

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

| |
|--|
| B.T.S. Hôtellerie Restauration Option A : Mercatique et Gestion Hôtelière |
|--|

Éléments de corrigé de l'étude de cas d'économie et de gestion.

Durée : 5 heures

Avertissement :

La circulaire d'organisation précise que la nature de l'épreuve **impose**, pour sa correction, la convocation de professeurs d'économie et gestion, qui enseignent l'environnement économique et juridique, la mercatique et la gestion hôtelière.

Il est rappelé aux correcteurs que :

- Le logiciel "OCÉAN", gérant les examens, permet de noter toute unité au ½ point près. Cette disposition s'applique à cette épreuve E3 qui correspond à l'unité U3.

- **Les commissions de correction ne peuvent pas remettre en cause le barème national.**

BARÈME DE CORRECTION sur 140 points

* points portés à la connaissance des candidats

| Les dossiers | Les points attribués |
|--|----------------------|
| Dossier 1 : Profiter de l'attrait du Val Joly | *23 points |
| 1-1 | 5 |
| 1-2 | 2 |
| 1-3 | 10 |
| 1-4 | 6 |
| Dossier 2 : Créer un SPA | *32 points |
| 2-1 | 6 |
| 2-2 | 8 |
| 2-3 | 4 |
| 2-4 | 6 |
| 2-5 | 8 |
| Dossier 3 : Évaluer la fréquentation probable du SPA | *14 points |
| 3-1 | 3 |
| 3-2 | 3 |
| 3-3 | 2 |
| 3-4 | 3 |
| 3-5 | 3 |
| Dossier 4 : Analyser la situation comptable et financière | *50 points |
| 4-1-1 | 12 |
| 4-1-2 | 10 |
| 4-1-3 | 2 |
| 4-2-1 | 6 |
| 4-2-2 | 10 |
| 4-2-3 | 7 |
| 4-2-4 | 3 |
| Dossier 5 : Gérer du personnel | *21 points |
| 5-1-1 | 3 |
| 5-1-2 | 6 |
| 5-1-3 | 4 |
| 5-2-1 | 5 |
| 5-2-2 | 3 |
| TOTAL GÉNÉRAL | *140 points |

| | | | |
|----------------|---|-------------|-------------|
| SESSION | EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration | Durée | 5 heures |
| 2007 | OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière | Coefficient | 7 |
| CORRIGÉ | Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière | Les Fagnes | Page 1 / 11 |

DOSSIER 1 : Profiter de l'attrait touristique du VAL JOLY (23 pts)

1.1 Relevez les principaux atouts du parc départemental du « VAL JOLY » en matière touristique (5 pts)

| | | |
|---|--|-------------|
| Authenticité | Offre en phase avec les séjours courts | Dépaysement |
| Proximité (relative) de zones urbanisées | Détente aisée | Découverte |
| Pratique d'activités sportives et culturelles individuellement, en famille ou en groupe | | |

1.2 Citez 2 formes de tourisme offertes par le « VAL JOLY » (2 pts)

Tourisme rural ou vert
 Tourisme lié aux activités physiques et sportives

1.3 Expliquez en quoi le VAL JOLY sera en 2008 une véritable station touristique. Justifiez votre réponse en quelques lignes en prenant comme référence la définition du produit touristique (7 pts)Définition du produit touristique :

Ensemble des biens mis à la disposition d'un touriste pour se nourrir, se loger, se transporter et se distraire.

Pour le VAL JOLY

Se nourrir par la brasserie et les points restauration.

Se loger : camping, résidence de tourisme, centre d'hébergement collectif mais pas d'hôtel.

Se distraire : Nombreux équipements de loisirs et d'animations, lac, base nautique, circuits pédestres...

Précisez quels points faibles du site persisteront en 2008 (3 pts)

Image du Nord : Peu de Français y séjournent en vacances.

Zone enclavée : difficultés d'accès même si le réseau s'améliore.

À 2 h des principales villes comme Lille et Bruxelles.

Météo pas toujours favorable aux activités touristiques.

Pas d'hôtel sur le site.

Pas de restaurant gastronomique.

Accepter toute réponse logique en adéquation avec les informations de l'annexe 2

1.4 Identifiez les effets attendus de la future station tant au niveau de l'économie locale que de l'établissement « LES FAGNES » (6 pts)

Pour l'économie locale : Effets directs ou induits sur l'emploi et sur l'activité touristique et économique.

Pour LES FAGNES : élargissement de clientèle (surtout les étrangers), augmentation de la fréquentation toute l'année.

| | | | |
|----------------|---|-------------|-------------|
| SESSION | EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration | Durée | 5 heures |
| 2007 | OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière | Coefficient | 7 |
| CORRIGÉ | Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière | Les Fagnes | Page 2 / 11 |

| | |
|---|----------------------------|
| DOSSIER 2 : Créer un spa pour faire bouillonner les affaires | (1 heure 15) 32 pts |
|---|----------------------------|

2.1 Proposez une définition du terme *spa*, distinguez-le du thermalisme (6 pts)

[Pour mémoire : Il tire son origine du latin "sanitas per aqua" (santé par les eaux) ; la ville de Spa en Belgique est également à l'origine de cette notion de spa ; enfin, dans la terminologie anglo-saxonne, on trouve de plus en plus "Swimming Pool Available" pour désigner l'existence d'un spa.]

On peut retenir deux approches en ce qui concerne la « définition » du spa (il suffira que les candidats aient présenté l'une ou l'autre « approche ») :

A-Le terme spa s'applique dans sa conception la plus large à tous les types de soins qui allient détente, remise en forme, beauté, plénitude du corps et de l'esprit.

Lieu d'exception, le spa est un univers de personnalisation, avec des soins qui doivent avoir une dimension plus cocooning. (Massages, soins de relaxation)

Un spa nécessite trois unités :

- un espace ludique avec au moins une piscine animée, sauna, hammam. Un simple bain bouillonnant ne suffit pas.
- un espace esthétique
- un espace thérapeutique/remise en forme, pour être à même d'offrir des soins secs et humides.

B-Dans une conception minimaliste, le terme spa fait référence à l'existence d'une piscine et d'un bain bouillonnant.

Éléments distinguant spa et thermalisme (deux différences sont attendues)

| Thermalisme | Spa |
|---|---|
| Eau de source | Eau du robinet |
| Vocation curative | Concept marketing + Soins de beauté et bien-être |
| Réglementation et labels | Absence de réglementation spécifique comme de labels |
| Professionnalisation médicale et paramédicale | Professionnalisation axée sur le bien-être |
| Durée longue du séjour (18 jours min pour être remboursé par la sécurité sociale) | Durée courte, voire très courte (on peut prendre par exemple un soin d'une heure) |
| Remboursement possible... | Prestations non remboursées |

2.2 Citez les atouts du spa pour «LES FAGNES». Recherchez trois erreurs à ne pas commettre (8 pts)

Voici une liste non exhaustive des atouts du SPA. Le correcteur donnera les points maximum à partir de 5 atouts (5 pts sur les 8).

Le spa apporte :

- Une nouvelle offre de service
- Un produit touristique des 4 saisons qui permet de désaisonnaliser l'offre
- La possibilité de se démarquer de la concurrence environnante
- Une nouvelle clientèle (ex masculine) multi générations et issue de classes sociales variées attirée par les soins bien-être
- Un marché de niche qui gagne en taille
- Une adaptation aux courts séjours
- La fidélisation et l'allongement de la durée des séjours
- Une nouvelle communication, le spa devient un support de communication pour l'hôtel
- Une réponse aux « maladies de société » c'est un phénomène de mode
- Une augmentation du taux d'occupation
- Une possibilité d'offrir des packages

Les erreurs à ne pas commettre pour la création d'un spa (3 pts sur les 8)

Le correcteur donnera les points maximum à partir de 3 erreurs.

| | | | |
|----------------|---|-------------|-------------|
| SESSION | EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration | Durée | 5 heures |
| 2007 | OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière | Coefficient | 7 |
| CORRIGÉ | Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière | Les Fagnes | Page 3 / 11 |

Il faut que le *spa* soit bien conçu, bien géré, bien vendu.

Voici une liste non exhaustive : (source : L'Hôtellerie Restauration n° 2927 Magazine 2 juin 2005)

- Ne pas adapter les services et les équipements aux attentes de la clientèle hôtelière (et extérieure éventuellement)
- Négliger le recrutement et la formation du personnel
- Se lancer dans l'opération sans avoir réalisé des études de marché et de faisabilité préalables
- 'Copier-coller' des concepts déjà existant
- Ne pas ouvrir le spa à la clientèle extérieure
- Négocier un mauvais contrat avec la marque de cosmétiques
- Oublier de créer un point de vente des produits cosmétiques
- Négliger la commercialisation interne et externe du spa

2.3 Présentez 2 arguments en faveur de l'ouverture du spa à la clientèle extérieure (4 pts)

- Rentabilité : atteindre plus vite le point mort
- Elargissement de la cible à la clientèle locale ou excursionniste du Val Joly qui consommera aussi au bar et au restaurant
- Fonctionnement à l'année
- Image et notoriété

2.4 Proposez deux actions de communication pour atteindre cette cible, justifiez avec précision votre réponse (6 pts)

Le candidat proposera soit une action média soit une action hors média. Accepter toute proposition judicieuse, plausible, logique et **justifiée**

2.5 Indiquez dans un tableau les principaux avantages engendrés par ce partenariat pour « LES FAGNES » et pour la marque de cosmétique (8 pts)

3 avantages pour LES FAGNES et 3 avantages pour la marque attendus (6 pts sur les 8).

| Avantages pour « LES FAGNES » | Avantages pour la marque de cosmétiques |
|--|--|
| effets de synergie : bénéficie de l'expérience et de la notoriété de la marque | Effets de synergie |
| Aide pour la conception du spa et pour le recrutement, la formation, la gestion du personnel | La marque peut bénéficier du positionnement de l'hôtel |
| Remises pour achat en quantité de cosmétiques | Possibilité de tester des produits |
| Offre élargie par une gamme complète de produits | Facilité de faire connaître, aimer et acheter les produits sur place |
| Supports de PLV et de communication fournis par la marque | Renforcement du réseau de distribution |
| Décharge partielle ou totale de l'activité : la marque peut aller jusqu'à gérer le spa | Exclusivité de distribution de produits et de techniques de soins |

Précisez les principales obligations engendrées par ce partenariat pour « LES FAGNES » (2 pts sur les 8)

- Respect du contrat avec parfois des clauses d'exclusivité et des quotas de vente
- Frais : redevance et droit d'entrée

| | | | |
|----------------|---|-------------|-----------------|
| SESSION | EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration | Durée | 5 heures |
| 2007 | OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière | Coefficient | 7 |
| CORRIGÉ | Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière | Les Fagnes | Page 4 / 11 |

| |
|--|
| DOSSIER 3 : Évaluer la fréquentation probable du SPA (14 pts) |
|--|

3.1. La loi suivie par la variable aléatoire X est une loi binomiale (3 pts)

Justification : - 2 possibilités (fréquenter ou non le SPA),

- Indépendance

- Expérience renouvelée à l'identique

Les paramètres de la loi binomiale sont $n = 90$ et $p = 0,6$ **3.2. La probabilité que 50 personnes fréquentent les installations (3 pts)**

$$P(X = 50) = (C_{90}^{50}) (0,6^{50}) (0,4^{40}) \text{ (non demandé : } = 0,0585 \text{ soit } 5,85\%)$$

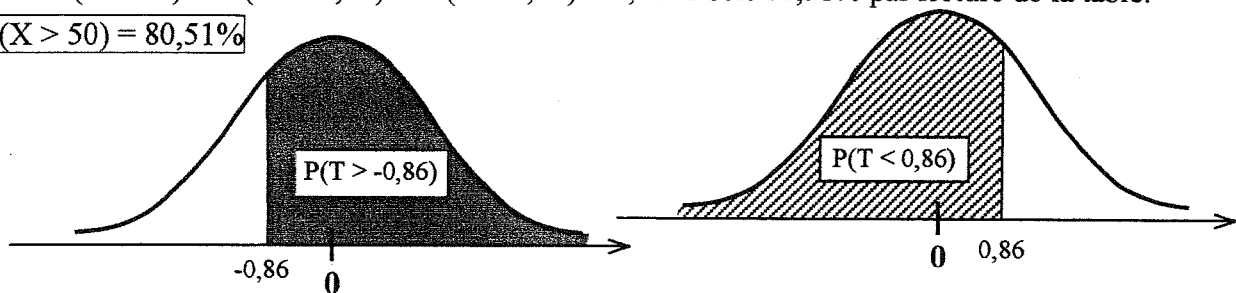
3.3. Les paramètres de la loi normale (2 pts)

$$E(x) = np = 54$$

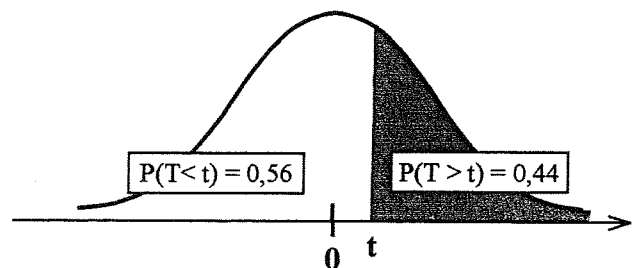
$$\sigma(x) = \sqrt{npq} = \sqrt{(90 \times 0,6 \times 0,4)} = \sqrt{(21,6)} = 4,64758... \approx 4,65$$

3.4. La probabilité pour que plus de 50 personnes fréquentent les installations (3 pts)
 $P(X > 50)$? On centre et on réduit, ce qui donne comme borne $(50 - 54)/4,65 = -0,860215 \approx -0,86$
D'où $P(X > 50) = P(T > -0,86) = P(T < 0,86) = 0,8051$ soit 80,51% par lecture de la table.

$$P(X > 50) = 80,51\%$$

**3.5. Seuil S de clients tel que : $P(X > S) = 0,44$ (3 pts)**

Changement de variables (on centre et on réduit) :

 $T = (X - 54)/4,65$ et $t = (S - 54)/4,65$ qui sert de borne. Soit $P(X > S) = P(T > t) = 0,44$
Or une probabilité = 0,44 avec $P(T > t)$ correspond au schéma ci-contre.Donc t peut être trouvé, à partir de la table, sur la base de $P(T < t) = 0,56$ qui est la probabilité complémentaire [Remarque « pour la forme » : T étant une variable continue, $P(T = t) = 0$]D'après la table, à une probabilité de 0,56, correspond $t \approx 0,15$. On en déduit :

$$\frac{S - 54}{4,65} = 0,15$$

Soit $S = 54,6975$ arrondi à 55 (clients)

| | | | |
|----------------|---|-------------|-------------|
| SESSION | EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration | Durée | 5 heures |
| 2007 | OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière | Coefficient | 7 |
| CORRIGÉ | Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière | Les Fagnes | Page 5 / 11 |

DOSSIER 4 : Analyser la situation du point de la gestion d'exploitation et du financement (50 pts)
4.1.1. Tableau de gestion (12 pts)

| Hébergement | | | Restauration | | | Séminaires (location salles) | | |
|--|------------------|--------------|----------------------|----------------|--------------|------------------------------|----------------|-------------|
| | Montants | % | | Montants | % | | Montants | % |
| Chiffre d'affaires (CA) | 1 497 960 | 100% | CA restaurant et bar | 1 051 200 | | CA séminaires | 260 000 | 100% |
| Pdts d'accueil consommés | 102 900 | 6,9% | CA petits-déjeuners | 266 304 | | | | |
| Marge brute | 1 395 060 | 93,1% | Matières consommées | 500 300 | 38,0% | | | |
| | | | Marge brute | 817 204 | 62,0% | Marge brute | 260 000 | 100% |
| Chiffre d'affaires total | 3 075 464 | 100% | | | | | | |
| Marge brute totale | 2 472 264 | 80,4% | | | | | | |
| Coût du personnel | 989 700 | 32,2% | | | | | | |
| Marge sur coût principal | 1 482 564 | 48,2% | | | | | | |
| Frais généraux | 704 000 | 22,9% | | | | | | |
| Résultat brut d'exploitation | 778 564 | 25,3% | | | | | | |
| Coûts d'occupation | 208 362 | 6,8% | | | | | | |
| Résultat après coûts d'occupation | 570 202 | 18,5% | | | | | | |
| Autres postes | - 9 020 | | | | | | | |
| Résultat exceptionnel | - 600 | | | | | | | |
| Impôt sur les bénéfices | 190 200 | 6,2% | | | | | | |
| Résultat net | 370 382 | 12,0% | | | | | | |

| Tableau justificatif des calculs | |
|----------------------------------|--|
| Produits d'accueil consommés | 102 000 + 900 |
| Matières consommées | 520 000 - 3900 - 15 800 |
| Coût du personnel | 650 000 + 235 000 + 37 000 + 72 200 - 4 500 |

| Tableau justificatif des calculs | |
|----------------------------------|--|
| Frais généraux | 734 200 - 45 000 - 72 200 + 27 000 + 35 000 + 25 000 |
| Coûts d'occupation | 134 362 + 29 000 + 45 000 |

| | | | |
|----------------|---|-------------|-------------|
| SESSION | EXAMEN : BTS Hôtellerie Restauration | Durée | 5 heures |
| 2007 | OPTION A : Mercatique et Gestion Hôtelière | Coefficient | 7 |
| CORRIGÉ | Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière | Les Fagnes | Page 6 / 11 |