

**BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT  
À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN**

**ÉTUDE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE, COMMERCIALE ET DE GESTION  
DE L'ÉTABLISSEMENT D'HÉBERGEMENT**

**Durée : 3 heures**

Documents et matériels autorisés :

- Listes de comptes du plan comptable général, du plan comptable hôtelier,
  - Calculatrice à fonctionnement autonome et sans imprimante (circulaire 99-186 du 16/11/99).
- Tout autre matériel est interdit.

Ce sujet comporte 19 pages numérotées de 1/19 à 19/19.

**LES CANDIDATS DEVRONT TRAITER LES TROIS DOSSIERS  
SUR DES COPIES SÉPARÉES.**

**LES ANNEXES, A ET B, SONT EN DEUX EXEMPLAIRES,  
L'UN DES EXEMPLAIRES EST À RENDRE AVEC LA COPIE CONCERNÉE.**

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 0/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT  
À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN  
SESSION 2010

**ÉTUDE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE, COMMERCIALE ET DE GESTION  
DE L'ÉTABLISSEMENT D'HÉBERGEMENT**

**Durée : 3 heures**

**HÔTEL « LE PYTHÉAS »**

Documents et matériels autorisés :

- Listes de comptes du plan comptable général, du plan comptable hôtelier,
- Calculatrice à fonctionnement autonome et sans imprimante (circulaire 99-186 du 16/11/99).

Ce sujet comporte 19 pages numérotées de 1/19 à 19/19 :  
1 page de garde, 5 pages de textes numérotées de 1/19 à 5/19  
et 14 pages d'annexes numérotées de 6/19 à 19/19.

**LES CANDIDATS DEVRONT TRAITER LES TROIS DOSSIERS  
SUR DES COPIES SÉPARÉES.**

**LES ANNEXES, A ET B, SONT EN DEUX EXEMPLAIRES.  
L'UN DES EXEMPLAIRES EST À RENDRE AVEC LA COPIE CONCERNÉE.**

Le sujet comprend trois dossiers qui peuvent être traités de façon indépendante.

<b>Dossiers</b>		Barème	Page
Dossier 1	Analyse de l'exploitation	20 pts	p. 3
Dossier 2	Élaboration d'un forfait touristique	22 pts	p. 4
Dossier 3	Lancement d'un forfait touristique	18 pts	p. 5

<b>Annexes</b>		
Annexe 1	Fiche signalétique de l'hôtel-restaurant LE PYTHÉAS	p. 6 et 7
Annexe 2	Données d'exploitation et commerciales du 3 <sup>ème</sup> trimestre 2009	p. 8
Annexe 3	Les chiffres clés du tourisme dans les Bouches-du-Rhône	p. 9
Annexe 4	Extrait des résultats d'un sondage	p. 10
Annexe 5	Les 4 principaux concurrents du Pythéas	p. 11 et 12
Annexe 6	Un aperçu du patrimoine naturel et culturel de Marseille	p. 13
Annexe 7	Extrait des conditions générales des forfaits touristiques 2007	p. 14
Annexe 8	Avant-projet de décret	p. 14
Annexe 9	Extrait du Décret n° 94-490 du 15 juin 1994	p. 15
Annexe A	Tableaux de calcul des écarts par segment de clientèle	p. 16 et 17
Annexe B	La méthode du prix d'acceptabilité	p. 18 et 19

**Nota :** Il est recommandé au candidat de prendre connaissance de l'ensemble du sujet et des annexes, avant de traiter chacun des dossiers.

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

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 1/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

# LE PYTHÉAS

La ville de Marseille, fondée en 600 avant Jésus Christ par des marins grecs de Phocée, est une ville de contraste avec ses vieux quartiers, sa corniche lumineuse face à la mer, ses calanques sauvages qui plongent dans les eaux d'un bleu profond sur 20 km de côtes jusqu'à Cassis. Le quartier d'affaires Euroméditerranée ou l'obtention du rang de capitale européenne de la culture pour 2013 sont autant d'atouts renforçant le rôle économique et culturel de Marseille dans le bassin méditerranéen. La mer, le soleil, la nature, la culture mais aussi son accessibilité aérienne et ferroviaire, l'embellissement de ses quartiers et ses habitants attirent un nombre de touristes de plus en plus important et une clientèle d'affaires de plus en plus exigeante.

Situé en bordure de mer sur la Corniche Kennedy, au cœur de Marseille, l'Hôtel-Restaurant Le Pythéas\*\*\*\* est une escale idéale entre la Côte d'Azur, la Camargue et le Lubéron. À quelques brassées du Château d'If et des Calanques, tel un somptueux yacht sur la Méditerranée, cet établissement de luxe propose un décor inspiré de l'histoire de Marseille et du monde marin. Son bar Lounge «Le Callelongue», son restaurant gastronomique et panoramique «Le Frioul», sa brasserie de luxe «L'Endoumois», ainsi que son SPA, possèdent toutes les qualités pour séduire une clientèle exigeante.

L'établissement dispose de 122 chambres et suites. La restauration propose toutes les spécialités de poissons de la Méditerranée, avec notamment la célèbre bouillabaisse dont la qualité est garantie par l'adhésion de l'établissement à la «Charte de la bouillabaisse».

Outre l'hébergement, l'hôtel propose des prestations de réception, banquet et remise en forme. De plus, il dispose d'une piscine extérieure chauffée et d'une conciergerie «Clefs d'Or». Il est situé à 5 mn de la plage, 20 mn du centre-ville, des théâtres et boutiques de luxe, 10 mn du stade Vélodrome dans lequel évolue l'Olympique de Marseille. L'établissement est ouvert toute l'année. Vous trouverez en **annexe 1** une présentation détaillée de l'entreprise.

Dans le contexte actuel de crise financière persistante et d'économie volatile, l'établissement a dû revoir à la baisse ses prévisions d'activité pour la période estivale 2009.

Très inquiète de l'activité à la fin du troisième trimestre 2009, Madame FACIBEL, directrice générale de l'établissement, vous demande, en votre qualité de responsable hébergement, d'étudier la situation et de réfléchir aux actions à mettre très rapidement en œuvre. En effet, les hôtels 4\*\*\*\* ont enregistré de mauvais résultats en ce début d'année et, le Pythéas n'a pas échappé à cette tendance.

Vous décidez, dans un premier temps, de vous intéresser à l'analyse des résultats (Dossier 1). Dans un second temps, vous portez votre réflexion sur l'élaboration d'un forfait touristique (Dossier 2). Enfin, vous allez étudier d'un point de vue juridique et commercial le lancement de ce forfait touristique (Dossier 3).

- **Dossier 1** : Analyse de l'exploitation.
- **Dossier 2** : Élaboration d'un forfait touristique.
- **Dossier 3** : Lancement d'un forfait touristique.

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 2/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

## DOSSIER 1 : ANALYSE DE L'EXPLOITATION

Depuis le début de l'année 2009, l'activité a fortement chuté et les résultats dégagés par l'ensemble de l'établissement sont décevants. Les résultats du troisième trimestre 2009 viennent de tomber et malgré un budget prévisionnel des ventes assez pessimiste, l'objectif de marge sur charges directes n'a pas été atteint. Afin de comprendre les raisons de cette contre-performance, vous collectez un ensemble d'informations sur les résultats de cette période.

**1.1.** À l'aide des informations communiquées en *annexe 2*, **commentez** l'évolution des résultats par rapport aux prévisions, en structurant votre réponse.

Afin d'être en mesure de proposer des actions à mettre en œuvre rapidement pour enrayer cette baisse du chiffre d'affaires, vous décidez d'approfondir votre étude en vous intéressant à la structure des ventes.

**1.2.** **Complétez**, en *annexe A*, les tableaux de calcul des écarts par segment de clientèle. **Arrondissez** les pourcentages à l'entier le plus proche.

**1.3.** **Justifiez** l'intérêt de la décomposition de l'écart sur quantités en écart de volume et écart de composition.

**1.4.** **Commentez** de façon structurée les résultats obtenus en mettant en évidence les raisons de la baisse du chiffre d'affaires observée.

Session 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Page 3/19
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	Coef : 3

## DOSSIER 2 : ÉLABORATION D'UN FORFAIT TOURISTIQUE

Madame FACIBEL souhaite élaborer un forfait destiné à un segment de clientèle potentiellement rentable. Vous avez collecté un certain nombre d'informations rassemblées en *annexes 1, 3, 4 et 5*.

- 2.1. **Identifiez** le segment « porteur » en matière d'hébergement marchand dans les Bouches-du-Rhône en général et pour la ville de Marseille en particulier. **Justifiez** votre réponse.
- 2.2. **Précisez** l'origine géographique de ce segment et **présentez** son comportement de consommation.

Madame FACIBEL souhaite mieux cibler ce segment. Vous utiliserez, pour cela, les *annexes 1 et 5*.

- 2.3. **Mettez en évidence** les atouts et les faiblesses du Pythéas sur ce segment de marché et **justifiez** le choix de ce segment par Madame FACIBEL.

Pour attirer tout particulièrement ce segment, Madame FACIBEL s'oriente vers la mise en place d'un forfait touristique.

À l'aide de vos connaissances et en vous appuyant sur les informations fournies en *annexes 6, 7* :

- 2.4. **Énumérez** les éléments qui composent un forfait touristique et **proposez** un exemple de contenu de forfait touristique que le Pythéas pourrait commercialiser en direction de la cible retenue.

Madame FACIBEL se demande à quel prix commercialiser ce forfait touristique. Elle vous demande de mettre en œuvre la méthode du prix d'acceptabilité (ou prix psychologique), dont les résultats sont présentés en *annexe B*.

- 2.5. **Expliquez** les principes et les limites de cette méthode.
- 2.6. **Déterminez** le prix d'acceptabilité, en complétant l'*annexe B*. **Concluez**.

Session 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Page 4/19
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	Coef : 3

### DOSSIER 3 : LANCEMENT D'UN FORFAIT TOURISTIQUE

Pour lancer le forfait touristique, Mme FACIBEL veut s'assurer des règles juridiques encadrant cette activité.

À l'aide de vos connaissances et des informations que vous avez collectées (*en annexes 7, 8 et 9*).

- 3.1. **Précisez** les conditions particulières qu'un établissement d'hébergement doit respecter afin de proposer à sa clientèle un forfait touristique.
- 3.2. **Énumérez** les obligations de l'hôtelier vis-à-vis du consommateur dans le cadre d'un forfait touristique.
- 3.3. **Précisez** de quelle manière Madame FACIBEL pourra satisfaire à l'obligation d'information.

Si le lancement du forfait touristique est un succès, Madame FACIBEL prévoit de créer un poste de commercial spécialisé dans l'élaboration et la commercialisation de forfaits touristiques.

- 3.4. **Présentez** les principales tâches que devra réaliser le commercial qui sera recruté à cette occasion.

Madame FACIBEL envisage de pourvoir ce poste par un recrutement interne.

- 3.5. **Présentez** deux avantages et deux limites de ce mode de recrutement pour l'entreprise.

Session 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Page 5/19
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	Coef : 3

## ANNEXE 1

### Fiche signalétique de l'hôtel-restaurant LE PYTHÉAS

#### Services dans l'hôtel :

- Langues parlées à l'hôtel : Allemand, Anglais, Espagnol, Italien, Japonais
- WIFI (Internet sans fil) gratuit
- Coffre-fort à la réception
- Concierge
- Nettoyage à sec / Repassage
- Animal accepté
- Garde d'enfant sur demande
- Salon de beauté / Esthéticienne
- Parking privé gratuit pour voitures et cars
- Bagagistes et voituriers
- Aménagements personnes handicapées

#### Pour les réunions :

- Centre d'affaires avec aide personnalisée
- Fax, photocopieur et imprimante disponibles
- Connexion Internet haut débit (WIFI à disposition gratuitement)
- Service de secrétariat
- Traductions et mise à disposition de traducteurs

#### Équipements de loisirs dans l'hôtel :

- Jacuzzi
- Hammam
- Massages
- Piscine extérieure chauffée
- Solarium, U.V.A.
- Salle de fitness
- Sauna sec et doux
- SPA, centre de bien-être

#### Équipements de loisirs à proximité :

- Thalassothérapie, Thermes marins
- Golfs : 9 trous et 18 trous
- Plage et sports nautiques (avirons, excursions en bateau, jet-ski, kayak, pédalo, ski nautique, planche à voile, pêche en mer, voile, plongée...)
- Tennis
- Diverses activités sportives (billard, bouledrome, équitation, vélo, squash, jogging...)
- Discothèque / Night-Club

#### ❖ L'hébergement :

122 chambres et suites, claires, spacieuses et luxueuses, avec une décoration s'inspirant des éléments marins, toutes équipées d'un verrou automatique, de l'air conditionné, d'un coffre-fort, d'un mini bar, de la radio, de la télévision par satellite et de l'Internet haut débit gratuit par réseau câblé et en WIFI, ainsi que d'un plateau de courtoisie avec thé et café. Toutes les chambres sont non-fumeurs.

Les salles de bains sont équipées de baignoires doubles ou de douches avec jets hydromassants (sauf les chambres classiques), d'un miroir de beauté et d'un sèche-cheveux.

<b>Chambre classique</b>	Chambre de 28 m <sup>2</sup> , équipée d'un lit double ou de deux lits simples. Un décor élégant, une salle de bains avec une grande douche ou une baignoire 2 places.
<b>Chambre Supérieure</b>	Chambre de 30 m <sup>2</sup> , équipée d'un lit double et avec vue sur la mer. Un décor élégant, une salle de bains séparée par une paroi vitrée avec une douche hydromassante ou une baignoire 2 places.
<b>Chambre Luxury</b>	Chambre de 35 m <sup>2</sup> , équipée d'un lit double. Un décor raffiné avec une grande terrasse dominant la mer, salle de bains avec douche et baignoire.
<b>Junior Suite</b>	Chambre de 60 m <sup>2</sup> au dernier étage avec vue sur la mer et équipée d'un lit double. Un décor élégant et raffiné, un salon privé avec TV, fax, salle de bains avec une grande douche hydromassante, baignoire, TV-LCD, HiFi.
<b>Suite Prestige</b>	Chambre de 90 m <sup>2</sup> au dernier étage avec vue sur la mer et équipée d'un grand lit double. Un décor élégant et raffiné, un salon privé avec TV, fax, salle de réunion, salle de bains avec une douche hydromassante, baignoire, TV-LCD, HiFi.

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 6/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

## ANNEXE 1 (suite)

### Fiche signalétique de l'hôtel-restaurant LE PYTHÉAS

Un service en chambre assure la distribution de plats chauds et de snacks froids, 24h/24, même le week-end. Le petit déjeuner peut être servi en chambre ou dans la salle du restaurant l'Endoumois, sous la forme d'un buffet varié.

#### ❖ La restauration :

Au Pythéas, le plaisir et la convivialité sont un véritable art de vivre. Les restaurants et le bar sont autant de lieux de partage avec autrui, qui allient la tradition de la grande cuisine française et les dernières tendances fusion du monde.

##### *Le Frioul*

Au dernier étage, le restaurant gastronomique bénéficie d'une magnifique vue panoramique sur la rade de Marseille et ses îles. Le Chef propose une cuisine généreuse, version « haute-couture » de la gastronomie méditerranéenne, accompagnée de grands vins et d'une large sélection de champagnes renommés.

Heures d'ouverture : 12:00-14:00 / 19:00-22:00

##### *L'Endoumois*

Au 4<sup>ème</sup> étage, la brasserie bénéficie également d'un admirable point de vue sur la rade de Marseille. La clientèle peut s'y restaurer plus simplement en dégustant, par exemple, de la Pata Negra (jambon Ibérique) ou encore des macarons bleus et blancs aux parfums de l'OM.

Heures d'ouverture : 12:00-14:00 / 19:00-22:00

##### *Le Callelongue*

Dans une ambiance Chic & Cool, le bar offre une animation musicale et une carte variée comportant des créations inédites du barman. Au 3<sup>ème</sup> étage, la vue splendide sur la mer en fait l'adresse où il faut être.

Heures d'ouverture : 10:00-01:00

#### ❖ Les salons :

Pour les événements, 5 salons (de 25 à 150 m<sup>2</sup>) sont destinés à des réunions, des séminaires ou à des réceptions de prestige. De plus, 3 salles à manger privées peuvent accueillir des groupes de 10 à 180 personnes. Le travail et la détente dans le luxe et le confort exclusif de l'hôtel sont les piliers de toutes les prestations établies sur mesure suivant les souhaits des clients.

#### ❖ La concurrence :

Voir l'annexe 5.

#### ❖ L'emplacement et l'accessibilité :

- l'établissement est situé dans les quartiers Sud-Ouest de Marseille, à 10 mn du centre ville,
- les ports et la gare SNCF sont à 15 mn du Pythéas (à côté du centre ville),
- l'aéroport international de Marseille Provence se situe à 40 mn de l'hôtel (au Nord de Marseille),
- les accès autoroutiers Nord et Est sont à moins de 10 mn chacun de l'établissement.

Session 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Page 7/19
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	Coef : 3

**ANNEXE 2 : Données d'exploitation et commerciales du troisième trimestre 2009**  
**Département hébergement**

**Tableau de bord d'exploitation selon le « Uniform System » 3<sup>ème</sup> trimestre 2009**

Département chambres	Réel	%	Prévisionnel	%
Chiffre d'affaires	1 493 618	100,00%	1 559 500	100,00%
Produits d'accueil consommés	33 756	2,26%	34 309	2,20%
Charges de personnel	300 217	20,10%	280 710	18,00%
Autres charges directes	156 382	10,47%	155 950	10,00%
Marge sur charges directes	1 003 263	67,17%	1 088 531	69,80%

**Tableau de bord commercial 3<sup>ème</sup> trimestre 2009**

HÉBERGEMENT	Réel	Prévisionnel
Nombre de chambres louées	9 009	9 100
Nombre de chambres disponibles	11 040	11 040
Taux d'occupation	81,60%	82,43%
Prix moyen chambre	165,79	171,37
REVPAR	135,28	141,26

**Chiffre d'affaires TTC par segment de clientèle - 3<sup>ème</sup> trimestre 2009**

HÉBERGEMENT	Réel			Prévisionnel		
	Nombre de chambres vendues	Prix moyens	CA TTC Hbgt	Nombre de chambres vendues	Prix moyens	CA TTC Hbgt
INDIVIDUELS AFFAIRES	2 272	157,00	356 704	1 800	155,00	279 000
INDIVIDUELS TOURISME	4 791	178,00	852 798	5 900	185,00	1 091 500
GROUPES AFFAIRES	1 946	146,00	284 116	1 400	135,00	189 000
TOTAL	9 009	165,79	1 493 618	9 100	171,37	1 559 500

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 8/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

## ANNEXE 3

### Les chiffres clés du tourisme dans les Bouches-du-Rhône

#### ❖ La capacité d'accueil

240 000 lits touristiques : c'est environ ce que représente l'offre d'hébergement dans les Bouches-du-Rhône, ce qui constitue environ 10 % de la capacité d'accueil de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Près d'1/3 de ces lits sont des hébergements marchands, l'hôtellerie homologuée et l'hôtellerie de plein air constituant la majeure partie de cette offre.

#### ❖ La fréquentation touristique

La fréquentation globale :

Le département a enregistré près de 44 millions de nuitées en 2008, ce qui constitue une fréquentation globalement stable depuis 2003.

Cela représente environ 20 % des nuitées annuelles enregistrées dans l'ensemble de la région PACA et, place les Bouches-du-Rhône au 3<sup>ème</sup> rang des départements d'accueil de la région derrière le Var (67,4 millions de nuitées) et les Alpes Maritimes (54,9 millions).

Avec 9,9 millions de visiteurs accueillis chaque année, les Bouches-du-Rhône sont le premier département d'accueil de PACA en termes de visiteurs.

Près des 3/4 des nuitées sont enregistrées entre mai et octobre, ce qui représente plus de 32 millions de nuitées.

La fréquentation des principaux hébergements marchands :

L'hôtellerie homologuée a comptabilisé en 2008 près de 5,4 millions de nuitées, en retrait de 3 % par rapport à 2007. Elle enregistre un taux d'occupation moyen annuel, en retrait de 2 points par rapport à 2007, de 65 % ; [...]

#### ❖ La clientèle touristique

La clientèle française est la principale clientèle touristique du département (85 % des séjours et 81 % des nuitées).

Cette clientèle française provient surtout d'Ile de France (en terme de nuitées), de Provence-Alpes-Côte d'Azur (en terme de séjour) et de Rhône Alpes.

Parmi la clientèle étrangère, l'Italie, la Belgique et la Grande-Bretagne sont les principaux pays émetteurs de touristes vers les Bouches-du-Rhône.

Les principaux motifs d'un séjour dans les Bouches-du-Rhône :

La destination Bouches-du-Rhône est avant tout une destination de loisirs et de vacances (52 % des nuitées). Si on y ajoute les motifs « raisons familiales », on atteint 90 % des nuitées totales.

Toutefois, le poids du tourisme d'affaires n'est pas négligeable puisque 8 % des séjours et 6,4 % des nuitées sont réalisées par une clientèle venue pour affaires dans le département.

Les durées moyennes de séjour :

Pour l'ensemble des touristes, la durée moyenne de séjour est de 4,7 jours.

Les principaux modes d'hébergement du département :

L'hébergement non marchand est prioritairement choisi par les touristes se rendant dans les Bouches-du-Rhône : 61,5 % des nuitées.

Pour l'hébergement marchand, l'hôtellerie et les locations saisonnières sont largement les deux modes d'hébergement choisis par la clientèle touristique.

Source : Comité Départemental du Tourisme des Bouches-du-Rhône – Juin 2009

Session 2010	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 9/19</b>
RHE2EJ	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

**ANNEXE 4**  
**Extrait des résultats d'un sondage paru dans la presse locale**  
**sur l'attractivité de Marseille**

Marseille se positionne aujourd'hui comme une véritable destination touristique incontournable en Provence et sur la Méditerranée.

La mer, le soleil, la nature, la culture mais aussi son accessibilité aérienne et ferroviaire, sa nomination au titre de Capitale européenne de la Culture en 2013, l'embellissement de ses quartiers et ses habitants chaleureux en sont les maillons forts.

La force de Marseille, c'est également d'avoir su, depuis plusieurs années, inciter ses professionnels à travailler ensemble à la promotion de la destination.

Tous ces efforts ont permis d'attirer des flux de touristes et il est important de bien cerner les motifs de leur venue.

Un sondage, réalisé au cours de l'été 2009 auprès d'un échantillon représentatif de 3 547 individus, a fourni, entre autres, les résultats suivants :

Les motifs de la venue à Marseille (en % des nuitées, réponse unique)		Les facteurs d'attractivité de Marseille sur la clientèle loisirs-vacances (en % des séjours, réponses multiples)	
Loisirs-vacances	88,5 %	Le soleil, le climat	32,2 %
Raisons familiales	3,9 %	Découverte de la ville et de ses sites naturels	28,0 %
Affaires	3,4 %	Se reposer, ne rien faire	21,8 %
Santé	2,2 %	La mer	20,1 %
Transit	0,1 %	Randonnée pédestre, promenade	18,8 %
Autres	1,9 %	Activité sportive de loisirs (VTT, escalade...)	13,3 %
		Montagne	7,4 %
		Marchés, brocantes, visites d'artisans	7,4 %
		Visite de monuments, musées	7,2 %
		Visite de la famille, d'amis	6,8 %
		Gastronomie, restauration	5,8 %
		Visite d'un parc de loisirs, parc à thème	3,0 %
		Manifestation culturelle, cinéma, théâtre, festival	2,8 %
		Évènement sportif	2,4 %
		Campagne	2,2 %
		Autres	5,4 %

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur</b> <b>Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page</b> <b>10/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale</b> <b>et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

**ANNEXE 5**  
**Les 4 principaux concurrents du Pythéas**

***Le Blason Doré\*\*\*\****

<p>Superbement situé dans le centre-ville, en face du Vieux Port de Marseille, le Blason Doré est un hôtel récent offrant un hébergement très confortable au design contemporain. Accueil en anglais.</p> <p>Toutes les chambres sont magnifiquement décorées dans un style provençal ou africain et sont entièrement équipées. Certaines offrent une vue imprenable sur le Vieux Port, tandis que d'autres donnent sur la Méditerranée.</p> <p>Facilement accessible depuis les principales autoroutes et l'aéroport international de Marignane, ce splendide hôtel 4 étoiles est idéalement situé dans le cœur de la ville, à proximité de nombreux bars, restaurants et de la gare Saint-Charles.</p> <p>L'établissement propose les produits touristiques commercialisés par l'Office de Tourisme.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 139 chambres non-fumeurs (dont 8 pour personnes à mobilité réduite)</li> <li>▪ 1 salon-bar,</li> <li>▪ 1 restaurant (cuisine espagnole, italienne, grecque et provençale) avec terrasse sur le Vieux Port,</li> <li>▪ 1 brasserie cosmopolite (ambiance contemporaine et rustique dans un cadre provençal),</li> <li>▪ une piscine extérieure chauffée, un centre de remise en forme,</li> <li>▪ coffre-fort, bagagerie,</li> <li>▪ salles de réunions / banquets,</li> <li>▪ accès Internet sans fil (WIFI) disponible dans tout l'hôtel gratuitement,</li> <li>▪ parking privé payant,</li> <li>▪ plages à 10 mn.</li> </ul>
--	---

***Le New Pharo\*\*\*\****

<p>Cet hôtel 4 étoiles est situé au cœur de la cité phocéenne, face au palais des congrès du Pharo et à deux pas du Vieux Port et du centre-ville.</p> <p>Le New Pharo est le lieu de séjour idéal, pour les femmes/hommes d'affaires ou touristes.</p> <p>Accueil en anglais et italien.</p> <p>L'établissement propose des chambres confortables, insonorisées et climatisées.</p> <p>Après une journée chargée, un moment de détente se savoure d'abord dans le patio en se désaltérant devant une magnifique fontaine, puis dans la piscine.</p> <p>Le New Pharo élabore des forfaits touristiques à destination des touristes désireux de mieux connaître Marseille et son patrimoine naturel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 103 chambres non-fumeurs (dont 4 équipées pour personnes à mobilité réduite),</li> <li>▪ enregistrement et règlement rapides,</li> <li>▪ 1 café-bar avec terrasse,</li> <li>▪ 1 restaurant gastronomique,</li> <li>▪ 4 salles de réunions entièrement équipées,</li> <li>▪ piscine extérieure avec solarium,</li> <li>▪ service en chambre,</li> <li>▪ salles de réunions / banquets,</li> <li>▪ centre d'affaires (fax, photocopies...),</li> <li>▪ blanchisserie, nettoyage à sec,</li> <li>▪ salon d'accueil pour VIP,</li> <li>▪ petit déjeuner en chambre,</li> <li>▪ accès Internet sans fil (WIFI) disponible dans les chambres au tarif de 17 € / jour,</li> <li>▪ parking privé payant.</li> </ul>
---	--

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 11/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

**ANNEXE 5 (suite)**  
**Les 4 principaux concurrents du Pythéas**

***Le Kennedy Beach\*\*\*\****

<p>Construit en bord de mer, près de la Corniche Kennedy (Sud-Ouest de Marseille), l'hôtel offre une vue imprenable sur la baie du Prado. Accueil en anglais, allemand, espagnol, italien.</p> <p>Le Kennedy Beach est entièrement non-fumeurs. Il propose 125 chambres (dont 10 suites junior et 12 chambres équipées pour personnes à mobilité réduite) toutes non-fumeurs, avec vue sur mer, insonorisées et climatisées. L'hôtel dispose également d'un auditorium pouvant accueillir 300 personnes, et 8 salles de réunion pouvant accueillir jusqu'à 450 personnes. Le restaurant, au style méditerranéen, accueille la clientèle avec ses spécialités de poissons et fruits de mer.</p> <p>L'hôtel bénéficie d'une situation privilégiée à 10 minutes du centre-ville et à proximité d'une piste de jogging, d'un parcours de golf et de terrains de tennis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1 bar et 2 restaurants,</li> <li>▪ jardin, terrasse,</li> <li>▪ enregistrement et règlement rapides,</li> <li>▪ coffre-fort, bagagerie,</li> <li>▪ sauna, centre de remise en forme,</li> <li>▪ terrain de golf (à moins de 3 km),</li> <li>▪ plage, planche à voile, jacuzzi,</li> <li>▪ bibliothèque, piscine extérieure,</li> <li>▪ service en chambre,</li> <li>▪ salles de réunions / banquets,</li> <li>▪ centre d'affaires,</li> <li>▪ blanchisserie, nettoyage à sec,</li> <li>▪ petit déjeuner en chambre,</li> <li>▪ service de repassage,</li> <li>▪ accès WIFI disponible dans les chambres au tarif de 9,90 € par jour,</li> <li>▪ parking privé 15 € par jour.</li> </ul>
---	--

***La Villa Phocéa\*\*\*\****

<p>Situé en bordure du Parc Borély, à 15 mn du centre ville, dans un quartier chic au Sud de Marseille, surplombant la Méditerranée, l'hôtel propose 112 chambres et suites offrant le nec plus ultra du confort et de la qualité, en utilisant des matières telles que le cuir, le chêne massif et des literies en plumes. Accueil en anglais, allemand, espagnol.</p> <p>Villa Phocéa a été conçue pour être fonctionnelle et comprend ainsi une connexion Internet WIFI disponible gratuitement dans tout le bâtiment, le hall et toutes les chambres. Des services pointus font de la Villa Phocéa un lieu de séjour idéal pour les femmes/hommes d'affaires comme pour les touristes.</p> <p>Le spa et la piscine permettent une détente complète tandis que l'espace affaires saura satisfaire la clientèle affaires.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1 restaurant, 1 brasserie et 1 bar-terrasse,</li> <li>▪ chambres non-fumeurs,</li> <li>▪ chambres équipées pour personnes à mobilité réduite,</li> <li>▪ enregistrement et règlement rapides,</li> <li>▪ coffre-fort, bagagerie,</li> <li>▪ chambres insonorisées,</li> <li>▪ sauna, terrain de golf (à moins de 3 km), piscine intérieure, piscine extérieure,</li> <li>▪ salles de réunions / banquets,</li> <li>▪ centre d'affaires (fax, photocopies...)</li> <li>▪ parking privé payant,</li> <li>▪ plages à 5 mn.</li> </ul>
---	---

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 12/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

## ANNEXE 6

### Un aperçu du patrimoine naturel et culturel de Marseille

#### *Les produits de l'Office du Tourisme :*

- les visites du patrimoine marseillais (le quartier du Panier, la Vieille Charité, Notre Dame de la Garde, la maison diamantée...),
- les visites du Stade Vélodrome,
- le City Pass (permet de visiter 14 musées, de prendre le bateau pour le Château d'If, d'utiliser bus et métros, ainsi que le petit train de « La Bonne Mère »),
- visite du Vieux Port à bord de la « Sainte Anne », barque traditionnelle classée monument historique (balade hors du temps à la découverte de 2600 ans d'histoire),
- baptêmes de plongée, balades palmées,
- cours de bouillabaisse,
- kayak de mer...

#### *Les produits touristiques et culturels :*

- musées et expositions,
- « Sur les pas de Plus Belle la vie », rallye pédestre proposé dans le Panier avec questions sur le feuillet à l'appui et suivi d'une balade en bateau sur les lieux de tournage avec les commentaires de l'équipe,
- « Le Grand Tour », bus à impériale qui forme un produit ludique et sympathique pour visiter Marseille, permettant de pouvoir faire des haltes sans souci de parking et de bénéficier de commentaires adaptés (surtout pour les étrangers),
- les petits trains touristiques (celui du Panier et celui de la Bonne Mère) très appréciés par les familles et les croisiéristes,
- sorties en mer et visite des calanques en bateau,
- randonnées pédestres dans le massif des calanques (divers départs situés dans le 9<sup>ème</sup> arrondissement de Marseille, accessibles en 20 à 30 mn du centre ville en voiture), possibilité de faire appel à des guides pour les groupes,
- visite des îles du Frioul (dont celle du Château d'If),
- le festival de Marseille,
- la Fiesta des Suds,
- la foire aux santons,
- le Mondial de Pétanque,
- le festival Jazz des 5 continents...

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 13/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

**ANNEXE 7**  
**Extrait des conditions générales des forfaits touristiques 2007**

**NOTION DE PAQUET TOURISTIQUE**

Étant donné que :

- a) l'organisateur et le vendeur du forfait touristique, à qui le consommateur s'adresse, doivent posséder l'autorisation administrative pour l'exercice de leurs activités ;
- b) le consommateur a le droit de recevoir une copie du contrat de vente du forfait touristique (aux termes de l'article 85 du Code de la Consommation), qui est un document indispensable pour éventuellement accéder gratuitement au Fond de Garantie aux termes de l'article 18 des présentes Conditions Générales du Contrat.

La notion de forfait touristique (art 84 du Code de la Consommation) est la suivante : les forfaits touristiques ont pour objet les voyages, les vacances et les circuits « tout compris », résultants d'une prédéterminée combinaison d'au moins deux parmi les éléments indiqués par la suite, vendus et offerts à un prix forfaitaire, et de durée supérieure à 24 heures, ou bien s'étalant pendant une période de temps incluant au moins une nuit.[...]

*www.paincensive.it*

**ANNEXE 8**  
**Avant-projet de décret**  
**portant application de la loi de développement et de modernisation des services touristiques**

Le présent avant-projet de décret porte application des principales dispositions de la loi de développement et de modernisation des services touristiques qui a été définitivement votée en seconde lecture par le Sénat le 7 juillet 2009.

L'article 1<sup>er</sup> tire la conséquence de la mise en place par la loi d'un régime unique et déclaratif applicable à tous les opérateurs de voyages, tout en maintenant les conditions de garantie financière, d'assurance de responsabilité civile professionnelle et d'aptitude professionnelle.

Cette réforme substitue donc aux quatre autorisations délivrées par les préfetures une immatriculation unique pour les opérateurs de voyages sur un registre, dont la gestion est confiée à une commission dédiée au sein de l'agence de développement touristique de la France.

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur</b> <b>Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page</b> <b>14/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale</b> <b>et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

## ANNEXE 9

### Extrait du Décret n° 94-490 du 15 juin 1994 *fixant les conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages ou de séjours (J.O. du 17 juin)*

#### (...) TITRE VI - DE LA VENTE DE VOYAGES OU DE SÉJOURS

Art. 95 - [...] toute offre et toute vente de prestations de voyages ou de séjours donnent lieu à la remise de documents appropriés qui répondent aux règles définies par le présent titre.

[...]

Art. 96 - Préalablement à la conclusion du contrat et sur la base d'un support écrit, portant sa raison sociale, son adresse et l'indication de son autorisation administrative d'exercice, le vendeur doit communiquer au consommateur les informations sur les prix, les dates et les autres éléments constitutifs des prestations fournies à l'occasion du voyage ou du séjour [...]

Art. 97 - L'information préalable faite au consommateur engage le vendeur, à moins que dans celle-ci le vendeur ne se soit réservé expressément le droit d'en modifier certains éléments. Le vendeur doit, dans ce cas, indiquer clairement dans quelle mesure cette modification peut intervenir et sur quels éléments. En tout état de cause, les modifications apportées à l'information préalable doivent être communiquées par écrit au consommateur avant la conclusion du contrat.

Art. 98 - Le contrat conclu entre le vendeur et l'acheteur doit être écrit, établi en double exemplaire dont l'un est remis à l'acheteur, et signé par les deux parties. Il doit comporter les clauses suivantes :

- 1° Le nom et l'adresse du vendeur, de son garant et de son assureur ainsi que le nom et l'adresse de l'organisateur ;
- 2° La destination ou les destinations du voyage et [...] les différentes périodes et leurs dates ;
- 3° Les moyens, [...] les caractéristiques des transports utilisés, les dates, heures et lieux de départ et de retour ;
- 4° Le mode d'hébergement, sa situation, son niveau de confort et ses principales caractéristiques, son classement touristique en vertu des réglementations ou des usages du pays d'accueil ;
- 5° Le nombre de repas fournis ;
- 6° L'itinéraire lorsqu'il s'agit d'un circuit ;
- 7° Les visites, les excursions ou autres services inclus dans le prix total du voyage ou du séjour ;
- 8° Le prix total des prestations facturées ainsi que l'indication de toute révision éventuelle de cette facturation [...] ;
- 9° L'indication, s'il y a lieu, des redevances ou taxes afférentes à certains services [taxes de séjour] lorsqu'elles ne sont pas incluses dans le prix de la ou des prestations fournies ;
- 10° Le calendrier et les modalités de paiement du prix ; [...]
- 11° Les conditions particulières demandées par l'acheteur et acceptées par le vendeur ;

[...]

16° Les précisions concernant les risques couverts et le montant des garanties au titre du contrat d'assurance couvrant les conséquences de la responsabilité civile professionnelle du vendeur ;

17° Les indications concernant le contrat d'assurance couvrant les conséquences de certains cas d'annulation souscrit par l'acheteur (numéro de police et nom de l'assureur), ainsi que celles concernant le contrat d'assistance couvrant certains risques particuliers, notamment les frais de rapatriement en cas d'accident ou de maladie ; dans ce cas, le vendeur doit remettre à l'acheteur un document précisant au minimum les risques couverts et les risques exclus ;

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 15/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

**ANNEXE A – TABLEAUX DE CALCUL DES ÉCARTS PAR SEGMENT DE CLIENTÈLE (brouillon à conserver)**

**Décomposition de l'écart observé sur chiffre d'affaires**

	Prix réels	Prix Prévisionnels	Quantités réelles	Quantités prévisionnelles	Écart sur prix	Écart sur quantités	Écart segment
Individuels affaires							
Individuels tourisme							
Groupes affaires							
<b>TOTAUX</b>							

**Décomposition de l'écart sur quantité**

	Réel		Prévisionnel			Structure homothétique (2)	Écart de composition	Écart de volume	Vérification écart s/quantité
	Nombre	%. (1)	Prix	Nombre	%. (1)				
Individuels affaires									
Individuels tourisme									
Groupes affaires									
<b>TOTAUX</b>									

(1) Tous les pourcentages seront arrondis à l'unité la plus proche.

(2) **Structure homothétique** : il s'agit de la répartition des quantités vendues que l'on aurait observée au 30 septembre 2009 si la structure des ventes ne s'était pas modifiée. Elle s'obtient en appliquant au total des quantités réellement vendues, (tous segments confondus), les pourcentages prévisionnels de vente par segment.

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 16/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

**ANNEXE A – TABLEAUX DE CALCUL DES ÉCARTS PAR SEGMENT DE CLIENTÈLE (à rendre avec la copie)**

**Décomposition de l'écart observé sur chiffre d'affaires**

	Prix réels	Prix Prévisionnels	Quantités réelles	Quantités prévisionnelles	Écart sur prix	Écart sur quantités	Écart segment
Individuels affaires							
Individuels tourisme							
Groupes affaires							
<b>TOTAUX</b>							

	Réel		Prévisionnel			Structure homothétique (2)	Écart de composition	Écart de volume	Vérification écart s/quantité
	Nombre	%. (1)	Prix	Nombre	%. (1)				
Individuels affaires									
Individuels tourisme									
Groupes affaires									
<b>TOTAUX</b>									

**Décomposition de l'écart sur quantité**

(1) Tous les pourcentages seront arrondis à l'unité la plus proche.

(2) **Structure homothétique** : il s'agit de la répartition des quantités vendues que l'on aurait observée au 30 septembre 2009 si la structure des ventes ne s'était pas modifiée. Elle s'obtient en appliquant au total des quantités réellement vendues, (tous segments confondus), les pourcentages prévisionnels de vente par segment.

<b>Session 2010</b>	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 17/19</b>
<b>RHE2EJ</b>	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

**ANNEXE B – Brouillon à conserver**  
**La méthode du prix d'acceptabilité (ou prix psychologique)**

L'étude a été réalisée au sein du Pythéas, sur un échantillon de 500 individus sélectionnés parmi le segment loisirs, au cours de l'été 2009.

Le forfait décrit aux sondés correspond à un séjour de trois jours, deux nuits (avec petits déjeuners) et deux dîners, pour deux personnes. Deux journées seraient consacrées à la découverte des sites emblématiques de Marseille et une journée serait consacrée à des activités au choix.

Après avoir administré le questionnaire, les réponses des 500 clients sondés sont synthétisées dans le tableau suivant (*à compléter*) :

Prix en €	Réponses « qualité insuffisante »			Réponses « prix excessif »			% d'achat potentiel
	Nombre	%	% cumulé décroissant	Nombre	%	% cumulé croissant	
350	75			0			
400	125			0			
450	105			35			
500	115			55			
550	60			80			
600	20			135			
650	0			160			
700	0			35			
<b>Totaux</b>	<b>500</b>	<b>100 %</b>		<b>500</b>	<b>100 %</b>		

**Explication du calcul pour la dernière colonne :**

**Conclusion : détermination du prix d'acceptabilité**

Session 2010	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 18/19</b>
RHE2EJ	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>

**ANNEXE B – À rendre avec la copie**  
**La méthode du prix d'acceptabilité (ou prix psychologique)**

L'étude a été réalisée au sein du Pythéas, sur un échantillon de 500 individus sélectionnés parmi le segment loisirs, au cours de l'été 2009.

Le forfait décrit aux sondés correspond à un séjour de trois jours, deux nuits (avec petits déjeuners) et deux dîners, pour deux personnes. Deux journées seraient consacrées à la découverte des sites emblématiques de Marseille et une journée serait consacrée à des activités au choix.

Après avoir administré le questionnaire, les réponses des 500 clients sondés sont synthétisées dans le tableau suivant (*à compléter*) :

Prix en €	Réponses « qualité insuffisante »			Réponses « prix excessif »			% d'achat potentiel
	Nombre	%	% cumulé décroissant	Nombre	%	% cumulé croissant	
350	75			0			
400	125			0			
450	105			35			
500	115			55			
550	60			80			
600	20			135			
650	0			160			
700	0			35			
<b>Totaux</b>	<b>500</b>	<b>100 %</b>		<b>500</b>	<b>100 %</b>		

**Explication du calcul pour la dernière colonne :**

**Conclusion : détermination du prix d'acceptabilité**

Session 2010	<b>Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen</b>	<b>Page 19/19</b>
RHE2EJ	<b>Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement</b>	<b>Coef : 3</b>