

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 :

- liste des comptes du plan comptable hôtelier ou du plan comptable général,
- 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 13/17
- Annexe B page 14/17
- Annexe C page 15/17
- Annexe D page 15/17
- Annexe E page 16/17
- Annexe F page 17/17

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet se compose de 17 pages numérotées dont 12 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.

BTS Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service		Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : 19NC-HRBEEJ	Page 1/17

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

Le « Domaine de La Ribaudy »

Le sujet comprend trois dossiers qui peuvent être traités de manière indépendante. Les temps précisés sont indicatifs.

	Thème	Durée	Barème / 60	Pages
	Présentation de l'entreprise			3
Dossier 1	Diagnostic sur le tourisme dans la région de Tain l'Hermitage	0 h 50	12	4
Dossier 2	Analyse de l'exploitation	2 h 00	30	4 et 5
Dossier 3	Développement de l'activité	1 h 10	18	5

Annexe 1	Présentation générale de Tain l'Hermitage			6 et 7
Annexe 2	Atouts touristiques de la région de Tain l'Hermitage			7 et 8
Annexe 3	Les chiffres de l'œnotourisme			9
Annexe 4	Enquête sur la clientèle vitivinicole en Rhône-Alpes			10
Annexe 5	Compte de résultat 2018			11
Annexe 6	Renseignements complémentaires sur l'activité en 2018			12
Annexe 7	Informations sur l'activité bar à vin en 2018			12

Annexe A	Tableau de gestion 2018			13
Annexe B	Indicateurs commerciaux			14
Annexe C	Tableau de répartition des charges du bar à vin			15
Annexe D	Compte de résultat différentiel			15
Annexe E	Le couple produit marché			16
Annexe F	Prix d'acceptabilité du forfait			17

Présentation du « Domaine de La Ribaudy »

Monsieur Jérôme Cellard, gérant du « Domaine de La Ribaudy » à Tain l'Hermitage (Drôme – 26), et son épouse Nathalie, ont succédé pour la gestion du fonds de commerce aux parents de monsieur Cellard qui ont pris une retraite bien méritée. L'exploitation est abritée par une SARL qui appartient à monsieur Jérôme Cellard et son épouse. Les murs et le domaine sont détenus par la SCI Domaine de La Ribaudy, à égalité de part entre Jérôme Cellard, ses parents, et ses deux sœurs.

La SARL verse un loyer mensuel de 11 000 € à la SCI.

Le domaine est situé dans le vignoble de l'Hermitage, sur la commune de Tain L'Hermitage. Il jouit d'un parc de 6 000 m², clos et arboré, agrémenté d'une piscine disposant d'une vue imprenable sur les vignobles et les contreforts de l'Ardèche sur la rive droite du Rhône.

Le bâtiment a été entièrement rénové en 2010, année de reprise de l'exploitation par le jeune couple. Il comprend un hôtel de 40 chambres et un restaurant semi-gastronomique de 60 couverts, ouvert 330 jours par an.

Les époux Cellard, après avoir constaté un ralentissement notable de l'activité, souhaitent redynamiser leur établissement en développant l'œnotourisme. Dans cette perspective, ils ont ouvert début 2018 un bar à vin et souhaitent attirer une clientèle de loisirs pour de courts séjours afin de faire apprécier les qualités des vins de la région.

Le patrimoine local offre diverses possibilités peu mises en valeur actuellement.

Dans un premier temps, vous devrez faire un diagnostic des formes touristiques proposées dans la région de Tain.

Puis, après avoir fait une analyse de l'exploitation, vous serez chargé(e) d'étudier la création d'un forfait touristique pour la clientèle qui souhaiterait rester quelques jours à Tain.

Les époux Cellard vous chargent de l'étude de ces différents dossiers.

- **Dossier 1** - Diagnostic sur le tourisme dans la région de Tain l'Hermitage
- **Dossier 2** - Analyse de l'exploitation
- **Dossier 3** - Développement de l'activité

BTS Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service		Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : 19NC-HRBEEJ	Page 3/17

Dossier 1 - Diagnostic sur le tourisme dans la région de Tain l'Hermitage

Afin de vous imprégner de l'attraction de la région, vous vous documentez sur les différentes activités touristiques autour de Tain l'Hermitage en consultant les annexes 1, 2 et 3. L'œnotourisme est évidemment très développé dans la région.

- 1.1. Identifier et décrire 4 formes de tourisme présentes dans cette région.
- 1.2. Recenser les différentes activités pratiquées dans l'œnotourisme.

Afin de définir l'offre touristique la plus adaptée à chaque clientèle différentes sources s'offrent à vous pour cerner le profil type de l'œnotourisme.

- Atout France soutient les professionnels du secteur en proposant des vidéos en ligne « les tutos – Mooc Accueil France ». L'une d'elle porte précisément sur l'approche sociologique des clientèles de l'œnotourisme.
- La région Auvergne-Rhône Alpes, par le biais de son comité vin, offre une multitude de ressources à destination des viticulteurs dans un souci de développement de l'œnotourisme.

Une compilation des données les plus importantes vous est proposée dans l'annexe 4.

- 1.3. Afin de réfléchir au couple produit-marché, associer les offres présentées en annexe E aux différents profils de clientèle identifiés en annexe 4. Justifier vos propositions.
- 1.4. Identifier les principaux atouts de l'offre touristique des vignobles septentrionaux.

Dossier 2 - Analyse de l'exploitation

Le « Domaine de la Ribaudy », repris par le jeune couple depuis janvier 2010, connaît depuis 2016, une diminution de sa profitabilité.

Inquiet devant l'évolution des derniers résultats, Jérôme Cellard vous demande d'établir une analyse de l'exploitation afin de déterminer les causes de la baisse de la profitabilité.

Pour vous guider dans votre étude, vous disposez des documents fournis en annexes 5 et 6.

- 2.1. Compléter le tableau de gestion présenté en **annexe A** (à rendre avec la copie).
- 2.2. Compléter le tableau d'indicateurs commerciaux en **annexe B** (à rendre avec la copie).
- 2.3. Commenter de manière structurée en une vingtaine de lignes, la situation et l'évolution de l'établissement.

Le bar à vin a été ouvert début 2018. Le couple Cellard vous sollicite afin d'étudier la rentabilité de cette activité. Pour cela vous disposez des informations en annexe 7.

- 2.4. Calculer le seuil de rentabilité en euros et en nombre de clients en complétant les **annexes C et D** (à rendre avec la copie).
- 2.5. Monsieur Cellard estime que la fréquentation du bar à vin doit augmenter de 15 % chaque année. Estimer la fréquentation pour l'exercice 2020.
- 2.6. Conclure sur la rentabilité du bar à vin en 2020.

Dossier 3 - Développement de l'activité

Pour mieux répartir la clientèle sur la semaine et toucher les visiteurs du week-end en particulier, madame et monsieur Cellard souhaitent leur proposer un forfait touristique et envisagent de compléter l'offre bar à vin par une activité de négoce des vins de la région.

En collaboration avec l'office du tourisme de Tain, vous proposez un forfait allant du vendredi soir au dimanche soir, soit 2 nuitées, en pension complète pour 2 personnes.

Pour ce forfait, madame et monsieur Cellard retiennent le positionnement « œnotourisme ». Ils vous demandent de travailler sur les variables du plan de marchéage de ce forfait.

- 3.1. Proposer un programme pour le week-end du forfait en pension complète, en rapport avec ce positionnement et destiné aux couples sans enfants, clientèle majoritaire du week-end.
- 3.2. Déterminer le prix d'acceptabilité de ce forfait en complétant l'**annexe E** (à rendre avec la copie).
- 3.3. Donner les limites de cette méthode.
- 3.4. Indiquer à madame et monsieur Cellard la réglementation en matière de fixation et d'affichage des prix.
- 3.5. Donner deux actions de communication et deux actions de commercialisation que les époux Cellard peuvent mettre en place pour développer ce forfait touristique.

Annexe 1 - Présentation générale de la région de Tain l'Hermitage

Situé au nord de Valence (Drôme), à environ 80 km de Lyon, le Pays de l'Hermitage regroupe 13 communes et environ 20 000 habitants. Petite ville située entre le Rhône et la colline de l'Hermitage, Tain l'Hermitage est connue par ses vins : Hermitage, Crozes-Hermitage, par son chocolat : Valrhona et par ses fruits. La ville propose des belvédères d'où il est possible d'admirer le vignoble et la vallée du Rhône.

L'accès aisé aux grandes voies de communication (autoroute A7, RN7, gare TGV à Alixan, Rhône) est un atout pour le développement économique du territoire.

Limité par le Rhône à l'ouest et l'Isère au sud, sa bordure nord serpente dans les collines. Le Pays de l'Hermitage est constitué de trois types de paysages :

- le couloir rhodanien qui s'élargit au sud de Tain l'Hermitage,
- les collines qui occupent toute la partie nord-est du territoire,
- la grande plaine alluviale au sud-est.

Distances à partir de Tain L'Hermitage :

Lyon : 90 km	Paris : 550 km	Valence : 20 km
Marseille : 230 km	St-Etienne : 80 km	Genève : 230 km
Grenoble : 100 km	Strasbourg : 550 km	Bruxelles : 810 km

Carte des environs de Tain l'Hermitage



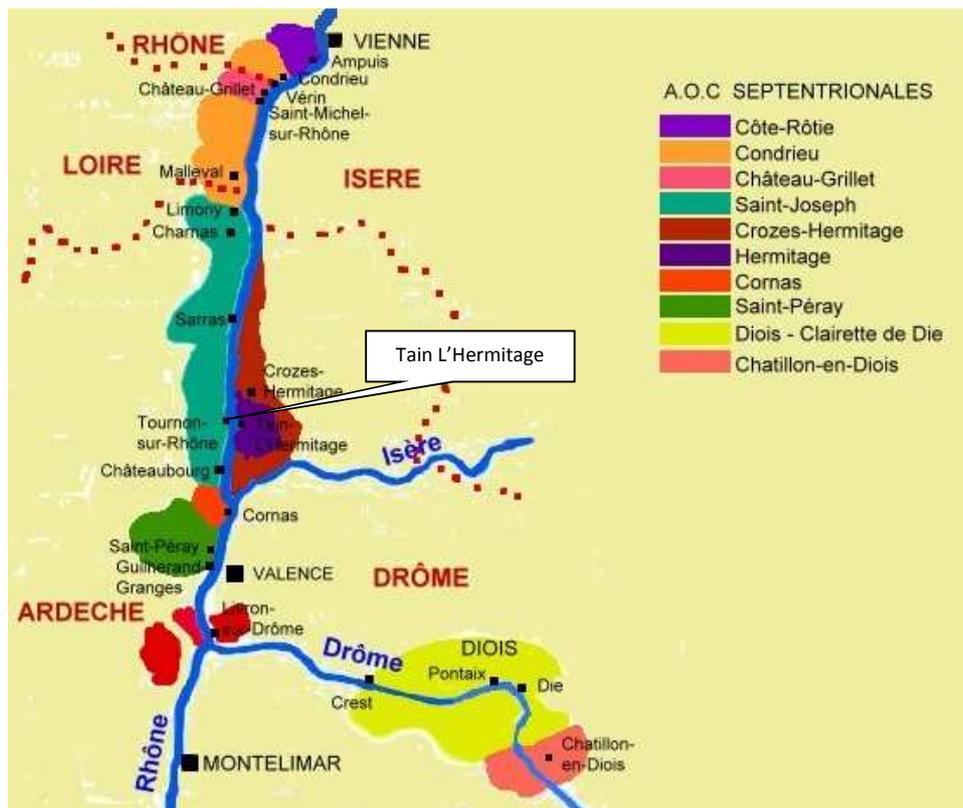
Les vignobles des Côtes-du-Rhône septentrionales commencent à une trentaine de kilomètres, au sud de Lyon et suivent le cours du Rhône de Vienne à Livron-sur-Drôme.

Plaqués sur les derniers contreforts du Massif Central, les vignobles sont plantés jusqu'à 300 m d'altitude, sur des coteaux aux pentes abruptes, la déclivité pouvant atteindre 50 %. Le sol très friable est retenu par des murets, appelés « Chalais » construits obligatoirement avec la pierre locale. Les vignobles surplombent souvent le Rhône. Excepté pour les appellations Hermitage et Crozes-Hermitage, les vignobles des Côtes-du-Rhône septentrionales s'étendent sur la rive droite du Rhône.

Quatre départements portent les différentes appellations : départements du Rhône, de la Loire, de la Drôme, et de l'Ardèche.

BTS Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019	
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : 19NC-HRBEEJ	Page 6/17

Carte des appellations Côtes du Rhône septentrionales



Source : www.wineabout.doomby.com

Annexe 2 - Atouts touristiques de la région de Tain l'Hermitage

DU VIN POUR LES PÈLERINS

C'est sur la colline dominant Tain-l'Hermitage qu'au XIII^{ème} siècle, le chevalier de Sterimberg, de retour de croisade, s'arrêta pour vivre en ermite jusqu'à ses derniers jours. La légende raconte qu'il planta des vignes pour offrir du vin aux pèlerins qui venaient le consulter, devenues depuis les vignobles de l'Hermitage et de Crozes-Hermitage.

VIARHÔNA À VÉLO

Trait d'union entre les Alpes suisses et la mer Méditerranée, ViaRhôna permet la découverte à vélo de la vallée du Rhône, ses espaces naturels, son patrimoine unique, ses sites remarquables et sa gastronomie.

Cette étape de ViaRhôna alterne vignobles en terrasse et vergers. Premier tronçon ardéchois en provenance de Lyon, vous découvrirez comment le Rhône aménagé alimente les terres agricoles alternant arboriculture, maraîchage et vignobles où le Saint-Joseph est roi.

Annexe 2 (suite) - Atouts touristiques de la région de Tain l'Hermitage

VALRHONA : LA CITÉ DU CHOCOLAT (www.citeduchocolat.com)

Valrhona est une chocolaterie française qui fournit depuis 1922 un chocolat d'exception. Créée à Tain l'Hermitage, par un pâtissier pour les pâtisseries, Valrhona met toute son expertise, son exigence et sa passion au service des professionnels de la gastronomie pour faire de chaque dégustation un moment d'exception.

Choisie par les meilleurs maîtres pâtisseries et chocolatiers à travers le monde pour sa grande palette aromatique constamment enrichie d'innovations, Valrhona a pour ambition de promouvoir l'épanouissement gastronomique des hommes.

2 formules de visite vous sont proposées : la visite libre (en autonomie) ou la visite atelier.

Dans un souci de dialogue et d'éthique, Valrhona s'appuie sur des relations de co-développement de longue durée avec les planteurs et les grands chefs.

LE TRAIN DE L'ARDÈCHE (www.trainardeche.fr)

Le train de l'Ardèche associe la qualité des paysages traversés et un caractère historique marqué. La ligne à voie étroite a été construite à flanc de colline par plus de 1 000 ouvriers entre 1886 et 1891. Un grand nombre de véhicules construits pour le réseau, locomotives, autorails ou voitures, sont classés monuments historiques. À 10 minutes de Tain l'Hermitage.

LE PALAIS IDÉAL DU FACTEUR CHEVAL (www.facteurcheval.com)

Cette construction sortie tout droit de l'imagination d'un facteur de campagne qui lui a consacré trente-trois ans de sa vie, de 1879 à 1912, est un condensé du monde tel que le facteur le percevait. Aussi y verrez-vous, pour n'en citer qu'une partie, des représentations de temples égyptien ou hindou, d'une mosquée, d'un château du Moyen Âge, d'un chalet suisse, ou encore une fontaine édifiée en deux ans avec une multitude de coquillages, d'escargots, d'huîtres, de pierres.

LE CIRCUIT DES BELVÉDÈRES

Empruntez les petites routes qui serpentent à travers les vignes, les bois et les vergers, sur les coteaux du pays de l'Hermitage. Elles vous conduiront jusqu'à de splendides points de vue surplombant le Rhône (belvédère de Pierre Aiguille, des Méjeans, des Planards, du Puy de Serves), que vous gagnerez en partie en voiture et en partie à pied. Au départ de Tain-l'Hermitage, de Gervans, de Serves et d'Erôme.

LE CHATEAU-MUSÉE DE TOURNON

Situé en cœur de ville, ce château massif (XVe-XVIe s.) a été construit sur un énorme rocher au bord du Rhône. L'un des bâtiments, à l'architecture Renaissance, abrite le musée. Une salle est également consacrée à Marc Seguin (1786-1875), qui édifia le plus grand pont suspendu d'Europe occidentale, pont qui reliait Tournon-sur-Rhône à Tain-l'Hermitage.

Vue splendide depuis les terrasses sur les vignobles et sur le Rhône.

LE MUSÉE DES PEINTRES DE LA NOUVELLE ÉCOLE DE PARIS

Dans ce bel hôtel particulier du XVI^{ème} siècle niché au cœur de la vieille ville, accordez-vous une pause culturelle autour des peintres de la Nouvelle École de Paris.

LA COLLÉGIALE SAINT- JULIEN A TOURNON

À deux pas du château, cette collégiale de style gothique flamboyant date pour l'essentiel du XIV^{ème} siècle. La chapelle des Pénitents, décorée de fresques du XIV^{ème} siècle, représente l'intérêt majeur de cet édifice qui contient également un grand nombre de statues et de tableaux du vigneron - qui évoquera les appellations, le terroir, le travail de la vigne -, vous visiterez la cave avant de déguster le vin du domaine.

LES VIGNOBLES AU FIL DE L'EAU

Prévoyez de faire une croisière sur le Rhône pour découvrir les vignobles autrement. Plusieurs formules sont possibles : au départ de Valence vers Tain-l'Hermitage ou vers Tournon-sur-Rhône (d'avril à novembre, aller-retour, de 11h à 18h environ), croisières-repas au départ de Tournon-sur-Rhône vers Gervans et La Roche-de-Glun (août, aller-retour de 4h30 environ) ou simple promenade de 1h30.

Source : Office de tourisme du pays de l'Hermitage

BTS Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : 19NC-HRBEEJ
	Page 8/17

Annexe 3 - Les chiffres de l'œnotourisme

La France compte 10 millions d'œnotouristes en 2016 : un véritable plébiscite pour la filière.

Alors qu'ils étaient 7,5 millions en 2009, les touristes venus à la découverte des vignobles français étaient 10 millions en 2016, ce qui représente une dépense globale de 5,2 milliards d'euros.

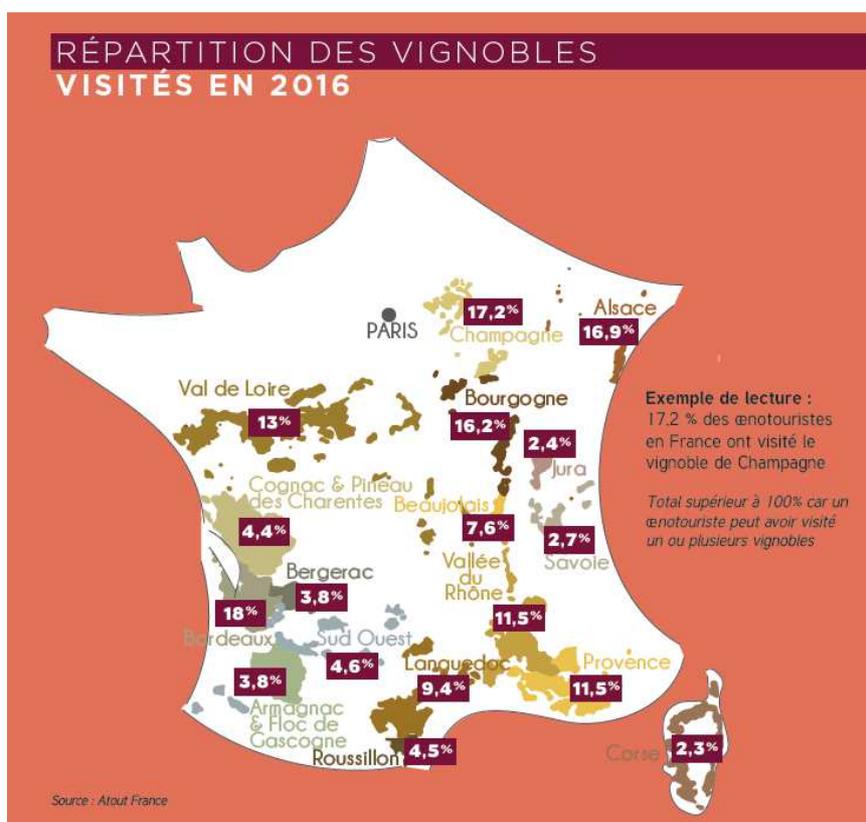
Un succès qui s'explique par l'envie de plus en plus prégnante d'aller à la découverte des trésors et savoir-faire de nos terroirs et par les efforts réalisés par les acteurs du secteur pour professionnaliser l'offre et l'enrichir grâce aux nouveaux équipements ouverts récemment.

(...)

Un œnotourisme français en pleine croissance :

Une offre qui attire aussi bien les visiteurs français (à 58 %) qu'étrangers (à 42 %). C'est d'ailleurs pour cette dernière clientèle que la progression de fréquentation est la plus spectaculaire : **+40 % depuis 2009**, contre +29 % pour la clientèle française.

Belges et Britanniques constituent les principaux adeptes de l'œnotourisme en France (près de la moitié des visiteurs internationaux) mais de nouvelles clientèles, venus de marchés plus lointains, notamment asiatiques, manifestent un intérêt croissant pour cette activité et devraient donc venir conforter le développement du secteur.



Source : <https://www.visitfrenchwine.com/produits/chiffres-oenotourisme-france>

BTS Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : 19NC-HRBEEJ
	Page 9/17

<p style="text-align: center;">LE PLAISIR DES SENSATIONS</p> <p>La 1^{ère} catégorie de touristes est celle des épicuriens qui regroupe 40 % des œnotouristes. Pour eux le vin est avant tout un plaisir des sens qui passe par l'esthétique, par la beauté des paysages, par les couleurs, les odeurs et bien sûr, par la gastronomie. S'ils viennent avant tout pour visiter des caves, déguster et acheter du vin, le lien avec les acteurs du vin se fait sur un mode convivial. Ils sont davantage dans une démarche de découverte de saveurs que de savoir (faible recours aux dégustations commentées). On y observe une forte proportion de touristes étrangers (39 % contre 35 % en moyenne), à fort pouvoir d'achat (57 % ont plus de 3 000 € net mensuels contre 50 % en moyenne) et d'importants consommateurs de vin. C'est une cible importante pour les professionnels du vin Rhône-Alpes, car ils forment la part majoritaire (42 %) des visiteurs en Rhône-Alpes.</p>	<p style="text-align: center;">VOULANT CONNAITRE POUR S'ENRICHIR</p> <p>Les classiques veulent connaître pour s'enrichir. Ils comptent pour 24 % des œnotouristes et 23 % des visiteurs en Rhône-Alpes. Ils envisagent le vin comme une porte d'entrée pour la découverte d'un patrimoine plus large mêlant histoire, culture, architecture et gastronomie locale. Ils sont ceux qui pratiquent le plus d'activités annexes, notamment culturelles. Et si le vin n'est pas la motivation essentielle de leur séjour, ce sont des touristes fidèles qui reviendront. Ce segment d'œnotouristes regroupe la plus forte proportion de français : 72 % contre 66 % en moyenne. Leur pouvoir d'achat est en retrait avec des revenus inférieurs à la moyenne : 32 % disposent de plus de 3 000 € net mensuels.</p>
<p style="text-align: center;">LA QUÊTE DES SECRETS</p> <p>Les 20 % suivant sont des explorateurs. Le vin est pour eux une alchimie, une œuvre d'art et le vin une raison déterminante du choix de leur destination de séjour. Il est aussi au centre de leur activité. Ils cherchent à en percer les secrets, à découvrir des adresses méconnues. Ce sont des touristes majoritairement français à 65 %, plutôt aisés, consommant régulièrement du vin. Ils représentent 19 % des touristes en Rhône-Alpes et constituent une forte proportion de tourisme de proximité (déplacement sur la journée).</p>	<p style="text-align: center;">VOULANT SAVOIR POUR MAITRISER</p> <p>Quant au 16 % d'experts, ils envisagent le vin comme une science. Ils veulent savoir pour maîtriser. C'est donc par l'initiation et les explications sur ses processus de fabrication qu'ils cherchent à connaître le vin. Le vin, la vigne, le vignoble sont les éléments de choix du séjour parmi d'autres. On retrouve de nombreux français dans ce groupe d'habités des séjours en région viti-vinicole (68 % contre 66 % en moyenne). Un peu plus jeunes (âge moyen de 44 ans), ils disposent en moyenne de revenus moins élevés (31 % disposent de revenus nets mensuels supérieurs à 3000 € net mensuels). Ils comptent pour 16 % des visiteurs en Rhône-Alpes.</p>

Source : Atout France - www.loenotheque-lesite.com

Annexe 5 - Compte de résultat 2018

CHARGES		PRODUITS	
Charges d'exploitation		Produits d'exploitation	
Achats de matières premières (1)	166 166	Production vendue	
Variation des stocks matières premières (2)	2 586	- Hébergement	582 120
Achats de produits d'accueil	6 020	- Restauration	498 738
Variation des stocks produits d'accueil	0	- Bar à vin	33 600
Autres achats et charges externes (3)	357 030	Chiffre d'affaires total	1 114 458
Impôts et taxes	7 250	Production consommée (5)	6 400
Salaires et traitements	375 600		
Charges sociales	122 800		
Dotations aux amort., dépréc. et provisions	57 075		
Autres charges	5 000		
Total 1	1 099 527	Total 1	1 120 858
Charges financières		Produits financiers	
Intérêts et charges assimilées (4)	14 650	Intérêts et produits assimilés	
Total 2	14 650	Total 2	
Charges exceptionnelles	6 000	Produits exceptionnels	31 000
Total 3	6 000	Total 3	31 000
Impôt sur les sociétés	12 000		
Total des charges	1 132 177	Total des produits	1 151 858
Bénéfice	19 681	Perte	
Total général	1 151 858	Total général	1 151 858

(1) dont 154 504 pour le restaurant et 11 662 pour le bar à vin

(2) dont 2 076 pour le restaurant et 510 pour le bar à vin

(3) dont loyers des immeubles : 132 000

(4) dont commissions sur moyens de paiement : 6 000, le reste correspondant à des intérêts d'emprunts

(5) concerne uniquement la restauration

Annexe 6 - Renseignements complémentaires sur l'activité en 2018

Fermeture en janvier, 330 jours d'ouverture sur l'année.

Hébergement : 40 chambres

- Taux d'occupation : 63 %
- Indice de fréquentation : 1,2
- Prix moyen HT : 70 €

Restaurant : 60 couverts

- Petits déjeuners : 8 982 petits déjeuners servis, prix moyen : 8 € HT
- Déjeuner : 9 897 couverts en 2018, prix moyen : 18 € HT, boissons comprises
- Dîner :
 - Clientèle de passage : 10 couverts en moyenne
 - Clientèle hôtel : taux de captage : 60 %

Effectif : 10 salariés à plein temps

Caractéristiques de la clientèle : affaires pour l'essentiel en semaine, et de loisirs le week-end.

Annexe 7 - Informations sur l'activité bar à vin en 2018

- Le ticket moyen est évalué à 12 euros HT par client.
- La période d'ouverture en 2018 : 120 jours (mercredi au samedi, chaque soir, de 18 h à 20 h 30 pendant 30 semaines).
- La carte propose une cinquantaine de vins en majorité issus de la région, dégustés au verre ou à la bouteille, accompagnés d'amuse-gueules.
- Un serveur, diplômé de sommellerie a été embauché en CDI début 2018.
- Nombre de clients en 2018 : 2 800.

- Consommations de matières :

	Vin	Denrées
Achats	11 208	454
Variation des stocks	358	152

- Frais de personnel (sommelier en CDI) :

Salaires et traitements	10 771
Charges sociales	2 909

- Frais généraux : 12 % du CA HT

- Coûts d'occupation :

Biens amortissables	Valeur HT	Durée	Mode
Aménagements des locaux	30 000 €	10 ans	linéaire
Matériel	15 000 €	8 ans	linéaire
Mobilier	10 000 €	5 ans	linéaire

Intérêts d'emprunt : 650 €

Exemplaire à rendre avec la copie.

Annexe A - Tableau de gestion 2018 (arrondi à l'euro le plus proche)

	Hébergement		Restaurant		Bar à vin		Total	
	Euros	%	Euros	%	Euros	%	Euros	%
Chiffre d'affaires HT		100,0		100,0		100,0		100,0
Matières consommées								
Marge brute								
Charges de personnel								
Marge sur coût principal								
Frais généraux								
Résultat brut d'exploitation								
Coûts d'occupation								
Résultat courant avant impôts								
Résultat exceptionnel								
Impôt sur les bénéfices								
Résultat net								

Éléments		Détails des calculs
Matières consommées	Restaurant	
	Bar à vin	
Charges de personnel		
Frais généraux		
Coûts d'occupation		

Exemplaire à rendre avec la copie.

Annexe B - Indicateurs commerciaux

	2018	2017	2016	Concurrence
Hébergement				
CA HT		646 272	679 140	
Nombre de chambres louées		8 976	9 240	
Nombre de chambres disponibles		13 200	13 200	
Taux d'occupation		68,0 %	70,0 %	72 %
Prix moyen chambre HT		72,00	73,50	80,00
REVPAR		48,96	51,45	57,60
Restaurant CA Total HT		535 832	572 405	
- Petits déjeuners				
Nombre de petits déjeuners servis		9 695	9 980	
Taux de captage		90,0 %	90,0 %	
CA HT		77 560	79 840	
Addition moyenne HT		8	8	
- Déjeuner				
Nombre de repas servis		9 566	9 381	
Taux de fréquentation		48,3 %	47,4 %	
CA HT		180 795	185 744	
Addition moyenne HT		18,90	19,80	21,50
- Dîner				
Nombre de repas servis		9 702	10 296	
Taux de fréquentation		49,0 %	52,0 %	55 %
CA HT	248 736	277 477	306 821	
Addition moyenne HT		28,60	29,80	31,00

Exemplaire à rendre avec la copie.

Annexe C - Tableau de répartition des charges du bar à vin 2018

Charges	Total	Charges variables	Charges fixes
Matières consommées			
Frais de personnel			
Frais généraux			
Coûts d'occupation			
Total			

Annexe D - Compte de résultat différentiel 2018

	Euros	%
Chiffre d'affaires		
Charges variables		
Marge sur coût variable		
Charges fixes		
RCAI		

Exemplaire à rendre avec la copie.

Annexe E – Le couple produit-marché

L'offre	La clientèle	Justification
Balades dans les vignes se terminant par un pique-nique au cœur d'un vignoble. + une visite chez un artisan local qui propose des accords mets et vins.		
Proposer une visite de châteaux (le sien ou celui d'un partenaire local) en calèche avec la présence d'un conteur/historien apportant anecdotes sur l'histoire du village, du cépage, la production du vin, son histoire, le patrimoine culturel, naturel et architectural de la région.		
Domaine peu connu, éloigné des centres touristiques traditionnels, proposant une animation « assemblage du vin ».		
Initiation à la dégustation proposée par un professionnel viticole + proposition de la location d'une parcelle de vigne.		

Exemplaire à rendre avec la copie.

Annexe F - Prix d'acceptabilité du forfait

Pour fixer le prix d'acceptabilité vous avez interrogé 500 personnes, deux questions ont été posées :

- Question 1 : en dessous de quel prix n'achèteriez-vous pas ce forfait car il est de mauvaise qualité ?
- Question 2 : au-dessus de quel prix n'achèteriez-vous pas ce forfait car il est trop cher ?

Prix	Question 1			Question 2			Taux d'acceptabilité
	Nombre de réponses	%	% cumulés décroissants	Nombre de réponses	%	% cumulés croissants	
350	215			0			
380	150			30			
400	80			40			
430	40			70			
450	10			90			
480	5			120			
500	0			150			
Total	500			500			

Justification des calculs pour la 2^{ème} ligne du tableau :