

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

**ÉTUDE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE, COMMERCIALE  
ET DE GESTION DE L'ÉTABLISSEMENT  
D'HÉBERGEMENT  
U2**

SESSION 2015

Durée : 3 heures

Coefficient : 3

Matériel autorisé :

- listes de comptes du plan comptable général, du plan comptable hôtelier.
- toutes les calculatrices de poche y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante (circulaire n°99-186 du 16/11/1999).

Tout autre matériel est interdit.

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

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

Dès que le sujet leur est remis, les candidats s'assurent qu'il est complet.  
Le sujet se compose de 20 pages, numérotées de 1/20 à 20/20.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 1/20

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

**Durée : 3 heures**

**LE DOMAINE DU LAC – CAMPING \*\*\*\***

Ce sujet comporte 20 pages numérotées de 1/20 à 20/20 :  
6 pages de textes numérotées de 1/20 à 6/20  
et 14 pages d'annexes numérotées de 7/20 à 20/20.

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

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

Le sujet comprend 3 dossiers qui peuvent être traités de façon indépendante.

<b>Dossiers</b>		Barème	Page
DOSSIER 1	Choix des cibles de clientèle et modernisation des équipements du camping	22 points	4
DOSSIER 2	Diversification de l'offre	22 points	5
DOSSIER 3	E-réputation et gestion du personnel	16 points	6

**Annexes**

ANNEXE 1	Fiche signalétique du Domaine du Lac	7
ANNEXE 2	Le camping attire tous les Français	8
ANNEXE 3	Extrait de la balance de l'exercice 2014	9
ANNEXE 4	L'offre Mob'i	10
ANNEXE 5	L'hôtellerie de plein air, nouvel eldorado des investisseurs	11 et 12
ANNEXE 6	Description du projet de chalet flottant	13
ANNEXE 7	Avis déposés sur Tripadvisor	14
ANNEXE 8	Répondre à un avis sur Tripadvisor	15
ANNEXE 9	Ruptures conventionnelles : avantages et risques pour l'employeur	16
ANNEXE A	Tableau de bord 2013-2014	17 et 18
ANNEXE B	Projet du chalet flottant	19 et 20

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

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

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 2/20

## Le Domaine du Lac – Camping \*\*\*\*

Respirez à pleins poumons et ressourcez-vous ! Vacances au fil de l'eau ou dans les terres, la Bretagne dévoile sa richesse naturelle et sauvage aux amateurs de grand air entre terre et mer. Les Côtes d'Armor se caractérisent par des sites emblématiques comme le cap Fréhel, la vallée de la Rance, le canal de Nantes à Brest, Paimpol et l'Ile de Bréhat ou encore la côte de granit rose. Les vacanciers, promeneurs et amateurs de découverte et d'histoire peuvent s'en donner à cœur joie, entre les sentiers pédestres avec des points de vue magnifiques, les visites du patrimoine culturel et les traditions culinaires. À 20 minutes des côtes, se trouve la petite cité de Pléven, labellisée « Petite Cité de Caractère » et « Station Verte ». Elle est adossée à un beau lac tout en longueur qui se prête à de nombreuses activités nautiques.

Le Domaine du Lac, situé sur la commune de Pléven, est un camping classé 4 étoiles disposant de 180 emplacements nus et 50 locatifs (chalets et mobil-homes) installés sur de spacieux emplacements. Il est dirigé par Mme Cathyvelle depuis sa reprise en 1995. L'aménagement paysager est un des atouts de ce camping dont les allées et emplacements sont particulièrement fleuris. Les 50 locatifs installés en 2001 bénéficient également de ces aménagements agréables.

Le Domaine est très bien équipé, avec un parc aquatique couvert de 1000 m<sup>2</sup> ouvert en 2014 et deux clubs enfants gratuits de 1 à 14 ans. De plus, le camping dispose d'un accès direct au lac de Pléven. Il s'agit d'un plan d'eau de plus de 300 hectares offrant un panel d'activités diverses comme la voile, la pêche, le canoë-kayak ou l'aviron. Ses abords sont aménagés en sentiers de randonnées VTT et pédestres. **L'annexe 1** vous présente la fiche signalétique du Domaine du Lac. Mme Cathyvelle est consciente que la situation de son établissement dans les terres constitue un défi face à la concurrence des campings de bord de mer. Elle ne bénéficie pas de l'effet d'attraction du littoral et elle doit impérativement valoriser la qualité de son offre pour attirer des clients. Elle souhaite fermement garder la maîtrise de sa commercialisation et refuse d'avoir recours à des intermédiaires. Elle a pris le parti de valoriser la prestation et les équipements plutôt que de s'engager dans des réductions tarifaires. C'est pourquoi l'établissement a largement communiqué sur l'ouverture du parc aquatique en 2014, notamment avec des photos sur le site Internet. Mme Cathyvelle a fait éditer de nouvelles brochures et a développé des relations avec la presse, qui lui ont valu de nombreuses retombées sous forme d'articles.

Mme Cathyvelle souhaite également faire du Domaine du Lac un établissement responsable. Elle vante les mérites de l'éco-conduite sur son site Internet et s'engage dans le respect de l'environnement. Cet engagement se traduit par plusieurs certifications comme la « Clef Verte » ou « l'Écolabel Européen ». Le camping a souscrit au contrat « kWh Équilibre » auprès d'EDF entreprise : 100 % de son énergie est produite à partir de sources d'énergies renouvelables. Mme Cathyvelle entend donc soutenir un positionnement haut de gamme et responsable. Pour développer le Domaine du Lac, elle a engagé un programme de rénovation du parc de mobil-homes et cherche à se différencier en proposant des prestations d'hébergement originales.

Elle sollicite votre avis sur les dossiers suivants :

Dossier 1 – Choix des cibles et modernisation des équipements du camping.

Dossier 2 – Diversification de l'offre.

Dossier 3 – E-réputation et gestion du personnel.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 3/20

## Dossier 1 – Choix des cibles de clientèle et modernisation des équipements du camping

Le Domaine du Lac cible en priorité les familles, auxquelles les prestations proposées sont particulièrement adaptées, qu'il s'agisse de l'hébergement, des équipements ou des animations. Mme Cathyvelle se demande si elle doit **accentuer ses efforts auprès de sa clientèle familiale et/ou multiplier les cibles visées** : elle vous consulte sur cette question.

**1.1.** En vous aidant de **l'annexe 2**, **présentez** une argumentation pour chacun de ces deux choix et **proposez** une décision que vous **justifierez** brièvement (entre 10 et 15 lignes maximum).

Mme Cathyvelle a lancé un programme d'investissement sur deux axes : l'ouverture d'un parc aquatique couvert et la rénovation progressive des mobil-homes les plus anciens. Le camping a ainsi ouvert cet espace aquatique au lancement de la saison 2014.

Parallèlement à cet investissement conséquent, elle a dû embaucher une équipe de maîtres-nageurs pour surveiller les baigneurs aux heures d'ouverture de la piscine. Par ailleurs, cinq nouveaux mobil-homes ont été installés en remplacement des mobil-homes les plus vétustes. Mme Cathyvelle a choisi de privilégier le crédit-bail comme mode de financement pour ses locatifs. Elle a prévu un rythme de renouvellement de 5 mobil-homes par an sur les 3 prochaines années.

Il est temps pour elle de faire le point sur l'activité de l'exercice 2014 et elle vous charge d'effectuer certains travaux.

**1.2.** À partir de **l'annexe 3**, **complétez** le tableau de bord de **l'annexe A** et **justifiez**, sur votre copie, les différents calculs effectués.

**1.3.** Dans un commentaire structuré d'une vingtaine de lignes, **évaluez la pertinence** de ces investissements au regard, d'une part, des résultats commerciaux et, d'autre part, de l'impact sur les coûts de l'établissement.

À l'occasion de l'installation des nouveaux mobil-homes, Mme Cathyvelle a reçu la proposition d'un fournisseur concernant une technologie de domotique (Mob'i) permettant des économies d'énergie. Le détail de l'offre est présenté en **annexe 4**. Elle souhaite profiter de la rénovation progressive du parc locatif pour intégrer cette technologie à l'ensemble des installations.

**1.4.** Dans le cas de l'adoption de cette technologie, **expliquez** les impacts prévisibles générés par cet investissement sur les coûts calculés dans le tableau de bord et les conséquences, à court terme et à moyen terme, sur le résultat courant avant impôt (RCAI) de l'établissement.

**1.5.** **Concluez** sur l'opportunité d'intégrer la technologie Mob'i.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 4/20

## Dossier 2 – Diversification de l'offre

Le Domaine du Lac, comme ses concurrents du littoral, se heurte au problème de l'avant et arrière-saison. De plus, Mme Cathyvelle rencontre une autre difficulté : convaincre la clientèle de renoncer aux bords de mer. C'est pourquoi, elle entend particulièrement valoriser ses installations. Elle fait le point sur l'évolution du secteur de l'hôtellerie de plein air, afin de décider des nouvelles orientations à donner à l'établissement.

**2.1. Prenez** connaissance de l'**annexe 5** et **présentez** dans un tableau les opportunités et les menaces du secteur de l'hôtellerie de plein air pour les années à venir.

Ouvert d'avril à début octobre, le Domaine du Lac doit valoriser ses attraits tout au long de la période d'ouverture. Dans le but de réaffirmer son positionnement, la directrice a lancé, il y a un an, une gamme d'« hébergements insolites » : un chalet avec un toit panoramique ouvert sur le ciel « Nuit étoilée » et un second « Nid d'Amour » à destination des couples d'amoureux. Ces deux produits ont rencontré un succès important, dès la première année.

Elle souhaite poursuivre dans cette voie pour capter une clientèle de week-end ou courts séjours en avant et arrière saison. Elle souhaite en particulier viser une clientèle de proximité (moins d'1h30 de trajet).

**2.2. Citez** au moins trois attraits du Domaine du Lac par rapport aux campings du littoral auprès de la clientèle de proximité, en avant et arrière saison.

**2.3. Concluez** sur l'opportunité pour l'établissement de poursuivre la diversification de son offre vers des hébergements insolites.

Pour confirmer l'image d'un établissement dynamique et innovant, Mme Cathyvelle privilégie deux axes : élargir son offre d'hébergements insolites et la promouvoir auprès de la clientèle de proximité.

Elle s'est rendue au salon Atlantica à La Rochelle en octobre 2014, destiné aux professionnels de l'hôtellerie de plein air. Elle a découvert un nouveau type d'hébergement qu'elle pourrait intégrer à son offre d'hébergements insolites : des chalets flottants qu'elle envisage d'installer sur le lac de Pléven. Elle souhaite étudier la faisabilité de l'installation d'un chalet flottant.

**2.4. À l'aide de l'annexe 6, complétez** en annexe B, le compte de résultat différentiel de ce projet pour la première saison d'exploitation.

**2.5. Présentez** le calcul du chiffre d'affaires critique de cette installation et **déduisez** le nombre de nuitées correspondantes.

**2.6. Concluez** sur la faisabilité du projet.

**2.7. Proposez** un moyen de communication média et un moyen de communication hors-média pour promouvoir les hébergements insolites auprès de la clientèle de proximité. **Justifiez** chacun de vos choix.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 5/20

## Dossier 3 – E-réputation et gestion du personnel

Soucieuse de l'e-réputation du Domaine du Lac pour préserver l'image de marque d'un établissement haut de gamme, Mme Cathyvelle surveille régulièrement les commentaires laissés sur les sites d'avis en ligne. Un de ces avis est présenté en **annexe 7**.

**3.1.** En vous aidant de l'**annexe 8**, rédigez la réponse que l'on pourrait faire à cet avis laissé par le client suite à son séjour.

L'examen des avis déposés en ligne par des clients à l'issue de leur séjour confirme le sentiment de Mme Cathyvelle : le positionnement d'établissement responsable n'est pas perçu par les clients, dont les commentaires se cantonnent à l'animation, aux équipements et aux hébergements.

Elle pense que c'est un élément de différenciation qui mériterait d'être davantage valorisé afin que la responsabilité vis-à-vis de l'environnement ne soit pas qu'une idée de la direction mais se retrouve effectivement dans le comportement et les pratiques des clients sur le Domaine. Elle pense donc que le relais entre la direction et les clients passe par le personnel en contact.

**3.2. Proposez et justifiez** trois actions afin de sensibiliser le personnel à la responsabilité environnementale de l'établissement.

Mme Cathyvelle a reçu par téléphone une plainte d'un client qui a eu la désagréable surprise de voir sur Facebook des photos de sa fille âgée de huit ans prises pendant une activité théâtre au club enfants. Il menace le Domaine du Lac de poursuites, car il n'a pas donné son autorisation pour que sa fille soit photographiée et encore moins pour que les photos soient diffusées sur Internet.

Mme Cathyvelle se rend compte qu'un animateur du club enfants a effectivement mis en ligne des photos d'enfants de clients sur sa page Facebook, qu'il utilise comme « book professionnel » pour illustrer son expérience et les activités qu'il propose.

Cette publication s'est faite sans l'autorisation des parents. Mme Cathyvelle, très soucieuse de la réputation de l'établissement, envisage de se séparer de ce salarié avant la fin de la saison, pour faute professionnelle. L'animateur a été embauché avec un contrat à durée déterminée saisonnier. Elle se demande si cet agissement pourrait être considéré comme une cause valable de licenciement avec la qualification de faute sérieuse.

**3.3. Présentez** les différentes possibilités de rupture d'un CDD avant le terme prévu au contrat et **précisez** si Mme Cathyvelle peut le rompre avant son terme pour faute sérieuse. **Justifiez** votre réponse.

Elle a également entendu parler d'une forme de rupture plus récente : la rupture conventionnelle, sur laquelle elle a recueilli des informations présentées en **annexe 9**.

**3.4. Indiquez** si ce type de rupture vous paraît adapté à la situation. **Justifiez** votre réponse.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 6/20

## Annexe 1 – Fiche signalétique du Domaine du Lac

\* Nombre d'étoiles : 4

\* Accès :

Pléven se situe au carrefour des plages et de nombreux sites à visiter.

La plage la plus proche est à 20 minutes en voiture, le Cap Fréhel, Dinan et Saint-Malo à 30 minutes, le Mont Saint Michel et St Briec à 40 minutes et Rennes à environ 1 heure.



\* Ouvert d'avril à début octobre.

\* 180 emplacements et 50 locatifs (chalets et mobil-homes).

\* Services, animations et activités : parc aquatique couvert, spectacles et clubs enfants inclus, aire de jeux pour enfants, bar. À moins d'un kilomètre, les vacanciers peuvent trouver des restaurants, un bowling et un cinéma.

\* Équipements :

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lave-linge et sèche-linge</li> <li>• Salle de repassage</li> <li>• Borne camping car (eau, électricité)</li> <li>• Vidoir pour WC chimiques</li> <li>• Point internet à l'accueil</li> <li>• Réfrigérateurs en location</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 espaces pour bébés</li> <li>• Kits bébé à louer (lit, matelas, pot, transat, baignoire et chaise haute)</li> <li>• 2 espaces pour personnes à mobilité réduite</li> </ul>
---	--

\* Tarifs TTC :

Chalets et mobil-homes : de 339 € à 659 € la semaine selon la période pour les modèles standards. Les locatifs de moins de deux ans sont facturés 10 % plus cher.
Chalet Nid d'amour : à partir de 164 € la nuit.
Chalet Nuit étoilée : 36 € la nuit pour deux personnes, 205 € la semaine.
Emplacements : de 6 à 13€ la nuit, suppléments pour voiture, électricité, animal...

\* Travaux et aménagements prévus : le renouvellement du parc de mobil-homes est en cours. Cinq d'entre eux ont été remplacés en 2014. Le réaménagement de l'aire de jeu pour enfants est envisagé pour 2016. Les travaux de rénovation des bâtiments d'accueil sont également à l'étude.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ Page : 7/20

## Annexe 2 – Le camping attire tous les Français

En 2013, un Français sur trois est un adepte de l'hôtellerie de plein air.

Si les plus jeunes sont davantage enclins à partir au camping que les seniors, (21 % des campeurs ont moins de 25 ans, alors qu'ils représentent 12 % des Français), le camping attire aujourd'hui toutes les catégories de Français. Avec 30 % d'adeptes, les familles représentent la première population de campeurs.

Le camping s'adresse aussi bien à une population urbaine (43 %) qu'à des populations moins citadines (44 %) et attire également les cadres et assimilés (29 %) comme des employés et des ouvriers (39 %).

Enfin, toutes les situations familiales se retrouvent dans la population du camping avec aussi bien des couples que des célibataires, des parents que des non-parents. La pratique du camping évolue : l'hétérogénéité de la population des campeurs s'accompagne d'une pluralité et d'une diversification des pratiques.

### Des saisons et des destinations multiples

Choisir l'été pour partir au camping reste l'option la plus privilégiée (87 %). Néanmoins, les campeurs se montrent également attirés par des séjours au printemps (24 %) ou en automne (12 %). Les séjours en hiver, notamment avec les campings Caravaneige, permettent également de profiter de séjours à la montagne tout en bénéficiant du rapport qualité/prix offert par le camping.

Ces départs hors saison sont adoptés particulièrement par les seniors, plus libres de leurs mouvements (55 % d'entre eux apprécient de partir hors saison, contre 29 % des campeurs).

Quant aux destinations privilégiées, les campeurs sont plus enclins encore à les multiplier. Certes, la mer demeure la destination de prédilection (74 %) mais campagne et montagne sont également très appréciées, avec plus d'1/4 des Français qui partent avec plaisir à la campagne (27 %) et 24 % qui apprécient le camping à la montagne.

Là encore, ce sont les seniors les plus « touche-à-tout ». 42 % d'entre eux privilégient la montagne et 37 % la campagne.

### Les hébergements locatifs de plus en plus prisés

Le développement des mobil-homes, chalets et tentes aménagées en location participe à l'élargissement des pratiques de camping.

Le mobil-home est devenu, à l'instar de la tente, un objet phare du camping pour les Français (il s'agit du second mot le plus présent à l'esprit des Français). Aujourd'hui, près de la moitié des campeurs profitent de ces hébergements (44 %, +1 % depuis 2011). Ceux-ci attirent notamment les familles : 61 % d'entre elles louent un hébergement sur place.

Source : *Le camping en France, chiffres clés – Fédération des campeurs, caravaniers et camping-caristes* - <http://www.ffcc.fr/>

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 8/20

**Annexe 3 – Extrait de la balance de l'exercice 2014**

		<b>Solde débit</b>	<b>Solde crédit</b>
	(...)	(...)	(...)
6011	Achats de denrées (bar)	5 850	
6012	Achats de boissons (bar)	24 350	
60221	Fioul	5 000	
60311	Variation de stocks de denrées	250	
60312	Variation de stocks de boissons		2 200
6037	Variation de stocks de marchandises	3 500	
60611	Eau	7 500	
60612	EDF PRO (électricité/gaz)	20 300	
6064	Fournitures administratives	6 000	
607	Achats de marchandises (boutique)	56 600	
6118	Sous-traitance (blanchissage)	8 900	
612	Redevances de crédit-bail <sup>(1)</sup>	25 000	
615	Entretien et réparations	15 000	
616	Primes d'assurance	8 000	
621	Personnel extérieur à l'entreprise (intérim)	3 500	
622	Honoraires	4 500	
623	Publicité, publications, relations publiques	24 000	
6261	Frais postaux	3 800	
6262	Frais de télécommunications	4 475	
63	Impôts et taxes	17 200	
641	Rémunérations du personnel	180 000	
645	Charges sociales	72 000	
661	Charges d'intérêts	15 000	
668	Charges financières sur moyens de paiement	5 000	
681	Dotations aux amortissements	53 000	
7066	Ventes prestations bar		47 600
706711	Ventes « Emplacement nu »		188 000
706712	Ventes « Locatif »		297 500
707	Ventes « Boutique »		75 000
7083	Produits des activités annexes (location de linge)		14 800
	(...)	(...)	(...)

*(1) Correspond à l'acquisition des nouveaux mobil-homes financés par crédit-bail.*

Ridorev’ lance « Mob’i », un système de gestion technique centralisé du parc locatif qui permet des économies d’énergie conséquentes.



Grâce à la domotique, les technologies dernier cri servent le confort des particuliers. Mais depuis fin 2011, cette science moderne de l’habitat a posé le pied sur le continent de l’HPA\* avec Mob’i, un système de gestion technique centralisée du parc locatif lancé par Ridorev’, et qui inscrit une nouvelle étape dans l’évolution du mobil-home. L’innovation a valu un SETT d’Or à la société au dernier salon du tourisme de Montpellier.

### **Le mobil-home, cet énergivore**

Le système Mob’i, qui signifie « mobil-home intelligent », permet de voir sur un écran de contrôle toute la consommation de son parc locatif. L’idée de créer un tel système est venue d’un constat fait par EDF, selon lequel l’hôtellerie de plein air devient de plus en plus énergivore. « *Le parc mobil-home représente un tiers des dépenses en énergie d’un camping* », explique Benoît Cerqueus, directeur général de Ridorev’. « *C’est l’un des pôles les plus gourmands en électricité. Nous avons donc réfléchi à l’adaptation de la domotique aux mobil-homes. Ce procédé existait déjà dans l’habitat et l’hôtellerie traditionnelle.* »

### **30 % d’économies d’énergie**

Mob’i est conçu comme une option dont peuvent être équipés tous les nouveaux modèles de Ridorev’ pour un surcoût de 2 500 à 3 000 €. Ridorev’ estime à 30 % l’économie d’énergie effectuée grâce à Mob’i, et à deux ou trois ans le retour sur investissement. Le système est composé d’un boîtier installé près du panneau électrique et de capteurs disséminés dans le mobil-home (sondes de température, capteurs sur les fenêtres, etc.).

L’installation est reliée par fibre optique jusqu’à un écran de contrôle qui centralise les informations du parc locatif. Depuis cet écran, on peut tout piloter à distance : chauffage, eau chaude sanitaire, ventilation, aperçu de la consommation d’eau... « *si une fenêtre est restée ouverte* », explique Benoît Cerqueus, « *le chauffage se coupe automatiquement. On peut aussi décider, par exemple, de fixer des températures minimum et maximum, ou de ne pas autoriser l’utilisation du chauffage l’été.* »

Mob’i offre également un suivi de la consommation énergétique de chaque locatif et donne l’alarme en cas d’incident : fuite d’eau, incendie ou infraction.

Mais Mob’i ne se cantonne pas au parc locatif. Il permet aussi de gérer les appels de puissance, qui peuvent être un problème pour le camping en saison : « *À l’heure du repas du soir, plus personne ne se baigne : tout le monde est dans son mobil-home. Le système est capable de diriger la puissance énergétique sur les locatifs au lieu de la piscine.* »

*Lucie De Gusseme, decisions-hpa.com*

\* HPA : Hôtellerie de Plein Air

BTS RESPONSABLE DE L’HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l’établissement d’hébergement	RHE2EJ	Page : 10/20

## Annexe 5 – L'hôtellerie de plein air, nouvel eldorado des investisseurs

[...] L'hôtellerie de plein air française semble être un nouvel eldorado économique : leader européen incontesté ; chiffre d'affaires du secteur doublé en dix ans ; rentabilité nette moyenne à deux chiffres en pourcentage du chiffre d'affaires [...] ; nouveaux gisements de clientèle... [...]

La structure du marché français se décompose en 4 845 établissements classés 1\* et 2\*, soit 57 % du marché en nombre d'établissements, 2 485 campings 3\* (29 %) et 947 établissements classés 4\* et 5\* (11 %). Le nombre d'établissements 3\* stagne, tandis que celui des 1\* et 2\* diminue, au profit des campings 4\* et 5\*, traduisant une montée de gamme. [...] Cette montée en gamme des campings, [...] prend naissance dans :

- le développement des équipements locatifs (mobil-homes, chalets, tentes équipées...). On estime à 270 000 le nombre de mobil-homes déployés en France, plus de 40 % d'entre eux étant installés dans les établissements 4\* et 5\* ;

- la multiplication des infrastructures (complexes aquatiques, hammams, spas, saunas, établissements de balnéothérapie, installations sportives, restaurants....) et des services (clubs enfants, organisation d'excursions, location de vélos...).

Le taux d'équipement des campings en infrastructures aquatiques a fortement augmenté au cours de la dernière décennie, plus de 40 % des terrains sont désormais dotés d'un tel équipement ;

- le renouveau de la classification, avec l'arrivée d'une cinquième étoile et la refonte des critères de classement.

Ce dynamisme économique et commercial se traduit par une valorisation et une diversification de l'offre permettant de nouveaux tarifs plus élevés. Tout cela contribue à l'apparition d'un nouveau type de client. [...]

La clientèle s'étend aux CSP supérieures et l'on parle désormais de « glamping », néologisme né de la contraction des mots glamour et camping, qui traduit les attentes d'un certain type de clients, pour un produit alliant luxe et nature, confort et respect de l'environnement. [...]

Du fait de ces évolutions, le secteur est attrayant pour les investisseurs. Les groupes et chaînes créent aujourd'hui 35 à 40 % du chiffre d'affaires du secteur, ce taux n'ayant cessé de croître au cours des dernières années.

Ces acteurs apportent une nouvelle puissance au secteur [...], permettant un développement accéléré de leurs projets, avec un retour sur investissement plus rapide. [...]

Les établissements indépendants classés 3\*, 4\* ou 5\* sont en concurrence directe avec ceux qui appartiennent à des groupes ou membres de chaînes. Pour se distinguer et trouver leur marché, ils doivent donner une véritable identité à leur site, par exemple en installant des hébergements locatifs à thème (cabanes dans les arbres ou sur l'eau, igloos, roulottes, tentes safari ou berbères, yourtes...), ou en ciblant des clientèles spécifiques.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 11/20

Par ailleurs, ils ne doivent pas négliger les attentes de la clientèle en services et infrastructures de qualité (complexe aquatique, balnéothérapie...). La différenciation est probablement le maître mot de leur réussite.

À l'avenir, en raison de son essor important, l'HPA (Hôtellerie de Plein Air) va continuer de séduire les fonds d'investissement et les groupes [...] mais il est à craindre que l'avenir ne soit pas aussi rose que le passé récent.[...]

Aujourd'hui, la vigueur économique de l'HPA s'explique par la montée en gamme des terrains de camping, plus particulièrement par le développement, quantitatif et qualitatif, des équipements locatifs (mobil-homes, chalets, tentes équipées...). Le chiffre d'affaires des emplacements pourvus d'un hébergement locatif est cinq à dix fois supérieur à celui des emplacements nus.

Mais il semblerait que le taux d'équipement des campings arrive à un niveau tel que, dans les années à venir, l'offre en matière d'emplacements équipés pourrait être supérieure à la demande. Par ailleurs, nous assistons à un début de pression sur les prix des séjours, portée notamment par certains acteurs du e-commerce (tour-opérateurs, distributeurs sur Internet).

Si les professionnels du secteur ne prennent pas garde à ces deux phénomènes, on pourrait assister à une baisse des tarifs. Celle-ci, combinée à la hausse du prix d'achat des terrains, pourrait alors assombrir le ciel de l'eldorado des acteurs de l'hôtellerie de plein air.

*Source : Revue ESPACES, mars avril 2013*

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 12/20

## Annexe 6 – Description du projet de chalet flottant



### CARACTÉRISTIQUES DU PROJET D'INSTALLATION D'UN CHALET FLOTTANT

Le coût d'achat et d'installation du chalet flottant se monterait à 65 000 € HT, structure, aménagement intérieur et raccordements inclus. Il serait amorti en linéaire sur 10 ans.

### DONNÉES D'EXPLOITATION DU PROJET POUR LA PREMIÈRE SAISON

- D'après des simulations prudentes pour l'année de lancement, Mme Cathyvelle prévoit un taux d'occupation (TO) moyen de 80 % soit 142 nuitées sur les 177 jours d'ouverture. Pour établir ces estimations, elle s'appuie sur la fréquentation des autres hébergements insolites déjà en place qui rencontrent un très fort succès.
- Elle prévoit un prix moyen de 85 € HT par nuitée sur la période d'ouverture.
- Jugeant son produit suffisamment exceptionnel, Mme Cathyvelle ne compte pas proposer de produits d'accueil.
- Il faudrait 1 heure de ménage à 20 € (salaire brut et charges sociales incluses) entre chaque séjour. Mme Cathyvelle estime à 4,5 jours la durée moyenne de séjour (*arrondir le nombre de séjours à l'unité supérieure*).
- Les autres charges variables (énergie, eau...) sont évaluées à 300 € HT.
- La mise à jour de l'espace « Hébergements insolites » du site internet lui coûterait 800 € HT.
- Mme Cathyvelle privilégiant la vente en direct, elle ne prévoit pas non plus le recours à des intermédiaires pour la commercialisation.
- La compagnie d'assurance accepte d'assurer le chalet pour un montant de 1 000 €, un montant élevé, mais justifié par les risques inhérents aux structures flottantes.
- Le plan d'eau étant situé sur le domaine public, le camping devra payer un « droit de mise à l'eau » de 400 € chaque année.
- Un emprunt serait également contracté pour financer le projet. Une proposition de la banque fait apparaître 1 500 € d'intérêt à payer la première année.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 13/20

## Annexe 7 – Avis déposés sur Tripadvisor

278 personnes ont publié un avis sur le Domaine du Lac sur Tripadvisor :



Mélanie F

*« Du bon et du moins bon »*

Avis publié : hier

Nous venons de passer une semaine agréable au domaine. Merci aux animateurs des clubs enfants. La piscine est vraiment bien équipée. Le mobil-home était spacieux, mais nous n'avons pas aimé les housses de protection en plastique sur les matelas et les oreillers.

- la situation géographique : manque un peu de dynamisme,
- une nuit un peu chaotique à cause de voisins heureux d'être en vacances et qui ont fêté ça jusqu'à 4h du matin !!

*Source : D'après [www.tripadvisor.fr](http://www.tripadvisor.fr)*

## Annexe 8 – Répondre à un avis sur Tripadvisor

### En tant que propriétaire ou gérant, comment répondre à un avis publié sur ma page établissement ?

Bonne question ! Une réponse de la direction à un avis est un bon moyen de faire part de votre point de vue aux voyageurs qui consultent votre page établissement. Pour écrire une « réponse de la direction », connectez-vous à votre espace propriétaire, puis sélectionnez « Écrivez une réponse de la direction » sous les liens rapides.

Voici quelques suggestions au sujet de son contenu possible :

- remerciez votre client d'avoir pris le temps de communiquer ses commentaires ;
- soulignez les aspects positifs et mentionnez les améliorations ou les aménagements susceptibles d'inciter les clients à revenir ou d'attirer de nouveaux clients ;
- répondez aux réclamations spécifiques et expliquez les solutions que vous avez trouvées pour les traiter ;
- vos réponses doivent être professionnelles, polies et respecter nos critères de publication.

[...]

Si votre réponse respecte ces critères, elle sera publiée dans les jours ouvrés qui suivent. Vous serez averti de sa publication.

Source : Assistance tripadvisor – 11/04/2014 - <https://www.tripadvisor.com>

### Critères de publication des « réponses de la direction » :

[...] Afin que la « réponse de la direction » soit publiée, elle doit être :

- **Tout public** - Pas de langage ou d'image répréhensible.
- **Unique et indépendante** - Nous autorisons une réponse par avis sur notre site. Veuillez confirmer auprès de la direction ou des propriétaires de votre établissement que vous êtes bien la personne désignée pour répondre à l'avis.
- **Authentique** - Pas de document en provenance d'autres sources, y compris des communications d'un client ou d'un tiers.
- **Professionnelle** - Les réponses de la direction sont publiées sous l'avis auquel vous répondez. Elles sont lues par tous les utilisateurs de Tripadvisor et doivent être rédigées en conformité avec les règles du service clientèle de votre établissement.
- **Pertinente pour tous les utilisateurs de Tripadvisor** - Tout contenu non pertinent risque d'être supprimé. Les réponses de la direction ne doivent pas menacer ni intimider un contributeur, ni tenter de supprimer des contributions sur notre site. Elles ne doivent contenir aucune accusation de fraude.
- **Respectueuse de la vie privée** - Vous ne devez pas tenter de deviner l'identité du contributeur, ni inclure des informations susceptibles de l'identifier.
- **Non commerciale** - Pas de matériel promotionnel de quelque nature que ce soit. Nous nous réservons le droit de refuser une URL (*lien vers un site Internet*).

Source : Assistance tripadvisor 26/03/2014 - <https://www.tripadvisor.com>

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 15/20

### **Ruptures conventionnelles : ce que le salarié doit savoir**

#### **[...] Un mode de rupture du contrat avantageux pour l'entreprise**

La rupture conventionnelle est un dispositif efficace, à la fois souple et sécurisé, pour se séparer rapidement de salariés jugés non indispensables.

Une procédure quasiment inexistante, une rupture qui n'a pas à être justifiée, l'absence de préavis, le versement de la seule indemnité de licenciement (dite indemnité de rupture conventionnelle), l'assurance pour le salarié de percevoir le chômage et le risque quasiment nul de contentieux prud'homal suffisent à convaincre beaucoup de sociétés d'utiliser ce levier pour pousser les salariés à quitter le navire. Une étude du CEE (Centre d'études de l'emploi) révèle ainsi que 61% de ces ruptures ont été à l'origine de l'employeur en 2010. [...]

*Source : cadreemploi.fr - Par Benoît Sevilla 26 octobre 2012*

### **La rupture conventionnelle est-elle risquée pour l'employeur ?**

**[...] Ne demandez pas à la rupture conventionnelle du contrat de travail plus que ce qu'elle peut offrir !** Voilà un conseil qu'adressent les juges à travers leurs récentes décisions.

Cet outil juridique « sexy » cache un côté plus sombre qui commence à se révéler aux employeurs [...] car, comme tout nouvel outil juridique des temps modernes, la rupture conventionnelle a un mode d'emploi imparfait dont les juges sont sommés de combler les lacunes.

Quelques règles se dégagent avec force de plusieurs décisions rendues récemment :

- l'existence d'un litige ou d'un désaccord entre l'employeur et le salarié avant la signature de la convention de rupture conventionnelle est de nature à rendre impossible cette signature ;
- si une rupture conventionnelle est cependant négociée, homologuée par l'administration et mise en œuvre, le salarié peut la contester avec succès devant le conseil de prud'hommes dans les douze mois suivants en demandant sa requalification en un licenciement ;
- si les juges requalifient la rupture conventionnelle en un licenciement, ce licenciement est qualifié d'abusif car « sans cause réelle et sérieuse » énoncée par écrit par l'employeur, puisque celui-ci n'a pas adressé de lettre de licenciement au salarié - et le motif du licenciement tel que retenu par l'employeur figure obligatoirement et uniquement dans la lettre de licenciement, sans que l'employeur puisse invoquer un motif qui n'y figure pas ;
- cette requalification de la rupture conventionnelle en un « licenciement abusif » a pour conséquence inévitable pour l'employeur sa condamnation à verser au salarié des dommages - intérêts pour licenciement abusif ainsi que l'indemnité compensatrice de préavis.

*Source n2r-avocats.com - 25 février 2011 Par Nadine Regnier Rouet, Avocat spécialisé en droit social*

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2015
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 16/20

**Annexe A – Tableau de bord 2013-2014 – exemplaire candidat**

	Exercice 2013			Exercice 2014		
	Basse saison	Haute saison	Total saison	Basse saison	Haute saison	Total saison
<b>TO « Emplacement nu »</b>	15,00%	79,00%	<b>30,19%</b>	16,00%	83,00%	<b>31,90%</b>
<b>TO « Locatif »<sup>(1)</sup></b>	19,00%	81,00%	<b>33,71%</b>	30,00%	85,00%	<b>43,05%</b>

*(1) Chalets, mobil-homes  
et hébergements insolites*

	Exercice 2013		Exercice 2014	
	Montant en €	% du CA global	Montant en €	% du CA global
<b>CA « Boutique »</b>	73 378	15%		
Coût d'achat des marchandises vendues	52 260			
Marge commerciale Boutique	21 118			
<b>CA « Bar »</b>	42 500	9%		
Coût des matières consommées	25 000			
Marge brute Bar	17 500			
<b>CA « Emplacement nu »</b>	139 389	28%		
<b>CA « Locatif »<sup>(1)</sup></b>	222 600	46%		
<b>CA « Location de linge »</b>	11 900	2%		

	Exercice 2013		Exercice 2014		Variation montant en %
	Montant en €	% du CA global	Montant en €	% du CA global	
<b>CA global</b>	489 767	100%			
<b>Marge brute globale</b>	412 507	84%			
Frais de personnel	223 939	46%			
<b>Marge sur coût principal</b>	188 568	39%			
Frais généraux	110 700	23%			
<b>Résultat brut d'exploitation</b>	77 868	16%			
Coûts d'occupation	24 050	5%			
<b>Résultat courant avant impôt</b>	53 818	11%			

TO : taux d'occupation ; CA : chiffre d'affaires

**Annexe A – Tableau de bord 2013-2014 – exemplaire à rendre avec la copie**

	Exercice 2013			Exercice 2014		
	Basse saison	Haute saison	Total saison	Basse saison	Haute saison	Total saison
<b>TO « Emplacement nu »</b>	15,00%	79,00%	<b>30,19%</b>	16,00%	83,00%	<b>31,90%</b>
<b>TO « Locatif » <sup>(1)</sup></b>	19,00%	81,00%	<b>33,71%</b>	30,00%	85,00%	<b>43,05%</b>

*(1) Chalets, mobil-homes  
et hébergements insolites*

	Exercice 2013		Exercice 2014	
	Montant en €	% du CA global	Montant en €	% du CA global
<b>CA « Boutique »</b>	73 378	15%		
Coût d'achat des marchandises vendues	52 260			
Marge commerciale Boutique	21 118			
<b>CA « Bar »</b>	42 500	9%		
Coût des matières consommées	25 000			
Marge brute Bar	17 500			
<b>CA « Emplacement nu »</b>	139 389	28%		
<b>CA « Locatif » <sup>(1)</sup></b>	222 600	46%		
<b>CA « Location de linge »</b>	11 900	2%		

	Exercice 2013		Exercice 2014		Variation montant en %
	Montant en €	% du CA global	Montant en €	% du CA global	
<b>CA global</b>	489 767	100%			
<b>Marge brute globale</b>	412 507	84%			
Frais de personnel	223 939	46%			
<b>Marge sur coût principal</b>	188 568	39%			
Frais généraux	110 700	23%			
<b>Résultat brut d'exploitation</b>	77 868	16%			
Coûts d'occupation	24 050	5%			
<b>Résultat courant avant impôt</b>	53 818	11%			

TO : taux d'occupation ; CA : chiffre d'affaires

**Annexe B – Projet du chalet flottant – exemplaire candidat**

**Compte de résultat différentiel du projet de chalet flottant pour la 1<sup>ère</sup> saison :**

**Arrondir les montants à l'euro le plus proche.**

	<b>Détail des calculs</b>	<b>Montant en €</b>	<b>%</b>
<b>Chiffre d'affaires HT chalet flottant</b>			
<b>Charges variables</b>			
<b>Marge sur charges variables</b>			
<b>Charges fixes spécifiques</b>			
<b>Contribution du projet à la rentabilité de l'établissement</b>			

**Annexe B – Projet du chalet flottant – exemplaire à rendre avec la copie**

**Compte de résultat différentiel du projet de chalet flottant pour la 1<sup>ère</sup> saison :**

**Arrondir les montants à l'euro le plus proche.**

	<b>Détail des calculs</b>	<b>Montant en €</b>	<b>%</b>
<b>Chiffre d'affaires HT chalet flottant</b>			
<b>Charges variables</b>			
<b>Marge sur charges variables</b>			
<b>Charges fixes spécifiques</b>			
<b>Contribution du projet à la rentabilité de l'établissement</b>			