



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

**Ce document a été mis en ligne par le Réseau Canopé
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.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN

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

U2

SESSION 2017

Durée : 3 heures
Coefficient : 3

Matériel autorisé :

- Listes de comptes du plan comptable général, du plan comptable hôtelier,
- Toutes les calculatrices de poche y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante (circulaire n°99-186 du 16/11/1999).

Tout autre matériel est interdit.

**LES CANDIDATS DEVRONT TRAITER LES TROIS DOSSIERS
SUR DES COPIES SÉPARÉES.**

**LES ANNEXES A, B ET C SONT EN DEUX EXEMPLAIRES,
L'UN DES EXEMPLAIRES EST À RENDRE AVEC LA COPIE CONCERNÉE**

Dès que le sujet est remis aux candidats, ils s'assurent qu'il est complet.

Ce sujet comporte 19 pages numérotées de 1/19 à 19/19 : 6 pages de textes numérotées de 1/19 à 6/19 et 13 pages d'annexes numérotées de 7/19 à 19/19.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	Session 2017
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ Page : 1/19

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

Durée : 3 heures

HÔTEL ÉCHOTEL

Le sujet comprend 3 dossiers qui peuvent être traités de façon indépendante.

**LES CANDIDATS DEVRONT TRAITER LES TROIS DOSSIERS
SUR DES COPIES SÉPARÉES.**

**LES ANNEXES A, B ET C SONT EN DEUX EXEMPLAIRES,
L'UN DES EXEMPLAIRES EST À RENDRE AVEC LA COPIE CONCERNÉE**

Dossiers		Barème	Page
DOSSIER 1	Étudier la situation de l'hôtel dans une ville à fort potentiel touristique	31 points	4
DOSSIER 2	S'affirmer comme une entreprise écoresponsable	11 points	5
DOSSIER 3	Organiser une soirée à thème écoresponsable	18 points	6

Annexes

Annexe 1	Caractéristiques générales de l'entreprise	7
Annexe 2	Données sur l'activité touristique à Toulouse	8-9-10
Annexe 3	Extraits « Avis clients » 2016	11
Annexe 4	Articles de presse (extraits)	12
Annexe 5	Données réelles du premier semestre 2016 et données prévisionnelles du second semestre 2016	13
Annexe 6	Fréquentation réelle du second semestre 2016	13
Annexe A	Chiffre d'affaires hébergement prévisionnel du second semestre 2016 (à conserver)	14
Annexe A	Chiffre d'affaires hébergement prévisionnel du second semestre 2016 (à rendre avec la copie)	15
Annexe B	Tableau de bord du second semestre 2016 (à conserver)	16
Annexe B	Tableau de bord du second semestre 2016 (à rendre avec la copie)	17
Annexe C	Justification des calculs de l'annexe B (à conserver)	18
Annexe C	Justification des calculs de l'annexe B (à rendre avec la copie)	19

Nota : il est recommandé au candidat de prendre connaissance de l'ensemble du sujet et des annexes avant de traiter chacun des dossiers.

Avvertissement : si le texte du sujet, les questions ou le contenu des annexes vous semblent nécessiter de formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de les expliciter sur votre copie.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2017
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 2/19

HÔTEL ÉCHOTEL

L'hôtel 3 étoiles ÉCHOTEL, constitué sous la forme d'une SARL, est situé à Toulouse non loin de la station de métro « Le TOEC » et à 400 mètres de la salle de concert du Zénith et du Centre hospitalier universitaire (CHU) de Purpan. Le tramway ligne T1 et plusieurs lignes de bus circulent à proximité. L'hôtel appartient depuis toujours à la famille DARGA. Il est ouvert toute l'année. **L'annexe 1** vous présente les principales caractéristiques de l'établissement.

L'hôtel dispose de 43 chambres dont 3 sont aménagées pour une clientèle atteinte d'une déficience motrice et/ou visuelle. Les propriétaires, Christian et Sophie DARGA, viennent d'effectuer les travaux nécessaires afin de faciliter l'accès à l'établissement grâce à des largeurs de passage et de portes suffisantes. Le lit, l'ensemble du mobilier (bureau, armoires...), les placards, les prises électriques, les fenêtres, la salle de bains et les sanitaires respectent les normes imposées ce qui a permis d'obtenir la marque d'État « Tourisme et Handicap ».

Cet établissement est engagé dans une démarche de développement durable en lien avec l'écoquartier de la Cartoucherie situé à proximité. Il s'agit d'un quartier ouvert et vivant construit pour un avenir durable, offrant 2 hectares de promenade avec des pistes cyclables et un espace dédié aux arts. Dans le même temps, la collectivité « Toulouse Métropole » s'est dotée d'un grand pôle « Aménagement urbain et développement durable » dans lequel s'inscrivent de nombreux chantiers tels qu'Agenda 21, l'aménagement des transports, la gestion de l'eau, de l'énergie...

Jusqu'à aujourd'hui, la clientèle d'ÉCHOTEL est majoritairement une clientèle d'affaires. La situation géographique de l'hôtel permet aisément de le comprendre : de nombreux commerces et services ainsi que 90 000 m² de bureaux et d'activités sont présents dans l'écoquartier de la Cartoucherie.

Même si le taux d'occupation est satisfaisant, Christian et Sophie DARGA aimeraient redynamiser leur activité. Les époux souhaiteraient développer le segment des clients « loisirs » porteurs d'une sensibilité environnementale.

Ils vous demandent de les aider à travailler sur les dossiers suivants :

DOSSIER 1 – Étudier la situation de l'hôtel dans une ville à fort potentiel touristique ;

DOSSIER 2 – S'affirmer comme une entreprise écoresponsable ;

DOSSIER 3 – Organiser une soirée à thème écoresponsable.

DOSSIER 1 : Étudier la situation de l'hôtel dans une ville à fort potentiel touristique

Monsieur et madame DARGA ont collecté de nombreuses informations pour actualiser leurs connaissances du potentiel touristique de la ville de Toulouse.

À partir des informations contenues dans les **annexes 1, 2, 3 et 4**, répondez aux questions suivantes :

- 1.1** Parmi les formes de tourisme habituelles, repérez-en deux et présentez pour chacune d'elles, les ressources touristiques locales disponibles.

Les époux DARGA souhaitent réaliser un diagnostic de leur établissement.

- 1.2** En utilisant l'analyse SWOT, relevez trois éléments par rubrique permettant d'établir un diagnostic interne et externe de l'hôtel. Votre réponse sera présentée sous forme de matrice.

Dans la suite du diagnostic, Christian et Sophie DARGA soumettent à votre analyse les données prévisionnelles et réelles dont ils disposent pour l'année 2016.

- 1.3** À partir des éléments fournis en annexe 5, reconstituez le calcul du chiffre d'affaires hébergement prévisionnel hors taxes du second semestre 2016. Complétez pour cela le tableau de l'annexe A (à rendre avec la copie).
- 1.4** Complétez, à l'aide des informations fournies en annexe 5, le tableau de gestion de l'annexe B (à rendre avec la copie). Vous justifierez tous les calculs dans le tableau fourni en annexe C (à rendre avec la copie).
- 1.5** Rédigez, à partir des résultats obtenus et des données fournies en annexes 5 et 6, un commentaire structuré sur la situation d'ÉCHOTEL. Votre commentaire devra s'attacher à analyser le chiffre d'affaires, les coûts et le résultat.

À l'issue de cette analyse, monsieur et madame DARGA souhaitent développer le segment loisirs.

- 1.6** Justifiez l'intérêt de cette stratégie commerciale.

DOSSIER 2 : S'affirmer comme une entreprise écoresponsable

Les époux DARGA, en raison des valeurs auxquelles ils sont attachés et de l'emplacement géographique d'ÉCHOTEL, se sentent concernés par la nécessité de prendre en compte le développement durable dans les activités proposées et souhaitent mettre en place différentes actions. Ils ont conscience que la clientèle « loisirs » est écosensible.

Dans le cadre de leur démarche qualité, les époux DARGA souhaiteraient obtenir un signe distinctif pour rendre visible leur engagement dans le développement durable.

- 2.1** Proposez à monsieur et madame DARGA le label qui vous semble le plus adapté à leur établissement. Justifiez votre réponse.

L'une des actions prioritaires s'articule autour de la mise en place de produits d'accueil respectueux de l'environnement et sains pour le corps. Avant de pousser plus loin la réflexion, les époux DARGA souhaitent analyser le coût de ces produits d'accueil, d'autant qu'il s'agit d'un poste dont les montants fluctuent régulièrement entre les prévisions budgétaires et la réalité comptable.

- 2.2** Précisez l'intérêt pour l'établissement de proposer des produits d'accueil écoresponsables. Caractérissez l'impact financier de ce choix.
- 2.3** À partir des données fournies dans l'annexe B, calculez l'écart entre le coût des produits d'accueil consommés au cours du second semestre 2016 et le coût prévu au cours de cette même période.
- 2.4** Décomposez cet écart en deux sous-écarts, le premier lié à la variation du nombre de chambres louées et le second à la variation du coût moyen par chambre.
- 2.5** Commentez les résultats obtenus.

Dans la continuité de la réflexion engagée, monsieur et madame DARGA souhaitent organiser un événement qui permettra de communiquer pour montrer que l'engagement dans le développement durable constitue aujourd'hui pour eux un véritable axe stratégique.

DOSSIER 3 : Organisation d'une soirée à thème écoresponsable

Pour faire connaître leur investissement dans le développement durable, les époux DARGA ont l'idée d'organiser une soirée à thème. Ils souhaiteraient communiquer sur cet événement.

3.1 Identifiez cinq publics cibles à inviter pour cette soirée.

3.2 Afin d'informer leurs invités, les époux DARGA optent pour la mercatique directe.

3.2.1 Justifiez le choix de ce type de communication.

3.2.2 Conseillez-leur un mode de diffusion en justifiant votre choix.

3.2.3 Citez les éléments devant figurer sur cette invitation.

L'établissement ÉCHOTEL aura besoin de personnels supplémentaires à l'occasion de cette soirée.

3.3 Choisissez le type de contrat de travail le plus adapté dans ce cas. Justifiez votre réponse, en présentant les principales caractéristiques de ce contrat : cas de recours, durée du contrat, indemnités dues en fin de contrat.

3.4 Identifiez les différentes étapes du processus de recrutement que les époux DARGA doivent mener.

3.5 Citez les formalités juridiques à l'embauche.

ANNEXE 1 - Caractéristiques générales de l'entreprise

Tarifs	<ul style="list-style-type: none"> • Chambre single ou double sans petit déjeuner de 39 € à 100 € • Petit déjeuner 9,50 € (servi de 07 h 00 à 10 h 00) 	
Chambres	<ul style="list-style-type: none"> • 43 chambres spacieuses dont 3 pour handicapés • Un salon • Wifi • Climatisation réversible • Télévision par satellite • Plateau de courtoisie 	
Services	<ul style="list-style-type: none"> • Wifi • Parking gratuit • Réception ouverte 24h/24 • Coffre-fort • Détecteurs de fumée • Ascenseur • Change de devises • Animaux domestiques admis sur demande <p>Pour les voyageurs d'affaires, l'hôtel propose un équipement pour banquets et réunions.</p>	
Langues parlées	Anglais, allemand, espagnol	
Conditions	<ul style="list-style-type: none"> • Enregistrement à partir de 14 heures • Départ jusqu'à 12 heures 	
Moyens de paiement	CB, Visa, American Express, Eurocard-Mastercard, chèques, chèques vacances, Diners Club, virements	
Annulation	<ul style="list-style-type: none"> • En cas d'annulation ou de modification jusqu'à 2 jours avant la date d'arrivée, aucune pénalité ne sera facturée. • En cas d'annulation tardive ou de non-présentation, le montant total de votre séjour vous sera facturé. 	
Labels	Marque d'État « Tourisme et Handicap »	
Politique environnementale de l'hôtel	Les équipements	<ul style="list-style-type: none"> • Ampoules à LED remplaçant l'ensemble des dispositifs d'éclairage • Chasses d'eau économiques • Climatisations réversibles individuelles • Collecte des cintres plastiques • Remplacement des serviettes de bains à la discrétion des clients • Tableau de covoiturage • Vélos à disposition des clients
	Les salariés	<ul style="list-style-type: none"> • Formés en permanence aux gestes simples dont la portée a une répercussion immédiate sur l'environnement • Utilisation du numérique pour les documents internes et les documentations commerciales • Tri sélectif des déchets
	Les fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Chaque fournisseur doit remplir un cahier des charges influant sur la décision lors d'appels d'offres. • La blanchisserie doit tenir compte du choix de ses lessives, des détergents, des programmes de lavage.

ANNEXE 2 - Données sur l'activité touristique à Toulouse

Sources : www.toulouse-tourisme.com

www.cultures.toulouse.fr

www.toulouse.fr

Toulouse est une ville très dynamique qui a attiré 4,95 millions de visiteurs (estimation hors excursionnistes d'affaires - INSEE) en 2016. Toulouse accueille une clientèle française à 55 % et une clientèle internationale à 45 % (2,52 millions de nuits hôtelières pour 2016). Il s'agit essentiellement d'une clientèle « affaires » en semaine et « loisirs » le week-end et pendant les vacances.

CHIFFRES CLÉS DE L'HÔTELLERIE TOULOUSAINE EN 2016

- Offre toulousaine par types d'hébergement :**

Catégorie	Nombre d'établissements	Nombre de chambres	Proche Purpan/Zénith
Hôtels classés	101	3 309	10
Hôtels non classés	7	110	
Résidences de tourisme	29	1 954	1
Chambres d'hôtes	39		2
Locations de vacances	51		3
Auberges de jeunesse	3		0
Camping	3		1
TOTAL	233		

- Offre toulousaine par catégories d'hôtel :**

L'office du tourisme de Toulouse recense 108 hôtels dont 10 proches de l'hôpital Purpan et du Zénith :

Catégorie	Nombre d'hôtels	Part
5 étoiles	4	3,7 %
4 étoiles	23	21,3 %
3 étoiles	36	33,4 %
2 étoiles	32	29,6 %
1 étoile	6	5,5 %
Non classés	7	6,5 %
TOTAL	108	100,0 %

- REVPAR moyens et taux d'occupation moyens dans l'hôtellerie et les résidences :**

Catégorie	Hôtels	Variation 2015-2016	Résidences	Variations 2015-2016
REVPAR	46,70 €	2 %	36,10 €	3 %
Taux d'occupation	63,3 %	2 pts	69 %	4 pts

LE TRANSPORT

L'aéroport Toulouse-Blagnac en chiffres :

- 5^{ème} aéroport de France et 1^{er} aéroport "business" ;
- 1^{er} aéroport régional de fret ;
- 7 669 064 passagers en 2016 contre 7 517 736 passagers en 2015 soit une hausse de 2 % ;
- 91 921 mouvements d'avions en 2016 et 80 964 en 2015 (avions de plus grande capacité) ;
- le segment low-cost représente 29 % du trafic total de la plateforme (2 212 114 passagers soit une hausse de 10,6 %). Arrivée de la compagnie « low cost » Ryanair à Toulouse en septembre 2016.

La gare Matabiau

Plus de 10 millions de voyageurs par an, prévision de 17,7 millions en 2017 et de 21,7 millions en 2024.

La voiture

Toulouse se trouve à la croisée de nombreuses autoroutes : au nord l'A62 en direction de Bordeaux et l'A20 vers Paris, à l'ouest l'A64 vers Biarritz, au sud l'A66 en direction de Pamiers et Foix et à l'est l'A61 vers Montpellier et Barcelone et l'A68 vers Albi.

LES ÉVÈNEMENTS à venir en 2017 et 2018

- 30^{ème} « Congrès mondial des astronautes » à la Cité de l'Espace
- Salon « Autonomic Sud » au service des personnes handicapées et des personnes âgées dépendantes
- Salon de l'automobile de Toulouse
- Des salons annuels comme par exemple :
 - Salon du tourisme Mahana
 - Salon vins et terroirs
 - Salon du chocolat
 - Salon de l'apprentissage et de l'alternance
 - Salon Vivre et Nature
 - Foire internationale de Toulouse
 - Infosup
- Festival des cultures d'Asie
- Marathon de Toulouse
- Salon des métiers de l'alimentation et de l'hôtellerie-restauration
- Des spectacles et concerts au Zénith
- Inauguration du nouveau parc des expositions à Toulouse

En moyenne, un congressiste dépense 150 €/jour soit un rapport de 1 à 4 avec le tourisme de loisirs. Et pour 1 € de location d'espace (centre de congrès, hébergement), 7 € sont générés en retour, soit 70 M €/an à Toulouse pour le seul segment « congrès ». La ville s'impose comme la 5^{ème} destination française pour le tourisme d'affaires avec de grands événements et manifestations.

OFFICE DE TOURISME

Depuis 2010, l'Office du Tourisme a mis en place une centrale de réservations facilitant l'accès à l'offre touristique de la ville et permettant ainsi une meilleure commercialisation. La centrale travaille avec 80 hôtels, 5 chambres d'hôtes et une dizaine de prestataires liés à une activité (billetterie, Cité de l'Espace...). En 2016, la centrale de réservations a généré 1 223 nuitées contre 1 219 en 2015 soit une stabilité quasi parfaite.

VISITER TOULOUSE

Culture et spécialités

La violette est la fleur emblématique de la ville. Son parfum délicat enchante les parfumeurs et, une fois cristallisée, elle se déguste comme un bonbon. Le pastel est à l'origine de nombreux cosmétiques grâce aux vertus de son huile.

A ne pas manquer :

La place du Capitole, le château d'eau, la Prairie des Filtres, les musées (Aeroscopia sur l'aéronautique, le musée des Augustins, le Museum d'histoire naturelle, la fondation Bemberg, le musée des Abattoirs...), les marchés alimentaires, forains et bouquinistes, l'espace EDF Bazacle (ancienne usine EDF), la cathédrale Saint-Etienne, la Cité de l'Espace, Let's Visit Airbus, la Maison de la Violette, le museum du Pastel, le canal du Midi, le Casino théâtre Barrière ...

Toulouse est aussi la ville des spécialités avec sa célèbre saucisse, le cassoulet, les fromages de la région, la violette, le gâteau, par exemple le Fénétra, les confiseries comme le pavé du Capitole ou le célèbre Cachou Lajaunie.

La ville rose accueille des grands chefs étoilés comme Michel Sarran (Top chef sur M6) et son restaurant du même nom, Yannick Delpech à l'Amphytrion (Le plus grand menu de France sur TF1) Pierre Lambinon au PYR, Stéphane Tournié aux Jardins de l'Opéra...

Sport, loisirs et nature

Le rugby avec les matchs du Stade Toulousain et du Toulouse Olympique XIII et le football avec les matchs du « Toulouse football club » (TFC).

La base de sports et de loisirs de la Ramée, le lac et la base de loisirs de Sesquières (athlétisme, tennis, bicross, football ... et sur l'eau, téléski, mono-ski, mais aussi wake-board ou knee-board), de l'aviron sur le canal du midi, des croisières sur la Garonne ou le canal du midi.

L'African Safari et l'Animaparc, le labyrinthe et le château de Merville.

Les balades dans le jardin des plantes, le jardin du Grand-Rond et le jardin japonais.

Les sites touristiques - nombre de visiteurs (2016) :

- Cité de l'espace : 298 898
- Muséum de Toulouse : 253 492
- Basilique Saint-Sernin : 238 345
- Musée Aeroscopia (ouvert en janvier) : 217 619
- Les Abattoirs : 152 197
- Couvent des Jacobins : 142 945
- Musée des Augustins : 129 073

DES JUMELAGES et des ACCORDS DE COOPERATION

Toulouse est jumelée avec plusieurs villes comme Elche en Espagne ou Atlanta aux E.U. ou même encore Chongging en Chine et a conclu des accords de coopération avec N'Djamena (Tchad), Hanoi (Vietnam), Düsseldorf (Allemagne), Saint-Louis (Sénégal), Barcelone (Espagne), Oslo (Norvège).

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2017
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 10/19

ANNEXE 3 - Extraits « Avis clients » 2016

« Une nuit suffit ! »

Vraiment pas top du tout! Pas très propre, les draps et taie d'oreiller avec des cheveux et j'en passe !... Très bruyant, trafic dense, périphérique proche donc vitesse. Bref 1 nuit ça passe mais alors il ne faut pas s'attendre à être en forme le lendemain... Point positif : proximité du Tram.

Réponse de l'hôtel : Cher client,

Merci de nous faire part de vos impressions. Cet incident de propreté est regrettable et l'hôtel s'excuse pour ce désagrément ; nous veillerons à ce qu'il ne se reproduise plus. En ce qui concerne le bruit, si les fenêtres à double vitrage restent fermées, il est quasiment inexistant. L'hôtel espère vous revoir et vous accueillera lors de votre prochain séjour avec un cadeau de bienvenue.

(janvier 2016) voyage d'affaires

« Un bon compromis »

L'atout majeur de cet hôtel est le parking gratuit avec une station de tramway à 100 mètres... Accueil très sympathique avec recherche de la satisfaction du client. Chambre agréable. Dommage que les toilettes soient dans la salle de bain. Il y a de fortes chances que lors de mon prochain séjour touristique à Toulouse j'y retourne.

(été 2016 - voyage en famille)

« Hôtel décevant »

La chambre est juste correcte, la literie est à revoir. Attention à ne pas vous lever trop tard car sinon vous n'avez plus de petit déjeuner. Dès 9 heures le buffet est presque vide !!

(mars 2016 – voyage d'affaires individuel)

« Séjour sympa »

Personnel agréable. Hôtel bien situé et bien desservi par les transports en commun. Très sympa le prêt des vélos ! Un petit bémol, le petit déjeuner pourrait être plus copieux.

(mai 2016 – loisirs en couple)

Les inquiétudes des hôteliers toulousains

Source : www.ladepeche.fr

Les hôteliers toulousains, par la voix de Didier Vincent, président du club Hôtelier, s'inquiètent : « Toulouse a un beau potentiel mais mal exploité ». Il pointe, ici et là, des aspects qui peinent à hisser la ville rose vers le haut : « Nous avons des inquiétudes. Au premier plan sur le parc des expositions de Toulouse, outil incontournable pour la compétitivité. Un parc prévu initialement à Beauzelle pour 2017, puis repoussé à 2019-2020 ». Il avance le risque d'une baisse de la clientèle de congrès liée à ce parc des expos du stadium, obsolète.

Autre inquiétude : le centre des congrès Pierre Baudis, qui là aussi, interroge par son peu de capacité : « Si là aussi on veut être compétitif, ce centre de congrès doit être agrandi. Car il faut bien savoir que le parc des expos ne remplace pas un centre de congrès. Les deux sont nécessaires ».

Toulouse hyper-centre connaît un gros problème d'accessibilité avec des bus touristiques longs de 15 mètres qui restent souvent bloqués, un autre point noir. Tout comme le fléchage des hôtels et des sites touristiques. « Une demande récurrente des professionnels » comme l'ouverture les jours fériés des sites incontournables de la ville. « Pourquoi ne pas ouvrir ces sites comme le cloître des Jacobins, par exemple, 7j/7 » ? Didier Vincent raconte la surprise de touristes, le lundi de Pâques, confrontés à la fermeture de ce lieu. La traduction en anglais des principaux sites est aussi une demande de la profession : « Vivons avec notre époque. Même si je n'ai rien contre, ce n'est pas l'occitan qui attire les touristes ».

Didier Vincent rappelle que le maire de Toulouse a inscrit la ville comme cité référente à l'Unesco : « Une très bonne initiative. Toulouse a les atouts nécessaires. Mais beaucoup reste néanmoins à faire ». Il cite quelques chiffres : 75 % de la clientèle des hôtels toulousains est une clientèle d'affaires contre 25 % pour la clientèle touristique. Ce qui, en 2015, a donné un total de 65 % de taux d'occupation tous secteurs et hôtels confondus. Les autres grandes métropoles, Bordeaux, Lyon ou Marseille comptabilisent plus de 67 % de taux d'occupation. Selon les professionnels, ce différentiel est lié au manque de clientèle touristique qui ne fait que passer à Toulouse. En cause notamment, l'absence d'un événement culturel majeur et fédérateur.

Frédéric Michel, président de la branche hôtellerie à l'Umih 31, pointe un autre élément : « Le syndicat s'inquiète beaucoup du site d'hébergement Airbnb, qui touche 10 % du parc hôtelier de Toulouse ».

Les professionnels de l'hôtellerie protestent contre une nouvelle taxe supplémentaire de 10 %. Le président du Comité départemental du tourisme de Haute-Garonne s'explique.

Source : <http://actu.cotetoulouse.fr> du 05/02/2016

Une taxe additionnelle de 10 % en plus de la taxe de séjour : les hôteliers de Toulouse ne sont pas contents. La délibération du 29 janvier du Conseil départemental de Haute-Garonne provoque la colère des professionnels de l'hôtellerie qui dénoncent une mise en application précipitée, au 1^{er} mars 2016, et s'inquiètent de l'utilité de ce prélèvement fiscal destiné à abonder le budget du Comité Départemental du Tourisme.

Après l'augmentation de la taxe de séjour à Toulouse, en avril 2015, pour les hôteliers, c'est la goutte d'eau qui fait déborder le vase.

« C'est un impôt mis en place sans aucune concertation avec les professionnels », déplore Frédéric Michel. « Cette taxe additionnelle ne s'applique qu'à ceux qui paient déjà la taxe de séjour ». Et pas aux hébergeurs de type Airbnb ou Abritel... Encore un point sur lequel les professionnels voudraient voir les collectivités réagir.

Remarque : l'application de la taxe additionnelle de 10% a finalement été reportée au 01/01/2017.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	Session 2017
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ Page : 12/19

**ANNEXE 5 – Données réelles du premier semestre 2016
et données prévisionnelles du second semestre 2016**

	Données réelles premier semestre 2016	Données prévisionnelles second semestre 2016
Clientèle « Affaires »	65 %	63 %
Clientèle « Loisirs »	35 %	37 %
Taux d'occupation	70 %	72 %
Prix moyen chambre clientèle « Affaires »	50,00 € HT	En baisse de 2 %
Prix moyen chambre clientèle « Loisirs »	44,00 € HT	En hausse de 5 %

Le second semestre 2016 comporte 184 jours.

ÉCHOTEL dispose de 43 chambres.

Hypothèses de construction des prévisions de charges pour le second semestre 2016 :

- **Produits d'accueil** : le coût par chambre louée a été estimé à 2,40 €.
- **Petits déjeuners** : le coût matière a été évalué à 26 % du chiffre d'affaires HT des petits déjeuners.
- **Bar et minibar** : le coût matière a été estimé à 24 % du chiffre d'affaires global bar et minibar.

ANNEXE 6 – Fréquentation réelle du second semestre 2016

Au second semestre, l'hôtel a finalement accueilli 5 380 clients : 64 % étaient des clients affaires et 36 % des clients loisirs.

ANNEXE A : Chiffre d'affaires hébergement prévisionnel du second semestre 2016
(Exemplaire à conserver)

	Détails des calculs	Quantités/Montant
Nombre total de chambres louées		
Nombre de chambres louées par la clientèle « affaires »		
Nombre de chambres louées par la clientèle « loisirs »		
Chiffre d'affaires prévisionnel HT sur clientèle « affaires »		
Chiffre d'affaires prévisionnel HT sur clientèle « loisirs »		
Chiffre d'affaires prévisionnel hébergement HT TOTAL		

Remarque : tous les calculs seront arrondis à l'entier le plus proche.

ANNEXE A : Chiffre d'affaires hébergement prévisionnel du second semestre 2016
(À rendre avec la copie)

	Détails des calculs	Quantités/ Montant
Nombre total de chambres louées		
Nombre de chambres louées par la clientèle « affaires »		
Nombre de chambres louées par la clientèle « loisirs »		
Chiffre d'affaires prévisionnel HT sur clientèle « affaires »		
Chiffre d'affaires prévisionnel HT sur clientèle « loisirs »		
Chiffre d'affaires prévisionnel hébergement HT TOTAL		

Remarque : tous les calculs seront arrondis à l'entier le plus proche.

ANNEXE B : Tableau de bord du second semestre 2016. (Exemplaire à conserver)

NB : Seules les cases blanches sont à compléter.

	Budget second semestre 2016			Résultats second semestre 2016		
	Quantités	Montants	% ou indice	Quantités	Montants	% ou indice
Capacité	7 912			7 912		
Nombre de chambres louées	5 697			5 380		
Nombre de clients hôtel	7 406			6 725		
Chiffre d'affaires hébergement HT		273 251,00			259 316,00	72,62 %
Taux d'occupation			72 %			68 %
Indice de fréquentation hôtel						1,25
Prix moyen chambres					48,20	
REVPAR					38,56	
Chiffre d'affaires petits déjeuners HT					58 776,50	16,46 %
Nombre de petits déjeuners				6 187		
Taux de captage petits déjeuners			85 %			92 %
Prix moyen petits déjeuners		9,50			9,50	
Chiffre d'affaires bar/minibar HT		44 436,00			39 005,00	10,92 %
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL HT			100 %		357 097,50	100,00 %
Coût des matières consommées						
Produits d'accueil		13 672,80			12 374,00	4,77 %
Nourriture et Boissons					23 665,28	24,20 %
Coût total des matières consommées					36 039,28	10,09 %
MARGE BRUTE GLOBALE					321 058,22	
Charges de personnel		109 686,00			109 686,00	30,72 %
MARGE APRÈS COÛTS PRINCIPAUX					211 372,22	
Frais généraux		102 600,00			103 400,00	28,95 %
RÉSULTAT BRUT D'EXPLOITATION					107 972,22	
Coûts d'occupation		94 846,00			94 846,00	
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT					13 126,22	3,68 %

Les % et les indices seront arrondis à 2 chiffres après la virgule.

ANNEXE B : Tableau de bord du second semestre 2016. (À rendre avec la copie)

NB : Seules les cases blanches sont à compléter.

	Budget second semestre 2016			Résultats second semestre 2016		
	Quantités	Montants	% ou indice	Quantités	Montants	% ou indice
Capacité	7 912			7 912		
Nombre de chambres louées	5 697			5 380		
Nombre de clients hôtel	7 406			6 725		
Chiffre d'affaires hébergement HT		273 251,00			259 316,00	72,62 %
Taux d'occupation			72 %			68 %
Indice de fréquentation hôtel						1,25
Prix moyen chambres					48,20	
REVPAR					38,56	
Chiffre d'affaires petits déjeuners HT					58 776,50	16,46 %
Nombre de petits déjeuners				6 187		
Taux de captage petits déjeuners			85 %			92 %
Prix moyen petits déjeuners		9,50			9,50	
Chiffre d'affaires bar/minibar HT		44 436,00			39 005,00	10,92 %
CHIFFRE D'AFFAIRES GLOBAL HT			100 %		357 097,50	100,00 %
Coût des matières consommées						
Produits d'accueil		13 672,80			12 374,00	4,77 %
Nourriture et Boissons					23 665,28	24,20 %
Coût total des matières consommées					36 039,28	10,09 %
MARGE BRUTE GLOBALE					321 058,22	
Charges de personnel		109 686,00			109 686,00	30,72 %
MARGE APRÈS COÛTS PRINCIPAUX					211 372,22	
Frais généraux		102 600,00			103 400,00	28,95 %
RÉSULTAT BRUT D'EXPLOITATION					107 972,22	
Coûts d'occupation		94 846,00			94 846,00	
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT					13 126,22	3,68 %

Les % et les indices seront arrondis à 2 chiffres après la virgule.

ANNEXE C : Justification des calculs de l'annexe B (Exemplaire à conserver)

	Détail des calculs
Indice de fréquentation de l'hôtel	
Prix moyen chambres HT	
REVPAR HT	
Nombre de petits déjeuners (arrondi à l'unité la plus proche)	
Chiffre d'affaires petits déjeuners HT	

Nota : tous les calculs ci-dessus concernent les données prévisionnelles du second semestre 2016.

ANNEXE C : Justification des calculs de l'annexe B (À rendre avec la copie)

	Détail des calculs
Indice de fréquentation de l'hôtel	
Prix moyen chambres HT	
REVPAR HT	
Nombre de petits déjeuners (arrondi à l'unité la plus proche)	
Chiffre d'affaires petits déjeuners HT	

Nota : tous les calculs ci-dessus concernent les données prévisionnelles du second semestre 2016.