

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 n° 99-186 du 16-11-1999),
- tables financières et statistiques.

Tout autre matériel est interdit.

Documents à rendre avec la copie :

Les annexes A (pages 13 et 14) et B (pages 15 et 16) sont fournies en double exemplaire, un exemplaire étant à remettre avec la copie, l'autre servant de brouillon éventuel.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet se compose de 16 pages numérotées dont 10 pages d'annexes.

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

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	1/16

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

LE VASCO ***

Le sujet comprend quatre dossiers qui peuvent être traités de façon indépendante. Pour une meilleure compréhension du cas, il est conseillé de les traiter dans l'ordre de présentation.

		Durée	Barème / 60	Pages
	Exposé de la situation du cas			3
Dossier 1	Analyse de l'exploitation	1 h 15	17 pts	4
Dossier 2	Accueillir la clientèle étrangère	1 h 15	17 pts	4 et 5
Dossier 3	Gestion de l'accueil des groupes	1 h 10	18 pts	5 et 6
Dossier 4	La franchise	0 h 20	8 pts	6

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

Annexe 1	Tableau des résultats de l'exercice 2016	7
Annexe 2	Les statistiques professionnelles	8
Annexe 3	Northern France Battlefields Partner	8
Annexe 4	Tourisme de mémoire, un créneau mobilisateur	9
Annexe 5	Bien accueillir la clientèle canadienne	9
Annexe 6	Extrait du rapport d'activité 2016	10
Annexe 7	Les achats durables	10
Annexe 8	Le développement durable, un passage obligé	10
Annexe 9	Analyse des coûts du Waterzoi de poulet	11
Annexe 10	État, au 2 novembre, des réservations pour la journée du 10 novembre	11
Annexe 11	La franchise, une solution anticrise ?	12

Annexe A	Tableau de gestion de l'exercice 2016	13 et 14
Annexe B	Données commerciales 2015 et 2016	15 et 16

Les annexes A et B sont fournies en double exemplaire, un exemplaire étant à remettre avec la copie, l'autre servant de brouillon éventuel.

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	2/16

LE VASCO ***

Le Vasco de Lens est un établissement trois étoiles, franchisé appartenant à la chaîne nationale « Vasco Hôtels ». Il est situé dans le Pas-de-Calais au cœur de l'ancienne région minière et près de la ligne de front de la première guerre mondiale.

La célébration du Centenaire de la Grande Guerre fait l'objet d'une campagne internationale de promotion de la destination France 2014-2018 et touche plus particulièrement les principales nations impliquées dans ce conflit. À ce titre, de très nombreux touristes internationaux sont attendus dans la région.

L'hôtel Le Vasco de Lens fait partie du réseau des accueillants « Northern France Battlefields Partner » qui réunit les professionnels du tourisme, et s'est engagé à offrir un accueil, un service et une information de qualité aux visiteurs du monde entier.

L'établissement est situé à la périphérie de la ville de Lens, à proximité des grands axes routiers. Il comprend un hôtel de 60 chambres et un restaurant d'une capacité de 60 couverts ainsi qu'une salle pouvant accueillir des réunions ou des séminaires. Un grand parking entoure l'établissement.

Durant l'année 2014, l'hôtel et le restaurant ont été entièrement rénovés et mis aux normes d'accessibilité.

L'offre de restauration est constituée d'un petit-déjeuner servi sous forme de buffet et d'un restaurant proposant une carte type brasserie ouvert midi et soir. Un distributeur de boissons et snacks complète l'offre.

L'établissement est ouvert toute l'année et accueille principalement une clientèle affaires la semaine et une clientèle loisirs le week-end. Le personnel de réception parle couramment anglais.

Désireuse de développer son activité en saisissant les opportunités liées à la clientèle étrangère et groupe et face aux retombées économiques du tourisme de mémoire, madame Béquart s'engage dans l'analyse de ses pratiques professionnelles.

Elle vous soumet les quatre dossiers ci-dessous :

- **Dossier 1 - Analyse de l'exploitation**
- **Dossier 2 - Accueillir la clientèle étrangère**
- **Dossier 3 - Gestion de l'accueil des groupes**
- **Dossier 4 - La franchise**

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restaurant	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	3/16

Dossier 1 - Analyse de l'exploitation

Madame Mireille Béquart a reçu de son expert comptable les comptes annuels de l'exercice 2016 clos le 31 décembre. Elle vous communique un tableau des résultats dans lequel elle a réuni plusieurs informations (annexes 1 et 2) et les détails de certains postes de charges. Elle vous demande d'effectuer les tâches suivantes :

- 1.1. Compléter l'annexe A (Tableau de gestion de l'exercice 2016) à rendre avec la copie.
- 1.2. Compléter l'annexe B (Données commerciales 2015 et 2016) à rendre avec la copie.
- 1.3. En vous aidant des résultats des deux questions précédentes, commenter de façon structurée l'exploitation du Vasco au 31/12/16.

Dossier 2 - Accueillir la clientèle étrangère

Suite au ralentissement de l'activité, Mireille Béquart souhaite axer sa politique commerciale sur la clientèle étrangère. À l'occasion de la célébration du Centenaire de la Grande Guerre, elle envisage le développement d'une nouvelle offre.

À partir des annexes 3 et 4 et de vos connaissances, vous répondrez aux questions suivantes :

- 2.1. Exposer les raisons à l'origine de la venue des touristes sur les lieux de mémoire.
- 2.2. Indiquer la condition devant être remplie par l'hôtel pour faire partie du réseau régional des établissements accueillants « Northern France Battlefields Partner ».
- 2.3. Expliquer les avantages pour l'établissement d'adhérer au réseau « Northern France Battlefields Partner ».

Suite à plusieurs réunions organisées par la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI), madame Mireille Becquart a été sensibilisée à l'importance de l'accueil de la clientèle étrangère. Elle souhaite analyser l'opportunité de s'intéresser à ce segment et vous charge de l'étude suivante à l'aide des annexes 3 à 5.

- 2.4. Indiquer quels sont les atouts que l'établissement Le Vasco peut mettre en avant afin d'accueillir le segment « groupe touristes étrangers ».
- 2.5. Proposer un produit touristique destiné à un groupe canadien de 20 personnes qui envisage une réservation pour un séjour de trois jours en intégrant trois visites de sites.
- 2.6. Citer les intermédiaires à contacter pour commercialiser ce produit touristique.

Une agence de voyages scandinave a formulé une demande de séjour pour un groupe de 30 personnes environ, deux fois par mois pour les années 2017 et 2018.

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	4/16

Outre le critère du prix, elle sélectionnera l'hôtel si celui-ci répond à des critères de responsabilité sociale des entreprises (RSE) (annexes 6 à 8).

- 2.7. Démontrer que l'établissement développe déjà une démarche de RSE.
- 2.8. Exposer les objectifs commerciaux en lien avec la mise en œuvre d'une politique de RSE.
- 2.9. Citer quatre nouvelles actions à intégrer dans le projet de RSE de l'établissement.
- 2.10. Proposer des indicateurs permettant de mesurer l'efficacité des actions mises en place dans le cadre de son action RSE.

Dossier 3 - Gestion de l'accueil des groupes

➤ **Réaliser un contrôle de gestion d'une offre de repas**

Mireille Béquart et son chef cuisinier monsieur Guilleux ont élaboré une offre destinée aux groupes comprenant un plat, un dessert et un verre de vin par personne. Dans le cadre de cette proposition, ils ont mis en place un plat typique : le Waterzoi de poulet.

Ils désirent effectuer le bilan de l'accueil d'un groupe de 40 personnes dont les conditions tarifaires négociées prévoyaient un menu vendu à 16 € HT. Vous disposez en annexe 9 des données nécessaires à votre étude.

- 3.1. Argumenter la nécessité pour Le Vasco d'analyser le coût matières.
- 3.2. Calculer l'écart global sur deux ingrédients pertinents en précisant les raisons de votre choix. Distinguer les écarts sur prix et les écarts sur quantités et commenter succinctement vos résultats.
- 3.3. Indiquer les raisons pouvant expliquer une variation des prix à l'unité telle que celle observée sur les endives.
- 3.4. Justifier le prix du menu de 16 € si on le compare avec le prix du Waterzoi à la carte (obtenu par la méthode du coefficient multiplicateur).
- 3.5. Expliciter deux autres méthodes de détermination du prix.

➤ **Assurer le suivi des réservations**

Dans le cadre des commémorations de la 1^{ère} guerre mondiale, un voyageur bénéficiant habituellement du tarif « T4 segment Loisirs » fait une demande de réservation tardive, le 02 novembre, pour 20 chambres concernant un séjour organisé par une association d'anciens combattants belges. Ce séjour est prévu le 10 novembre.

Compte tenu des bonnes relations commerciales existantes avec ce client, vous devez étudier le meilleur tarif possible à l'aide de l'annexe 10.

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	5/16

- 3.6.** Calculer le chiffre d'affaires prévisionnel attendu par l'établissement pour la journée du 10 novembre si les objectifs de chambres à louer sont atteints. Déterminer le REVPAR correspondant.
- 3.7.** Évaluer à combien de chambres s'élèvera le total des réservations au 2 novembre si l'hôtel accepte la demande du voyageur. Puis déterminer le nombre de chambres restant à louer et le tarif.
- 3.8.** Calculer le chiffre d'affaires et le REVPAR pour la journée du 10 novembre dans les hypothèses suivantes :
- la réservation du groupe est acceptée aux conditions habituelles,
 - les chambres restantes sont facturées au tarif T1,
 - le taux d'occupation est de 100 %.
- 3.9.** Commenter les conséquences financières et l'opportunité d'accepter le groupe au tarif T4.
- 3.10.** Déterminer le prix minimum qui aurait dû être proposé au groupe afin de maintenir le REVPAR prévisionnel.

Dossier 4 - La franchise

Consciente qu'il est de plus en plus difficile de rester seule pour être rentable, madame Béquart a choisi de s'allier à un partenaire qui fait le même métier qu'elle. Elle a donc opté pour la franchise, dès la création de son établissement, pour s'assurer une certaine sécurité.

À partir de vos connaissances personnelles et de l'annexe 11 :

- 4.1.** Indiquer en quoi l'adhésion à une franchise permet de répondre au besoin de sécurité de madame Béquart.
- 4.2.** Identifier les apports du franchiseur Vasco Hôtels dans leurs projets de développement de la clientèle groupe ou étrangère.
- 4.3.** Un des avantages de cette coopération est de faire partie de la centrale d'achat du groupe, préciser quel en est l'intérêt pour madame Béquart.
- 4.4.** Présenter les obligations que ce contrat impose au franchisé.

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restaurant	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	6/16

Annexe 1 - Tableau des résultats de l'exercice 2016

	Réel 2016	Réel 2015
Nombre de chambres disponibles	21 900	21 900
Total chambre vendues	13 879	14 800
Chiffre d'affaires HT chambres	886 072	920 859
Chiffre d'affaires HT petits-déjeuners	114 480	120 414
Prix moyen petits-déjeuners	9	8,68
Chiffre d'affaires HT restauration	294 568	348 985
Nombre moyen couverts / jour	37,87	44,46
Prix moyen couverts	21,31	21,5
Total chiffre d'affaires HT	1 295 120	1 390 258
Achats consommés de matières 1 ^{ères} et autres approvisionnements (1)	112 296	130 563
Assurances	3 501	3 249
Autres fournitures exploitation	14 400	15 555
Autres frais de personnel	12 000	11 800
Autres services extérieurs	11 998	12 364
Blanchissage	27 758	29 599
Charges sociales	113 801	117 405
Commissions sur moyens de paiement	27 600	30 000
Cotisations foncières des entreprises (Frais généraux)	23 154	22 319
Déplacements missions	4 159	3 512
Dotations aux amortissements	132 461	152 678
Énergie	58 560	67 200
Entretien et maintenance	21 308	22 361
Franchise (5 %)	64 755	69 513
Honoraires	35 843	33 657
Intérêts d'emprunt	5 749	5 880
Location parking (2)	79 031	78 922
Personnel extérieur	2 100	2 554
Publicité, y compris publicité nationale	22 338	22 739
Redevances TV et maintenance	16 570	16 500
Salaires	392 416	403 174
Résultat courant avant impôt (RCAI)	113 322	138 714
(1) Dont produits d'accueil pour l'hôtel.	17 200	18 900
(2) L'établissement n'est pas propriétaire du parking qu'il met à disposition gratuitement à ses clients.		
Ratio nourriture	29 %	30 %
Ratio boissons	27 %	28 %
Équivalent temps plein (Salariés)	14	14,5

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restaurant	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	7/16

Annexe 2 - Les statistiques professionnelles

	Établissement	Hébergement	Restauration*
Coût matières	15 à 19 %	1 à 2 %	28 à 35 %
Charges de personnel	38 à 42 %		
Marge sur coût principal	42 à 48 %		
Frais généraux	15 à 20 %		
RBE	25 à 30 %		

* sans petit-déjeuner

Source : Centre de gestion agréé

Annexe 3 - Northern France Battlefields Partner



Des accueillants mémoire 14-18 en Nord-Pas de Calais

Pour accueillir au mieux les clientèles du tourisme de mémoire qui viendront du monde entier, le Nord-Pas de Calais met en place un réseau d'équipements d'accueillants spécifiques : Northern France



14-18: FRONT OUEST
leur Histoire devient notre Histoire

Battlefields Partner.

Les hébergeurs et Offices de Tourisme, engagés dans la démarche Qualité Tourisme, labellisés Gîtes de France, Clévacances ou Logis de France ont pu s'inscrire dans la démarche du réseau accueillant mémoire 14-18. Au sein de ces établissements, un ou deux membres des équipes d'accueil ont été identifiés comme référents « Centenaire 14-18 », ils participeront à un séminaire d'informations sur l'histoire de la Grande Guerre en région, puis à un Éductour sur les sites de mémoire régionaux.

Les séminaires d'informations se déroulent par secteur géographique jusqu'au 21 mai. Puis, quatre Éductours sont organisés, le 16 mai dans l'Avesnois et le Cambrésis, le 23 mai autour de Lille, le 6 juin autour d'Arras et le 13 juin sur le littoral. Ceux-ci seront financés par Nord Tourisme et Pas-de-Calais Tourisme, dans le cadre du projet Interreg « Great War between the Lines ».



Le 19 juin après-midi, au Musée du Louvre-Lens, les établissements inscrits dans la démarche du réseau des accueillants mémoire 14-18 Nord-Pas de Calais seront officiellement reconnus comme « Northern France Battlefields Partner ». Suite au temps préalable de sensibilisation (réunion d'information et éductour), ils se verront remettre un kit de l'accueillant à vocation pédagogique et pratique, ainsi que des éléments de signalétique attestant de l'appartenance à ce réseau régional.

Source : www.pro-cdt-nord.com

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	8/16

Annexe 4 - Tourisme de mémoire, un créneau mobilisateur

En France, l'offre de sites mémoriels s'est particulièrement développée à partir des années 1980. Cette offre est très largement dominée par les références aux conflits du XX^{ème} siècle. (...)

Un moteur d'attractivité pour les destinations, notamment auprès des clientèles internationales.

Étant donné que les sites mémoriels attirent majoritairement des touristes et des visiteurs extérieurs au territoire, le tourisme de mémoire peut constituer un motif de venue à part entière dans une destination, et représente donc le premier axe de développement et la principale filière dans certains départements, tels que la Meuse ou la Somme. Les territoires marqués par la Première Guerre Mondiale enregistrent également des fréquentations importantes au sein des lieux de mémoire, notamment à l'occasion du lancement du Centenaire de la Grande Guerre. Les départements de la Somme, du Nord et du Pas-de-Calais ont accueilli 489 000 visiteurs dans 17 sites de mémoire entre juillet 2013 et juin 2014.

Les sites mémoriels assurent à la destination une notoriété internationale, attirant une clientèle étrangère nombreuse puisqu'elle représentait 45 % des visites des sites mémoriels marchands en 2010, une proportion variable toutefois selon les départements.

Les touristes étrangers viennent principalement par devoir de mémoire ou en « pèlerinage » sur les grands sites des conflits du XX^{ème} siècle. Le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Belgique, les Pays-Bas et les États-Unis sont ainsi les principales clientèles étrangères, mais les Australiens, les Canadiens et les Néo-Zélandais sont aussi présents (...).

Cette clientèle étrangère permet en partie d'étaler la fréquentation sur les ailes de la saison, tandis que la saison estivale est dominée par une clientèle individuelle de loisirs et française. Elle génère également d'importantes retombées économiques, notamment car elle séjourne majoritairement en hébergement marchand.

Source : Hospitality On, novembre-décembre 2014

Annexe 5 - Bien accueillir la clientèle canadienne

- Attentes et comportements culturels en voyage

Ils recherchent : un accueil convivial mais efficace, un bon rapport qualité / prix, le contact avec la population dans leur langue, découvrir la culture française et les traditions. Amateurs de nourriture « bio » et de restauration ethnique. Aiment sortir des sentiers battus.

Hébergement : l'hôtellerie 2 et 3 * ou la location et l'hébergement chez l'habitant. Le petit-déjeuner doit être inclus dans la formule.

- Habitudes et comportements alimentaires

Petit-déjeuner : 7 h 00 à 7 h 30. Copieux, similaire au petit-déjeuner anglais.

Déjeuner : vers 12 h 00. Pendant 30 mn. Plat chaud ou sandwich, salade verte et dessert.

Dîner : tôt vers 17 h 30 - 18 h 00. Repas traditionnel français.

Source : extraits du guide à l'usage des professionnels du tourisme « sur les chemins de mémoire de la grande guerre en Nord/Pas-de-Calais » de la Chambre de Commerce et d'Industrie Région Nord de France

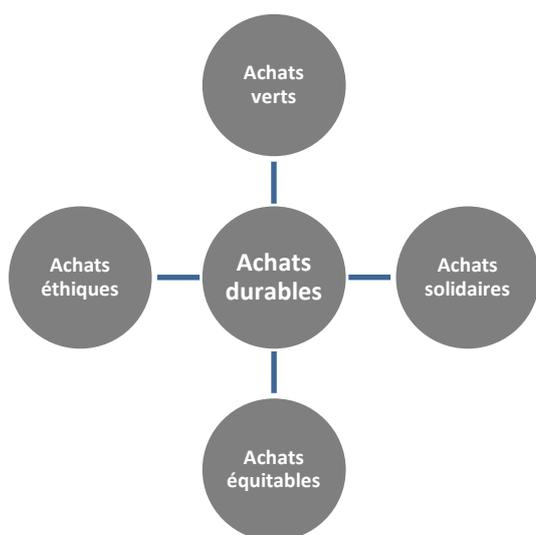
Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	9/16

Annexe 6 - Extrait du rapport d'activité 2016

Actions menées :

- 100 % des achats de café portent un label équitable,
- moins 10 % de consommation d'énergie par an depuis les rénovations de l'établissement,
- installation en 2015 de récupérateurs d'eaux pluviales,
- promotion interne pour les 2 adjoints de direction,
- mixité : le poste de direction est occupé par une femme,
- les huiles sont récupérées et sont transformées en bio carburant par une entreprise solidaire,
- achats de produits d'entretien éco labellisés.

Annexe 7 - Les achats durables



Les achats durables sont un volet clé de la RSE

Les Achats Durables (définition AFNOR) c'est acheter en préservant « de manière équilibrée et pérenne l'intérêt environnemental, social et économique de l'ensemble des parties intéressées en servant la performance de l'organisme donneur d'ordres à court, moyen et long termes.

Les achats durables intègrent les différents aspects du Développement Durable tout au long du cycle de vie des produits ou prestations achetées ».

Source : Boite à outils achats responsables de L'ADEME (Agence de l'environnement et la maîtrise de l'énergie)

Annexe 8 - Le développement durable, un passage obligé

Les organisations professionnelles développent des outils didactiques ou des salons dédiés ; les enseignes entraînent tout ou partie de leur réseau dans cette voie ; les industriels concoctent des petits livres verts ou s'implantent au plus près des zones de production avec lesquelles ils travaillent ; l'approvisionnement se transforme pour devenir bio, local, raisonné, raisonnable : les cartes des restaurateurs battent le rythme des saisons... Bref, c'est toute la filière RHD*, qui, progressivement, s'organise pour s'inscrire dans le développement durable, et on la comprend.

D'abord, la notion est dans l'air du temps et à l'heure de rencontrer les attentes du consommateur. Ensuite, plusieurs des volets de ce développement durable sont frappés du coin du bon sens et indispensables à une bonne gestion... C'est le cas de la consommation raisonnée d'énergie, qu'elle soit liée à la mise en œuvre d'un équipement de froid, de cuisson, de ventilation revu et corrigé, ou tout bonnement mieux utilisé, ou à la mise en place de bâtiments plus adaptés. C'est le cas également de la lutte contre le gaspillage alimentaire, mise en œuvre depuis belle lurette sans être estampillée « développement durable » car elle signifie lutter pour une meilleure marge brute. Et que dire du volet social, qui veut, par exemple, que l'on considère son personnel et ses conditions de travail et qui conduit tout bonnement à le fidéliser... ? (...)

* Restauration Hors Domicile

Source : Néorestaurant 534, octobre 2015

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	10/16

Annexe 9 - Analyse des coûts du Waterzoi de poulet

Prévisions

Ingrédients (pour 40 personnes)	Quantités	Prix HT à l'unité	Coûts
Poulet fermier	10 unités	6 € l'unité	60,00
Bière de garde	400 cl	5,4 € le litre	21,60
Fond de volaille	400 cl	6 € le litre	24,00
Crème fleurette	300 cl	5,80 € le litre	17,40
Beurre	300 g	6,6 € le kg	1,98
Oeuf frais	40 unités	0,3 € l'unité	12,00
Carotte moyenne	3 kg	1,5 € le kg	4,50
Céleri boule	5 unités	1,3 € l'unité	6,50
Blanc de poireau	4 kg	1,8 € le kg	7,20
Endive	3 kg	1,10 € le kg	3,30
Oignon	2 kg	1,2 € le kg	2,40
Total			160,88
Coût pour une personne			4,02

Réalizations

Ingrédients (pour 40 personnes)	Quantités	Prix HT à l'unité	Coûts
Poulet fermier	10 unités	5,5 € l'unité	55,00
Bière de garde	500 cl	5 € le litre	25,00
Fond de volaille	400 cl	6,75 € le litre	27,00
Crème fleurette	350 cl	5,30 € le litre	18,55
Beurre	300 g	7,9 € le kg	2,37
Oeuf frais	40 unités	0,3 € l'unité	12,00
Carotte moyenne	3,5 kg	1,8 € le kg	6,30
Céleri boule	5 unités	1,5 € l'unité	7,50
Blanc de poireau	5 kg	1,3 € le kg	6,50
Endive	2,5 kg	2,9 € le kg	7,25
Oignon	2,5 kg	1,4 € le kg	3,50
Total			170,97
Coût pour une personne			4,27

L'entreprise applique généralement un coefficient multiplicateur de 3,5 sur les plats.

Annexe 10 - État, au 2 novembre, des réservations pour la journée du 10 novembre

Tarifs des chambres (HT)			Statistiques N-1		Objectifs chambres à louer	État des réservations au 2 novembre
			Chambres louées	No Show		
Segment « Affaires »	T1	115 €	16	1	17	9
	T2	85 €	14	-	14	8
Segment « Loisirs »	T3	70 €	10	1	13	7
	T4	55 €	15	-	14	8
Total			55	2	58	32

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restaurant		Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service		Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière		SUJET/Feuille	11/16

Annexe 11 - La franchise, une solution anticrise ?

Les résultats de l'enquête annuelle de la franchise ont permis de confirmer les forces du modèle sur dix ans.

La franchise n'a jamais autant attiré les entrepreneurs. Pour preuve, le nombre de réseaux de franchiseurs est passé de 835 en 2004 à 1 658 en 2013, et le nombre de points de vente a bondi de 77 % (65 059 en 2013 contre 36 773 en 2004). Parallèlement, le chiffre d'affaires global de la franchise a augmenté de 21 %, passant de 41,7 milliards d'euros à 50,7 milliards d'euros. C'est ce que dévoile la dixième enquête annuelle de la franchise, réalisée par le CSA en partenariat avec *L'Express*, la Fédération française de la franchise et la Banque Populaire. Cette étude dévoile aussi que le profil du franchisé a changé en dix ans. Celui-ci est plus âgé (+ 3 ans ; âge moyen : 45 ans), plus diplômé (56 % ont un niveau bac + 2), s'implique davantage avec son (sa) conjoint(e) (+ 6 points ; 52 %). Enfin, les femmes représentent désormais 40 % des franchisés (+ 7 points).

La sécurité de l'appartenance à un réseau

La conjoncture actuelle, particulièrement maussade, pourrait en freiner certains. Pourtant, 28 % des Français interrogés aimeraient créer leur entreprise. Parmi ces derniers, 43 % envisageraient la franchise, soit environ 12 % de l'ensemble de la population. Ce système est perçu comme une façon de bénéficier d'un accompagnement et de moyens (40 %), de limiter les risques financiers (25 %), d'acquérir un savoir-faire (24 %) et de garantir une meilleure rentabilité (19 %). Des motivations qui renvoient à la notion de sécurité que procure l'appartenance à un réseau. Un quart des candidats à la franchise souhaitent bénéficier de la notoriété d'une enseigne. Pour 24 % d'entre eux, ce sont les services offerts par le franchiseur - l'encadrement, le suivi, l'aide et l'assistance - qui vont les orienter vers l'entrepreneuriat en franchise. Le soutien du franchiseur et de son savoir-faire permet de « se jeter plus facilement à l'eau » en tant que futur franchisé.

D'ailleurs, 17 % des répondants mentionnent la facilité, la simplicité, la rapidité et le côté clés en main qu'offre le modèle économique de la franchise.

Se pose ensuite la question du revenu. Le chiffre d'affaires médian des franchisés poursuit sa contraction en 2013 avec 400 000 € contre 475 000 € en 2012. Le revenu individuel moyen annuel des franchisés enregistre un fléchissement en 2013 avec 32 700 € contre 34 500 € en 2012. Ce revenu provient à 87 % de l'activité (81 % en 2012) et à 11 % (16 % en 2012) d'un versement de dividendes. Les franchisés considèrent à 47 % (55 % en 2012) qu'ils gagnent mieux leur vie qu'un salarié et à 48 % (54 % en 2012) mieux qu'un commerçant isolé. Ceux qui ont sauté le pas ne regrettent rien - hormis le manque de moyens technologiques mis à leur disposition pour développer l'e-commerce (5,8/10). Leur note de satisfaction globale pour leur projet professionnel est de 7,1/10 car ils bénéficient de la notoriété d'un réseau tout en ayant une liberté d'action en tant qu'entrepreneur franchisé.

Source : *L'hôtellerie-restauration*, 5 février 2014, Hélène Binet

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	12/16

Tableau de gestion pour 2016								
	CA total		Hôtel		Restaurant		Petits-déjeuners	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Chiffre d'affaires HT								
Matières consommées						28 %		
Marge brute								
Charges de personnel								
Marge sur coût principal								
Frais généraux								
Résultat brut d'exploitation								
Coût d'occupation								
Résultat courant avant impôt								

Tableau de gestion pour 2015								
	CA total		Hôtel		Restaurant		Petits-déjeuners	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Chiffre d'affaires HT	1 390 258	100,0 %	920 859	100,0 %	348 985	100,0 %	120 414	100,0 %
Matières consommées	130 563	9,4 %	18 900	2,1 %	94 226	27,0 %	17 437	14,5 %
Marge brute	1 259 695	90,6 %	901 959	97,9 %	254 759	73,0 %	102 977	85,5 %
Charges de personnel	534 933	38,5 %						
Marge sur coût principal	724 762	52,1 %						
Frais généraux	348 568	25,1 %						
Résultat brut d'exploitation	376 194	27,1 %						
Coût d'occupation	237 480	17,1 %						
Résultat courant avant impôt	138 714	10,0 %						

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restaurant	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	13/16

Tableau de gestion pour 2016								
	CA total		Hôtel		Restaurant		Petits-déjeuners	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Chiffre d'affaires HT								
Matières consommées						28 %		
Marge brute								
Charges de personnel								
Marge sur coût principal								
Frais généraux								
Résultat brut d'exploitation								
Coût d'occupation								
Résultat courant avant impôt								

Tableau de gestion pour 2015								
	CA total		Hôtel		Restaurant		Petits-déjeuners	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Chiffre d'affaires HT	1 390 258	100,0 %	920 859	100,0 %	348 985	100,0 %	120 414	100,0 %
Matières consommées	130 563	9,4 %	18 900	2,1 %	94 226	27,0 %	17 437	14,5 %
Marge brute	1 259 695	90,6 %	901 959	97,9 %	254 759	73,0 %	102 977	85,5 %
Charges de personnel	534 933	38,5 %						
Marge sur coût principal	724 762	52,1 %						
Frais généraux	348 568	25,1 %						
Résultat brut d'exploitation	376 194	27,1 %						
Coût d'occupation	237 480	17,1 %						
Résultat courant avant impôt	138 714	10,0 %						

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	14/16

Données 2016

Hôtel	Valeur	Restaurant	Valeur	Petits-déjeuners	Valeur
Nombre de chambres disponibles		Nombre de places disponibles		Nombre de petits-déjeuners servis	
Nombre de chambres louées		Nombre de repas servis		Taux de captage clients hôtel	
Nombre de clients		Nombre de clients extérieurs		Prix moyen par petit-déjeuner	
Indice de fréquentation	1,3	Taux de fréquentation			
Taux d'occupation		Taux de captage clients hôtel	38 %		
Prix moyen par chambre		Prix moyen par couvert			
REVPAR					

Données 2015

Hôtel	Valeur	Restaurant	Valeur	Petits-déjeuners	Valeur
Nombre de chambres disponibles	21 900	Nombre de places disponibles	43 800	Nombre de petits-déjeuners servis	13 873
Nombre de chambres louées	14 800	Nombre de repas servis	16 228	Taux de captage clients hôtel	66,95 %
Nombre de clients	2 720	Nombre de clients extérieurs	8 081	Prix moyen par petit-déjeuner	8,68
Indice de fréquentation	1,4	Taux de fréquentation	37,05 %		
Taux d'occupation	67,58 %	Taux de captage clients hôtel	39 %		
Prix moyen par chambre	62,22	Prix moyen par couvert	21,50		
REVPAR	42,05				

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	15/16

Annexe B - Données commerciales 2015 et 2016

UN EXEMPLAIRE À RENDRE AVEC LA COPIE.

Données 2016

Hôtel	Valeur	Restaurant	Valeur	Petits-déjeuners	Valeur
Nombre de chambres disponibles		Nombre de places disponibles		Nombre de petits-déjeuners servis	
Nombre de chambres louées		Nombre de repas servis		Taux de captage clients hôtel	
Nombre de clients		Nombre de clients extérieurs		Prix moyen par petit-déjeuner	
Indice de fréquentation	1,3	Taux de fréquentation			
Taux d'occupation		Taux de captage clients hôtel	38 %		
Prix moyen par chambre		Prix moyen par couvert			
REVPAR					

Données 2015

Hôtel	Valeur	Restaurant	Valeur	Petits-déjeuners	Valeur
Nombre de chambres disponibles	21 900	Nombre de places disponibles	43 800	Nombre de petits-déjeuners servis	13 873
Nombre de chambres louées	14 800	Nombre de repas servis	16 228	Taux de captage clients hôtel	66,95 %
Nombre de clients	2 720	Nombre de clients extérieurs	8 081	Prix moyen par petit-déjeuner	8,68
Indice de fréquentation	1,4	Taux de fréquentation	37,05 %		
Taux d'occupation	67,58 %	Taux de captage clients hôtel	39 %		
Prix moyen par chambre	62,22	Prix moyen par couvert	21,50		
REVPAR	42,05				

Session 2017	EXAMEN : BTS Hôtellerie-Restauration	Durée	4 heures
	Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Coefficient	3
17NC-HRBEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	SUJET/Feuille	16/16

Annexe B - Données commerciales 2015 et 2016

UN EXEMPLAIRE À RENDRE AVEC LA COPIE.