



**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 2018

Durée : 3 heures

Coefficient 3

Documents et matériels autorisés :

- Listes de comptes du plan comptable général, du plan comptable hôtelier.
- L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé.

Tout autre matériel est interdit.

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

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

Dès que le sujet leur est remis, les candidats s'assurent qu'il est complet.
Le sujet se compose de 20 pages, numérotées de 1/20 à 20/20

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ
	Page : 1/20

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

Durée : 3 heures

LE CHÂTEAU DE LA CENTAURÉE

Ce sujet comporte 20 pages numérotées de 1/20 à 20/20.

6 pages de texte numérotées de 1/20 à 6/20

et 14 pages d'annexes numérotées de 7/20 à 20/20.

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

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

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

Dossiers

		Barème indicatif	Page
Dossier 1	Développement de l'activité « œnotouristique »	20 points	4
Dossier 2	Évolution des coûts	24 points	4 et 5
Dossier 3	Communication et démarche qualité	16 points	6

Annexes

Annexe 1	Fiche signalétique du Château de la Centaurée****	7 et 8
Annexe 2	L'œnotourisme : quelques repères	9
Annexe 3	Le label « Vignobles et découvertes »	9
Annexe 4	Extrait de l'étude Atout France	10-12
Annexe 5	Courts séjours œnotouristiques	13
Annexe 6	Forfaits touristiques	14
Annexe 7	Registre des opérateurs de voyages et de séjours	14
Annexe 8	Données comptables et prévisionnelles 2017	15
Annexe 9	Geovina	16
Annexe A	Calcul du prix psychologique (à rendre avec la copie)	17
Annexe A bis	Calcul du prix psychologique (à conserver)	18
Annexe B	Tableau de gestion (à rendre avec la copie)	19
Annexe B bis	Tableau de gestion (à conserver)	20

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

Avertissement : 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 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ
	Page : 2/20

Le Château de la Centaurée****

Aux portes du massif de la Clape, le **Château de la Centaurée**, construit au XVIII^{ème} siècle, se situe dans l'Aude sur la commune de Gruissan au cœur du triangle Perpignan, Carcassonne, Montpellier. Le département de l'Aude possède des sites dont la valeur historique est reconnue internationalement : la cité médiévale de Carcassonne et le Canal du Midi classés sur la liste du Patrimoine Mondial de l'UNESCO, les châteaux du Pays Cathare, les abbayes de Fontfroide et de Lagrasse... Quant au village de Gruissan, labellisé « Circulade languedocienne de l'An mille », il est bordé par la mer Méditerranée et le massif de la Clape. Cette ancienne île aujourd'hui rattachée à la terre est le plus vaste site naturel classé du Languedoc-Roussillon et bénéficie de 2000 ans de savoir-faire dans l'art vigneron.

D'une superficie totale de 500 hectares composés de garrigue et de pinèdes, le Château de la Centaurée abrite 70 hectares de vignoble labellisés « Appellation d'Origine Contrôlée La Clape ». Acquis en 1945 par Paul Gallet, le domaine viticole est aujourd'hui exploité par son petit-fils Guillaume. Cécile Gallet, sa femme, gère l'hôtel-restaurant aménagé en 1980 dans le château de la propriété. Les activités du domaine s'inscrivent dans une démarche de développement durable. Ainsi, depuis avril 2012, la production a évolué d'une agriculture raisonnée à une agriculture biologique et l'hôtel-restaurant a obtenu le label « Clef Verte » en 2013. L'hôtel a été entièrement rénové en 2011, puis classé 4 étoiles en 2015 (*fiche signalétique en annexe 1*). Il comprend trente-huit chambres spacieuses et personnalisées avec soin par Cécile Gallet. Le restaurant, distingué par un « Bib gourmand » du guide Michelin, propose une cuisine de saison qui valorise les produits du terroir. Les six salles privatives du domaine permettent d'accueillir des séminaires, des mariages et différents événements pour des groupes de 10 à 550 participants.

Depuis leur reprise du domaine en 2005, Mr et Mme Gallet ont toujours œuvré pour allier activités viticoles et touristiques. Ils ont ainsi construit progressivement une offre axée sur l'œnotourisme (*annexe 2*). À l'incontournable dégustation des vins du domaine, se sont ajoutés des visites guidées, des balades vigneronnes, des cours d'œnologie, des journées vendanges, des soirées à thème... Le Château de la Centaurée fait ainsi partie des prestataires qui ont permis à la destination « La Narbonnaise Surprenante Méditerranée » d'obtenir la labellisation « Vignobles & Découvertes » en 2012 (*annexe 3*).

Les différentes reconnaissances obtenues pour la qualité de leurs vins et de leurs prestations touristiques ont conforté M. et Mme Gallet dans leurs choix. Cependant, ces derniers sont conscients qu'ils exercent leurs activités dans des secteurs dont la pérennité n'est jamais acquise. C'est pourquoi, ils s'interrogent sur l'opportunité de compléter leur offre « œnotouristique » par la conception de formules « court séjour ». Ils souhaitent, par ailleurs, mieux maîtriser les coûts liés à l'exploitation de l'hôtel car certains ratios ont tendance à se dégrader. Enfin, ils considèrent que la démarche qualité mise en œuvre nécessite une meilleure communication externe et interne.

Titulaire d'un BTS Responsable de l'hébergement, vous avez été recruté(e) en janvier 2018 comme assistant(e) de M. et Mme Gallet qui vous confient les trois dossiers suivants :

Dossier 1 : Développement de l'activité « œnotouristique ».

Dossier 2 : Évolution des coûts.

Dossier 3 : Communication et démarche qualité.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 3/20

Dossier 1 : Développement de l'activité « œnotouristique »

Pour vous familiariser avec les caractéristiques et les pratiques de la clientèle « œnotouristique », Mme Gallet vous remet des extraits d'études réalisées par Atout France (annexe 4).

- 1.1 À partir de l'annexe 4, dressez de manière structurée le profil-type de l'« œnotouriste ».

Afin de répondre aux attentes de cette cible, Mme Gallet a conçu deux formules « court séjour », dont les descriptions sont données dans l'annexe 5, et pour lesquelles elle se demande si des règles juridiques encadrent leur commercialisation.

- 1.2 En vous appuyant sur les annexes 5, 6 et 7, indiquez pour chacune des deux formules si sa commercialisation est soumise à des conditions particulières et, le cas échéant, précisez lesquelles.

À la suite de votre réponse, Mme Gallet préfère, dans un premier temps, ne proposer que la formule « Vignobles & Nature ». Afin de vérifier l'adéquation de son prix à la demande touristique, elle vous charge de déterminer le prix psychologique (ou prix d'acceptabilité) de cette formule.

- 1.3 Complétez l'annexe A.

- 1.4 Concluez sur le résultat obtenu précédemment.

Dossier 2 : Évolution des coûts

Le comptable de l'établissement a constaté une augmentation de certaines charges du département hébergement en 2017. Inquiète, Mme Gallet vous fournit en annexe 8 des données qu'elle vous demande d'analyser.

- 2.1 Complétez le tableau de gestion (annexe B).

- 2.2 Commentez les résultats obtenus.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 4/20

Vous décidez d'approfondir votre étude en analysant, dans un premier temps, les charges de blanchissage. Le linge appartient à l'hôtel mais il est confié à un sous-traitant pour le nettoyage. Vous disposez des informations contenues dans l'annexe 8.

- 2.3** Proposez deux contrôles à effectuer sur le poste blanchissage afin de vérifier l'exactitude des informations recueillies.
- 2.4** Calculez l'écart global sur le coût du blanchissage et procédez à sa décomposition en un écart sur quantité et un écart sur prix.
- 2.5** Commentez les informations ainsi obtenues.

Dans un second temps, votre analyse s'oriente sur la maîtrise de l'évolution des charges de personnel.

D'une part, Mme Imbert, femme de chambre embauchée en CDI sur la base, à sa demande, de 20 heures par semaine, prendra sa retraite en juin 2018. Afin de faire face à son départ sans alourdir la masse salariale, Mme Gallet souhaite recruter un nouveau salarié dans les mêmes conditions.

- 2.6** À l'aide de vos connaissances sur la législation des contrats de travail à temps partiel, précisez à quelle contrainte horaire doit faire face Madame Gallet.

D'autre part, afin de développer l'activité événementielle et de maintenir un haut niveau de qualité, Mme Gallet envisage d'embaucher deux salariés supplémentaires à temps complet. Toujours sensible à l'évolution des coûts, elle s'interroge sur les conséquences d'une telle décision.

- 2.7** Indiquez les conséquences financières de ces deux derniers recrutements et commentez les résultats obtenus. Vous chiffrez votre calcul en vous basant sur le coût du personnel (charges sociales comprises) par salarié tel qu'il ressort des annexes 1 et 8.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 5/20

Dossier 3 : Communication et démarche qualité

Mme Gallet est pleinement consciente que, si les vins du Languedoc-Roussillon ont globalement une bien meilleure image que dans le passé, où ils étaient associés à des « vins de table », leur diversité et leurs particularités restent méconnues.

Même si le label « Vignobles et Découvertes » (*annexe 3*) atteste de la qualité des prestations offertes et permet une meilleure visibilité sur les marchés nationaux et internationaux, les partenaires labellisés doivent obligatoirement conduire des actions de communication.

Choisi par le Conseil supérieur de l'œnotourisme pour accueillir les rencontres des territoires labellisés, le Château de la Centaurée doit saisir cette opportunité pour valoriser sa labellisation « Vignobles et Découvertes ». Mme Gallet vous charge de réfléchir à l'intérêt de rédiger un communiqué de presse.

- 3.1** Expliquez le principe d'un communiqué de presse.
- 3.2** Indiquez un avantage et une limite de ce type d'outil de communication.
- 3.3** Proposez un document à joindre au communiqué de presse et justifiez votre choix.

Afin d'assurer une meilleure visibilité à son établissement, Mme Gallet s'est intéressée au développement des applications pour smartphones et tablettes. Un article a retenu son attention (*annexe 9*) et elle envisage de s'abonner à l'application « Geovina ».

- 3.4** Présentez à Mme Gallet deux avantages et deux contraintes de l'application « Geovina ». Concluez sur l'opportunité d'un tel abonnement.

Si les efforts de communication externe doivent être poursuivis, Mme Gallet sait que l'adhésion et la mobilisation de l'ensemble du personnel sont essentielles pour satisfaire les critères d'exigence de la démarche qualité engagée. De nombreuses réunions et actions de formation ont, ainsi, été organisées au sein de l'entreprise.

Mme Gallet a été contactée par la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Narbonne qui, en partenariat avec l'Association Européenne de Formation à l'Œnotourisme, propose une formation payante de trois jours sur le thème « Œnotourisme, Développement Durable et Accueil ». Huit salariés du Château de la Centaurée y participeront.

- 3.5** Présentez, pour l'entreprise, deux avantages et deux contraintes de la participation de ces 8 salariés à cette formation.

Mme Gallet estime que cette formation peut constituer un bon outil de motivation pour les salariés concernés.

- 3.6** Proposez deux autres leviers de motivation que Mme Gallet pourrait mettre en œuvre.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 6/20

Localisation :

Gruissan



Accès :

Gruissan se situe au bord de la mer Méditerranée au cœur du triangle Carcassonne, Perpignan et Montpellier. Narbonne est à 10 min en voiture (10 km), Carcassonne à 45 min (60 km), Perpignan à 1h (85 km) et Montpellier à 1h15 (100 km).

Trois aéroports internationaux à proximité : Montpellier, Béziers et Perpignan.

Gare la plus proche : Narbonne.

Hélistation : trajet en hélicoptère depuis Montpellier avec accès direct au Château de la Centaurée.

Hôtel :

* Nombre d'étoiles : 4 – classement obtenu en 2015.

* Ouverture : 365 jours par an.

* 38 chambres dont 23 twins – 3 catégories – entièrement rénovées en 2011.

Catégorie	Superficie	Occupants	Tarifs TTC
Classique	18 m ²	2 personnes	À partir de 101 € / nuit Prix moyen par nuit : 145,00 €
Supérieure	30 m ²	2 personnes	À partir de 129 € / nuit Prix moyen par nuit : 185,00 €
Prestige	50 m ²	4 personnes	À partir de 168 € / nuit Prix moyen par nuit : 240,00 €

* Capacité d'accueil de l'hôtel : 98 personnes.

* Équipements des chambres :

Climatisation - Salle de bains privée avec baignoire, sèche cheveux - Connexion Wifi gratuite, télévision à écran plat - Mini bar, machine à café avec capsules, bouilloire électrique.

* Cadeau de bienvenue :

→ Une bouteille de vin du domaine offerte à l'arrivée.

→ Une dégustation commentée gratuite à la cave.

* Petit-déjeuner : 15 € par personne et par jour.

* Taxe de séjour : 1 € par personne et par jour.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 7/20

Restaurant : 20 couverts et 2 services par jour, cuisine de saison avec produits locaux, distinction "BibGourmand" du guide Michelin.

Espaces privés : 6 salles éclairées à la lumière du jour, toutes équipées et modulables pour des groupes de 10 à 550 participants.

Autres : Bar lounge, terrasse et piscine chauffée du 1^{er} mai au 30 septembre.

Prestations :

Tourisme : hébergement, restauration, séminaires, team building, mariages, autres événements.

Enotourisme : dégustation - visites guidées de la cave, des chais, du domaine - balades vigneronnes à pied, à VTT et à cheval - cours d'œnologie – journées Vendanges - soirée à thème avec pour exemple la soirée "Vins et Musique" adaptée aux personnes en situation de handicap visuel - accueil d'un marché artisanal et des produits du terroir (le dimanche en haute saison).

Labels :

Clef Verte

Qualité Tourisme Sud de France – Languedoc Roussillon

Vignobles et Découvertes

Vin biologique et obtention de la reconnaissance "Domaine Carbone neutre" pour la maîtrise de l'impact environnemental.

Informations juridiques :

Dénomination : Société Tourisme Domaine De La Centaurée

Nom commercial, enseigne, marque, réseau : Hôtel-Restaurant Du Domaine De La Centaurée

SIREN : 382 104 218

Activité (Code NAF ou APE) : Hôtels et hébergement similaire (5510Z)

Forme juridique : Société en nom collectif

Date immatriculation RCS : 04-05-1990

Effectif : 20 salariés dont 14 à temps partiel travaillant en moyenne à mi-temps.

Capital social : 485 000,00 €

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 8/20

Annexe 2 – L'œnotourisme : quelques repères

L'œnotourisme est l'alliance du vin et du tourisme dans une démarche professionnelle de découverte et de valorisation du vin, des terroirs, des hommes et du territoire où ils se situent, dans un contexte culturel et consensuel. *Définition Inter-Rhône*

- La France : première destination touristique et premier producteur de vin au monde.
- 66 départements possèdent un vignoble.
- 10 000 caves touristiques.
- 10 millions de visiteurs par an en 2016 contre 7,5 millions en 2009, dont 39 % de touristes étrangers.
- Régions les plus fréquentées : l'Aquitaine, l'Alsace, la Bourgogne et la Champagne.

Forces	Faiblesses
La qualité des vins français	Les prix en augmentation, en particulier sur certains vins
La richesse de l'offre	Un univers difficile d'accès (encore plus pour les étrangers)
La symbiose entre vin et typicité française	La mise en marché et le marketing
L'offre d'équipements de visite	
La référence du vin et de la gastronomie	
Le patrimoine et les paysages	

Annexe 3 – Le label « Vignobles et découvertes »

Lancé en 2009 par le Secrétariat d'État en charge du tourisme et le ministère de l'Agriculture, ce label vise à promouvoir le tourisme sur le thème du vin et de la vigne.

Objectifs du label

- Labelliser une destination, qui regroupe différents acteurs du tourisme (restaurants, hôtel, musée...) et de la viticulture (domaines, caves coopératives...).
- Fédérer et rendre plus lisible les nombreuses chartes d'accueil, marques ou associations départementales ou régionales qui existent sur l'ensemble du territoire.
- Garantir aux touristes une offre complète et de qualité, ce qui doit les aider dans le choix d'une destination et les assister dans la préparation de leur séjour ou de leurs excursions.

Principes généraux du label

Le label est attribué à un territoire à vocation touristique et viticole d'un périmètre d'environ 30 km pour une durée de trois ans et sur recommandation du Conseil supérieur de l'œnotourisme. Cette destination doit offrir une offre complète de prestations en lien avec le vignoble et au moins : hébergement, restauration, caveaux ouverts au public, sites culturels...

La candidature, la gestion et l'animation du réseau sont confiées à un porteur de projet. Ce sont des offices de tourisme ou des agences de développement.

Le logo "Vignobles et découvertes" est attribué à tous les partenaires.

Le label en chiffres

- 66 destinations labellisées Vignobles & Découvertes (*chiffre 2016*).
- 4 255 prestations labellisées Vignobles & Découvertes.
- 50 % des départements français qui possèdent un vignoble proposent une destination labellisée.

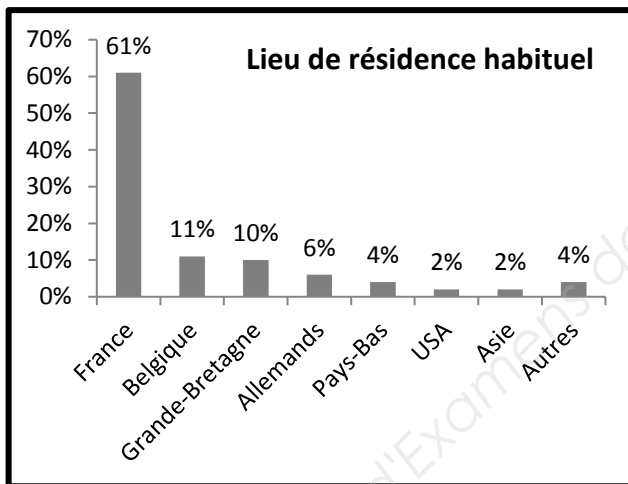
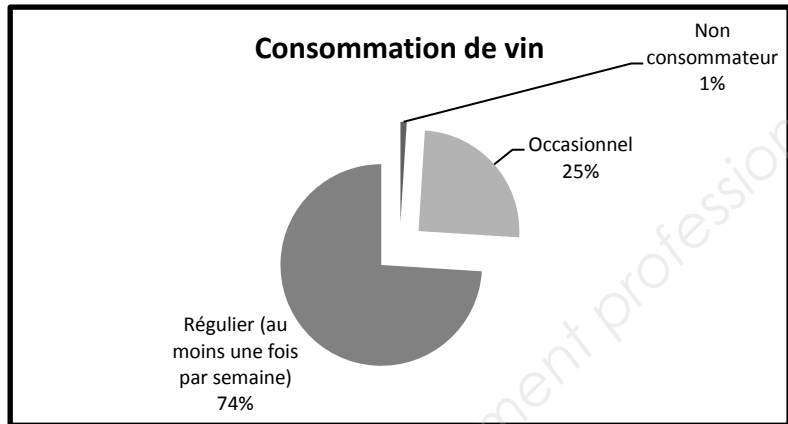


BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ Page : 9/20

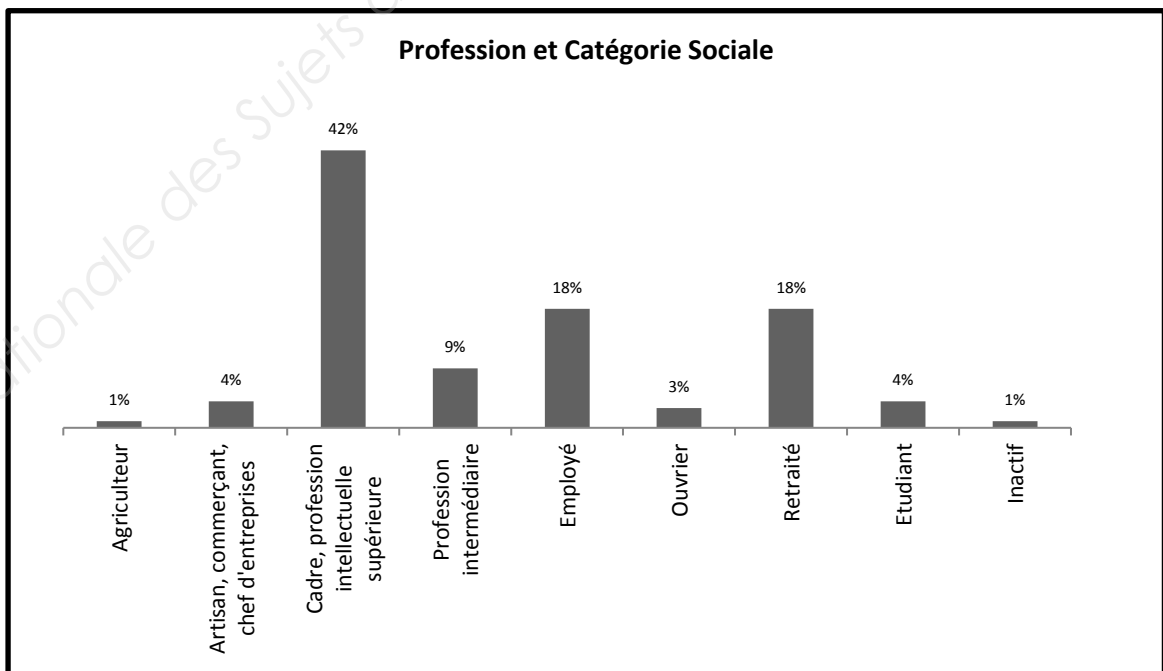
UNE AGENCE POUR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME FRANÇAIS
Atout France est chargé de contribuer au développement de l'industrie touristique,
premier secteur économique français.

Plusieurs études menées depuis 2009 nous permettent d'évaluer le potentiel de développement de la clientèle du tourisme viticole.

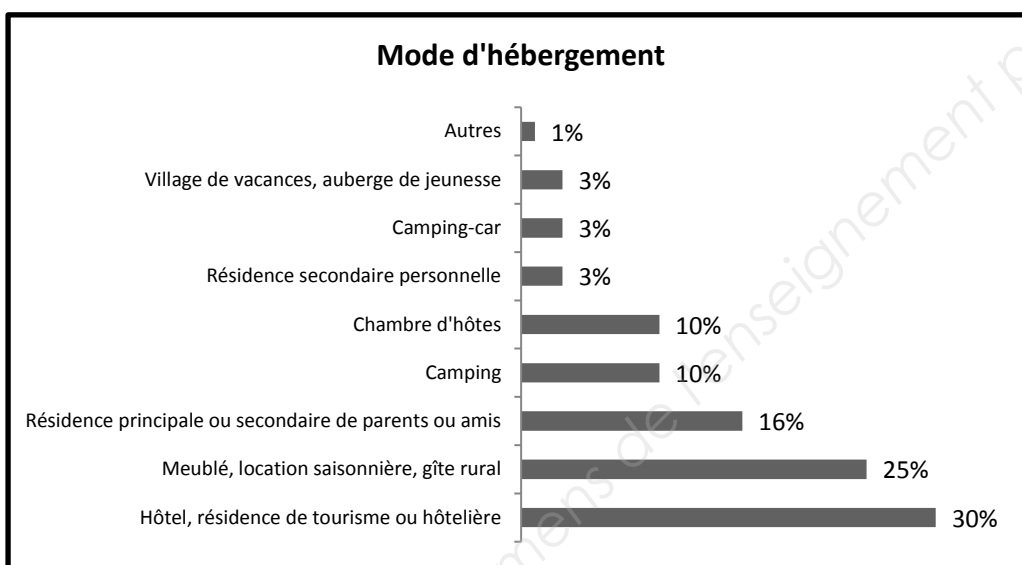
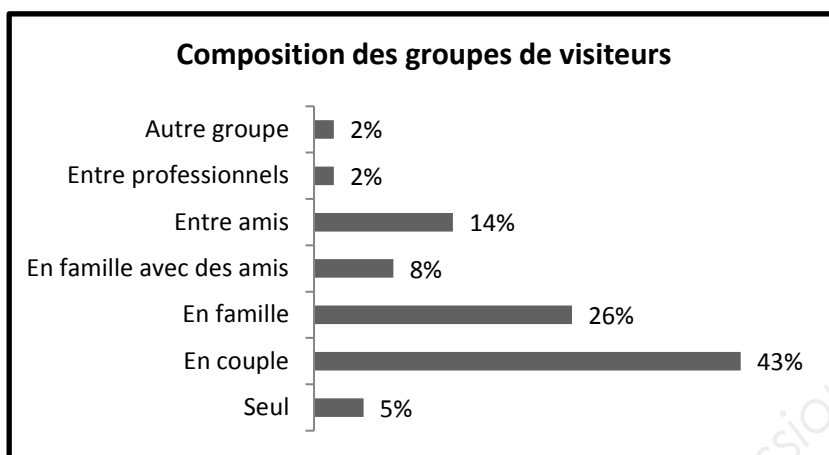
L'œnotouriste est majoritairement de sexe masculin, âgé en moyenne de 46 ans.



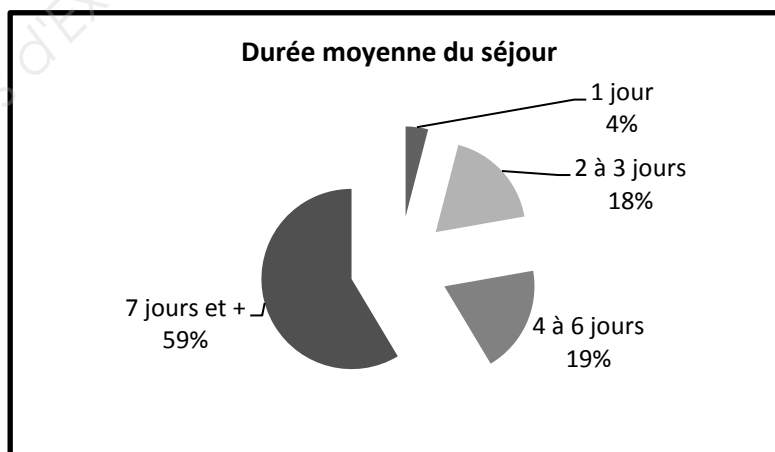
L'œnotouriste étranger est un homme de 45 à 49 ans, « épiqueurien » exigeant sur les prix.



Les œnotouristes se déplacent principalement en voiture et 93 % d'entre eux réservent en direct, sans passer par des intermédiaires.



La durée moyenne de séjour des clients belges et britanniques s'élève à 9 jours.



10 % des œnotouristes sont des monomaniaques du vin, alors que 90 % d'entre eux incluent l'œnotourisme dans d'autres formes de découvertes.

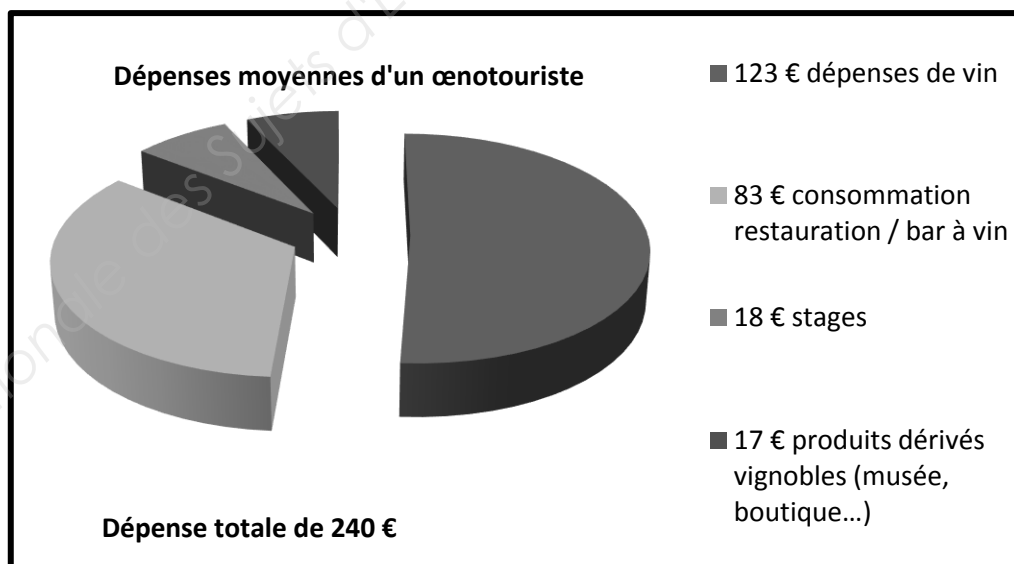
Typologie des œnotouristes en 4 groupes

<p>Les Epicuriens 40 %</p> <p>Venus majoritairement pour déguster, acheter du vin, visiter des caves. Ce sont principalement des étrangers avec un fort pouvoir d'achat.</p>	<p>Les Classiques 24 %</p> <p>Le vin participe à la découverte du patrimoine d'une destination mais pas exclusivement, ils sont moins adeptes de séjour en régions vitivinicoles. Ce sont des fidèles qui reviennent.</p>
<p>Les Explorateurs 20 %</p> <p>Le vin, la vigne, le vignoble sont les motifs déterminants du séjour, ils en cherchent les secrets, les adresses méconnues. Ce sont des personnes aisées qui consomment régulièrement du vin.</p>	<p>Les Experts 16 %</p> <p>Ils sont à la recherche de la découverte de l'histoire, de la culture, d'un terroir, de tout l'univers du vin. Ce sont des Français, plutôt jeunes, avec des revenus moins élevés.</p>

Le chiffre d'affaires de l'œnotourisme représente 5,2 milliards d'euros en 2016.

En moyenne, un œnotouriste dépense 1 256 € pour son séjour, dont 240 € de dépenses en moyenne liées à l'achat de vin sur place, commandé, voire consommé in situ et les dépenses périphériques (visites, dégustation, stages et autres...).

Les œnotouristes Belges et Britanniques dépensent en moyenne 250 € d'achats de vins pendant leur séjour, un chiffre nettement supérieur à la moyenne (123 €).



Vignobles & Nature

Trois jours et deux nuits

Visite des vignobles et des chais du Château de la Centaurée
Dégustation commentée des vins du domaine
Balade guidée, pédestre ou à VTT, sur le massif de la Clape

Nuitées en chambre supérieure / petits-déjeuners
Deux dîners et deux déjeuners au restaurant du Château
Prêt de VTT

Tarif : 820 € TTC sur la base de deux personnes en chambre double

Vignobles & Patrimoine

Trois jours et deux nuits

Visite des vignobles et des chais du Château de la Centaurée
Dégustation commentée des vins du domaine
Visites guidées de Narbonne et de la Cité de Carcassonne*
Découverte au fil de l'eau du Canal du Midi*

Nuitées en chambre supérieure / petits-déjeuners
Deux dîners et deux déjeuners au restaurant du Château

* Les visites guidées et la sortie en bateau sont organisées et conduites par une agence de voyages réceptive située à Carcassonne.

Tarif : 1 040 € TTC sur la base de deux personnes en chambre double



Annexe 6 – Forfaits touristiques

Un forfait touristique qui propose des prestations de différents opérateurs ne peut être vendu sans obtenir une autorisation administrative.

En revanche, si vous êtes producteur de l'ensemble des prestations, vous n'avez pas à demander une autorisation administrative : par exemple, un hôtelier qui est accompagnateur de randonnées et qui vend un séjour "hôtel + randonnées à la journée".

Source : Site Professionnel du Tourisme en Bourgogne

Annexe 7 – Registre des opérateurs de voyages et de séjours

Contenu d'une fiche descriptive d'un opérateur « gestionnaire d'hébergements ou apparenté »

Dénomination : X Nom commercial, enseigne, marque, réseau : X Catégorie : gestionnaire d'hébergements ou apparenté <i>Au sens du registre des opérateurs de voyages et de séjours, la catégorie choisie correspond à l'activité principale ou à la spécificité statutaire de l'opérateur concerné.</i> Numéro d'immatriculation : X Date d'immatriculation : X
Représentant principal : X Statut : X
Siège social : Adresse : X Code Postal : X Ville : X Pays : X
Garant : X Assureur : X

Source : Atout France

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 14/20

Annexe 8 – Données comptables et prévisionnelles pour 2017

Données comptables : Détail des charges du département hébergement en 2017

Salaires	289 337
Charges sociales	192 891
Achats de produits d'accueil	53 565
Variation de stocks de produits d'accueil	- 2 885
Eau, gaz, électricité	66 584
Entretien immeuble	22 547
Blanchissage extérieur	45 595
Entretien matériel, réparations	19 540
Maintenance	12 458
Personnel extérieur à l'entreprise	16 526
Frais de déplacement	17 485
Fournitures d'exploitation	52 206
Publicité (part imputable au département)	17 987
Affranchissement/Internet/Téléphone	9 425
Commissions sur moyens de paiement	26 105
Autres services extérieurs	24 379
Impôts et taxes diverses	24 847

- Nombre de chambres louées en 2017 : 8 768

Données prévisionnelles relatives à l'année 2017

Détail des charges prévisionnelles de blanchissage

- Prévision blanchissage pour 2017 : 40 750 €
- Budget établi sur la base de 5 € de charges de blanchissage par chambre louée.

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 15/20

Geovina, la première app dédiée aux vins et à l'œnotourisme

Entretien avec Marie Daigneaux, dirigeante et fondatrice de Geovina :

Pouvez-vous nous présenter votre app ? Son concept, ce qui la rend unique.

Marie Daigneaux : Geovina est la première application mobile, pour smartphones et tablettes, entièrement dédiée aux vins et à l'œnotourisme en Languedoc-Roussillon. Elle permet aux amateurs de vins et aux touristes français ou étrangers d'identifier et de géolocaliser facilement et rapidement l'offre viticole régionale. Avec Geovina, l'utilisateur peut aller à la rencontre d'un vigneron, séjourner dans un domaine, s'initier à l'art de la dégustation, se balader dans les vignobles, dénicher un caviste ou encore découvrir et partager un vin dans un bar. Plus de 2 000 établissements sont recensés.

Quand l'app a-t-elle été lancée ? Combien d'utilisateurs compte-t-elle aujourd'hui ?

M. D. : La première version de l'application a été lancée en février 2014 sur le salon Vinisud. Après une année intense en développements (langue anglaise, notifications push...) nous avons accéléré la diffusion auprès du grand public courant printemps 2015. Nous sommes aujourd'hui à plus de 3000 téléchargements avec plus de 10 000 vues par mois.

Comment monétisez-vous votre application ? Pourquoi ce choix ?

M. D. : L'application est téléchargeable gratuitement par les utilisateurs. Ce sont les professionnels de la filière (vignerons, cavistes, bars à vins, acteurs de l'œnotourisme) qui, par l'intermédiaire d'un abonnement annuel, peuvent y avoir une visibilité agrandie.

Ils bénéficient d'un espace dédié avec photos, texte de présentation de l'activité, des produits et services, de coordonnées complètes (GPS inclus), d'une géolocalisation avec itinéraire depuis le point où se trouve l'utilisateur, d'un agenda d'événements et promotions exclusives. En plus de leur abonnement, ils peuvent y faire de la publicité et utiliser le service de notifications push. Pour un Pack Premium l'abonnement s'élève à 149 € HT par an et à 239 € HT par an pour un Pack Optimum.

Quel est le secret d'un bon référencement d'une app sur les stores ?

M. D. : Un bon référencement d'une app sur les stores, c'est :

- mettre des bons visuels et des mots-clefs pertinents,
- avoir un volume important et dense de téléchargements,
- une utilisation régulière de l'application (bon taux de réouverture et engagement),
- avoir de bonnes notations et commentaires sur les stores,
- activer un plan média web qui augmentera le référencement naturel (liens de téléchargement pointant vers les stores).

Quelle est la dernière app qui vous a intéressée ?

M. D. : Les dernières apps qui m'ont intéressée concernent le secteur du vin ! Elles foisonnent ces derniers mois ! Ce ne sont pas des apps concurrentes mais des apps qui permettent de lire les étiquettes et d'échanger des avis sur les vins comme Vivino, Mobvino, Wine Advisor...

Et pour finir...

M. D. : L'app Geovina va aller plus loin d'ici quelques mois : proposer un service de commande et de réservation, mais également un service plus poussé de partage d'expérience utilisateur. À moyen terme, nous ambitionnons d'étendre Geovina sur tout le territoire national puis d'aller explorer les vignobles du monde entier !

Source : <http://appdays.fr> – juillet 2015

BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2018
Étude économique, juridique, commerciale et de gestion de l'établissement d'hébergement	RHE2EJ	Page : 16/20

**Annexe A – Calcul du prix psychologique
Exemplaire à rendre avec la copie**

Vous avez réalisé l'étude préalable à la détermination du prix psychologique du séjour **Vignobles & Nature** au sein du Château de la Centaurée.

L'échantillon comptait 500 personnes sélectionnées parmi la clientèle loisirs.

Deux questions leur ont été posées :

- « Au-dessus de quel prix considérez-vous que ce séjour est trop cher ? »
- « En-dessous de quel prix considérez-vous que ce séjour est de mauvaise qualité ? »

Les réponses des 500 clients sondés sont synthétisées dans le tableau suivant (*à compléter*) :

Prix (en €)	Réponses « prix excessif »			Réponses « qualité insuffisante »			% d'acheteurs potentiels
	Nombre	%	% cumulés croissants	Nombre	%	% cumulés décroissants	
570	0			75			
620	0			135			
670	30			105			
720	45			90			
770	55			30			
820	60			40			
870	120			25			
920	160			0			
970	30			0			
Total	500			500			

Interprétation :

Deux limites de la méthode du prix psychologique :

**Annexe A – Calcul du prix psychologique
Exemplaire à conserver par le candidat**

Vous avez réalisé l'étude préalable à la détermination du prix psychologique du séjour **Vignobles & Nature** au sein du Château de la Centaurée.

L'échantillon comptait 500 personnes sélectionnées parmi la clientèle loisirs.

Deux questions leur ont été posées :

- « Au-dessus de quel prix considérez-vous que ce séjour est trop cher ? »
- « En-dessous de quel prix considérez-vous que ce séjour est de mauvaise qualité ? »

Les réponses des 500 clients sondés sont synthétisées dans le tableau suivant (*à compléter*) :

Prix (en €)	Réponses « prix excessif »			Réponses « qualité insuffisante »			% d'acheteurs potentiels
	Nombre	%	% cumulés croissants	Nombre	%	% cumulés décroissants	
570	0			75			
620	0			135			
670	30			105			
720	45			90			
770	55			30			
820	60			40			
870	120			25			
920	160			0			
970	30			0			
Total	500			500			

Interprétation :

Deux limites de la méthode du prix psychologique :

**Annexe B – Tableau de gestion
Exemplaire à rendre avec la copie**

	Réalizations au 31/12/2017		Réalizations au 31/12/2016		Taux de variation 2017/2016	Normes usuelles en 4*
	€	%	€	%	%	%
Chiffre d'affaires HT	1 552 355	100,0	1 457 610	100,0		100,00
Achats consommés			49 559	3,4		3,00
Marge brute			1 408 051	96,6		
Coût du personnel			451 859	31,0		30,00
Marge sur coût principal			956 192	65,6		
Autres charges directes hébergement			291 522	20,0		20,00
Marge du département Hébergement			664 670	45,6		

**Annexe B – Tableau de gestion
Exemplaire à conserver par le candidat**

	Réalizations au 31/12/2017		Réalizations au 31/12/2016		Taux de variation 2017/2016	Normes usuelles en 4*
	€	%	€	%	%	%
Chiffre d'affaires HT	1 552 355	100,0	1 457 610	100,0		100,00
Achats consommés			49 559	3,4		3,00
Marge brute			1 408 051	96,6		
Coût du personnel			451 859	31,0		30,00
Marge sur coût principal			956 192	65,6		
Autres charges directes hébergement			291 522	20,0		20,00
Marge du département Hébergement			664 670	45,6		