



**LE RÉSEAU DE CRÉATION
ET D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUES**

**Ce document a été mis en ligne par le Canopé de l'académie de Bordeaux
pour la Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

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.

CORRIGÉ

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT
À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN**

**ÉPREUVE E2 :
ÉTUDE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE, COMMERCIALE
ET DE GESTION DE L'ÉTABLISSEMENT D'HÉBERGEMENT**

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	3
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	CORRIGÉ /Feuille	1 / 11

**ÉLÉMENTS DE CORRIGÉ DE L'ÉTUDE DE L'ÉTUDE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE,
COMMERCIALE ET DE GESTION DE L'ÉTABLISSEMENT D'HÉBERGEMENT**

Durée : 3 heures

Hôtel « Le Pythéas »

Avertissement

Les commissions de correction ne peuvent pas remettre en cause le barème porté à la connaissance des candidats : coefficient de l'épreuve, nombre de points total et nombre de points attribués à chacun des trois dossiers.

Proposition de barème sur 60 points

(Points par dossier portés à la connaissance des candidats)

Dossiers	Questions	Points
Dossier 1 20 points	1.1.	6 pts
	1.2.	7 pts
	1.3.	3 pts
	1.4.	4 pts
Dossier 2 22 points	2.1.	3 pts
	2.2.	2 pts
	2.3.	5 pts
	2.4.	3 pts
	2.5.	4 pts
	2.6.	5 pts
Dossier 3 18 points	3.1.	4 pts
	3.2.	4 pts
	3.3.	2 pts
	3.4.	4 pts
	3.5.	4 pts

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	3
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	CORRIGÉ /Feuille	2 / 11

DOSSIER 1 : ANALYSE DE L'EXPLOITATION (20 points)

1.1. *A l'aide des informations communiquées en annexe 2, commentez l'évolution des résultats par rapport aux prévisions, en structurant votre réponse. (6 points)*

La marge sur charges directes est inférieure aux prévisions de 7,83 % et sa part dans le chiffre d'affaires a baissé de plus de 2 points. (1 point)

Activité : (2 points)

Chiffre d'affaires en baisse : - 4,22 %. Activité légèrement inférieure aux prévisions mais surtout, prix moyens inférieurs de 3,27 %.

La baisse du chiffre d'affaires s'explique par une fréquentation du segment Individuels Tourisme très en dessous des objectifs. De même, les prix pratiqués auprès de cette clientèle n'ont pas permis à l'entreprise d'atteindre son objectif de prix moyen.

On note cependant, un dépassement des objectifs sur les deux autres segments.

Charges : (2 points)

- Les produits d'accueil : ratio en très légère augmentation en raison de la diminution du prix moyen chambre. L'entreprise a bien géré ce poste car la consommation réelle par chambre louée s'élève à 3,75 € au lieu des 3,77 € prévus.
- Charges de personnel : forte dégradation du ratio (plus de 2 points). Si l'objectif de prix moyen avait été atteint, le ratio serait de 19,45 % au lieu de 20,10 % et de 19,25 % si le chiffre d'affaires objectif avait été atteint. On note donc une dégradation de ce poste de charge dont il faudrait rechercher les causes.
- Autres charges directes : bonne maîtrise dans l'ensemble de ce poste de charges malgré un léger dépassement du ratio. Etude par poste conseillée.

Conclusion : la diminution de la marge sur charges directes s'explique avant tout par celle du chiffre d'affaires. Nécessité d'analyser les raisons de cette baisse et de mettre en place des actions correctives. (1 point)

1.2. *Complétez, en annexe A, les tableaux de calcul des écarts par segment de clientèle. Arrondissez les pourcentages à l'entier le plus proche. (7 points)*

Voir l'annexe A corrigée.

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	3
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	CORRIGÉ /Feuille	3 / 11

1.3. Justifiez l'intérêt de la décomposition de l'écart sur quantités en écart de volume et écart de composition. (3points) (1,5 point par définition)

L'écart de volume mesure les conséquences des variations des quantités vendues sans modification de la répartition des ventes entre les différents segments. On mesure donc l'évolution de l'activité ou du taux d'occupation en retenant dans les calculs une structure des ventes identiques à celle passée ou prévue.

L'écart de composition mesure les conséquences, sur le chiffre d'affaires, d'une modification de la structure des ventes.

1.4. Commentez de façon structurée les résultats obtenus en mettant en évidence les raisons de la baisse du chiffre d'affaires observée. (4 points)

Tableau 1 :

La baisse du chiffre d'affaires de 65 882 € s'explique par une fréquentation du segment Individuels Loisirs inférieure aux prévisions malgré une baisse du prix moyen chambre de 3,78 %.

La perte en chiffre d'affaires réalisée sur ce segment s'élève ainsi à 238 702 € dont 205 165 € sont imputables à la diminution du nombre de chambres vendues. La baisse des prix pratiqués sur ce segment pénalise le chiffre d'affaires de 33 537 €.

Le manque à gagner sur ce segment est compensé en partie par une hausse de la fréquentation et des prix moyens chambre des deux autres segments.

Tableau 2 :

On observe un glissement de la fréquentation du segment Individuels Tourisme vers les deux segments Affaires dont les conséquences sont particulièrement défavorables au chiffre d'affaires. L'écart sur quantités de 58 295 € constaté s'explique avant tout par une modification de la structure des ventes défavorable. L'écart de volume ne s'élève qu'à 14 445 €.

Ce glissement est particulièrement favorable au segment Groupes affaires.

Impératif de rechercher les causes de la faible fréquentation du segment Individuels Tourisme et de proposer très rapidement des actions à mettre en place.

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	3
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	CORRIGÉ /Feuille	4 / 11

DOSSIER 2 : Élaboration d'un forfait touristique (22 points)

2.1. Identifiez le segment « porteur » en matière d'hébergement marchand dans les Bouches-du-Rhône en général et pour la ville de Marseille en particulier. Justifiez votre réponse. (3 points)

Les nuitées dans les Bouches-du-Rhône se répartissent à raison de 61,5 % en hébergement non marchand et 38,5 % en hébergement marchand (lui-même décomposé en hôtellerie et locations saisonnières). La DMS est de 4,7 jours sur l'ensemble de la clientèle touristique.

Le tourisme d'affaires représente 8 % des séjours et 6,4 % des nuitées, alors que le tourisme de loisirs représente 52 % des nuitées (et même 90 % si l'on inclut le motif « raisons familiales »).

Le segment « porteur » est donc le tourisme de loisirs. (2 points)

Parmi les motifs de la venue à Marseille, la rubrique « loisirs-vacances » est majoritaire avec 88,5 % de réponses. On obtient même 92,4 % si l'on inclut le motif « raisons familiales », ce qui donne la même importance que sur l'ensemble du département, mais avec des proportions différentes (52 % des nuitées en tourisme loisirs pour les Bouches-du-Rhône et 88,5 % pour Marseille). Le segment « porteur » est toujours le tourisme de loisirs, mais de manière plus forte au niveau de Marseille qu'au niveau du département. (1 point)

2.2. Précisez l'origine géographique de ce segment et présentez son comportement de consommation. (2 points)

Cette clientèle est majoritairement française (85 % des séjours et 81 % des nuitées) provenant essentiellement d'Ile de France (en terme de nuitées), de Provence-Alpes-Côte d'Azur (en terme de séjour) et de Rhône Alpes.

Parmi la clientèle étrangère, l'Italie, la Belgique et la Grande-Bretagne sont les principaux pays émetteurs de touristes vers les Bouches-du-Rhône. (1 point)

Le touriste de loisirs :

- apprécie fortement le soleil, le climat, la découverte de Marseille et de ses sites naturels ;
- aime simplement se reposer, ne rien faire, profiter de la mer, effectuer des randonnées pédestres, des promenades, pratiquer des activités sportives de loisirs (VTT, escalade...);
- peut souhaiter, dans une moindre mesure, faire les marchés et brocantes, visiter des artisans, des monuments, des musées, des parcs de loisirs ;
- peut éventuellement être motivé par la gastronomie locale, des manifestations culturelles, des festivals ou des évènements sportifs. (1 point)

2.3. Mettez en évidence les atouts et les faiblesses du Pythéas sur ce segment de marché et justifiez le choix de ce segment par Madame FACIBEL. (5 points)

Atouts du Pythéas : (3 points)

- Le Pythéas possède 122 chambres face à des concurrents qui en ont 103, 112, 125 et 139, ce qui le place en bonne position concurrentielle en terme de capacité.
- Il dispose d'un grand choix d'activités de détente dans ses murs et d'activités sportives hors de ses murs (plus de choix proposés que ses concurrents).
- Parking et WIFI gratuits.
- Accès rapide aux plages et activités nautiques (mais également pour le Kennedy Beach).
- Accueil très large de clientèle étrangère.

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	3
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	CORRIGÉ /Feuille	5 / 11

Faiblesses du Pythéas : (1 point)

- Aucun moyen de transport n'est proposé à la clientèle qui serait désireuse de se déplacer pendant son séjour (par exemple : location de véhicule, alors que le parking doit être spacieux puisqu'il peut accueillir des autocars). La concurrence est dans la même situation.
- L'accès au centre ville est plus pratique pour 2 de ses concurrents.
- Rien n'est proposé pour l'accès aux sites naturels, aux activités culturelles et aux manifestations (idem pour les concurrents).
- Ne commercialise pas de forfaits (mais deux concurrents le font, dont un seul les crée).

Conclusion : justification du choix de ce segment (1 point)

Madame Facibel a raison de cibler la clientèle touristique puisqu'elle est porteuse sur Marseille. Le Pythéas dispose de nombreux atouts face à ses concurrents et il peut les accroître en comblant ses faiblesses actuelles, ce qui aura pour effet d'augmenter sa compétitivité sur le marché.

Valoriser l'étudiant qui fait le lien avec le dossier 1.

2.4. Énumérez les éléments qui composent un forfait touristique et proposez un exemple de contenu de forfait touristique que le Pythéas pourrait commercialiser en direction de la cible retenue. (3 points)

Le forfait touristique est une prestation : (1,5 points)

- combinant au moins deux opérations portant respectivement sur le transport, le logement ou d'autres services touristiques non accessoires au transport ou au logement et représentant une part significative dans le forfait ;
- dépassant vingt-quatre heures ou incluant une nuitée ;
- proposée à la vente à un prix tout compris.

À titre d'exemple : (1,5 points)

Le forfait pourrait correspondre à un séjour de trois jours, deux nuits (avec petits déjeuners) et deux dîners, pour deux personnes. Le transport urbain serait prévu en taxi (compris dans le forfait) et les trois journées pourraient se décomposer comme suit :

- 1^{er} jour : arrivée, découverte des prestations de l'hôtel et de ses abords, vue panoramique de la ville depuis le promontoire de Notre Dame de la Garde ;
- 2^{ème} jour : visite du « Panier », du Vieux Port (avec ou sans la barque « Sainte Anne »), déjeuner en ville (non compris dans le forfait), visite du Château d'If, retour à l'hôtel pour se reposer et profiter des installations.
- 3^{ème} jour : proposition d'un large choix d'activités sportives, nautiques et de farniente (au choix du client), par exemple : plage, plongée, randonnée pédestre dans les calanques...

Toute réponse pertinente sera retenue dans la mesure où elle utilise les informations des annexes pour proposer un contenu précis et cohérent.

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	3
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	CORRIGÉ /Feuille	6 / 11

2.5. Expliquez les principes et les limites de cette méthode. (4 points)

L'objectif est de trouver le prix pour lequel un maximum de clients se dira prêt à consommer le forfait proposé. Pour cela, il faut d'abord connaître l'intervalle de prix dans lequel chaque client potentiel est prêt à acheter. C'est pourquoi on procède à une enquête, auprès d'un échantillon représentatif de la cible visée, dans laquelle on présente un forfait et on pose deux questions :

- 1 – « En dessous de quel prix considérez-vous que ce forfait n'a pas la qualité que vous espérez ? »
- 2 – « Au-dessus de quel prix considérez-vous que ce forfait est trop cher ? »

On élabore ensuite un graphique (ou un tableau comme celui de l'annexe B) dans lequel les réponses à ces deux questions sont résumées en deux courbes (ou deux colonnes) représentant les pourcentages cumulés des réponses (dans l'ordre décroissant pour la première question et dans l'ordre croissant pour la seconde). (1,5 points)

Pour un prix donné, l'écart entre les deux courbes (ou le complément à 100 pour la somme des % des deux colonnes du tableau) représente le pourcentage de personnes sondées qui se déclarent prêtes à acheter le forfait (puisqu'elles considèrent le prix ni trop bas, ni trop haut).

Les principales limites sont les suivantes :

- La fixation du prix d'une prestation doit tenir compte de la demande, de la concurrence, de la gestion d'entreprise et de la législation. La méthode du prix d'acceptabilité ne prend en compte que le premier élément en négligeant les trois autres : il est donc très imprudent de se limiter à cette seule méthode pour fixer le prix du forfait touristique.
- Le prix d'acceptabilité est basé sur des intentions de clients potentiels : rien ne prouve que les intentions se traduiront en actes.
- Si le sondé ne connaît pas bien le contenu de l'offre proposée, il risque de se situer à des niveaux de prix déconnectés par rapport à la réalité et, donc, de répondre incorrectement aux deux questions sans s'en rendre compte. (2,5 points)

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	3
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	CORRIGÉ /Feuille	7 / 11

2.6. Déterminez le prix d'acceptabilité, en complétant l'annexe B. Concluez. (5 points)

Prix en €	Réponses « qualité insuffisante »			Réponses « prix excessif »			% d'achat potentiel (1 point)
	Nombre	%	% cumulé décroissant (1 point)	Nombre	%	% cumulé croissant (1 point)	
350	75	15 %	100 %	0	0 %	0 %	0 %
400	125	25 %	85 %	0	0 %	0 %	15 %
450	105	21 %	60 %	35	7 %	7 %	33 %
500	115	23 %	39 %	55	11 %	18 %	43 %
550	60	12 %	16 %	80	16 %	34 %	50 %
600	20	4 %	4 %	135	27 %	61 %	35 %
650	0	0 %	0 %	160	32 %	93 %	7 %
700	0	0 %	0 %	35	7 %	100 %	0 %
Totaux	500	100 %		500	100 %		

Explication du calcul pour la dernière colonne : (1 point)

La somme des deux % cumulés (décroissants et croissants) indique le % de sondés qui n'achètent pas (pour l'une ou l'autre des deux raisons). Il suffit de soustraire cette somme à 100 % pour trouver le % de sondés qui sont prêts à acheter.

Conclusion : détermination du prix d'acceptabilité (1 point)

Le prix d'acceptabilité est de 550 € car, à ce prix, un maximum de sondés se dit prêt à acheter le forfait, soit 50 % d'entre eux (c'est le taux d'achat potentiel le plus fort du tableau).

DOSSIER 3 : LANCEMENT D'UN FORFAIT TOURISTIQUE (18 points)

3.1. Précisez les conditions particulières qu'un établissement d'hébergement doit respecter afin de proposer à sa clientèle un forfait touristique. (4 points)

- **Conditions liées à l'établissement :**
 - Les établissements d'hébergement doivent être classés « tourisme ».
 - L'activité prépondérante de l'établissement doit être l'hébergement.
 - Les prestations touristiques commercialisées ne doivent être que complémentaires (moins de 50% de la valeur globale de la prestation hôtelière).
 - L'hôtelier doit disposer d'une garantie financière nécessaire à la protection du consommateur (montant fixé par décret).
 - L'hôtelier doit avoir souscrit une assurance en responsabilité civile professionnelle.
- **Condition administrative :** demande d'immatriculation au registre national tenu par « Atout France », opérateur unique de l'Etat dans le secteur du tourisme.

1 point par condition juste et au maximum 4 points

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	3
RHE2EJ	Epreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	CORRIGÉ /Feuille	8 / 11

3.2. *Enumérez les obligations de l'hôtelier vis-à-vis du consommateur. (4 points)*

- **obligation générale d'information** permettant au consommateur de connaître les caractéristiques essentielles du forfait touristique avant la conclusion du contrat ;
- **obligation de ne pas forcer la vente ;**
- **obligation de ne pas refuser la vente ;**
- **obligation de respecter la commande préalable :** le professionnel est engagé par l'information préalable faite au client, à moins qu'il précise expressément la possibilité d'en modifier certains éléments (annulation ou modifications en cas d'intempéries, de nombre insuffisant de participants...) ;
- **obligation d'exécuter les prestations promises** (responsabilité contractuelle) ;
- **obligation de sécurité** vis vis des biens et des personnes

1 point par idée juste et au maximum 4 points

3.3. *Précisez de quelle manière Madame FACIBEL pourra satisfaire à l'obligation d'information. (2 points)*

Cette obligation se traduit par une obligation de mettre en place un **support écrit** précisant :

- la raison sociale de l'établissement, son adresse, l'autorisation administrative d'exercice, l'assurance civile professionnelle, la garantie financière ;
- le descriptif de la prestation (date, destination, mode de transport, mode et caractéristiques de l'hébergement, repas fourni, itinéraire, visites, excursions incluses ou en supplément, nombre minimal ou maximal de participants ;
- le prix tout compris, hors suppléments, et le prix des suppléments ou restant à la charge du client ;
- les modalités de règlement (la facturation doit être distincte de la facturation de la prestation principale).

Accepter toute réponse faisant appel à un support écrit ou à un exemple de support écrit

3.4. *Présentez les principales tâches que devra réaliser le commercial qui sera recruté à cette occasion. (4 points)*

Exemple de plan possible :

- *Élaboration du forfait touristique*
 - Connaître les attentes de la clientèle loisirs en matière de forfait touristique et pour pratiquer une veille concurrentielle.
 - Démarcher des fournisseurs de prestations et/ou des partenaires pour créer les forfaits.
 - Mettre au point les forfaits et les tester.
- *Commercialisation*
 - Commercialiser les forfaits (distribution directe ou indirecte, communication).
- *Suivi*
 - Pratiquer l'écoute permanente du marché, rechercher les retours d'informations sur les forfaits pratiqués afin de les réajuster si besoin...
 - Remontée d'informations

Valoriser le candidat qui présente une réponse structurée

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	3
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	CORRIGÉ /Feuille	9 / 11

Madame FACIBEL envisage de pourvoir ce poste par un recrutement interne.

3.5. Présentez deux avantages et deux limites de ce mode de recrutement pour l'entreprise.(4 points)

Avantages :

- L'entreprise connaît l'employé
- Connaissant bien l'établissement, l'employé sera plus rapidement opérationnel
- Coûts de formation moindres.
- Facteur de motivation

Limites :

- Risque d'incidences négatives sur le climat social
- Pas d'apport de vision extérieure
- Poste libéré à pourvoir
- Exigences de profil moindres

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau Canopé

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	3
RHE2EJ	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	CORRIGÉ /Feuille	10 / 11

ANNEXE A corrigée
TABLEAUX DE CALCUL DES ÉCARTS PAR SEGMENT DE CLIENTÈLE

Décomposition de l'écart observé sur chiffre d'affaires

	Prix réels	Prix Prévisionnels	Quantités réelles	Quantités prévisionnelles	Écart sur prix (1 point)	Écart sur quantités (1 point)	Écart segment (1 point)
Individuels affaires	157,00	155,00	2 272	1 800	4 544,00	73 160,00	77 704,00
Individuels tourisme	178,00	185,00	4 791	5 900	33 537,00	205 165,00	238 702,00
Groupes affaires	146,00	135,00	1 946	1 400	21 406,00	73 710,00	95 116,00
			9 009	9 100	7 587	58 295	65 882

Décomposition de l'écart sur quantité

	Réal (0,5 point)		Prévisionnel (0,5 point)		Structure homothétique (1 point)	Écart de composition (0,75 point)	Écart de volume (0,75 point)	Vérification écart s/quantité (0,5 point)
	Nombre	%	Prix	Nombre				
Individuels affaires	2 272	25,00%	155,00	1 800	1 802	72 850	310	73 160
Individuels tourisme	4 791	53,00%	185,00	5 900	5 856	197 025	8 140	205 165
Groupes affaires	1 946	22,00%	135,00	1 400	1 351	80 325	6 615	73 710
	9 009	100,00%		9 100	9 009	43 850	14 445	58 295

SESSION 2010	Brevet de Technicien Supérieur		Coefficient	3
RHE2EJ	Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen		CORRIGÉ	11 / 11
	Épreuve E2 : Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement		/Feuille	