidélisation des clients.

Une plus grande efficience donc une réduction des coûts est liée à :

- la plus-value accrue des services offerts,
- l'amélioration de la productivité des salariés,
- la mobilisation des équipes.

Annexe 3 (suite) - Informations sur le label « Normandie Qualité Tourisme »

QUALITÉ TOURISME, POURQUOI ?

Adhérer à Qualité Tourisme présente des avantages concrets.

La marque améliore la lisibilité de l'offre touristique de qualité. Elle constitue une garantie pour les touristes.

Elle assure une promotion accrue des professionnels engagés dans la qualité.

Les professionnels adhérents justifient ainsi le slogan de Qualité Tourisme™ : « **Signe extérieur de confiance** ».

UNE MARQUE QUI VOUS ENGAGE

En adhérant à Qualité Tourisme, vous vous engagez à mettre tout en œuvre pour satisfaire vos clients. Et ceci, en particulier, dans sept domaines.

Des engagements de base :

- **Information et communication :** il s'agit de donner aux clients une information claire, précise et complète, au téléphone comme sur le site (signalisation, enseignes, ...).
- **Accueil personnalisé :** amabilité, courtoisie, chaleur et sourire, disponibilité, attention...
- **Compétence du personnel :** prise en compte rapide et complète du client, conseil, recherche des informations adaptées, pratique des langues étrangères.
- **Confort des lieux :** entretien et propreté, végétation et espaces verts, lieux d'accueil et de détente, mobilier confortable.
- **Propreté et entretien des lieux :** hygiène, bon état des différents équipements (sanitaires, mobiliers, cuisines, ...).
- **Valorisation des ressources locales :** mise à disposition de boissons et de plats régionaux, information des clients sur les curiosités touristiques du territoire.
- **Traitement obligatoire des réclamations clients :** connaître l'avis des clients, mesurer les dysfonctionnements, mettre en œuvre les actions correctrices.

COMMENT OBTENIR LE LABEL NORMANDIE QUALITE TOURISME ?

- Présentez votre dossier de candidature au service Qualité Tourisme de la Chambre de Commerce et d'Industrie.
- **Un audit individuel de vos prestations** sera réalisé en visite "mystère" par un cabinet spécialisé indépendant, à partir d'une grille spécifique de **100 points de contrôle** : réservation, accès et signalisation, information, salle à manger et prestation repas, addition, départ du client et prise de congés, ...
- **Un rapport écrit vous sera remis** contenant une synthèse des problèmes et une hiérarchisation des points de non qualité.
- **Des formations adaptées** pourront vous être proposées ainsi qu'à votre personnel pour mettre en application les recommandations.
- Une fois votre restaurant conforme aux critères qualité, **vous obtenez le label** et le droit d'afficher la marque « Normandie Qualité Tourisme » sur vos supports commerciaux.

Annexe 4 - Informations touristiques sur Deauville et sa région

Sources : Office de Tourisme de Deauville – Comité Départemental du Tourisme

LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE

La ville de Deauville (Calvados) se situe au cœur même de la Normandie, à égale distance des trois métropoles régionales que sont Caen, Rouen et Le Havre par le Pont de Normandie. À 45 minutes des plages du Débarquement et de Giverny, Deauville est également au centre de la Normandie touristique et ouvre ses portes sur un terroir exceptionnel : le Pays d'Auge, « Pays d'accueil touristique », riche de ses distilleries, haras, fromageries, manoirs et châteaux, musées, …

LES ACCÈS pour arriver à Deauville :

Autoroute A 13 (2 h de Paris – 30 mn de Rouen et de Caen).
Gare de Deauville-Trouville (2 h de Paris St-Lazare).
Aéroport de Deauville Saint-Gatien (charters tours opérateurs, vols privés).

DEAUVILLE, CÔTÉ TOURISME

L'activité économique de Deauville est liée à 90% au tourisme. Station balnéaire, Deauville, compte seulement un peu plus de 4 500 habitants. Principalement ville de courts-séjours, on estime en effet que la population est multipliée par dix les week-ends et pendant les vacances scolaires, avec des pics de fréquentation les week-ends prolongés.

Deauville vit désormais toute l'année grâce à ses aménagements d'accueil et de loisirs :

- la ville est classée au **5ème rang** des villes françaises de **congrès**, grâce à l'activité de son Centre des Congrès, le CID de Deauville.
- **2 000 chambres** dans un rayon de 2 km, allant de la résidence para-hôtelière aux grands hôtels 4 étoiles luxe (groupe Lucien Barrière), en passant par les chaînes hôtelières ou les anciennes villas reconverties en petits hôtels de charme, … La ville compte également **5 000 résidences secondaires** (appartements et villas).
- **40 restaurants** proposant tous les styles de restauration : la gastronomie normande avec les plats du terroir à la crème, les saveurs de la mer, les fromages normands, les desserts aux pommes... Sans oublier les Cidre, Pommeau ou Calvados (AOC).
- **2 ports**, soit au total **1 250 anneaux**, classant Deauville parmi les plus grands ports de plaisance normands.
- **1 casino**, classé au quatrième rang des casinos français en chiffre d'affaires, comprenant 320 machines à sous et toute la palette de jeux de table.
- **2 hippodromes** offrant à Deauville des courses hippiques et compétitions de polo.
- **1 centre de thalassothérapie-spa.**
- **4 golfs** dans un rayon de 10 km.
- **de nombreuses boutiques**, avec les principales enseignes de grandes marques de luxe.
- **de nombreuses structures de loisirs** : centre équestre, centre nautique, terrains de tennis, école de voile, clubs enfants et ados, parc de loisirs, circuit automobile à proximité…
- **1 plage de sable fin** bordée par les célèbres « **Planches** » proposant un assortiment de **parasols** et transats multicolores.
- **1 patrimoine protégé et valorisé** : nombreuses villas du début du 20ème siècle…
- **de nombreux événements culturels ou sportifs** tout au long de l'année.

À visiter à proximité : Trouville, Honfleur, les Plages du Débarquement, le Pays d'Auge, le Mont St Michel, Caen...

Annexe 4 (suite) - Informations touristiques sur Deauville et sa région

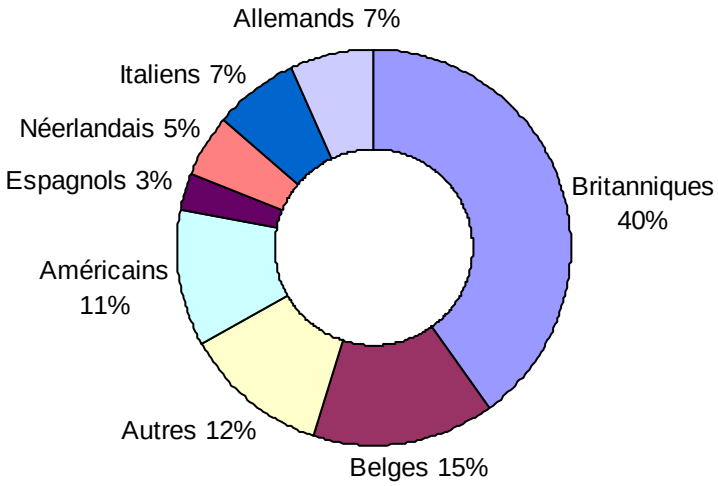
FRÉQUENTATION TOURISTIQUE :

La fréquentation se caractérise par du tourisme de **court séjour** : la durée moyenne de séjour en hébergement commercial est de moins de 2 nuits (1,89 nuit).

Concernant la **clientèle française** (= 68 % des nuitées)
L'Ile de France (avec 49 % des séjours) constitue le principal bassin émetteur de clientèle.

Concernant la **clientèle étrangère** (= 32 % des nuitées)
L'activité touristique concerne essentiellement une clientèle européenne de proximité. Néanmoins, la présence de touristes américains est importante lors de certains évènements (commémorations du Débarquement de 1944 sur les plages de Normandie, Festival du Film américain, compétitions de polo, …).

Répartition des nuitées étrangères



Principaux sites visités dans le **Pays d'Auge** :

	Nombre visiteurs en 2011
Basilique de Lisieux	700 000
Parc animalier de Cerza-Lisieux	223 940
Naturospace de Honfleur	56 000
Château de Vendeuvre	40 150
Fromagerie Graindorge (Livarot/Pont l'Evêque)	38 000
Musée Eugène Boudin (peintre) - Honfleur	30 000

Autres sites touristiques majeurs dans le **Calvados** :

	Nombre visiteurs en 2011
Cimetière américain d'Omaha Beach	1 450 000
Mémorial de Caen (musée pour la Paix)	380 000
Tapisserie de Bayeux	357 375
Musée d'Arromanches (sur le Débarquement)	305 200
Parc d'animation Festyland-Carpiquet	147 776

Annexe 5 - Documentation sur le GIE « Deauville City Break »

(Extrait du document d'information adressé à tous les partenaires candidats au groupement)

CONSTITUTION DU GROUPEMENT « GIE – DEAUVILLE CITY BREAK »

Notre projet vise à regrouper des entreprises liées au tourisme sur Deauville : hôtels, restaurants, résidences hôtelières, prestations de loisirs et de services, …

Sur une base structurelle commune et solide, nous développerons une politique dynamique concrétisée par la mise en place de la formule « Deauville City Break », destinée à attirer dans nos entreprises les touristes (loisirs et affaires) de court séjour.

Le dispositif vise à répondre à une nouvelle attente des consommateurs vers de l'autonomie, de la souplesse, du « sur-mesure », dans le programme de leurs séjours.
Nous proposerons donc à la clientèle une palette de choix parmi les services proposés par les entreprises partenaires du groupement.

Les points clés de la formule « Deauville City Break » :

- Le client achète une carte « Deauville City Breaker ».
- Il reçoit une brochure qui l'informe sur les services proposés.
- Il compose lui-même le programme de son séjour.
- Il bénéficie de tarifs préférentiels et d'un service de réservation dans toutes nos entreprises.

Les points clés du fonctionnement du GIE :

- Mise en place d'un site Internet pour promouvoir la formule « Deauville City Break » et pour la commercialiser (vente de la carte et édition de la brochure en ligne).
- Recrutement de 2 attachés commerciaux pour assurer le développement de l'activité du groupement ainsi que la gestion du système de réservations.
- Chaque établissement adhérent sera signalé sur le site Internet et sa visibilité sera renforcée (logo, …)

Vos engagements au sein du GIE :

- Contribuer aux charges de fonctionnement du GIE : en tant qu'entreprise adhérente, vous devrez effectuer un apport de capital en numéraire de 500 € et vous verserez une cotisation annuelle comprise entre 1 000 € et 1 500 €.
- Transmettre au GIE les données de votre fichier clients afin de créer un fichier commun qui sera exploité en vue de commercialiser la formule « Deauville City Break ».
- Respecter la charte d'accueil clients et la politique de prix préférentiels, promouvoir auprès de votre propre clientèle les autres entreprises membres du GIE.

Annexe 6 - Données prévisionnelles de l'exercice 2012-2013

Prévision de fréquentation :

Mme DELAY s'appuie sur les données ci-dessous transmises par le siège pour estimer la fréquentation prévisionnelle de la « clientèle congressiste ».

Comparaison des fréquentations « restaurants FOODING » / « centres de congrès »	**La Baule**	**Nantes**	**St Malo**	**Rennes**
Fréquentation « clientèle congrès » des restaurants FOODING (en milliers)	41	29	21	48
Fréquentation du centre de congrès l'année d'ouverture du restaurant (en milliers)	140	100	80	150

La fréquentation du centre de congrès de Deauville est estimée à 220 000 pour la période 2012-2013. La clientèle extérieure est estimée par le siège à 30 clients / jour (330 jours d'ouverture).

Prévision tarifaire :

Le ticket de la formule menu est estimé à 22 € TTC, boissons comprises, et celui de la formule presto à 8 € TTC, boissons comprises également.
On retient une hypothèse de 20 % de CA TTC réalisé sur des boissons alcoolisées quelle que soit la formule.

Prévision des charges :

- Le coût des consommations nourriture et boissons est établi selon un ratio moyen de 28 % du CAHT global.
- L'effectif sera de 15 salariés permanents (cadres et non cadres) et sera rémunéré sur la base d'un salaire brut moyen mensuel de 1 400 €, les charges sociales patronales représentant 37 % du salaire brut.
- Parmi les frais généraux, il est prévu :
  - les frais d'adhésion au GIE : 1 200 € de cotisation annuelle,
  - les commissions sur cartes de paiements : 0,7 % du CAHT, compte tenu de la proportion de clients utilisant ce moyen de paiement,
  - les autres frais généraux : 169 800 € pour l'exercice (**dont 122 256 € sont des charges fixes**).
- Les coûts d'occupation du site regroupent :
  - la redevance de concession reversée au Centre des Congrès de Deauville : 8 % du CA annuel total HT,
  - les dotations aux amortissements : en fonction des investissements réalisées en 2012 sur le site FOODING de Deauville, du rythme et du mode d'amortissement fixés par la direction financière de NOVAREST, la dotation de l'exercice 2012-2013 s'élèvera à 64 000 €.

Le taux réduit de TVA à utiliser est 7 % (au lieu de 5,5 %) conformément aux dispositions fiscales en vigueur au 1er janvier 2012.

EXEMPLAIRE À RENDRE AVEC LA COPIE

Annexe A - Tableau des actions de GRH dans la démarche Qualité

Domaines de GRH	
Recrutement du personnel dans l'optique de la démarche qualité	Proposez 3 critères de recrutement : • • •
Animation de l'équipe dans l'optique de la démarche qualité	Proposez 3 actions qui intègrent la démarche qualité dans les processus de travail : • • •
Politique de reconnaissance et de rémunération pour récompenser les efforts	Proposez 3 outils de récompense : • • •

EXEMPLAIRE À RENDRE AVEC LA COPIE

Annexe A - Tableau des actions de GRH dans la démarche Qualité

Domaines de GRH	
Recrutement du personnel dans l'optique de la démarche qualité	Proposez 3 critères de recrutement : • • •
Animation de l'équipe dans l'optique de la démarche qualité	Proposez 3 actions qui intègrent la démarche qualité dans les processus de travail : • • •
Politique de reconnaissance et de rémunération pour récompenser les efforts	Proposez 3 outils de récompense : • • •