

## ANNEXE 1 : Pays du NORD

### PETITE HISTOIRE ECONOMIQUE DES PAYS DU NORD

*D'après Pays du Nord, le magazine du patrimoine, de l'histoire et de l'art de vivre (Nov. / Déc. 1999)*

#### La révolution industrielle

Au XIX<sup>e</sup> siècle, les capitaines d'industrie développent les mines et les forges, les sucreries et brasseries, les tissages et filatures de laine ou de coton. Le chemin de fer et la voie fluviale sont en plein essor. Ces transports assurent aux fabricants des débouchés pour leurs produits. Mais aux " Trente Glorieuses " succèdent dans les régions les " Trente Piteuses " avec l'écroulement des piliers industriels : la mine, le textile, la sidérurgie. La roue de la fortune a tourné. Mais le génie marchand des gens du Nord trouve à s'exprimer, l'agroalimentaire, la grande distribution... Depuis dix ans, le tunnel sous la Manche, le TGV, les infrastructures routières mais aussi les nouvelles techniques de communication ont modifié le paysage économique.

#### La renaissance des châteaux de l'industrie

Les années 1970, dans le Nord-Pas-de-Calais sonnent souvent le glas d'activités traditionnelles : textile, mine... Les sirènes se taisent, les cheminées cessent de fumer. Les délocalisations vident les usines. Du coup, certaines friches sont jetées dans les poubelles de l'histoire, d'autres sont " recyclées ".

Sauvetage entrepris au nom de la mémoire industrielle, mais justifié aussi par la qualité architecturale des bâtiments.

Quelques-unes de ces usines gigantesques ont gardé une vocation industrielle. À Armentières, la brasserie malterie Motte-Cordonnier brasse toujours de la bière sur les bords de la Lys. Mais pour beaucoup de sites, classés ou non, la question de la reconversion est posée. L'une des réponses est le tourisme industriel. À Trélon, les fours de l'ancienne verrerie Parant se sont rallumés dans le cadre de l'écomusée.

À Arras, le centre scientifique et culturel consacré à l'agroalimentaire (baptisé " Cestar ") prendra place dans les 6 000 m<sup>2</sup> d'une ancienne usine de fabrication de lampes de mineurs.

### LA RÉGION NORD-PAS-DE-CALAIS

*(extrait des pages du site Internet de la Maison du Nord-Pas-de-Calais)*

Région frontalière (frontière de 350 km avec la Belgique) et 140 km de côtes, l'espace régional est fortement tourné vers l'extérieur. La région Nord-Pas-de-Calais qui compte 4 millions d'habitants se situe au sein d'un bassin de population de 100 millions de consommateurs dans un rayon de 300 km. La région a développé une très forte coopération avec les Flandres, la Wallonie, Bruxelles et le Kent dans le cadre de l'Eurorégion. Lille, siège de la préfecture de région, est à une demi-heure de Bruxelles, une heure de Paris, une heure 30 de Londres grâce au TGV Nord. 680 km de voies navigables et 544 km d'autoroutes irriguent le territoire régional et permettent une communication aisée avec l'Europe du Nord et ses grandes métropoles.

- une région **universitaire et jeune** : 100 000 étudiants ;
- une région **écologique** : 1 site national classé, 1 parc naturel, 120 km de plages et 6 710 ha de dunes ;
- une région **culturelle** : 647 musées, 200 châteaux, 14 villes fortifiées, l'Orchestre National de Lille, l'opéra et un fonds d'art contemporain.

**ARRAS** (42 000 habitants) : **Préfecture** du Pas-de-Calais, Arras est située à 45 minutes de Paris en TGV ainsi que sur les axes routiers Paris-Londres, Paris-Lille, Paris-Bruxelles. Aujourd'hui la ville dont les places sont des ensembles architecturaux remarquables <sup>(1)</sup> est une ville tertiaire et un pôle agroalimentaire de premier plan dans la région Nord-Pas-de-Calais.

<sup>(1)</sup> - La place du Beffroi et la Grand Place sont les deux sites les plus fréquentés de la ville.

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 6 / 17

## ANNEXE 2 : ARRAS affiche sa vocation agroalimentaire

D'après *Les Echos* du 15 mars 1999

La Communauté urbaine d'Arras va ouvrir à l'automne 2000 une vitrine scientifique et culturelle sur le thème de l'agroalimentaire. En plus de dix ans, cette filière est devenue une composante majeure de l'économie locale et une locomotive pour son développement.

### Des arguments locaux puissants

Entre 1988 et 1998, l'industrie agroalimentaire a connu dans l'Arrageois un véritable boom de ses effectifs salariés, en hausse de 31,9 %, contre une progression moyenne régionale de 3,4 %. *“ Nous avons bénéficié d'implantations de grandes unités comme celle de l'américain Häagen-Dazs. Ce développement va se poursuivre, tant par l'expansion des entreprises déjà présentes que par les implantations nouvelles. ”*

La création de la zone d'activités Artoipôle, en bordure de l'autoroute Paris-Lille, a déjà permis d'attirer nombre de projets, dont 60 % dans le secteur agroalimentaire. Le choix de l'Arrageois, s'appuie sur des arguments locaux puissants ; outre sa centralité au nord du Bassin parisien et un tissu logistique fort, cette région rurale dispose d'une ressource importante en produits agricoles mais aussi de pôles de compétences reconnus en amont, comme le centre de recherche de l'endive ou le centre national de plants de pommes de terre, à Beaurains.

### Un investissement de 45 millions

C'est dans ce contexte que la nouvelle Communauté urbaine d'Arras a lancé son projet de centre culturel et scientifique consacré à l'agroalimentaire. Baptisé “ Cestar ”, ce complexe prendra place dans les 6 000 m<sup>2</sup> d'une ancienne usine de fabrication de lampes de mineurs, à l'entrée nord d'Arras. *“ C'est sans aucun doute le projet qui, en termes d'image, sera le plus symbolique, illustrant la vocation agroalimentaire de notre secteur ”* considère le maire et président de la Communauté urbaine d'Arras, Jean-Marie Vanlerenberghe.

Le Cestar, qui représente un investissement de 45 millions de francs, se veut une vitrine touristique ambitieuse, associant d'ailleurs des partenaires privés comme le groupe légumier Bonduelle, les betteraviers ou les céréaliers régionaux. Il présentera à la fois une exposition permanente autour de l'alimentation, le parcours agroalimentaire (de la terre à l'assiette), l'histoire de la nourriture et de l'agriculture, et des expositions temporaires.

### 100 000 visiteurs attendus

Son directeur, Philippe Ledieu, ancien chef de projets à la cité de la Villette, espère une fréquentation annuelle de l'ordre de 100 000 personnes. *“ Nous nous insérerons dans un circuit de visites, souligne-t-il. Or la place du Beffroi affiche déjà 140 000 visiteurs par an. ”* Le centre devrait être ouvert au public à l'automne 2000.

## ANNEXE 3 : Le marché du transit

D'après *Économie et Tourisme*, janvier 1996

Le Nord-Pas-de-Calais, région de passage : aujourd'hui, ce sont 32 millions (\*) de voyageurs étrangers qui transitent chaque année par nos frontières... mais le taux actuel de captation de ces flux n'est que de 5,3 % (\*\*). Exploiter le marché du transit est possible, si un effort important d'information et de communication sur le potentiel touristique régional est mené.

Si aucune “ Tour Eiffel ” ne pourra arrêter la majorité des voyageurs en transit, 27 % (\*\*) de ceux-ci ont, en cours de voyage, une attitude très souple. Ces “ randonneurs ” ne demandent en fait qu'à être informés des possibilités de haltes, de visites, de courts séjours que propose le Nord-Pas-de-Calais (en hébergements de caractère, équipements culturels et patrimoniaux de qualité, sites et villages pittoresques, restauration gastronomique...).

Il est temps de définir une stratégie cohérente et ambitieuse dans ce sens pour transformer une partie de ce tourisme de nécessité (la traversée “ non-stop ” de la région) en un tourisme de curiosité (la traversée de la région par les chemins de traverse) voire en un tourisme de l'oisiveté.

(\*) : En progression constante.

(\*\*) : Les données sont stables depuis 1996.

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 7 / 17

## ANNEXE 4 : Les hôteliers se font de plus en plus internautes

Source : L'hôtellerie, supplément économie du 19 juin 1997

**Internet, grand sujet à la mode. Tout le monde en parle et en parle beaucoup. Les hôteliers s'y mettent.**

L'Étude 1997 des chaînes hôtelières, réalisée par Coach Omnium pour La Revue, a révélé que plus de 51% des chaînes hôtelières volontaires ou intégrées sont présentes sur Internet. Et aujourd'hui de nombreux hôteliers s'y mettent, individuellement ou regroupés dans des clubs hôteliers. Tous veulent leur site, c'est-à-dire une sorte de dépliant d'hôtel électronique, consultable par tout un chacun, parmi les utilisateurs d'Internet. Mais Internet, c'est vague. Quels sont les avantages à retirer de ce moyen de communication pour les hôteliers ? Les hôteliers présents sur Internet affirment qu'ils touchent une clientèle qu'ils n'auraient pas eu autrement et que cela représente un apport d'activité. Mais si Internet n'est pas encore une centrale de réservations qui fonctionnerait à plein rendement, cela ne peut être vu comme un simple gadget et doit faire partie réellement d'un plan de communication. Pour les clients potentiels d'hôtels, le web permet de rechercher des informations aux quatre coins du monde, tout en restant confortablement installé devant son ordinateur.

### Naissance d'un site.

Avant toute création d'un site, la décision doit être mûrement réfléchie. Un site, c'est une série de "pages" composant un document ou une information : c'est souvent l'image de marque de l'entreprise. *"Il ne faut pas créer un site pour se faire plaisir, mais savoir véritablement ce que l'on cherche à obtenir. C'est-à-dire, quelle cible on désire toucher, pourquoi avoir son propre site sur Internet, quels sont les intérêts d'y être ?"* précise un des dirigeants d'un concepteur de site web. Pour qu'un site soit visité, il faut le rendre attrayant. Le site doit vivre pour que l'internaute ait envie de revenir (ou de rester). Il est souvent nécessaire de l'actualiser régulièrement. Pour ce faire, le concepteur pourra proposer un accès sécurisé permettant à l'hôtelier de remettre à jour son site régulièrement ou bien il pourra le faire selon des directives, mais c'est plus cher ! La réactualisation régulière du site est primordiale, sinon c'est sa mort : *"L'hôtelier doit proposer des promotions, des découvertes régionales, des séjours à thème..."* plus le site est animé, plus on aura envie de le consulter.

### Sa plaquette sur le web.

Les concepteurs de sites se sont rendus compte que les PME du secteur touristique avaient du mal à faire le pas. Investir des milliers de francs sans véritablement savoir où l'on va n'est plus à l'ordre du jour. La solution, c'est le web plaquette. Un site composé de 4 à 10 pages. C'est la pure reproduction de la plaquette commerciale de l'hôtel. Le site n'est pas interactif, le surfeur ne fera qu'un va et vient entre les pages. Mais, il pourra faire une demande de documentation ou réagir au site grâce à la messagerie électronique disposée en fin de parcours. Il faut prendre garde à ce support. Certains risquent de tomber dans le piège d'utiliser Internet comme principal vecteur de communication. Ce n'est qu'un outil comme un autre qui ne vient en aucun cas remplacer ceux existants, qui ont déjà fait leur preuve.

### Important : être sur les annuaires du web.

Les budgets à dégager pour la création d'un site web vont de 5 000 à 1 million de francs, l'éventail est large ! À partir de 30 000 F, les prestataires peuvent faire un site tout à fait convivial, interactif... Un site plaquette rentre dans une autre démarche car elle permet d'apprécier les retombées. Mais, il faut savoir que contrairement au Minitel où France Télécom rétribue une part des connexions, il n'en est rien pour Internet. Il n'y a aucun retour sur investissement immédiat si ce n'est la prise de réservations pour un hôtel. Plus le site est visité, plus il demandera d'espace sur le disque de l'hébergeur, plus le coût sera élevé. À tout cela s'ajoutent les frais de présence sur les annuaires tels que Altavista, Yahoo... Certains n'y pensent pas. Mais comment voulez-vous qu'un Espagnol trouve un hôtel s'il n'apparaît nulle part ? C'est comme un numéro de téléphone ; pour joindre une personne, l'existence des pages jaunes ou blanches rend service. Tous les secteurs n'ont pas nécessairement besoin d'être présents sur Internet. *"Si vous vendez des petits pois, ce n'est pas forcément utile d'être sur le net. En revanche, c'est la nature même du secteur du tourisme et de l'hôtellerie qui entraînera le développement des sites. Ce secteur sera amené à être sur Internet et si vous n'y êtes pas, vous serez en retard par rapport à vos concurrents"*, annonce la responsable de la communication à FranceNet. Ce n'est pas forcément une utopie de penser que la vision de son hôtel, par des photos attrayantes tant de l'intérieur que de l'extérieur, peut amener certains surfeurs à réserver des chambres. Du reste, de plus en plus de voyageurs utilisent cette voie pour communiquer avec leurs fournisseurs hôteliers, car cela leur revient moins cher qu'un fax, surtout de l'autre bout du monde. D'autres hôteliers s'y sont essayés et ça commence à marcher pour eux. Sans parler des hôtels qui mettent à la disposition de leurs clients un terminal dans chaque chambre pour accéder sur le web, comme vient de l'annoncer Intercontinental qui équipera ses 140 hôtels sous peu.

M.-L. Estienne

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 8 / 17


## ANNEXE 5 : Exemple d'une page d'accueil d'un site hôtelier

**Bienvenue**  
 Hôtel 3 étoiles

# Visite de l'hôtel ⇨



⇨
⇩
⇩



Hôtel "Bienvenue",  
bonjour ! ...

Saint Benoit, FRANCE  
 82 chambres  
 En périphérie  
 Tél. : (33) 03 00 00 00  
 Fax : (33) 03 00 00 01

Chambres pour handicapés ; chambres non fumeurs ;  
 chambres climatisées ;  
 Restaurant dans l'hôtel.  
 Parking et garage.  
 Piscine.  
 Secrétariat ; traduction-interprétariat ; visio-conférence.  
 6 salles de réunions, pouvant accueillir de 20 à 200 personnes.

**Réservation**

- Plan d'accès
- Coordonnées
- L'hôtel
- La chambre
- Le restaurant
- Les loisirs
- Les réunions
- Les autres services
- Les enfants
- Tarifs

## ANNEXE 6 : Extrait de la table de la loi de POISSON

Table de la loi de Poisson donnant les probabilités individuelles :  $P_x = \frac{e^{-m} m^x}{x!}$

m → x ↓	0,5	1	1,5	2	2,5	3	3,5	4	4,5	5	5,5
0	0,6065	0,3679	0,2231	0,1353	0,0821	0,0498	0,0302	0,0183	0,0111	0,0067	0,0041
1	0,3033	0,3679	0,3347	0,2707	0,2052	0,1494	0,1057	0,0733	0,0500	0,0337	0,0225
2	0,0758	0,1839	0,2510	0,2707	0,2565	0,2240	0,1850	0,1465	0,1125	0,0842	0,0618
3	0,0126	0,0613	0,1255	0,1804	0,2138	0,2240	0,2158	0,1954	0,1687	0,1404	0,1133
4	0,0016	0,0153	0,0471	0,0902	0,1336	0,1680	0,1888	0,1954	0,1898	0,1755	0,1558
5	0,0002	0,0031	0,0141	0,0361	0,0668	0,1008	0,1322	0,1563	0,1708	0,1755	0,1714
6		0,0005	0,0035	0,0120	0,0278	0,0504	0,0771	0,1042	0,1281	0,1462	0,1571
7		0,0001	0,0008	0,0034	0,0099	0,0216	0,0385	0,0595	0,0824	0,1044	0,1234
8			0,0001	0,0009	0,0031	0,0081	0,0169	0,0298	0,0463	0,0653	0,0849
9				0,0002	0,0009	0,0027	0,0066	0,0132	0,0232	0,0363	0,0519
10					0,0002	0,0008	0,0023	0,0053	0,0104	0,0181	0,0285
11					0,0000	0,0002	0,0007	0,0019	0,0043	0,0082	0,0143
12						0,0001	0,0002	0,0006	0,0016	0,0034	0,0065
13							0,0001	0,0002	0,0006	0,0013	0,0028
14								0,0001	0,0002	0,0005	0,0011
15									0,0001	0,0002	0,0004
16										0,0000	0,0001

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 9 / 17

**ANNEXE 7 : Bilan de l'Hôtel de CRAYENCOUR au 31/12/1999**

En milliers de Francs

ACTIF	Brut	Amort. et Prov.	Net	PASSIF	Montant
<b>Actif immobilisé</b>				<b>Capitaux propres</b>	
* Immobilisations corporelles				. Capital	3 000
. Terrains	300		300	. Réserves	500
. Constructions	6 200	3 720	2 480	. Résultat net de l'exercice	640
. Installations techniques et outillage	7 000	2 400	4 600	<b>Total 1</b>	<b>4 140</b>
. Autres immobilisations corporelles	100	40	60	<b>Provisions pour risques</b>	180
* Immobilisations financières				<b>Total 2</b>	<b>180</b>
. Prêts	100		100		
<b>Total 1</b>	<b>13 700</b>	<b>6 160</b>	<b>7 540</b>	<b>Dettes</b>	
<b>Actif circulant</b>				. Emprunts (1)	2 300
. Stock matières et autres approvisio.	336	20	316	. Fournisseurs d'exploitation	250
. Créances clients	64	7	57	. Dettes fiscales et sociales liées à l'exploitation	80
. Disponibilités	62		62	. Fourn. d'immobilisations (2)	1 025
<b>Total 2</b>	<b>462</b>	<b>27</b>	<b>435</b>	<b>Total 3</b>	<b>3 655</b>
<b>Total Général</b>	<b>14 162</b>	<b>6 187</b>	<b>7 975</b>	<b>Total Général</b>	<b>7 975</b>

(1) Dont 510 KF échéant au 28/2/2000.

(2) Payable en 5 fractions mensuelles égales de janvier à mai 2000

<b>SESSION</b>	<b>EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration</b>	<b>Durée</b>	<b>5 heures</b>
<b>2000</b>	<b>OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière</b>	<b>Coefficient</b>	<b>7</b>
<b>HRAEEJ</b>	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	<b>Crayencour</b>	<b>Page 10 / 17</b>

**ANNEXE 8. Données “ type ” : moyennes obtenues sur un échantillon  
représentatif d’hôtels-restaurants comparables**

CAHT = chiffre d'affaires hors taxes.  
 CAHT restaurant = CAHT nourriture + CAHT boissons  
 CN = coût nourriture.  
 CB = coût boissons.  
 CP = coût du personnel.  
 RBE = résultat brut d'exploitation.

	<b>Données moyennes</b>
CAHT restaurant / CAHT total	49%
Nourriture (CN/CAHT restaurant)	32%
Boissons (CB/CAHT boissons)	38%
Charges de personnel (CP/CAHT total)	25%
Blanchissage	7 F/Chambre vendue
Charges d'eau et d'électricité / CAHT total	3,70%
Fournitures d'exploitation (produits d'accueil, d'entretien et fournitures diverses) en % du CAHT total	2,50%
Marge sur téléphone en % des recettes téléphone.	12%
R.B.E. / CAHT total	35%

(1,07 €)

<b>SESSION</b>	<b>EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration</b>	<b>Durée</b>	<b>5 heures</b>
<b>2000</b>	<b>OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière</b>	<b>Coefficient</b>	<b>7</b>
<b>H R A E E J</b>	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	<b>Crayencour</b>	<b>Page 11 / 17</b>