

Brevet de Technicien Supérieur

# **HÔTELLERIE-RESTAURATION**

OPTION A - MERCATIQUE ET GESTION HÔTELIÈRE

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

*Durée : 5 heures*

*Coefficient : 7*

**Documents et matériels autorisés :**

- liste de comptes du plan comptable général, du plan comptable hôtelier,
- tables financières et statistiques,
- l'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé.

**Tout autre matériel est interdit.**

**Documents à rendre avec la copie :**

- Annexe A page 20/22
- Annexe B page 21/22
- Annexe C page 22/22

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Ce sujet comporte 22 pages numérotées dont 16 pages d'annexes.

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : <b>19NC-HRAEEJ</b>	Page 1/22

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

**« L'HOSTELLERIE SAINT-LOUIS »**

Le sujet comprend quatre dossiers. Ces dossiers peuvent être traités de façon indépendante mais pour une meilleure compréhension du cas, il est conseillé de les traiter dans l'ordre de présentation. Les durées mentionnées ci-dessous sont indicatives.

	Thèmes	Durée	Barème / 140	Pages
	Présentation de l'entreprise			3
<b>Dossier 1</b>	Les spécificités du tourisme en Nord Isère	0 h 45	20	4
<b>Dossier 2</b>	L'analyse de l'exploitation et de la situation financière	2 h 00	67	4
<b>Dossier 3</b>	L'élargissement de l'offre de service et l'obtention du label « Tourisme et Handicap » pour dynamiser l'activité	1 h 45	37	5 et 6
<b>Dossier 4</b>	La réorganisation interne liée à l'espace « détente bien-être »	0 h 30	16	6

<b>Annexe 1</b>	Les spécificités du tourisme en Nord Isère	7 et 8
<b>Annexe 2</b>	Fiche signalétique de « L'Hostellerie Saint-Louis »	9 et 10
<b>Annexe 3</b>	Comptes de résultat 2017 et 2018 de « L'Hostellerie Saint-Louis »	11 et 12
<b>Annexe 4</b>	Bilan au 31 décembre 2018 de « L'Hostellerie Saint-Louis »	13
<b>Annexe 5</b>	Le projet « Espace détente et bien-être »	14
<b>Annexe 6</b>	Le spa, un incontournable de l'hôtellerie	15 et 16
<b>Annexe 7</b>	Le label national Tourisme et Handicap	17 et 18
<b>Annexe 8</b>	Projet d'offre d'emploi	19

<b>Annexe A</b>	Tableau de gestion 2017 et 2018	20
<b>Annexe B</b>	Indicateurs commerciaux 2017 et 2018	21
<b>Annexe C</b>	Rentabilité du projet « Espace détente et bien-être »	22

**Avertissement : si le texte du sujet, celui des 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.**

## « L'HOSTELLERIE SAINT-LOUIS\*\*\* »

Situé à l'entrée de la ville de Vienne en Isère (38), « L'Hostellerie Saint-Louis » est un hôtel trois étoiles ouvert toute l'année. Il est proche de la nationale 7 qui mène à l'autoroute du soleil. Cet hôtel dispose de 80 chambres et d'un service de restauration d'appoint disponible 24 heures sur 24.

L'hôtel est fréquenté par une clientèle « individuelle affaires » en semaine, surtout de septembre à juin, laissant place à une clientèle familiale, les week-ends et en semaine d'avril à septembre.

En 2010, « L'Hostellerie Saint-Louis » a été entièrement rénovée pour être classée hôtel trois étoiles et proposer une offre de qualité qui mise sur la personnalisation de l'accueil et des prestations.

Cependant, monsieur Vincent TIGAMA, directeur de cet établissement, constate une baisse constante du taux d'occupation depuis deux ans. Dans le but de regagner des clients, il souhaite faire évoluer l'offre de service autour de deux axes : innover avec la création d'un espace « détente et bien-être » et obtenir le label « Tourisme et Handicap ».

Vous êtes un salarié impliqué de « L'Hostellerie Saint-Louis ». Votre parcours professionnel et votre formation en BTS Hôtellerie-Restauration vous permettent d'assister monsieur TIGAMA et de traiter les dossiers suivants :

- **Dossier 1** - Les spécificités du tourisme en Nord Isère.
- **Dossier 2** - L'analyse de l'exploitation et de la situation financière.
- **Dossier 3** - L'élargissement de l'offre de service et l'obtention du label « Tourisme et Handicap » pour dynamiser l'activité.
- **Dossier 4** - La réorganisation interne liée à l'espace « détente et bien-être ».

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : <b>19NC-HRAEEJ</b>	Page 3/22

## Dossier 1 - Les spécificités du tourisme en Nord Isère

« L'Hostellerie Saint-Louis » située sur l'axe Nord-Sud du pays viennois souffre depuis 2015 d'une diminution de la fréquentation. Le directeur souhaite accroître son chiffre d'affaires en dynamisant ses deux segments de clientèle : le tourisme d'affaires et le tourisme familial.

1.1 Définir le tourisme d'étape (ou tourisme de passage).

Le directeur souhaite une augmentation du taux d'occupation de son établissement. Pour cela il doit accentuer sa communication.

1.2 Quels acteurs privés et publics peuvent l'aider dans cette démarche (citer au minimum deux organismes privés et deux organismes publics) ? Indiquer pour chacun leur rôle.

1.3 En vous fondant sur les annexes 1 et 2, dans un développement structuré de 30 lignes maximum : présenter les principaux atouts touristiques de la région viennoise ; identifier les forces et les faiblesses de « L'Hostellerie Saint-Louis » ; conclure en proposant des actions à mettre en œuvre afin d'améliorer l'attractivité de l'établissement.

## Dossier 2 - L'analyse de l'exploitation et de la situation financière

Monsieur TIGAMA a pour objectif de trouver des pistes de développement afin d'enrayer la baisse d'activité. Il vous demande de procéder à une analyse complète de l'exploitation et de la situation financière de l'entreprise.

2.1 À partir de l'annexe 3, compléter le tableau de l'**annexe A** « Tableau de gestion 2017 et 2018 » pour l'exercice 2018. Justifier les calculs sur l'annexe.

2.2 À l'aide des annexes 2 et 3, compléter le tableau de l'**annexe B** « Indicateurs commerciaux 2017 et 2018 » pour l'exercice 2018.

2.3 À partir du bilan de l'annexe 4, calculer le Fonds de Roulement Net Global (FRNG), le Besoin en Fonds de Roulement Exploitation (BFRE), le Besoin en Fonds de Roulement Hors Exploitation (BFRHE) et la Trésorerie Nette (TN). Justifier l'ensemble des calculs en établissant synthétiquement un bilan fonctionnel.

2.4 Commenter de manière structurée l'exploitation de « L'Hostellerie Saint-Louis » et sa situation financière au 31 décembre 2018.

Suite à votre étude, monsieur TIGAMA souhaite réaliser un investissement fin 2019 : un espace « détente et bien-être » (sauna, hammam, salle de remise en forme). Il vous communique dans l'annexe 5 les différents éléments relatifs à ce projet.

Monsieur TIGAMA cherche en premier lieu à évaluer l'opportunité de réaliser ce projet d'investissement sachant qu'en 2019 la trésorerie de « L'Hostellerie Saint-Louis » devrait permettre de financer la totalité du projet.

2.5 Compléter le tableau de calcul de flux de trésorerie (**annexe C**) pour l'année 2020. Justifier vos calculs sur votre copie.

2.6 Calculer la valeur actuelle nette du projet avec un taux d'actualisation de 10 % (**annexe C**). Conclure sur l'opportunité de réaliser ce projet d'investissement.

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : 19NC-HRAEEJ	Page 4/22

## **Dossier 3 - L'élargissement de l'offre de service et l'obtention du label « Tourisme et Handicap » pour dynamiser l'activité**

En accord avec le service comptable, la mise en place d'une offre « Détente et bien-être » doit permettre d'élargir l'offre de services en ouvrant un espace (250 m<sup>2</sup>) qui serait équipé d'un sauna, d'un hammam et d'une salle de remise en forme (vélo, rameur, tapis de marche, haltères...) donnant sur la terrasse arborée avec vue sur le fleuve. Le spa sera conçu dans un espace zen constitué d'éléments naturels végétaux et minéraux pariant sur la simplicité et une ambiance invitant à la douceur. Des produits naturels pour soins du corps seront également proposés à la clientèle. Les horaires d'ouverture seront de 6h30 à 22h30, 7 jours/7 et toute l'année. Enfin, cet espace « Détente et bien-être » sera aménagé pour être accessible à la clientèle à mobilité réduite.

Vous êtes sollicité(e) pour aider monsieur TIGAMA à développer cette nouvelle offre (annexe 6).

**3.1** Quels sont les atouts d'un espace détente pour un établissement comme « L'Hostellerie Saint-Louis » ?

Selon des études récentes une grande majorité des clients sélectionnent leur hôtel en fonction de la présence ou non d'un spa.

**3.2** Quelles motivations poussent le consommateur à sélectionner son hôtel en fonction de la présence ou non d'un spa ? Expliciter votre réponse en définissant la notion de motivation en vous appuyant sur une classification de votre choix.

Pour mettre en avant ce nouveau service au sein de l'établissement, vous concevez un outil d'aide à la vente de cette nouvelle prestation.

**3.3** Dresser un argumentaire commercial qui pourra être utilisé par le personnel chargé de commercialiser cette offre en la déployant sur les différents supports de communication utilisés par l'établissement (site internet, etc.). Pour ce faire, proposer trois caractéristiques et les avantages correspondants.

L'ouverture de l'espace « détente et bien-être » est prévue début janvier 2020. Vous êtes chargé d'organiser l'inauguration qui est programmée le 10 janvier 2020 à 18 heures 30. Vous disposez d'un budget de 4 700 €.

Le directeur de l'établissement vous demande de lancer toutes les invitations par e-publipostage.

**3.4** Identifier les invités potentiels de l'e-publipostage.  
Dégager les intérêts et les limites de l'utilisation de cet outil.

Lors de l'examen du portefeuille clients pour préparer l'e-publipostage, vous avez constaté que le segment « tourisme famille » connaît depuis deux ans une croissance de + 5 % sur la période d'avril à septembre.

Pour développer ce segment, monsieur TIGAMA souhaite proposer un forfait de 2 nuitées en proposant une activité culturelle et/ou sportive dans la ville. Une séance pour deux personnes à l'espace « Détente et bien-être » sera offerte durant le séjour.

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : <b>19NC-HRAEEJ</b>	Page 5/22

- 3.5** Identifier les prestations indispensables à la conception de ce forfait.  
Détailler son contenu en proposant des exemples.

Avec ce nouvel espace « Détente et bien-être » accessible aux personnes à mobilité réduite et les 5 chambres déjà aménagées, monsieur Vincent TIGAMA pense pouvoir obtenir le label « Tourisme et Handicap ». Il vous demande de travailler sur cette démarche.

- 3.6** À partir de l'annexe 7, décrire la procédure de labellisation.

## **Dossier 4 - La réorganisation interne liée à l'espace « détente et bien-être »**

Monsieur Vincent TIGAMA entend profiter de l'ouverture de l'espace « Détente et bien-être » pour réorganiser l'équipe de la réception.

Il envisage d'embaucher en tant que réceptionniste un jeune diplômé de BTS Hôtellerie-Restauration en remplacement de madame LARA, en poste actuellement en réception. Monsieur TIGAMA souhaite rédiger à cet effet une offre d'emploi.

Madame LARA est liée à « L'Hostellerie Saint-Louis » par un contrat à durée indéterminée mentionnant la fonction de « réceptionniste ». Elle perçoit, à titre de salaire, un montant fixe et une prime versée trimestriellement.

Monsieur TIGAMA envisage de confier à madame LARA un poste d'assistante administrative comprenant la gestion de l'espace « détente et bien-être » (commercialisation de l'espace, gestion des réservations, accueil des clients, suivi des prestataires et fournisseurs) ainsi que diverses tâches administratives relatives à la gestion du personnel, à l'obtention et à la mise en place du label « Tourisme et Handicap ». Elle percevrait alors une rémunération fixe.

Monsieur TIGAMA vous demande de répondre aux questions suivantes :

- 4.1** Présenter deux avantages et deux inconvénients à procéder à un recrutement interne pour ce poste d'assistante administrative.
- 4.2** En cas de litige avec madame LARA quelle sera la juridiction compétente ?
- 4.3** Dans l'hypothèse d'un conflit potentiel avec Madame LARA, pour quelles raisons monsieur TIGAMA pourrait-il avoir intérêt à conclure avec elle une rupture conventionnelle ?
- 4.4** En annexe 8, vous trouverez le projet d'offre d'emploi rédigé par monsieur TIGAMA. Cette proposition respecte-t-elle les règles juridiques en vigueur ? Justifier votre réponse.

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : <b>19NC-HRAEEJ</b>	Page 6/22



### Sa situation géographique, son histoire, ses traditions

Le Pays viennois est composé de 18 communes qui rassemblent plus de 66 000 habitants ; il siège de part et d'autre du Rhône, au sud de Lyon.

Ce territoire occupe une situation privilégiée au sein de la région Rhône-Alpes. En effet, il s'ouvre aisément à l'est sur les Alpes et le Jura, et bénéficie des influences méridionales de la Drôme et de l'Ardèche. Traversé par l'autoroute A7, il reste la première étape incontournable et véritable porte d'entrée sur le soleil du sud...

De plus, la ville de Vienne bénéficie d'une position stratégique de carrefour, à proximité des grands axes de communication Nord/Sud et Est/Ouest. Elle est ainsi proche des grandes agglomérations telles que Lyon (20 mn), Valence (45 mn), Saint-Etienne (45 mn), Grenoble (1 h).

Labellisée « Ville d'Art et d'Histoire » depuis 1990 par le Ministère de la Culture et de la Communication, la ville de Vienne partage avec ses visiteurs la richesse de son patrimoine et sa qualité de vie.

Le patrimoine, les sites incontournables à découvrir (monuments, musées, parcs et jardins...), mais aussi toute activité praticable dans la commune même font de Vienne une ville attrayante.

Vienne possède un patrimoine archéologique datant de l'Empire Romain (du I<sup>er</sup> siècle avant JC au III<sup>ème</sup> siècle après JC), l'un des plus riches de France.

Il est agréable de flâner dans le centre historique (parcours touristique urbain « Les Visages de Vienne »), où les vestiges du passé se conjuguent avec une vie commerciale active et une activité culturelle intense : festival international de jazz, festival de l'humour, festival du polar...

### Les forces et faiblesses de la ville

#### ▪ Situation :

- une situation centrale en région Rhône-Alpes,
- un positionnement stratégique au cœur des grandes industries (vallée de la chimie...),
- un carrefour de communication (routière, ferroviaire, aérienne),
- un territoire qui se retourne progressivement vers son fleuve.

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : <b>19NC-HRAEEJ</b>	Page 7/22

### ▪ Hébergement :

Une offre hôtelière complète allant de l'hôtel 1 étoile à 4 étoiles (hôtel de la Pyramide) avec des établissements indépendants qui misent sur la personnalisation de l'accueil et des prestations.

L'ensemble de ces hébergements cherche à mettre en valeur le patrimoine et l'authenticité du territoire.

Cependant, le Pays viennois est un territoire sous influence de l'agglomération lyonnaise (périurbanisation) avec des axes de communication orientés nord/sud avec l'autoroute A7 et un accès difficile vers Grenoble (préfecture du département).

De plus, il n'existe pas d'offre d'hébergements innovants sur le territoire.

### **Les activités pratiquées par les touristes sont les suivantes :**

- la proximité de nombreuses industries, de l'aéroport et du centre d'exposition international Eurexpo ainsi que de la ville de Lyon sont autant d'atouts pour le tourisme d'affaires.
- Vienne, ville étape, permet aux touristes de s'arrêter, visiter les sites historiques (*la Cathédrale Saint Maurice, la voie romaine, le théâtre antique, les halles, le patrimoine du moyen-âge, le Temple d'Auguste et de Livie, le musée Gallo-Romain...*) puis de repartir vers leur destination finale, plus au sud.
- les salons des vins régionaux attirent aussi une clientèle ponctuelle : Condrieu, Côte Rôtie, Saint Joseph...
- le festival de jazz, de renommée internationale et la venue des vedettes attirant en été de nombreux touristes donnent une image et une notoriété internationale à la ville de Vienne.

La ville de Vienne aménage également les sites de visites à faire à pied, en petit train touristique, ou par bateau pour découvrir l'architecture et la vallée du Rhône. La mairie met en place de nouveaux concepts de visite : une scénographie urbaine en incorporant la pratique culturelle avec de la détente, du repos, des loisirs et la possibilité d'effectuer des achats auprès des nombreux commerces de la ville et de son grand marché du samedi matin.

Une reconquête des quais du Rhône pour la déambulation et la promenade, après l'aménagement du port permet d'accueillir des bateaux de croisières fluviales.

Les nouvelles activités se mettant en place sur le site sont la ViaRhôna, piste cyclable de Genève à Marseille, une voie en cours d'aménagement, fréquentée essentiellement par des cyclistes venant de France et des pays limitrophes : Belgique, Pays-Bas, Suisse.

Source : document d'auteur

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : <b>19NC-HRAEEJ</b>	Page 8/22

## Présentation de l'hôtel

### • **Localisation**

- Situé à l'entrée du centre ville, Place Saint-Louis à Vienne (38200), « L'Hostellerie Saint-Louis » est proche des monuments antiques, des commerces de la ville et des restaurants.
- Placé au carrefour reliant les axes autoroutiers Nord/Sud.
- La gare ferroviaire est à 10 minutes à pied.
- Situé à 40 minutes de l'aéroport Saint-Exupéry.

### • **Hébergement**

Nombre de chambres : **80** (dont 5 pour personnes à mobilité réduite)

- 100% espace sans tabac.
- Chambres communicantes : 5.
- Nombre total de chambres famille : 30.
- Nombre total de suites : 5.

### • **Les tarifs 2017**

Chambre 1 ou 2 personnes	<b>79 euros</b>
Chambre 3 personnes	<b>91 euros</b>
Chambre 4 personnes	<b>102 euros</b>
Petit déjeuner adulte	<b>9 euros</b>
Petit déjeuner enfant	<b>4,5 euros</b>
Parking fermé	<b>8 euros</b>
Parking aérien	<b>5 euros</b>

### • **Le restaurant**

- Bar ouvert 24/24 h. Il est possible d'obtenir de la petite restauration type snacking à consommer sur place (au bar ou à table) ou à emporter en chambre.
- La restauration est servie exclusivement à la clientèle de l'hôtel.

### • **Le petit déjeuner**

- Il n'est servi qu'aux clients de l'hôtel.

### • **Les services**

- Personnel présent 24/24 h.
- Accès WIFI gratuit dans tout l'hôtel.
- Parking payant : parking souterrain de 20 places et parking privatif de 15 places louées par l'hostellerie, à proximité (loyer annuel de 5 050 euros en 2018).

## Annexe 2 (suite) - Fiche signalétique de « L'HOSTELLERIE SAINT-LOUIS »

L'analyse de nos clientèles montre les chiffres suivants pour les exercices 2017 et 2018.

Pays d'origine	Nombre de chambres vendues		Nombre de clients	
	2017	2018	2017	2018
USA	91	68	109	86
Italie	145	72	240	103
Suisse	81	60	132	106
Espagne	119	75	197	122
Pays-Bas	152	120	246	187
Grande Bretagne	200	160	339	273
Allemagne	222	175	155	309
Belgique	224	202	410	381
France	17 031	14 926	23 236	20 802
Autres pays	141	181	426	259
	<b>18 406</b>	<b>16 039</b>	<b>25 490</b>	<b>22 628</b>

La fréquentation de l'hôtel est répartie de la manière suivante :

- tourisme d'affaires : les plus fortes fréquentations sont les mois d'hiver,
- tourisme de loisirs et de passage : les plus fortes fréquentations sont à partir du mois d'avril jusqu'au mois de septembre.

La situation géographique de l'hôtel à l'entrée de la ville, sur un carrefour, proche de l'autoroute et des différents axes de communication lui permet d'avoir des réservations de dernière minute comme le montre le tableau d'occupation des chambres.

### Occupation des chambres à partir du 01/01/2018

Mois	Nombre de chambres louées 3 jours avant	Nombre de chambres louées	T.O. (en %)
Janvier	275	1 168	47,10
Février	326	948	42,32
Mars	278	1 087	43,83
Avril	511	1 430	59,58
Mai	276	1 546	62,34
Juin	237	1 774	73,92
Juillet	422	1 345	54,23

Les principales difficultés que rencontre l'hôtel sont :

- le nombre de places de parking qui est insuffisant et l'accès au parking privatif qui est difficile ;
- sa proximité du carrefour qui atténue son charme ;
- sa signalétique qui est peu visible par les touristes de passage.

**Annexe 3 - Comptes de résultat 2017 et 2018 de  
« L'Hostellerie Saint-Louis »**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>Produits d'exploitation</b>		
Ventes de marchandises	-	-
Production vendue	1 407 328	1 540 574
Production stockée	-	-
Production consommée (1)	9 374	9 300
Subventions d'exploitation	-	
Autres produits (2)	51	48
<b>Total I</b>	<b>1 416 753</b>	<b>1 549 922</b>
<b>Charges d'exploitation</b>		
Achats de marchandises	-	-
Variation des stocks (marchandises)	-	-
Achats des denrées et boissons	54 875	55 787
Variation des stocks de denrées et boissons	- 836	25
Achats de produits d'accueil	27 535	27 812
Variation de stocks de produits d'accueil	172	213
Autres achats et charges externes (3)	197 835	228 894
Impôts, taxes et versements assimilés	33 016	41 709
Charges de personnel	482 108	508 390
Dotations aux amortissements	225 437	265 783
Autres charges	102 602	92 171
<b>Total II</b>	<b>1 122 744</b>	<b>1 220 784</b>
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>294 009</b>	<b>329 138</b>
Produits financiers	-	-
Charges financières (4)	170 996	190 226
<b>RÉSULTAT COURANT AVANT IMPOTS</b>	<b>123 013</b>	<b>138 912</b>
Produits exceptionnels	803	-
Charges exceptionnelles	113	121
Impôts sur les bénéfices	34172	35 207
<b>BÉNÉFICE OU PERTE</b>	<b>89 531</b>	<b>103 584</b>

(1) avantages en nature et prestations offertes du restaurant

(2) à déduire des charges financières dans le calcul des coûts d'occupation

	2018	2017
(3) dont loyers	5 050	4 518
(4) dont commissions sur moyens de paiement	6 656	7 349

**Annexe 3 (suite) - Comptes de résultat 2017 et 2018  
de « L'Hostellerie Saint-Louis »**

Prestations	<b>2018</b>	<b>2017</b>
Prestations restauration	75 348	74 456
Dont prestations bar*	10 058	12 006
Prestations petits déjeuners	143 533	149 781
Prestations hébergement	1 135 851	1 264 763
Prestations diverses (téléphone, garage...)	52 596	51 574
<b>TOTAL</b>	<b>1 407 328</b>	<b>1 540 574</b>

\* Les prestations bar sont des boissons consommées sans nourriture.

**Annexe 4 - Bilan au 31 décembre 2018**  
**de « L'Hostellerie Saint-Louis »**

Actif	Brut	Amort. et dép.	Net	Passif	Net
<b>ACTIF IMMOBILISÉ</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
<u>Immob. Incorporelles</u>				Capital social	10 000
Frais d'établissement	104 000	82 333	21 667	Réserve légale	1 000
Concessions, brevets	8 000		8 000	Autres réserves	87 937
Autres immob. incorp.	543 790	37 191	506 599	Report à nouveau	0
<u>Immob. Corporelles</u>				Résultat de l'exercice	89 531
Constructions	5 000 000	700 000	4 300 000		
Installations techniques	18 826	13 203	5 623		
Autres immob. corp.	127 237	61 174	66 063		
				<b>TOTAL I</b>	<b>188 468</b>
<u>Immob. financières</u>				Provisions pour risques	0
Participations	1 022		1 022		
				<b>TOTAL II</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL I</b>	<b>5 802 875</b>	<b>893 901</b>	<b>4 908 974</b>		
<b>ACTIF CIRCULANT</b>				<b>DETTES</b>	
<u>Stock et en-cours</u>	8 163		8 163	Emprunts auprès étab de crédit (4)	3 271 741
Matières premières				Emprunts et dettes financ. (5)	1 409 018
<u>Créances</u>				Avances et acomptes reçus	14 038
Clients et cptes rattachés	20 790		20 790	Fournisseurs	74 403
Autres créances (1)	3 224		3 224	Dettes fisc. et sociales (6)	49 590
<u>Val. mobil. de placement (2)</u>	30 000		30 000	Dettes sur immobilisations	0
<u>Disponibilités</u>	35 379		35 379	Autres dettes (7)	2 405
Charges const. d'avance (3)	3 133		3 133	Produits const. d'avance	0
<b>TOTAL II</b>	<b>100 689</b>		<b>100 689</b>	<b>TOTAL III</b>	<b>4 821 195</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>5 903 564</b>	<b>893 901</b>	<b>5 009 663</b>	<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	<b>5 009 663</b>

- (1) Dont 1 050 € en hors exploitation.  
(2) et (7) À considérer comme hors exploitation.  
(3) À considérer comme exploitation.  
(4) Dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque : 1 500 €.  
(5) Il s'agit de comptes courants d'associés bloqués.  
(6) Dont 34 172 € d'impôt sur les bénéfices (hors exploitation).

## Annexe 5 - le projet « Espace détente et bien-être »

Le marché du bien-être est porteur et n'est pas frappé par la crise. En effet, l'angoisse et le stress générés par la situation économique renforcent la recherche de bien-être. Peu d'établissements sont équipés dans la région : seuls des hôtels 4 et 5 étoiles situés sur Lyon (entre 30 et 40 kms) le sont. Monsieur TIGAMA estime qu'il y a une possibilité de récupérer une partie de cette clientèle, mais aussi de se différencier et de fidéliser la clientèle existante.

1 – Montant de l'investissement à réaliser fin 2019

Sauna – Hammam	: 22 676 € HT
Equipements de la salle de remise en forme	: 15 000 € HT
Aménagements	: <u>55 000 € HT</u>
Total	: 92 676 € HT

2 – Les immobilisations seront amorties linéairement sur 10 ans.

3 – Ce projet entraînera le déplacement de 2 vestiaires du personnel qui prendront la place de 2 chambres. Le CA de ces chambres sera donc perdu. Pour 2020, il est estimé que 100 chambres seront perdues chaque année. Le prix de vente HT d'une chambre prévu en 2020 est de 92 €.

4 – L'objectif de monsieur TIGAMA est, hormis de fidéliser la clientèle existante, d'attirer une nouvelle clientèle. Il vous transmet les informations suivantes correspondant à des hypothèses moyennes.

Années	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Nombre de prestations « bien-être » vendues par jour	3	4	5	6	6	6
Nombre de chambres supplémentaires vendues par jour	0,7	0,8	0,9	1	1	1

5 – Le prix de la prestation « bien-être » pour 2020 et 2021 sera de 15 € HT.

6 – On considérera que l'établissement est ouvert 365 jours par an.

7 – Le montant HT des charges fixes annuelles d'exploitation découlant de ce projet sont les suivantes :

- charges de personnel : 8 400 €,
- eau, électricité : 3 000 €,
- maintenance : 850 €,
- communication : 4 700 € (la première année seulement),
- imprévus : 1 000 €.

8 – Le taux de l'impôt sur les bénéfices à utiliser s'élève à 28 % en 2020. On fait l'hypothèse que l'établissement sera globalement bénéficiaire pour les années à venir et, dans un souci de simplification, le résultat courant avant impôts est assimilé au résultat fiscal.

## Annexe 6 - Le spa, un incontournable de l'hôtellerie

Répondant à la demande florissante de bien-être de la part des consommateurs, le spa s'est imposé dans l'industrie hôtelière pour devenir aujourd'hui un incontournable des catégories haut de gamme et luxe, notamment sur le segment loisirs. Si les professionnels reconnaissent l'impact positif d'un tel investissement sur l'activité des établissements, la rentabilité et l'optimisation des revenus restent la principale préoccupation des hôteliers, qui doivent apprendre à gérer une nouvelle activité avec un personnel adapté.

[...] En favorisant la montée en gamme des établissements, la nouvelle classification a entraîné la multiplication de l'offre de bien-être dans l'industrie, désormais considérée comme un élément clé de différenciation par les professionnels. Actuellement, l'Hexagone dispose d'un réseau d'environ 9 000 spa, dont près de 400 sont installés au sein d'infrastructures hôtelières. Sur le seul segment cinq étoiles, près de 46% des établissements en sont équipés. [...] La tendance à l'augmentation de l'offre de spas dans l'hôtellerie devrait se poursuivre au cours des prochaines années et suivre l'évolution du tourisme de bien-être, qui devrait continuer à se développer jusqu'en 2021, dans le monde et en France, selon les experts. *« L'utilisation des spas dans les hôtels augmente depuis quelques années et ces derniers ne sont plus uniquement utilisés comme un endroit pour séjourner, mais plutôt comme un endroit pour se sentir bien. Les spas n'en sont qu'à leurs débuts en terme de développement de l'offre et font désormais partie des moyens mis à la disposition des hôteliers pour attirer de nouveaux clients, en faisant partie intégrante de l'expérience hôtelière »*, explique Anna Bjurstam, Vice-Présidente Six Senses Spas, qui dispose d'un réseau international de 27 instituts.

Si la tendance concerne principalement les segments haut de gamme et luxe, Aldina Duarte Ramos, présidente de l'association SPA-A, remarque que l'offre des spas hôteliers tend à se démocratiser en France comme à l'étranger : *« aujourd'hui, les hôtels se dotent de plus en plus de l'offre de service spa. Si ce service est presque automatiquement proposé dans l'hôtellerie quatre et cinq étoiles, nous retrouvons également une offre similaire dans des établissements trois étoiles, dans des résidences de tourisme, ainsi que dans des campings »*. La démocratisation du bien-être dans l'hôtellerie trois étoiles correspond notamment au développement du marché des hôtels de charme et boutiques.

Plusieurs raisons expliquent l'engouement actuel des professionnels pour l'offre de spa dans l'hôtellerie, et sa déclinaison sur différents marchés et segments de l'hébergement touristique. Une telle installation représente dans un premier temps un solide outil de différenciation pour les établissements désireux de se démarquer de leurs concurrents, et leur permet de proposer un service plus complet à leurs clients. C'est notamment ce qu'explique Anna Bjurstam : *« les avantages des spa pour les hôteliers sont infinis. Avec de*

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière	Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : 19NC-HRAEEJ Page 15/22

## Annexe 6 (suite) - Le spa, un incontournable de l'hôtellerie

*tels équipements, ces derniers sont en mesure de toucher leurs clients d'une nouvelle façon, comme aucun autre département de l'établissement n'est en mesure de le faire ». Mais les spas répondent avant tout à une demande grandissante des consommateurs du XXI<sup>e</sup> siècle, plus attentifs à leur bien-être personnel et davantage à la recherche de plénitude et de sérénité. Plusieurs études réalisées au cours des dernières années ont ainsi montré qu'une grande majorité des clients sélectionnent l'hôtel dans lequel ils vont séjourner en fonction de la présence ou non d'un spa et du type d'institut. Ouvrir un espace entièrement dédié au bien-être permet ainsi aux hôteliers de renforcer leur clientèle et d'en attirer de nouvelles, pas seulement hôtelières mais aussi externes. Les spas sont aujourd'hui un véritable levier pour la fréquentation et l'activité hôtelière, améliorant les taux d'occupation ainsi que la satisfaction des clients, dont leur fidélité. « La présence de spas dans les établissements hôteliers est clairement un levier pour les réservations, sans compter qu'elle joue énormément sur l'image des hôtels auprès des consommateurs. Ceci a donc tout naturellement des conséquences directes sur les taux d'occupation et les prix moyens. Nous observons également que la clientèle des spas est plus nombreuse sur le segment loisirs que sur le marché affaires, concernant ainsi des consommateurs prêts à réserver des chambres plus spacieuses plutôt que des standards », analyse Aldina Duarte Ramos. (...)*

D'autres établissements vont au-delà de la simple proposition de soins spécifiques et repensent le concept dans son ensemble, à l'image du Best Western Plus Celtic Hotel & Spa de Carnac qui a choisi de se positionner sur un modèle low-cost, trois étoiles, en raison de la concurrence d'une thalasso quatre étoiles située à proximité. L'établissement propose ainsi des soins de qualité à des prix attractifs, sous un format familial et proche du client. « Il ne faut surtout pas penser que le spa est un produit réservé à l'hôtellerie haut de gamme, mais le démocratiser. Nous revendiquons le concept de spas low-cost et sommes restés volontairement sur ce marché trois étoiles », explique Daniel Richard, directeur de l'hôtel, montrant que l'industrie du spa dans l'hôtellerie dispose encore d'une multitude d'opportunités de développement.

Source : [hospitality-on.com/](http://hospitality-on.com/)

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : <b>19NC-HRAEEJ</b>	Page 16/22

## Annexe 7 - Le label national Tourisme et Handicap



Rhône-Alpes Tourisme et ses partenaires institutionnels mettent en place des actions pour relayer la communication des sites labellisés rhônalpins.

### Le label national : objectif et démarche d'obtention

Le label Tourisme et Handicap a été créé en 2001 par le Secrétaire d'État en charge du Tourisme pour donner aux personnes en situation de handicap une information fiable et objective sur l'accessibilité des sites et des équipements touristiques par la prise en compte des quatre types de handicap (moteur, visuel, auditif, mental).

- *Une information fiable et vérifiée*

Le label T & H est une réponse à la demande des personnes en situation de handicap qui veulent pouvoir choisir leurs activités, partir seules, en famille ou entre amis, comme tout le monde et avec tout le monde. En effet, très vite il est apparu qu'il n'était pas possible de se baser sur l'information déclarative, car elle n'était pas fiable. Le label est donc aujourd'hui, un outil concret, opérationnel offrant une image de qualité sur le plan de la communication.

- *Des professionnels qui s'engagent*

Le label T & H concerne les professionnels qui souhaitent ouvrir leurs sites à une clientèle plus large. Il est un moyen de valoriser leurs efforts en matière d'accessibilité et d'accueillir des clientèles en situation de handicap. Il s'adresse aux hébergements, établissements de restauration, sites touristiques et de loisirs et espaces d'accueil et d'information tels que les Offices du Tourisme et Syndicats d'Initiative.

- *3 étapes pour une charte*

Pour débiter, la structure s'adresse à Rhône-Alpes Tourisme et remplit une demande de label qui permet d'apprécier l'état d'accessibilité de l'équipement. Suite à cette démarche, il peut être demandé aux professionnels de mettre en conformité du référentiel des points qui apparaîtraient en décalage avec le cahier des charges techniques. Un accompagnement peut être obtenu pour atteindre les exigences du label.

Il reçoit ensuite la visite d'un binôme d'évaluateurs qualifiés, chargé de réaliser un diagnostic à partir du référentiel national concerné. Les conclusions sont consignées dans un rapport transmis à la Commission Régionale de Pré-labellisation pour analyse et vérification.

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière	Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : 19NC-HRAEEJ Page 17/22

## Annexe 7 (suite) - Le label national Tourisme et Handicap

Les dossiers ayant obtenu un avis favorable de la Commission Régionale de Prélabellisation sont transférés à la Commission Nationale qui accorde le label pour 1, 2, 3 ou 4 déficiences. L'association Tourisme et Handicap envoie ensuite une charte d'engagement du labellisé à signer, contrat d'obligations garantissant l'accueil et la préservation de l'accessibilité permanente du site.

Le label national « Tourisme et Handicap » peut alors être accordé pour deux, trois ou quatre familles de handicap (moteur, mental, auditif, visuel).

Le label est attribué pour une durée maximale de cinq ans, les sites labellisés reçoivent alors une « charte d'engagement du labellisé », contrat d'obligations d'une durée de 5 ans, garantissant l'accueil et la préservation de l'accessibilité permanente du site. Un exemplaire doit être redonné à ATH pour valider l'engagement dans un délai maximal de 2 mois. Tant que ce document n'est pas signé et transmis à ATH, aucune communication du site concerné ne peut être effectuée.

Ce document est accompagné d'un bon de commande proposant une plaque signalétique à apposer sur le site. Chaque handicap pour lequel l'établissement a reçu la labellisation est associé à un pictogramme particulier. Ce visuel est à louer (200 euros HT pour 5 ans) auprès de l'association « Tourisme et Handicap »

L'acquisition de la plaque est vivement recommandée, elle représente pour les touristes handicapés le gage d'un accueil de qualité et de l'accessibilité de l'équipement.

Au terme des 5 ans, le label est renouvelable par avenant après contrôle du maintien des critères d'accueil et d'accessibilité. En cas de non-respect des obligations définies dans la charte d'engagement du labellisé, le label peut être retiré et la plaque devra être restituée par l'organisme concerné.

Source : RHONE ALPES TOURISME  
MITRA – Mission d'Ingénierie Touristique en Rhône-Alpes  
Site internet : <http://pro.rhonealpes-tourisme.com>

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : <b>19NC-HRAEEJ</b>	Page 18/22

## Annexe 8 - Projet d'offre d'emploi

### **L'hostellerie Saint-Louis recrute**

*Description du poste : Réceptionniste*

*Profil recherché*

- ✓ *Femme ;*
- ✓ *Excellente présentation ;*
- ✓ *18 – 24 ans ;*
- ✓ *Maîtrise de l'outil informatique (VEGA) ;*
- ✓ *Pratique de l'anglais indispensable ;*
- ✓ *Sans enfants ;*
- ✓ *En bonne condition physique ;*
- ✓ *Disponible, réactive et consciencieuse ;*

*Poste à pourvoir en CDI pour une prise de poste dès que possible.*

*Poste nourri, non logé*

*Salaire selon expérience.*

*Contact : Hostellerie Saint Louis  
vincent.tigama@hostelleriestlouis.fr*

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière	Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : 19NC-HRAEEJ Page 19/22

*Exemplaire à rendre avec la copie.*

**ANNEXE A - TABLEAU DE GESTION 2017 et 2018**

<b>TABLEAU DE GESTION DE L'HOTELLERIE SAINT-LOUIS 2017 et 2018</b>																						
ÉTABLISSEMENT				RESTAURANT (1)			HÉBERGEMENT			DIVERS (2)												
	2018		2017	2018		2017	2018		2017	2018		2017										
	Montants	%	%	Montants	%	%	Montants	%	%	Montants	%	%										
Chiffre d'affaires		100,00 %	100 %		100,00 %	100 %		100,00 %	100 %	52 596	100,00 %	100 %										
Matières consommées			4,8 %			20,7 %			2,2 %	0	0,00 %	0 %										
<b>Marge brute</b>			95,2 %			79,3 %			97,8 %	52 596	100,00 %	100 %										
Coût du personnel			33,0 %	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"><i>Justification des calculs pour 2018</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Matières consommées restaurant</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Matières consommées hébergement</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Frais généraux</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coûts d'occupation</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>									<i>Justification des calculs pour 2018</i>		Matières consommées restaurant		Matières consommées hébergement		Frais généraux		Coûts d'occupation	
<i>Justification des calculs pour 2018</i>																						
Matières consommées restaurant																						
Matières consommées hébergement																						
Frais généraux																						
Coûts d'occupation																						
<b>Marge sur coût principal</b>			62,2 %																			
Frais généraux			23,7 %																			
<b>Résultat brut d'exploitation</b>			38,4 %																			
Coût d'occupation			29,4 %																			
<b>Résultat courant avant impôts</b>			9,0 %																			

(1) Y compris les prestations petits déjeuners et celles du bar.

(2) Prestations garage, téléphone...

BTS Hôtellerie-Restauration - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : 19NC-HRAEEJ	Page 20/22

*Exemplaire à rendre avec la copie.*

**ANNEXE B - INDICATEURS COMMERCIAUX 2017 et 2018**

<b>Indicateurs</b>	<b>Résultats année 2018</b>	<b>Justification</b>	<b>Résultats année 2017</b>
Taux d'occupation			63,03 %
Indice de fréquentation			1,38
Prix moyen chambre			68,71 €
REVPAR			43,31 €
Taux de captage PDJ			77,21 %
Prix moyen PDJ			7,61 €
Ticket moyen du restaurant			13,20 €
Taux de captage repas client hôtel			18,56 %

**Renseignements complémentaires**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>
Nombre de jours d'ouverture	365	365
Nombre de petits déjeuners servis aux clients de l'hôtel	17 421	19 680
Nombre de clients du restaurant (il n'y a pas de clientèle extérieure)	4 065	4 731

BTS Hôtellerie-Restaurant - Option A - Mercatique et gestion hôtelière		Session 2019
<b>U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</b>	Code : <b>19NC-HRAEEJ</b>	Page 21/22

*Exemplaire à rendre avec la copie.*

**Annexe C - Rentabilité du projet « Espace détente et bien-être »**

**TABLEAU DE CALCUL DES FLUX DE TRÉSORERIE**  
*Arrondir à l'euro le plus proche.*

	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
CA bien-être						
CA chambres supplémentaires						
CA chambres perdues						
<b>CA TOTAL</b>						
Charges variables (*)	1 866					
Charges fixes						
<b>RBE</b>						
Dotations						
<b>RCAI</b>						
Impôt/bénéfices						
<b>Résultat net</b>						
Dotations						
<b>Flux net de trésorerie</b>		<b>20 103</b>	<b>24 511</b>	<b>30 059</b>	<b>30 059</b>	<b>30 059</b>

VAN à 10 %

(\*) tiennent compte de l'économie de charges variables sur les chambres non vendues.