

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE

Série :

SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE L'HÔTELLERIE ET DE
LA RESTAURATION (STHR)

ÉCONOMIE ET GESTION HÔTELIÈRE

ÉTUDE DE CAS

SUJET 0

Durée : 4 heures

Coefficient : 7

Documents autorisés : Liste des comptes du plan comptable général, à l'exclusion de toute autre information.

Matériel autorisé : Une calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans moyen de transmission, à l'exclusion de tout autre élément matériel ou documentaire. (Circulaire n°99-186 du 16 novembre 1999 ; BOEN n°42).

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	<u>SPECIALITE : STHR</u>	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 1 / 14

Le sujet comporte 14 pages numérotées 1/14 à 14/14.

Il vous est demandé de vérifier que le sujet est complet dès sa mise à votre disposition.

« La clientèle chinoise »				
Le sujet comporte trois dossiers indépendants.			Barème	Page
Dossier 1	Les enjeux		35	4
Dossier 2	Les leviers pour la connaître et la capter		35	4
Dossier 3	Les effets prévisionnels sur la performance		30	5
Le sujet comporte les annexes suivantes				Page
Annexe 1	Les chiffres clés du tourisme			6
Annexe 2	Atout France, l'agence de développement touristique de la France			6
Annexe 3	Bâtir les conditions de l'attractivité			7
Annexe 4	Touristes chinois : comment bien les accueillir ?			7
Annexe 5	Caractéristiques commerciales 2015			8
Annexe 6	Données comptables au 31/12/2016			9
Annexe 7	Tendances des nouveaux touristes chinois			10
Annexe 8	Choses à savoir sur les touristes chinois			10
Annexe 9	Conditions générales de vente de Booking.com			11
Annexe 10	Prévisions d'activité pour 2017			12
Annexe 11	Indicateurs de gestion 2016 et normes d'exploitation			12
Annexe A	Indicateurs d'exploitation 2016 (à rendre avec la copie)			13
Annexe B	Tableau de gestion prévisionnel pour 2017 (à rendre avec la copie)			14

Caractéristiques et données

AVERTISSEMENT

Si le texte du sujet, de ses questions ou de ses annexes, vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou de les) mentionner explicitement dans votre copie.

Il vous est demandé d'apporter un soin particulier à la présentation de votre copie.
Toute information calculée devra être justifiée.

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	<u>SPECIALITE : STHR</u>	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 2 / 14

SUJET

LE DOMAINE DUPLESSIS-MORNAY

Monsieur VERNOULT est propriétaire-gérant de six établissements hôteliers de prestige en France. Sa passion pour les châteaux, les manoirs, les relais et les gentilhommières se concrétise en 1994 par l'acquisition d'un édifice de style renaissance en Anjou. Quinze ans plus tard, en 2009, il devient propriétaire du Domaine Duplessis-Mornay.

Construit à l'intérieur d'une demeure historique du XIIe siècle, ce domaine est un magnifique hôtel-restaurant 4* situé au milieu d'un parc verdoyant, près de Saumur. Offrant une vue panoramique exceptionnelle sur la Loire, il représente le lieu idéal pour se détendre et jouir de prestations de qualité. Le Domaine Duplessis-Mornay dispose également d'un restaurant gastronomique révélant des produits simples et naturels.

Les clients français et étrangers viennent également profiter de « l'espace bien-être » : piscine, spa, jacuzzi et soins du corps. L'hôtel convient parfaitement aux visiteurs souhaitant découvrir la région de la Vallée de la Loire, célèbre pour ses châteaux et ses vins raffinés.

M. VERNOULT est très attentif aux flux touristiques mondiaux et aux attentes des touristes étrangers. Ceux-ci représentent une source de revenu importante pour ses établissements. Bien que les origines de la clientèle étrangère soient très diverses, M. VERNOULT observe que le Domaine Duplessis Mornay attire peu la clientèle chinoise pourtant de plus en plus présente en Val de Loire.

Les autorités estiment, de leur côté, que dix millions de touristes chinois pourraient visiter la France en 2020. Dans ce contexte, le Val de Loire espère pouvoir capter une partie significative de ce potentiel touristique. Les classes moyennes et supérieures chinoises (plus de trente millions de personnes !) sont attachées à des thématiques et à un tourisme plus individuels. A cet égard, les châteaux de la Loire, l'œnotourisme, le romantisme ou encore la culture sont autant d'atouts pour la région.

Monsieur VERNOULT entend saisir cette opportunité pour redynamiser l'activité économique de son établissement. Pour cela, il a besoin d'une étude complète concernant le potentiel que représente l'apport de cette nouvelle clientèle, ses spécificités ainsi que les évolutions nécessaires pour positionner son entreprise sur ce marché porteur.

Monsieur VERNOULT vous demande de l'accompagner dans sa réflexion.

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	<u>SPECIALITE : STHR</u>	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 3 / 14

Dossier 1 – Les enjeux

La France est une destination de plus en plus appréciée des touristes chinois. Cette clientèle représente un potentiel de développement important pour les entreprises du secteur de l'hôtellerie et de la restauration françaises. Monsieur VERNOULT souhaite connaître les mesures prises au niveau national et régional pour accompagner l'adaptation des entreprises à cette évolution. À l'aide de vos connaissances et des annexes 1 à 4 :

- 1.1 Préciser la place de la clientèle chinoise dans les échanges touristiques internationaux.
- 1.2 Présenter les mesures prises par l'État français pour aider les entreprises hôtelières à se positionner sur ce nouveau marché.
- 1.3 Identifier le rôle d'Atout France dans le développement du tourisme en Val de Loire.

La baisse enregistrée entre 2015 à 2016 de la fréquentation et du chiffre d'affaires de son établissement inquiète monsieur VERNOULT. Dans le même temps, il observe qu'une nouvelle clientèle chinoise commence à fréquenter son établissement. Monsieur VERNOULT souhaite saisir cette opportunité. Pour cela, il vous demande de procéder à une analyse des indicateurs commerciaux et d'identifier les avantages qu'il pourrait espérer de l'arrivée de cette clientèle individuelle. À l'aide de vos connaissances et des annexes 5 et 6 :

- 1.4 Calculer les indicateurs commerciaux de l'exercice 2016 (Annexe A à rendre).
- 1.5 Comparer et commenter les résultats obtenus en 2016 avec ceux de 2015.
- 1.6 Présenter les avantages que le domaine Duplessis-Mornay peut retirer en captant une clientèle chinoise.

Dossier 2 – Les leviers pour la connaître et la capter

Devant le potentiel de développement que représente la clientèle chinoise, monsieur VERNOULT vous demande de réfléchir à la stratégie devant être mise en œuvre pour capter cette nouvelle clientèle familière de nouvelles technologies. À partir des annexes 7 et 8 :

- 2.1 Présenter le profil de consommation des touristes chinois.
- 2.2 Proposer une offre de services adaptée à ce profil de consommation.
- 2.3 Soulignez l'intérêt de recourir aux technologies numériques pour capter cette nouvelle clientèle.

Pour Monsieur VERNOULT, un référencement sur « Booking.com » constituerait une opportunité pour être visible par la clientèle chinoise. En effet, « Booking.com » et « Ctrip.com » ont conclu en 2012 un accord qui permet à « Ctrip.com » d'accéder au portefeuille de contacts de « Booking.com » constitué de plus de 235 000 hôtels participants. « Ctrip.com » est une agence de voyage en ligne spécialisée dans les réservations d'hôtels à petit prix, dans les billets d'avions bon marché, les circuits touristiques et l'information pour des voyageurs chinois. Les voyageurs indépendants constituent la cible principale de « Ctrip.com » qui, grâce à son site en ligne et à son application mobile, est aujourd'hui le leader incontesté de l'e-tourisme en Chine avec plus de 50% des parts de marché dans ce pays.

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	<u>SPECIALITE : STHR</u>	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 4 / 14

À partir de l'annexe 9 :

- 2.4 Préciser la nature et l'objet du contrat qui serait conclu entre le « Domaine Duplessis-Mornay » et Booking.com.
- 2.5 Identifier les droits et les obligations du « Domaine Duplessis-Mornay » dans le cadre de ce contrat.
- 2.6 Analyser les avantages et les inconvénients d'un partenariat avec Booking.com pour le « Domaine Duplessis-Mornay ».

Dossier 3 – Les effets prévisionnels sur la performance

Pour relever le défi de la conquête d'une clientèle chinoise, Monsieur VERNOULT vous demande de mesurer les conséquences, a priori, de cette nouvelle orientation sur sa performance d'exploitation.

À partir de l'annexe 6 :

- 3.1 Justifier par le calcul le coût matière 2016 exprimé en valeur relative en annexe 11.

À partir de l'annexe 10 :

- 3.2 Présenter le tableau de gestion prévisionnel pour 2017 du « Domaine Duplessis-Mornay » en complétant **l'annexe B (à rendre avec la copie)**.
- 3.3 Évaluer la performance de ce projet en comparant les indicateurs prévisionnels de 2017 à ceux, d'une part, de l'exercice 2016 et à ceux, d'autre part, relatifs aux normes d'exploitation des établissements de Monsieur VERNOULT présentés en annexe 11.
- 3.4 Proposer deux solutions destinées à améliorer la performance d'exploitation de cette entreprise. Justifier votre réponse.

Monsieur VERNOULT désire attirer les touristes en vacances pendant le nouvel an chinois. Il a publié à cet effet le 20 décembre 2016 une offre exceptionnelle sur le site de Booking.com :

Offre spéciale « Nouvel an chinois en Loire »

Séjour 3 jours – 2 nuits, du 28 au 30 janvier 2017, en pension complète au prix exceptionnel de 850,00 € par personne. Comprenant :

- 2 nuitées en chambre de luxe, petits déjeuners compris ;
- Spectacle équestre avec démonstration de dressage par le Cadre Noir de Saumur ;
- Soirée cabaret avec menu gastronomique et feu d'artifice sur la Loire ;
- Visite de cave et shopping à Saumur ;
- 3 repas menu « tradition » ;
- Accès libre à l'espace « bien-être ».

Au 20 décembre 2016, le taux de change est de 7,2223 yuan pour 1,00 euro

- 3.5 Calculer, à cette date, le prix de cette offre exceptionnelle en yuan.

Le 10 janvier 2017, Monsieur YOMIN, résidant à Pékin, est vivement intéressé par cette offre spéciale. Ce jour-là, le taux de change indique : 100 yuans = 13,5982 euros

- 3.6 Calculer, à la date du 10 janvier 2017, le prix à payer par Monsieur YOMIN en yuan.
- 3.7 Qu'en concluez-vous pour Monsieur YOMIN ? Pour le « Domaine Duplessis-Mornay » ?

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	SPECIALITE : STHR	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 5 / 14

Annexe 1 - Les chiffres clés du tourisme

Des marchés émetteurs de premier plan ont tiré le tourisme en 2015

Les locomotives du tourisme émetteur l'an dernier ont été la Chine, les États-Unis et le Royaume-Uni, grâce à la force de leur devise et de leur économie.

La Chine constitue aujourd'hui le premier marché émetteur au monde, sachant qu'elle enregistre chaque année depuis 2004 une croissance à deux chiffres des dépenses touristiques, ce qui profite à des destinations asiatiques comme le Japon et la Thaïlande, aux États-Unis et à diverses destinations européennes dont la France. Le nombre total de voyageurs chinois à l'étranger a augmenté de 10% en 2015 pour se situer à 128 millions.

Croissance du marché émetteur chinois

2,2 millions de touristes chinois en France, soit la 1ère destination européenne pour cette clientèle. Ils ont été 8,6 millions à se rendre en Europe en 2015, volume qui devrait augmenter de +23% d'ici 2019 avec 10 millions de visiteurs prévus*.

Depuis 2014, la procédure de délivrance de visas vers la France pour les visiteurs chinois, indiens et singapouriens a été réduite à 48 heures, un dispositif qui a par exemple fait bondir de 38% le nombre de visas délivrés aux Chinois en 2015.

Renforcement des courts séjours

Si l'économie touristique française s'internationalise, elle doit aussi s'adapter à la réduction des temps de consommation se traduisant par une poussée continue du court séjour en cohérence avec le développement du tourisme en ville.

Ligne « Voyages » de la balance des paiements de la France

Aires géographiques	Données de l'année 2015 (en milliards d'euros)		
	Recettes	Dépenses	Soldes
Union européenne (à 28)	26,8	21,5	5,3
Reste du monde	14,6	13,1	1,5
Dont : Australie	0,7	0,3	0,4
Brésil	0,8	0,2	0,6
Canada	0,6	0,5	0,1
Chine	1,0	0,4	0,6
États Unis	2,4	1,6	0,8
Total	41,4	34,6	6,8

www.atout-france.fr/services/chiffres-cles-et-etudes

Annexe 2 - Atout France l'agence de développement touristique de la France

Pour Atout France, l'année 2015 a été marquée par de très nombreux événements dont certains ont été particulièrement déterminants et contribuent à rythmer durablement l'action de Atout France, et de manière plus générale le développement du tourisme international en France :

- Mise en œuvre des 40 mesures du rapport du Conseil de promotion du tourisme et tenue dans la foulée de la 1ère conférence annuelle du tourisme réunissant les acteurs du secteur et mettant en avant 4 axes majeurs : accueil, numérique, formation, et investissement ;
- Organisation de la 1ère édition l'opération « Goût de France/Good France » permettant à 1000 chefs de célébrer la gastronomie française autour du monde, au travers de 1000 menus sur 5 continents.

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	SPECIALITE : STHR	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 6 / 14

S'agissant de la promotion, avec désormais l'appui des ambassades de France à l'étranger, Atout France a mené plus de 2 800 opérations sur ses 70 marchés d'intervention, dont plus de 600 événements professionnels, 500 campagnes de communication (dont 350 campagnes numériques) et près de 550 actions de promotion réalisées avec l'appui des clusters [1].

[1] Un cluster est un ensemble de décideurs qui créent et entretiennent de bonnes relations leur permettant d'augmenter leurs opportunités d'affaires et de croissance

Rapport d'activité Atout France 2015

Annexe 3 - Bâtir les conditions de l'attractivité

Afin d'être en mesure d'accueillir 100 millions de visiteurs d'ici 2020 dans des conditions optimales, il est aujourd'hui primordial de parvenir à une meilleure répartition des flux touristiques sur le territoire et de capitaliser sur la « collection de destinations » qu'offre le pays. Des marques de territoire fortes, porteuses d'identité, de valeurs matérielles mais aussi immatérielles, ont donc été retenues dans le cadre des travaux du Conseil de promotion du Tourisme et Atout France s'appuie sur leur notoriété mondiale, pour assurer la promotion de la destination France.

Les régions Centre-Val de Loire et Pays de la Loire ainsi que Atout France ont travaillé au renforcement d'une marque d'envergure mondiale : Val de Loire. Cette démarche s'est concrétisée par la signature d'un Contrat de Destination qui a notamment permis la création, en mai 2015, du site www.valde Loire-france.com. La collaboration entre Atout France et les deux régions s'inscrit dans la durée puisque Atout France développe et gère depuis 2008 le site www.loire-chateaux.org qui fait la promotion de 21 Grands Sites du Val de Loire.

Rapport d'activité Atout France 2015

Annexe 4 - Touristes chinois : comment bien les accueillir ?

Avec 111 millions de voyageurs à l'international en 2014, la Chine est le premier marché émetteur de touristes au monde, un chiffre qui devrait atteindre 208 millions en 2020. L'enjeu de l'accueil de ces clientèles est donc fondamental. C'est pourquoi Atout France propose un nouveau guide pratique à l'usage des professionnels du tourisme français.

Objectif : les accompagner dans l'attention particulière qui doit être portée à l'accueil de cette clientèle stratégique.

Art de vivre, patrimoine historique, beauté et variété des paysages ou encore offre de shopping développée font de la France la destination européenne favorite des Chinois, qui ont été 1,7 million à la découvrir en 2014. Un des enjeux majeurs pour ce marché est de donner envie aux Chinois de venir, mais aussi de revenir en France pour des séjours plus thématiques et mieux répartis sur le territoire.

L'accueil est à ce titre un levier primordial. Mieux connaître les touristes chinois, c'est rendre sa stratégie de promotion plus pertinente et être en capacité de mieux les recevoir... et les fidéliser.

Avec sa nouvelle publication "**Les touristes chinois : comment bien les accueillir ?**", Atout France entend accompagner les acteurs du tourisme français dans l'accueil de ces visiteurs en leur donnant des repères et des conseils sur leurs habitudes, leurs attentes ou leurs réactions.

En complément de ce guide pratique, Atout France a développé, en partenariat avec Tourism Academy, une formation en ligne, le **MOOC** (massive online open course) **Accueil France** sur le thème de l'accueil des clientèles internationales en France, et notamment les Chinois.

<http://atout-france.fr/actualites/touristes-chinois-comment-bien-les-accueillir>

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	SPECIALITE : STHR	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 7 / 14

Annexe 5 – Caractéristiques commerciales (Domaine Duplessis-Mornay)

Restauration :

- Salles à manger : 2 salles dont une de 44 couverts et une de 56 couverts.
- Cuisine gastronomique à base de mets d'exception.
- Nombre de services par jour : 2 (un service le midi et un le soir).

Hébergement :

- Chambres : 68 aux normes 4*.

Ouverture :

- 365 jours par an.

Données commerciales 2015 :

Hébergement	
CAHT total	2 560 848 €
Taux d'occupation	48 %
Prix moyen par chambre louée	202 €
REVPAR	103 €

Restauration	
CAHT total	4 386 658 €
Addition moyenne par couvert	85 €
Taux de remplissage	70 %

Petits déjeuners	
CAHT total	464 018 €
Taux de captage	83 %

Ensemble	
TREVPAR	299 €

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	SPECIALITE : STHR	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 8 / 14

Annexe 6 – Données comptables au 31/12/2016

CAHT du Domaine Duplessis-Mornay	7 049 860 €
<i>Dont :</i>	
<i>CAHT hébergement total (dont 5% de clientèle chinoise)</i>	2 486 260 €
<i>CAHT restaurant total (dont 3% de clientèle chinoise)</i>	4 099 680 €
<i>CAHT petits déjeuners total (dont 3% de clientèle chinoise)</i>	463 920 €

Achats de matières premières et autres approvisionnements	1 200 650 €
<i>Dont :</i>	
<i>Produits d'accueil</i>	40 600 €
<i>Matières premières restaurant</i>	1 097 050 €
<i>Matières premières petits déjeuners</i>	63 000 €
Variation de stocks	- 26 300 €
Autres achats et charges externes	1 446 300 €
Impôts taxes et versements assimilés	320 230 €
Salaires et traitements	2 004 300 €
Charges sociales	861 849 €

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	<u>SPECIALITE : STHR</u>	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 9 / 14

Annexe 7 - Tendances des nouveaux touristes chinois

[...] Les touristes chinois ne sont plus simplement les personnes d'un certain âge avec une carrière bien établie mais surtout les gens jeunes entre 18 et 35 ans qui représentent en tout 67% des touristes chinois. Ces chinois sont les produits de la politique de l'enfant unique. C'est-à-dire des gens qui le plus souvent ont eu des familles entières pour leur donner ce qu'elles avaient de mieux dans tous les domaines. [...] 57% des touristes chinois sont diplômés des universités. [...] L'une des tendances les plus récentes est sans discuter ce changement d'attitude des touristes chinois vis-à-vis des groupes. Alors qu'au départ, il fallait des voyages groupés pour assurer une certaine sécurité, c'est désormais en petits ensembles (seuls, en famille, entre amis) que préfèrent voyager les touristes chinois. [...].

Ce n'est pas moins d'environ 60% de leur budget qui est dédiée au shopping. À noter quand même la forte montée de la partie culturelle : les études ont montré que la partie culturelle du budget tendait à s'accroître. [...] Avant tout il faut se souvenir que les touristes chinois sont des gens qui sont, pour beaucoup, nés à l'air du digital, les post années 80 et post années 90 et y sont donc très familiarisés. Ensuite il faut savoir que c'est en Chine que l'on compte le plus d'internautes (634 millions en 2014). Passer par le digital n'est donc que la suite logique... Pour la recherche d'information, les chinois utiliseront Baidu, le géant du marché avec 70% des parts de marché local. Ils iront ensuite sur des réseaux sociaux chinois comme Sina, Weibo, Wechat, QQ et Qyer, une plateforme entièrement dédiée à l'échange entre voyageurs. [...] Sur ces réseaux sociaux se partagent les expériences et récits qui vont ensuite influencer le reste de la communauté. Finalement, ils iront sur des plateformes online pour réserver leurs voyages. Les principaux acteurs de l'e-tourisme sont Ctrip, Qunar et Taobao Luxing.

Source : www.marketing-professionnel.fr

Annexe 8 - Choses à savoir sur les touristes chinois

Les touristes chinois ont des besoins bien particuliers qu'ils s'attendent à voir satisfaits. On retrouve en priorité le Wifi. Hyperconnectés, ils aiment rester en permanence en contact avec leurs amis et leur famille et pouvoir partager leurs photos et leur expérience en direct sur des plates-formes de réseaux sociaux [...]. Attention donc, si l'un de vos clients chinois à une mauvaise expérience il vous faut être très réactif sous peine de voir très rapidement fleurir de mauvais commentaires et de mauvaises évaluations sur l'internet chinois [...]. Viennent ensuite toujours dans les hôtels : les bouilloires pour se faire du thé ou des nouilles instantanées, des pantoufles... [...]

Si vous avez des guides ou du personnel parlant mandarin, cela rassure énormément les touristes chinois car ils seront susceptibles de leur transmettre les bonnes informations. [...] Viennent ensuite des manuel et brochures écrits en chinois décrivant l'essentiel des informations nécessaires pour pouvoir se débrouiller [...].

Source : <http://www.conseilsmarketing.com>

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	<u>SPECIALITE : STHR</u>	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 10 / 14

Annexe 9 - Conditions générales de vente de Booking.com (Extrait)

Les informations fournies par l'Hôtel dans l'objectif d'être intégrées aux Sites Internet doivent [...] respecter les formats et les normes fournis par Booking.com. Les Informations Hôtel ne doivent pas contenir de numéro de téléphone ou de télécopie ou des adresses e-mail ou Skype/Twitter faisant directement référence à l'Hôtel, à son site Internet ou à des sites Internet tiers. [...] L'Hôtel s'engage à rendre disponible un nombre minimum de chambres pouvant être vendues par l'intermédiaire de Booking.com [...] Booking.com incite les Hôtels à fournir des disponibilités supplémentaires de chambres pour certaines périodes lorsque qu'il est possible de le faire ou en cas de demande ponctuelle. [...] L'Hôtel verse à Booking.com une commission pour chaque réservation de chambre effectuée sur les Sites Internet. [...] L'Hôtel doit fournir les chambres réservées. Si un Hôtel se trouve dans l'incapacité de remplir les obligations établies dans le présent Accord, quelle qu'en soit la raison, il doit rapidement informer Booking.com par l'intermédiaire de son Service Clients. L'Hôtel fait alors tout son possible pour proposer au Client, à ses propres frais, un hébergement de remplacement de qualité égale ou supérieure. [...] L'Hôtel n'est pas autorisé à annuler les réservations en ligne. [...]

L'Hôtel s'engage à ne pas s'adresser spécifiquement aux Clients obtenus par l'intermédiaire de Booking.com lors de campagnes en ligne ou hors ligne ou par le biais de courriers sollicités ou non sollicités. [...]

Booking.com se réserve le droit d'accorder une sous-licence, de rendre disponible, de divulguer et de proposer les Informations de l'Hôtel et les offres spéciales rendues disponibles par l'Hôtel sur les Sites Internet, ainsi que tout autre droit et licence établi dans le présent Accord, via ou en collaboration avec les Sites Internet de sociétés affiliées et/ou de Sites Internet Tiers. [...]

Les Clients ayant séjourné dans un Hôtel se voient demander par Booking.com de commenter leur séjour dans l'Hôtel concerné et d'attribuer des notes à certains aspects de leur séjour. Booking.com se réserve le droit de poster lesdits commentaires et notes sur les Sites Internet. L'Hôtel reconnaît que Booking.com agit en tant que distributeur (sans obligation de vérification) des Commentaires, non pas comme éditeur. [...] L'ordre dans lequel l'Hôtel apparaît sur les Sites Internet est déterminé de façon automatique et unilatérale par Booking.com. [...] L'Hôtel a la possibilité d'influencer son propre classement en modifiant le pourcentage de commission et les disponibilités pour certaines périodes, et en procédant à une amélioration constante des autres facteurs. [...]

Source : http://www.tendancehotellerie.fr/IMG/pdf/conditions_generales_de_ventes-cgv_booking.com.pdf

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	<u>SPECIALITE : STHR</u>	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 11 / 14

Annexe 10 - Prévisions d'activité pour 2017 (Domaine Duplessis-Mornay)

- ❑ Grâce aux réservations des touristes chinois via Booking.com, Monsieur VERNOULT prévoit que 6 chambres supplémentaires seront louées en moyenne par jour d'ouverture, au prix moyen de 200 € par chambre.
- ❑ Avec cette clientèle supplémentaire en hébergement, il prévoit d'augmenter ses ventes en restauration (restaurant et petits déjeuners) de 10% par rapport à celles de l'année 2016.
- ❑ Monsieur VERNOULT prévoit de maintenir les efforts engagés sur ses achats et de limiter ainsi le ratio matières à 1,2% du chiffre d'affaires en hébergement, et 25% du chiffre d'affaires en restauration.
- ❑ Suite à l'embauche de personnel de réception et de service parlant mandarin, les charges de personnel s'élèveront à 2 935 000 €.
- ❑ Les frais généraux de 2016 d'un montant de 1 766 530 € devraient augmenter de 2%.
- ❑ Booking.com facturera 13% de commission sur le chiffre d'affaires supplémentaire en hébergement et en restauration, dégagé grâce au référencement du Domaine du Plessis-Mornay sur son site de réservation en ligne.
- ❑ Monsieur VERNOULT prévoit un budget de 5 000 € HT pour développer la communication de l'établissement et mieux se faire connaître auprès des agences de voyage chinoises.

Annexe 11- Indicateurs de gestion 2016 et normes d'exploitation

(Domaine Duplessis-Mornay)

Éléments	En pourcentage du CAHT	
	Exercice 2016	Normes d'exploitation (1)
Coût matière	17%	14 % à 18%
Charges de personnel	41%	37 % à 41%
Marge sur coût principal	43%	43 % à 47%
Frais généraux	25%	16 % à 20%
Résultat brut d'exploitation	18%	25 % à 29%

(1) Niveau moyen de l'indicateur pour les établissements de Monsieur VERNOULT

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	SPECIALITE : STHR	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 12 / 14

Annexe A (À rendre avec la copie)

Indicateurs d'exploitation 2016 (Domaine Duplessis-Mornay)

Hébergement		
Indicateurs	Détail des calculs	Exercice 2016
CAHT Chambres		
Nombre de chambres louables		
Nombre de chambres louées		11 564
Taux d'occupation		
Nombre de clients		20 815
Indice de fréquentation		
Prix moyen par chambre louée		
REVPAR		
Restauration		
Indicateurs	Détail des calculs	Exercice 2016
CAHT Restaurant		
Nombre de couverts		48 231
Capacité du restaurant		
Taux de remplissage		
Addition moyenne par couvert		
Petits déjeuners		
Indicateurs	Détail des calculs	Exercice 2016
CAHT Petits déjeuners		
Nombre de petits déjeuners		17 215
Taux de captage petits déjeuners		
Ensemble		
Indicateur	Détail des calculs	Exercice 2016
TREVPAR		

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	SPECIALITE : STHR	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 13 / 14

Annexe B (À rendre avec la copie) - Tableau de gestion prévisionnel pour 2017 (Arrondir en nombre entier)

Éléments	Ensemble	%	Hébergement	%	Restauration (Restaurant et Petits déjeuners)	%
Chiffre d'affaires		100				
Coût matière						
Marge Brute						
Charges de personnel						
Marge sur coût principal						
Frais généraux						
Résultat Brut d'Exploitation						

Éléments	Détail des calculs
Chiffre d'affaires hébergement	
Chiffre d'affaires restauration (Restaurant et Petits déjeuners)	
Frais généraux	

Session 2018	Examen : baccalauréat technologique	<u>SPECIALITE : STHR</u>	
SUJET ZÉRO	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
CODE ÉPREUVE : XXXXXXXX	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 14 / 14