

B.T.S. HÔTELLERIE RESTAURATION
OPTION A : MERCATIQUE ET GESTION HÔTELIÈRE

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

Durée : 5 heures.

Hôtel Le Crayencour

Documents et matériels autorisés :

- Listes de comptes du plan comptable général, du plan comptable hôtelier,
- Calculatrice à fonctionnement autonome et sans imprimante (circulaire 99-186 du 16/11/99),
- Tables financières.

Ce sujet comporte 17 pages numérotées de 1/17 à 17/17 :
4 pages de textes numérotées de 2/17 à 5/17 et 12 pages d'annexes numérotées de 6/17 à 17/17.

Le sujet comprend cinq dossiers qui peuvent être traités de façon indépendante
(les temps précisés sont indicatifs).

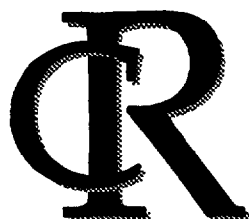
	Exposé de la situation du cas	Durée	Barème	p. 2
Dossier 1	Tourisme en région Nord-Pas-de-Calais	0 h 45	21 pts/140	p. 2
Dossier 2	Stratégie et politique de communication du Crayencour	1 h 15	35 pts/140	p. 3
Dossier 3	Recours aux outils de gestion	0 h 20	14 pts/140	p. 4
Dossier 4	Étude financière et de gestion	2 h 00	56 pts/140	p. 4 et 5
Dossier 5	Réflexion sur le choix d'une franchise	0 h 40	14 pts/140	p. 5

Annexe 1	Pays du Nord			p. 6
Annexe 2	Arras affiche sa vocation agroalimentaire			p. 7
Annexe 3	Le marché du transit			p. 7
Annexe 4	Les hôteliers se font de plus en plus internautes			p. 8
Annexe 5	Exemple d'une page d'accueil d'un site hôtelier			p. 9
Annexe 6	Extrait de la table de la loi de Poisson			p. 9
Annexe 7	Bilan de l'Hôtel Crayencour au 31/12/1999			p. 10
Annexe 8	Données "type" : moyennes obtenues sur un échantillon représentatif d'hôtels-restaurants comparables			p. 11
Annexe 9	Franchise, l'âge de la maturité			p. 12 et 13
Annexe A	Données d'exploitation du 1 ^{er} trimestre 2000			p. 14 et 15
Annexe B	Suivi du budget du 1 ^{er} trimestre 2000			p. 16 et 17

Nota : les annexes A et B sont fournies en deux exemplaires :

- un exemplaire servant de brouillon,
- l'autre exemplaire étant à remettre avec la copie.

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2000	OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière	Coefficient	7
H R A E E J	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Crayencour	Page 1 / 17



L'Hôtel Le Crayencour

La Société à Responsabilité Limitée (S.A.R.L.) Le Crayencour est un établissement de caractère, de type flamand, implanté à Arras dans le Pas-de-Calais. Il est situé en ville, à deux pas de la Grand'Place et de la Place du Beffroi, à proximité des grandes artères de circulation et à quelques minutes seulement des sorties d'autoroutes.

Cet établissement assure des prestations d'hébergement (50 chambres 2 étoiles standard, décor flamand), de restauration (2 menus touristiques et une carte composée de plats régionaux pour lesquels il a obtenu le label régional "Savoir-faire") et un bar, dont la carte laisse une place importante aux bières régionales.

La clientèle du Crayencour est composée d'hommes d'affaires et de touristes, principalement en court séjour.

Monsieur Ferrand dirige Le Crayencour depuis sa création. La diversité de l'activité de l'établissement justifie qu'il recoure au service d'un assistant pour l'aider. Monsieur Ferrand vous charge de le seconder pour traiter les cinq dossiers suivants.

- **Dossier 1** : Tourisme en région Nord-Pas-de-Calais
- **Dossier 2** : Stratégie et politique de communication du "Crayencour"
- **Dossier 3** : Recours aux outils de gestion
- **Dossier 4** : Étude financière et de gestion
- **Dossier 5** : Réflexion sur le choix d'une franchise

Traitez ces 5 dossiers, sans oublier de joindre à votre copie les annexes A et B.

DOSSIER 1 : TOURISME EN RÉGION NORD-PAS-DE-CALAIS

Sans pour autant négliger la clientèle d'affaires, bien au contraire, M. Ferrand vous demande de vous intéresser plus particulièrement aux touristes de la région Nord-Pas-de-Calais.

Vos connaissances sur le potentiel touristique de la région sont anciennes : vous avez quitté la région pendant plusieurs années et n'y êtes revenu(e) que depuis quelques semaines. Parallèlement, les actions dans ce domaine sont de plus en plus nombreuses et diversifiées car le potentiel de la région est suffisamment riche pour répondre aux besoins de différentes formes de tourisme. Toutes ces actions visent et contribuent à "transformer un lieu de passage en lieu d'accueil".

1.1. Après avoir pris connaissance de l'annexe 1, **citez** au minimum trois formes de tourisme sur lesquelles s'appuie le développement touristique de la région.

L'un des axes retenus pour développer le tourisme dans cette région, mais aussi dans la ville d'Arras comme l'indique l'annexe 1, est le tourisme industriel.

1.2. **Définissez** la notion de tourisme industriel.

1.3. **Citez et décrivez brièvement** les composantes touristiques du projet "Cestar" présenté en annexe 2.

1.4. **Commentez** la phrase suivante en une quinzaine de lignes, en argumentant vos propos : "Ce n'est pas le tourisme qui permet le développement de la ville (d'Arras) mais le développement général de la ville qui rend le tourisme possible et profitable".

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2000	OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière	Coefficient	7
H R A E E J	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Crayencour	Page 2 / 17

DOSSIER 2 : STRATÉGIE ET POLITIQUE DE COMMUNICATION

Vos contacts avec les professionnels du tourisme confirment l'importance de considérer avec attention la clientèle de transit.

Pour en être sûr(e), vous menez l'étude en répondant aux 3 questions suivantes :

- 2.1. **Analysez** de façon structurée, la clientèle de transit de la région Nord-Pas-de-Calais grâce aux informations contenues dans l'annexe 3.
- 2.2. **Citez** trois points forts du Crayencour vis-à-vis de cette clientèle.
- 2.3. Pourquoi le Crayencour **ne peut-il agir seul** vis-à-vis de cette clientèle ? (5 lignes maximum).

Les premiers résultats vous incitent à poursuivre votre démarche et à vous intéresser particulièrement aux moyens qui permettront d'entrer en contact et de communiquer avec la clientèle touristique de transit. Vous vous interrogez sur l'opportunité d'intégrer Internet dans la stratégie et la politique de communication du Crayencour.

Vous connaissez la tendance naturelle des internautes : zapper, surfer sur le Net ...

Vous recherchez comment attirer et retenir leur attention, susciter leur intérêt, provoquer leur désir et consulter fréquemment le site du Crayencour.

Consultez l'annexe 4.

- 2.4. À quels **objectifs** la création du site Internet : " <http://www.crayencour.fr> " répond-elle ?
- 2.5. **Citez** au moins trois des principales qualités d'un " bon " site Internet, tel que vous devez l'envisager pour le Crayencour.
- 2.6. "Créer un site Internet n'exclut pas pour autant d'autres actions de communication". **Justifiez** cette affirmation (On ne vous demande pas de citer les autres actions de communication).

Selon la tradition, presque toutes les communes de la région (Béthune, Cambrai, Etaples, Arras...) organisent des marchés de Noël. À Arras, des chalets en bois s'installeront sur la Grand'Place. Les artistes locaux exposeront leurs œuvres, des stands gourmands permettront aux touristes d'un jour de venir découvrir les délices salés ou sucrés de Noël...

Cette manifestation, qui attire toujours plus de touristes, est pour vous une occasion à ne pas manquer. Vous décidez de mener une action de communication pour suggérer à ces touristes, principalement des familles, de poursuivre la féerie de Noël au Crayencour et d'y séjourner.

Vous proposez une soirée " Contes de Noël " associant la chambre, un repas à thème avec des animations et un jeu concours avec les commerçants et les artistes exposants.

Cette offre sera proposée sur la page d'accueil du site Internet du Crayencour. Cette page d'accueil sera réussie si elle transmet une bonne image du site visité, retient l'internaute sur le site et l'incite à le fréquenter régulièrement. L'annexe n° 5 vous présente un exemple de page d'accueil d'un hôtel concurrent (sans accroche pour la manifestation des marchés de Noël).

- 2.7. **Proposez** un contenu de l'accroche, relative à l'opération de communication menée par le Crayencour à l'occasion des marchés de Noël, telle qu'elle figurera sur la page d'accueil du site internet.

Justifiez l'intérêt d'une telle accroche.

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2000	OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Crayencour	Page 3 / 17

Vous vous interrogez sur les réservations via Internet, dont le Crayencour pourrait bénéficier grâce à son propre site Internet.

Vous recourez aux outils de gestion pour en mesurer l'incidence...

DOSSIER 3 : RECOURS AUX OUTILS DE GESTION

Une étude récente a montré qu'en moyenne 100 consultations d'un site hôtelier sur Internet entraînent 2 réservations fermes, et que le nombre de ces réservations suit une Loi de Poisson. La première année le nombre mensuel de consultations est estimé à 250.

3.1. Quel est le paramètre de la loi de Poisson suivie par le nombre de réservations mensuelles au cours de la première année ?

3.2. En vous aidant de la table donnée en annexe 6, déterminez la probabilité pour un mois donné que le nombre de réservations par Internet soit :

- de 8 réservations ;
- de 12 réservations ;
- au minimum de 8 et au maximum de 12 réservations, c'est-à-dire compris entre 8 (inclus) et 12 (inclus).

DOSSIER 4 : ÉTUDE FINANCIÈRE ET DE GESTION

L'Hôtel de Crayencour est ouvert du 1/1 au 31/12. Vous êtes soucieux de suivre votre situation (annexe 7), votre activité (annexe A) et leurs évolutions. Vous avez décidé de vous doter d'un tableau de bord trimestriel synthétique pour atteindre cet objectif.

4.1. En exploitant les données fournies en annexe 7, calculez les grandeurs caractéristiques de l'analyse fonctionnelle du bilan et quelques ratios significatifs (entre autres les trois suivants : ratio d'équilibre financier, ratio d'autonomie financière, ratio de rentabilité des capitaux propres investis) ; puis **rédigez** un bref commentaire sur la situation financière de l'hôtel Crayencour.

Nota : Pour les grandeurs caractéristiques et les ratios demandés, vous rappellerez au préalable leur formule de calcul.

4.2. À l'aide des informations partielles, fournies en annexe A, sur l'activité de votre établissement durant le 1^{er} trimestre 2000, complétez l'exemplaire à rendre avec la copie (un exemplaire peut être utilisé comme brouillon) afin de déterminer le chiffre d'affaires trimestriel hors taxes.

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2000	OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière	Coefficient	7
H R A E E J	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Crayencour	Page 4 / 17

Les principaux éléments du budget du premier trimestre 2000 figurent en annexe B.

4.3. Complétez l'Annexe B à rendre avec la copie.

4.4. Analysez l'exploitation du premier trimestre 2000 en prenant en compte les résultats de l'annexe B et les données type communiquées en annexe 8 (trente lignes maximum).

En conclusion, **vous ferez deux propositions précises** pour améliorer le suivi du budget.

4.5. Déterminez le résultat courant avant impôts (RCAI) pour le premier 1^{er} trimestre 2000, sachant que les coûts d'occupation pour cette période s'élèvent à 335 000 F (51 070,42 €) dont :

- dotations aux amortissements et provisions : 245 000 F (37 350,01 €) ;
- intérêts des emprunts : 90 000 F (13 720,41 €) ;

On admet qu'il n'y a pas eu de charges ou produits exceptionnels au premier trimestre 2000 et qu'il sera fait abstraction de l'impôt sur les bénéfices quelle que soit l'année : le résultat net comptable se confond avec le RCAI.

4.6. Déterminez la capacité d'autofinancement (CAF) réelle du premier trimestre 2000.

4.7. Rapprochez :

- d'une part, le total des montants constatés pour la trésorerie au 31.12.1999 et pour la CAF du premier trimestre 2000 ;
- d'autre part, le montant total des échéances à honorer au premier trimestre 2000 en ce qui concerne les emprunts et les fournisseurs d'immobilisations (cf. annexe 7, pied de bilan).

Concluez alors sur les problèmes de gestion de la trésorerie rencontrés par le Crayencour au cours du premier trimestre 2000 et sur les solutions possibles pour y faire face.

Remarque : la pertinence de votre réponse sera appréciée en tenant compte des résultats et conclusions de l'analyse réalisée au point 4.1.

DOSSIER 5 : RÉFLEXION SUR LE CHOIX D'UNE FRANCHISE

Le Crayencour a été contacté par un franchiseur qui voudrait le rallier à son enseigne.

Avant de donner votre réponse, vous vous documentez sur la franchise en prenant connaissance de l'annexe 9.

5.1. Définissez le contrat établi entre un franchiseur et un franchisé.

5.2. Indiquez quelles sont les obligations du franchiseur et du franchisé pendant l'exécution de ce contrat.

5.3. En tant que futur franchisé et avant de signer le contrat définitif, **précisez** quel document doit vous fournir le franchiseur et quelles sont les vérifications auxquelles vous devez alors vous livrer.

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2000	OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière	Coefficient	7
H R A E E J	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Crayencour	Page 5 / 17