

Annexe 1 : Fiche signalétique de l'hôtel restaurant Le Picardie Champenois

L'établissement allie les styles des deux régions aux confins desquelles il se situe. Le décor des chambres de l'hôtel et des deux salles de restaurant est champenois : tableaux de vignobles en toutes saisons, ceps de vigne, affiches publicitaires de grandes maisons de champagne. La carte présente un délicieux et harmonieux mélange de la gastronomie picarde et champenoise. L'établissement possède un véritable petit « musée » (une cave remarquable avec des pièces de collection), qui retrace l'histoire du champagne. Ce musée n'est pas ouvert aux visites.

Catégorie : 3* NN

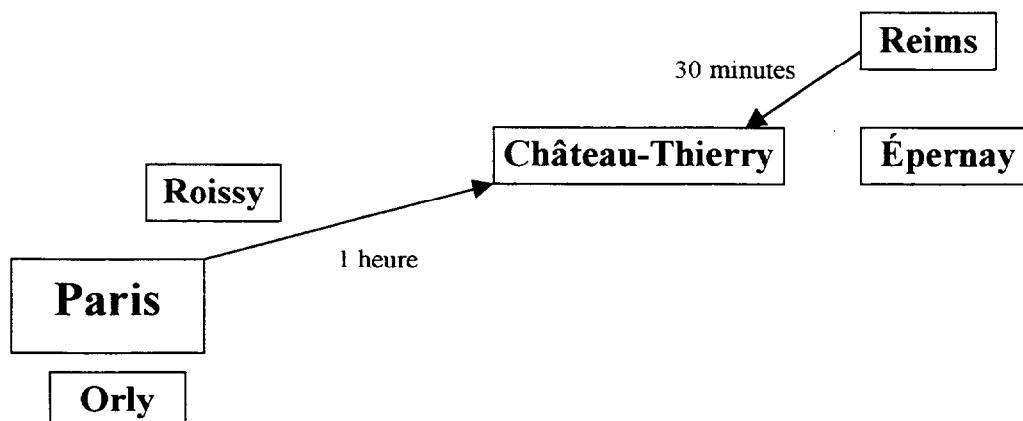
Capacité d'hébergement : 50 chambres standards

Capacité de restauration : se répartit entre deux salles offrant une prestation différente :

- une Grande Salle de 70 couverts offre une restauration à la carte à la clientèle d'habitues ou de passage,
- une Salle Banquets de 60 couverts offre une restauration au menu pour des groupes voyageant collectivement.

Parking : 50 places ombragées

Situation : - à 3 minutes de la Gare SNCF, 3 minutes du Centre Ville ;
- à 1 heure de Paris, à 30 minutes de Reims et de Disneyland Paris, à 1h 45 d'Orly et 1h 15 de Roissy.



Le Picardie Champenois accueille une clientèle française et étrangère de passage et une clientèle rémoise et picarde d'habitues. Cependant, depuis plusieurs années, l'établissement connaît une baisse de l'activité hébergement. Les clients se font de plus en plus rares.

En début d'année 2001, Mme Chézal a pris contact avec des artistes locaux. À partir du mois d'avril, ils exposeront leurs œuvres au Picardie Champenois.

Dès le mois de mai 2001 Monsieur Chézal ouvrira son « musée » au public. Fils et petit-fils de récoltant et producteur de Champagne dans un village proche de Reims, Monsieur Chézal assurera des visites guidées et sabrera le Champagne devant les visiteurs.

Animation automne : un menu "Prélude d'automne" à 220 francs, les vendredis (soir), samedis (soir) et dimanches (midi) en septembre et octobre 2001. En plus du menu "Prélude d'automne", un menu Farfadet (pour les enfants) est proposé le dimanche midi à 90 francs.

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	<small>Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière</small>	Feuille/SUJET	5/19

Annexe 2 : Comptes de résultats et informations commerciales

Comptes de résultat 1999 et 2000 en F.

Éléments du résultat	2000	1999
Chiffre d'affaires hébergement (y compris le petit déjeuner)	1 962 501	2 180 247
Chiffre d'affaires restauration à la carte dans la Grande Salle	1 270 045	1 280 325
Chiffres d'affaires restauration banquets pour groupes autocaristes	686 448	523 428
Chiffre d'affaires global	3 918 994	3 984 000
Coût des ventes		
- hébergement (y compris le petit déjeuner)	147 168	174 441
- restauration grande salle	533 873	532 326
- restauration banquet	350 959	236 233
Autres achats et charges externes (*)	858 000	715 000
Impôts, taxes et versements assimilés	138 000	182 000
Salaires et traitements	1 497 000	1 634 000
Charges sociales	508 000	555 000
Dotations aux amortissements	261 000	285 000
Résultat d'exploitation	- 375 006	- 330 000
Produits financiers		15 000
Charges financières	101 994	30 000
Résultat financier	-101 994	- 15 000
Résultat courant avant impôt	- 477 000	- 345 000
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	199 000	2 000
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	217 000	210 000
Résultat exceptionnel	- 18 000	- 208 000
Impôts sur les bénéfices	15 000	15 000
Résultat net de l'exercice en Francs	- 510 000	- 568 000

(*) Dont loyer inclus dans les autres achats et charges externes : 592 000 F en 1999 et 612 000 F en 2000.

Par ailleurs, M. Chezal vous précise un certain nombre d'informations concernant l'activité de l'établissement :

	2000	1999
Taux d'occupation chambres	36%	38%
Nombre de jours d'ouverture de l'établissement	366 jours	365 jours
Nombre de couverts restauration grande salle	6 550	6 450
Ticket moyen HT du couvert grande salle boisson incluse	193,90 F	198,50 F
Nombre de couverts restauration banquet boisson incluse	4 320	3 180
Ticket moyen HT du couvert banquet boisson incluse	158,90 F	164,60 F

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	6/19

Annexe 3 : Bilan le Picardie Champenois au 31-12-1999

Toutes les sommes sont en F.

Actif	Brut	Amort. prov.	Net	Passif	Net
<u>Immobilisations incorporelles</u>				<u>Capitaux propres</u>	
Concessions	30 000	30 000	0	Capital social	1 200 000
Fonds commercial	201 000		201 000	Réserve légale	5 000
<u>Immobilisations corporelles</u>				Autres réserves	25 000
Constructions	3 692 000	3 417 000	275 000	Report à nouveau	-1 979 000
Installations techniques	1 984 000	1 810 000	174 000	Résultat de l'exercice	-568 000
Autres immobilisations corporelles	459 000	286 000	173 000	TOTAL I	-1 317 000
<u>Immobilisations financières</u>				<u>Provisions pour risques</u>	25 000
Participations	11 000		11 000	TOTAL II	25 000
TOTAL I	6 377 000	5 543 000	834 000	<u>Dettes</u>	
<u>Stocks</u>				Dettes auprès étab. de crédit (3)	176 000
Stocks denrées et boissons	97 000		97 000	Associés comptes courants (4)	500 000
<u>Avances et acomptes versés</u>	2 000		2 000	Avances et acomptes reçus	7 000
<u>Créances</u>				Dettes fournisseurs	731 000
Clients et comptes rattachés	105 000		105 000	Dettes fiscales et soc. (5)	608 000
Autres créances (1)	128 000		128 000	Autres dettes (6)	483 000
<u>Disponibilités</u>	5 000		5 000	TOTAL III	2 505 000
TOTAL II	337 000	0	337 000		
<u>Comptes de régularisation</u>					
Charges constatées d'avance (2)	42 000		42 000		
TOTAL GÉNÉRAL	6 756 000	5 543 000	1 213 000	TOTAL GÉNÉRAL	1 213 000

Informations complémentaires :

- (1) Sont considérées comme hors exploitation
- (2) Sont entièrement liées à l'exploitation
- (3) Dont découvert bancaire : 11 000 F
- (4) Sont considérés comme un financement stable
- (5) Pour leur totalité : dettes d'exploitation
- (6) Sont considérées comme hors exploitation.

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	7/19

Annexe 3 (suite) : Bilan le Picardie Champenois au 31-12-2000

Toutes les somme sont en F.

Actif	Brut	Amort. et prov.	Net	Passif	Net
<u>Immobilisations incorporelles</u>				<u>Capitaux propres</u>	
Concessions	30 000	30 000	0	Capital social	1 200 000
Fonds commercial	201 000		201 000	Réserve légale	5 000
<u>Immobilisations corporelles</u>				Autres réserves	25 000
Constructions	3 735 000	3 485 000	250 000	Report à nouveau	-2 547 000
Installations techniques	1 996 000	1 948 000	48 000	Résultat de l'exercice	-510 000
Autres immobilisations corporelles	459 000	331 000	128 000	TOTAL I	-1 827 000
<u>Immobilisations financières</u>				<u>Provisions pour risques</u>	21 000
Participations	11 000		11 000	TOTAL II	21 000
TOTAL I	6 432 000	5 794 000	638 000	<u>Dettes</u>	
<u>Stocks</u>				Dettes auprès étab. de crédit (3)	104 000
Stocks denrées et boissons	106 000		106 000	Associés compte courants(4)	1 107 000
<u>Avances et acomptes versés</u>	7 000		7 000	Avances et acomptes reçus	5 000
<u>Créances</u>				Dettes fournisseurs	871 000
Clients et comptes rattachés	138 000		138 000	Dettes fiscales et soc. (5)	519 000
Autres créances (1)	139 000		139 000	Autres dettes (6)	290 000
<u>Disponibilités</u>	23 000		23 000	TOTAL III	2 896 000
TOTAL II	413 000	0	413 000		
<u>Comptes de régularisation</u>					
Charges constatées d'avance (2)	39 000		39 000		
TOTAL GÉNÉRAL	6 884 000	5 794 000	1 090 000	TOTAL GÉNÉRAL	1 090 000

Informations complémentaires :

- (1) Sont considérées comme hors exploitation
- (2) Sont entièrement liées à l'exploitation
- (3) Dont découvert bancaire : 104 000 F (totalité des dettes auprès des établissements de crédit)
- (4) Sont considérés comme un financement stable
- (5) Sont considérées comme des dettes d'exploitation
- (6) Sont considérées comme hors exploitation

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	8/19

Annexe 4 : Les autocaristes développent leurs activités touristiques.

Extraits et notes tirés de la revue HTR

Sécurisant, pratique et économique, le voyage en autocar séduit particulièrement les jeunes et les plus de cinquante ans, et ce pour différentes raisons. Les seniors, qui disposent de temps pour voyager, représentent la principale composante du mix-clientèle des autocaristes. Les prestations satisfont une clientèle exigeante, qui recherche avant tout des prestations de qualité, avec des garanties de sécurité. Dans ce contexte, le voyage en car offre de sérieux avantages. Seul moyen de transport caractéristique des séjours « porte à porte », il répond en effet aux attentes des seniors qui recherchent une prestation complète : la convivialité des voyages en groupes, l'encadrement et l'intérêt culturel des circuits organisés et commentés par des guides, la facilité d'accès aux sites... Les jeunes, qui disposent de moyens financiers limités, font souvent appel aux autocaristes, au détriment de l'avion, qui s'impose cependant comme un solide concurrent du car. Les prix pratiqués et la possibilité de découvrir des paysages dont on ne peut profiter en avion, sont les arguments mis en avant pour convaincre la clientèle. Enfin, les comités d'entreprises constituent un troisième grand segment de clientèle, dont la demande est en constante évolution.

Les voyages en autocar : un marché mal identifié.

Le marché des voyages en autocar reste assez mal cerné. Selon les sources, le tourisme représente entre 15% et 30% du volume d'affaires du secteur. Les transporteurs exercent en réalité plusieurs métiers, c'est pourquoi il est encore difficile de mesurer le volume de chacune des activités dites « scolaires », « régulières », ou « touristiques ». Selon une étude publiée par l'Observatoire du Tourisme en octobre 1997, l'activité tourisme est pratiquée par les 2/3 des entreprises du secteur. Elle est définie comme du « transport occasionnel comprenant des prestations touristiques ». En août 1997, 566 entreprises autocaristes détenaient une habilitation, et de nombreuses demandes étaient en cours de traitement. Malgré un parc vieillissant, composé de plus de 60 000 véhicules en France, la hausse des principaux indicateurs de voyage « tourisme » (kilomètres en charge parcourus, nombre de voyageurs transportés, nombre de voyageurs-kilomètre rapportés à des trajets complets) s'est répartie exclusivement sur des véhicules de plus de 5 ans d'âge. Cela démontre une meilleure utilisation de la flotte de véhicules disponibles. Cette forte croissance est principalement due au développement de l'activité touristique.

Seuls 3% des séjours personnels des Français sont effectués en car. Ce mode de transport arrive loin derrière les trois grands moyens privilégiés par les Français pour leurs déplacements : la voiture (78%), le train (12%) et l'avion (6%). La durée des voyages est en moyenne de 4 à 5 jours en France, et de 7 jours à l'étranger ; les déplacements à l'étranger en autocar représentent 17% de l'ensemble des séjours.

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	9/19

Annexe 4 : Les autocaristes développent leurs activités touristiques.

(suite)

La France est très appréciée par les Européens.

La clientèle des autocaristes est essentiellement constituée de personnes de plus de 50 ans et de jeunes, habitant le Nord, le Sud et l'Est de la France. Parmi les régions les plus visitées, l'Île de France et l'Alsace viennent largement en tête, suivies de la Bretagne, l'Aquitaine et la région Provence Alpes Côte d'Azur. Un tour d'horizon de nos voisins européens montre que la France reste la destination privilégiée des touristes anglais, belges, suisses, italiens et hollandais. Seuls, les Allemands boudent la France, préférant se rendre en Espagne, en Italie ou en Autriche. En Allemagne, le parc d'autocars approche les 50 000 véhicules. 1 200 entreprises sur 6 000 développent une activité touristique, ce qui équivaut au total à un chiffre d'affaires de 35 milliards de francs. Les autocaristes locaux ont organisé plus de 100 000 déplacements, 64 millions de séjours dont plus de la moitié sans prestation, et 24 millions d'excursions. Les moins de 30 ans et les plus de 60 ans représentent plus des 2/3 de la clientèle. La France est la quatrième destination des Allemands pour des séjours d'agrément de plus de 4 nuitées. L'autocarisme suisse, avec 10% du marché des voyages touristiques, concerne les moins de 20 ans et les plus de 50 ans, qui constituent respectivement 27% et 50% de la clientèle. La part de marché de la France est la plus importante : elle capte 25% du marché suisse, devant l'Italie, l'Espagne, l'Allemagne et l'Autriche. Le Royaume-Uni dispose d'un parc d'autocars de 35 000 véhicules. Près de 400 compagnies d'autocars organisent des séjours à l'étranger. La France constitue la destination privilégiée des Anglais, devant l'Espagne, la Grèce et les États-Unis. En Belgique, 550 entreprises se partagent un marché annuel de près de 11 millions de voyageurs, tourisme d'agrément inclus. La France, qui capte 22% de ce potentiel, arrive une nouvelle fois en tête devant l'Espagne, l'Italie et l'Autriche. Enfin, aux Pays-Bas, la France, toujours première des destinations, représente 20% de part de marché, devant l'Allemagne et l'Espagne (11%), l'Autriche et la Belgique.

Une nouvelle classification pour rehausser l'image du car.

Parfois considéré comme un mode de transport « vieillot », le car ne bénéficie pas d'une bonne image. C'est pourquoi le SNET¹ souhaite développer une communication dynamique, afin de mieux faire connaître et apprécier le tourisme en autocar. Présent une année sur deux au MITCAR², les constructeurs ont exposé cette année leurs dernières innovations en matière de transport « régulier » et « touristique ». Depuis quelques années le tourisme en autocar se développe alors que l'on donne une place importante à l'environnement. Les autocaristes supportent des reproches quant au bruit et à la pollution provoqués par le regroupement d'un grand nombre de cars sur certains sites. Malgré le fait que le parc d'autocars demeure encore assez vieux (plus de 30% des véhicules en service sont âgés de 15 à 25 ans), on constate un renouvellement des véhicules. Des améliorations dans le domaine de l'environnement sont réalisées grâce aux progrès techniques et contribuent à la régression du nombre de décibels dus à la concentration des véhicules. Enfin sécurité, confort et esthétique sont également des critères pris en compte par les constructeurs. Ainsi quatre niveaux de confort ont été définis selon une classification effectuée par les professionnels du tourisme.

¹ Syndicat National des Entreprises de Transport

² Salon professionnel

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	10/19

Annexe 4 : Les autocaristes développent leurs activités touristiques (suite et fin)

Autocaristes, hôteliers et voyagistes travaillent ensemble.

Les autocaristes Aventour et Alpha-Tour travaillent avec le groupe Envergure pour créer des circuits et séjours originaux dans des régions peu visitées. Les offices de tourisme, par exemple, permettent de réaliser des circuits intéressants. Le circuit ou voyage à thème est d'ailleurs un produit original que les autocaristes souhaitent développer dans leurs programmes touristiques. Velvet Voyages propose des séjours de 4 à 5 jours. M. Azeb, responsable de l'agence, explique qu'il travaille aussi bien avec des chaînes d'hôtels que des établissements indépendants : « Nous apprécions le professionnalisme des chaînes d'hôtels, mais nous savons aussi reconnaître la convivialité et le caractère local des hôtels indépendants ». De même M. Paoli de l'agence réceptive Solotour travaille avec des autocaristes afin de proposer des services complets pour les week-ends ou des circuits de 5 à 6 jours et choisit les hôteliers avec lesquels il travaille : « Les chaînes du type Campanile, Climat de France ou encore Choice, parce qu'elles disposent d'établissements excentrés, sont faciles d'accès. Nous profitons de cet avantage pour faire étape au cours des circuits. Parallèlement les hôtels indépendants offrent une ambiance familiale très appréciée ».

Les hôteliers diversifient leur offre et répondent à la demande des autocaristes.

Le tourisme de groupe représente une part importante de l'activité de certains hôteliers, jusqu'à 35% de l'occupation de leurs chambres. Ces groupes permettent en effet d'assurer le remplissage des chambres pendant les périodes hors saison (l'activité des voyages organisés étant au plus fort pendant les mois d'avril, mai, juin et septembre) et de rentabiliser tous les services de l'hôtel. La prestation hôtelière se positionne à la deuxième place des critères de choix du voyage en autocar formulés par la clientèle, après les visites, le prix du voyage ne venant qu'en troisième position. L'autocariste connaît bien l'hôtellerie française, et s'attache particulièrement à négocier un bon rapport qualité-prix dans chaque hôtel. L'autocariste travaille souvent avec les mêmes prestataires, et souhaite entretenir un climat de confiance avec ses partenaires. Il sélectionne les hôtels et les restaurants grâce au « bouche à oreille » d'une part, aux brochures, salons, guides touristiques d'autre part, ainsi qu'aux listes des Chambres de Commerce, offices de tourisme et comités régionaux ou départementaux de tourisme. En règle générale, les établissements sélectionnés doivent comporter au moins 60 couverts et 25 à 30 chambres. Ils doivent être faciles d'accès, se situer à proximité des axes routiers, disposer d'un emplacement de stationnement proche et spacieux pour les cars. S'il n'est pas nécessairement attendu de l'hôtelier qu'il suggère des visites, il est particulièrement apprécié des autocaristes que des soirées soient organisées au sein même de l'établissement.

La demande évolue et les hôteliers disposent de nouveaux outils pour convaincre les autocaristes : centrales de réservation, brochures, accueils privilégiés, formules de restauration adaptées à l'attention des groupes.

Les professionnels du tourisme ont compris que le développement de l'activité touristique des autocaristes ne représentait pas une concurrence déloyale et que, bien au contraire, c'est en travaillant ensemble, ou avec un bon esprit de compétition, qu'il est possible de donner une meilleure image de l'autocar, en proposant des produits variés et originaux. Quant aux hôteliers, ils sont de plus en plus nombreux à proposer des prestations plus particulièrement destinées aux autocaristes, qui constituent un marché plus que jamais actif, bien utile pour combler certaines lacunes.

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	11/19

Annexe A : Tableau d'analyse des résultats de gestion : Brouillon à conserver par le candidat

Hébergement	2000		1999		Restauration Grande Salle	2000		1999		Restauration Banquet	2000		1999	
	Valeur	%	Valeur	%		Valeur	%	Valeur	%		Valeur	%	Valeur	%
Chiffres d'affaires					Chiffres d'affaires					Chiffres d'affaires				
Coût des ventes					Coût des ventes					Coût des ventes				
Marge brute					Marge brute					Marge brute				

Ensemble de l'établissement	2000		1999	
	en Francs	en % du ch. d'affaires.	en Francs	en % du ch. d'affaires
Chiffre d'affaires global de l'établissement				
Marge brute globale de l'établissement				
Charges de personnel				
Marge après coût principal				
Coûts de fonctionnement et de gestion				
Autres achats et charges externes hors loyer				
Impôts, taxes et versements assimilés				
Résultat brut d'exploitation				
Coûts d'occupation				
Loyer				
Dotations aux amortissements				
Charges financières nettes des produits financiers				
Résultat courant avant impôts				

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	12/19

Annexe A : Tableau d'analyse des résultats de gestion : À compléter et à rendre avec la copie N° anonymat :

Hébergement	2000		1999		Restauration Grande Salle	2000		1999		Restauration Banquet	2000		1999	
	Valeur	%	Valeur	%		Valeur	%	Valeur	%		Valeur	%	Valeur	%
Chiffres d'affaires					Chiffres d'affaires					Chiffres d'affaires				
Coût des ventes					Coût des ventes					Coût des ventes				
Marge brute					Marge brute					Marge brute				

Ensemble de l'établissement	2000		1999	
	en Francs	en % du ch. d'affaires.	en Francs	en % du ch. d'affaires
Chiffre d'affaires global de l'établissement				
Marge brute globale de l'établissement				
Charges de personnel				
Marge après coût principal				
Coûts de fonctionnement et de gestion				
Autres achats et charges externes hors loyer				
Impôts, taxes et versements assimilés				
Résultat brut d'exploitation				
Coûts d'occupation				
Loyer				
Dotations aux amortissements				
Charges financières nettes des produits financiers				
Résultat courant avant impôts				

A AGRAFER À LA COPIE D'EXAMEN

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	13/19

Annexe B : Tableau de calcul des écarts par segments de clientèle.

Brouillon à conserver par le candidat

Libellé (L'annexe 2 fournit les données de base)		i = 1 Grande Salle (Individuels) Q1	i = 2 Banquets (Groupes) Q2	TOTAL
Nombre réel de couverts en 1999, noté $QR_{i 1999}$				
Nombre réel de couverts en 2000, noté $QR_{i 2000}$				
Nombre théorique de couverts en 2000, noté $QH_{i 2000}$ $QH_{i 2000} = QRT_{2000} \times (QR_{i 1999} / QRT_{1999})$ <i>Voir note (1) en bas de page</i>				
Écart constaté sur chiffre d'affaires $CA_{i 2000} - CA_{i 1999}$				
Décomposition de l'écart constaté sur chiffre d'affaires	Écart sur prix $(P_{i 2000} - P_{i 1999}) \times QR_{i 2000}$			
	Écart sur quantité $(QR_{i 2000} - QR_{i 1999}) \times P_{i 1999}$			
Décomposition de l'écart sur quantité	Écart de volume $(QH_{i 2000} - QR_{i 1999}) \times P_{i 1999}$			
	Écart de composition $(QR_{i 2000} - QH_{i 2000}) \times P_{i 1999}$			

Avec indice i des quantités qui prend :

- la valeur 1 pour la Grande Salle,
- la valeur 2 pour les banquets (groupes).

Avec QRT désignant les quantités réelles totales

⁽¹⁾ Répartition théorique du nombre total des couverts 2000 entre les deux segments : on part du total des couverts réellement vendus en 2000 (QRT_{2000}) et on calcule la répartition des ventes que l'on aurait eu si la structure des ventes en 2000 avait été la même qu'en 1999.

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	14/19

A AGRAFER À LA COPIE D'EXAMEN

Annexe B : Tableau de calcul des écarts par segments de clientèle.	N° anonymat :
---	---------------

À compléter et à rendre avec la copie

Libellé (L'annexe 2 fournit les données de base)	i = 1 Grande Salle (Individuels) Q1	i = 2 Banquets (Groupes) Q2	TOTAL
Nombre réel de couverts en 1999, noté $QR_{i 1999}$			
Nombre réel de couverts en 2000, noté $QR_{i 2000}$			
Nombre théorique de couverts en 2000, noté $QH_{i 2000}$ $QH_{i 2000} = QRT_{2000} \times (QR_{i 1999} / QRT_{1999})$ <i>Voir note (1) en bas de page</i>			
Écart constaté sur chiffre d'affaires $CA_{i 2000} - CA_{i 1999}$			
Décomposition de l'écart constaté sur chiffre d'affaires	Écart sur prix $(P_{i 2000} - P_{i 1999}) \times QR_{i 2000}$		
	Écart sur quantité $(QR_{i 2000} - QR_{i 1999}) \times P_{i 1999}$		
Décomposition de l'écart sur quantité	Écart de volume $(QH_{i 2000} - QR_{i 1999}) \times P_{i 1999}$		
	Écart de composition $(QR_{i 2000} - QH_{i 2000}) \times P_{i 1999}$		

Avec indice i des quantités qui prend :

- la valeur 1 pour la Grande Salle,
- la valeur 2 pour les banquets (groupes).

Avec QRT désignant les quantités réelles totales

⁽¹⁾ Répartition théorique du nombre total des couverts 2000 entre les deux segments : on part du total des couverts réellement vendus en 2000 (QRT_{2000}) et on calcule la répartition des ventes que l'on aurait eu si la structure des ventes en 2000 avait été la même qu'en 1999.

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	15/19

Annexe C : Bilans fonctionnels 1999 et 2000

Brouillon à conserver par le candidat

	1999	2000
Ressources structurelles (ou stables)		
Emplois structurels (ou stables)		
FRNG		
Actifs d'exploitation		
Passifs d'exploitation		
BFRE		
Actifs hors exploitation		
Passifs hors exploitation		
BFRHE		
Actifs de trésorerie		
Passifs de trésorerie		
Trésorerie nette		

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	16/19

A AGRAFER À LA COPIE D'EXAMEN

Annexe C : Bilans fonctionnels 1999 et 2000	N° anonymat :
--	----------------------

À compléter et à rendre avec la copie

	1999	2000
Ressources structurelles (ou stables)		
Emplois structurels (ou stables)		
FRNG		
Actifs d'exploitation		
Passifs d'exploitation		
BFRE		
Actifs hors exploitation		
Passifs hors exploitation		
BFRHE		
Actifs de trésorerie		
Passifs de trésorerie		
Trésorerie nette		

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Etude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	17/19

Annexe D : Étude du marché du tourisme en autocar.

Brouillon à conserver par le candidat

Offre	Points forts
	Points faibles
Demande	Points forts
	Points faibles

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	18/19

A AGRAFER À LA COPIE D'EXAMEN

Annexe D : Étude du marché du tourisme en autocar.	N° anonymat :
---	----------------------

À compléter et à rendre avec la copie

Offre	Points forts
	Points faibles
Demande	Points forts
	Points faibles

SESSION	EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration	Durée	5 heures
2001	Option A Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	7
HRAEEJ	Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Feuille/SUJET	19/19