



**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.

Brevet de Technicien Supérieur

HÔTELLERIE-RESTAURATION

OPTION B - Art culinaire, art de la table et du service

ÉTUDE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET DE GESTION DE L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE

Durée : 4 heures

Coefficient : 3

Documents et matériels autorisés :

- listes de comptes du plan comptable hôtelier et du plan comptable général,
- tables financières et statistiques,
- l'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé.

Tout autre matériel est interdit.

Documents à rendre avec la copie :

- Annexe A page 13/15
- Annexe B page 14/15
- Annexe C page 15/15
- Annexe D page 15/15

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet se compose de 15 pages numérotées dont 9 pages d'annexes.

Avertissement : si le texte du sujet, celui de ses 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 Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019	
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : HRBEEJ	Page 1/15

ÉTUDE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET DE GESTION DE L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE

« Le Maragon »

Le travail se compose de quatre dossiers qui peuvent être traités de manière indépendante.

	Thèmes	Durée	Barème / 60	Pages
	Présentation de l'entreprise			3
Dossier 1	Le tourisme à Carcassonne	0 h 40	9 pts	4
Dossier 2	Diagnostic d'exploitation	1 h 40	26 pts	4
Dossier 3	Développer l'activité du restaurant	1 h 00	16 pts	5 et 6
Dossier 4	Envisager une structure juridique appropriée	0 h 40	9 pts	6

Nota : les durées mentionnées ci-dessus sont données à titre indicatif.

Annexe 1	Le Languedoc-Roussillon au sein de la grande région Occitanie	7
Annexe 2	Ressources touristiques à Carcassonne	8
Annexe 3	Compte de résultat - Exercices 2017 et 2018	9
Annexe 4	Renseignements complémentaires - Exercices 2017 et 2018	10
Annexe 5	Le label « Tourisme Sud de France »	11
Annexe 6	Choisir la structure juridique adaptée	12
Annexe A	Tableau de gestion - 2017 et 2018	13
Annexe B	Tableau de bord commercial - 2017 et 2018	14
Annexe C	Tableau de calcul du prix d'acceptabilité	15
Annexe D	Tableau comparatif des structures juridiques	15

« Le Maragon*** »

Nous sommes dans le Pays carcaissonnais, au sein de la région Occitanie, région touristique, riche d'histoire. L'hôtel restaurant « Le Maragon*** » est situé dans la périphérie de Carcassonne, à proximité de l'autoroute des deux mers A61.

L'hôtel restaurant date des années 70. Il dispose de 24 chambres sur 4 niveaux avec ascenseur. Les chambres sont spacieuses et dotées d'une douche ou baignoire ainsi que de toilettes pour un tarif variant de 100 à 150 €. L'établissement est un hôtel indépendant, classé 3* qui dispose d'un restaurant de 40 couverts, d'une salle de séminaire et d'un garage fermé.

Madame et monsieur PASTE ont acheté le fonds de commerce en 2016 combinant un apport personnel et un emprunt conséquent. À terme, ils envisagent d'acquérir les murs. Après l'obtention de leur BTS Hôtellerie - Restauration, ils ont travaillé dans le secteur hôtelier pendant plusieurs années et disposent d'une réelle expérience professionnelle.

Le restaurant de l'hôtel propose une cuisine traditionnelle aux couleurs locales et deux services par jour. L'hôtel restaurant est ouvert 330 jours par an (fermeture annuelle en novembre).

Neuf personnes travaillent dans l'établissement : une femme de chambre, une apprentie à plein temps (commis de cuisine), le couple de gérants, deux serveuses, deux cuisiniers (le chef et un second de cuisine) et un réceptionniste. Les propriétaires occupent tous les postes selon les besoins.

Madame PASTE gère le site internet de l'établissement. Elle souhaite en faire une vitrine qui présenterait l'ensemble des prestations. Elle envisage également d'éditer une plaquette d'information à destination des offices de tourisme environnants et de l'aérogare de Carcassonne.

Les exploitants veulent mieux capter la clientèle touristique étrangère et familiale. Leur idée est d'améliorer le confort de l'hôtel, notamment les chambres, rendre plus attractif l'accueil qui est commun à l'hôtel et au restaurant. La perspective de passer en catégorie supérieure (4*) mais également de pouvoir obtenir le label Sud de France leur permettrait d'attester de la qualité des produits utilisés et des prestations proposées. Il compte également pouvoir bénéficier des conseils de la marque Sud de France et des outils de communication qu'elle développe.

Avant de se lancer dans ces projets, le couple souhaite traiter les dossiers suivants :

- **Dossier 1** - Le tourisme à Carcassonne
- **Dossier 2** - Diagnostic d'exploitation
- **Dossier 3** - Développer l'activité du restaurant
- **Dossier 4** - Envisager une structure juridique appropriée

BTS Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : HRBEEJ
	Page 3/15

Dossier 1 - Le tourisme à Carcassonne

La fréquentation de l'hôtellerie de tourisme a augmenté de 5,7 % sur le secteur urbain de Carcassonne par rapport à 2016. L'office du tourisme note une progression des visiteurs étrangers, l'accroissement de la durée de séjour ainsi qu'une augmentation des dépenses. Ces progressions sont dues notamment à la proximité de l'aéroport de Carcassonne.

La signature de partenariats avec des entreprises locales sous la forme de contrats d'allotement pour 8 chambres tous les soirs amène monsieur et madame PASTE à réfléchir à la création ou à la participation de l'établissement à une offre tourisme.

- 1.1. Après avoir défini l'expression « produit touristique », présenter de manière structurée les atouts naturels et les atouts construits de Carcassonne et de sa région. Vous vous appuyez sur les annexes 1 et 2.
- 1.2. Citer et expliquer trois formes de tourisme représentatifs de la ville de Carcassonne et de son département.

Dossier 2 - Diagnostic d'exploitation

Le prédécesseur de monsieur et madame PASTE, qui a exploité pendant 10 ans cet établissement, a essentiellement privilégié les investissements de mise aux normes et de sécurité sans assurer l'entretien courant. Trois chambres sont entièrement rénovées, y compris les sanitaires. Le mobilier et la décoration ont été également mis au goût du jour. Mais certaines chambres sont obsolètes et la plomberie fait souvent l'objet de dysfonctionnements.

Monsieur et madame PASTE souhaitent réaliser un bilan de l'activité hébergement après les premiers travaux et initier un état des lieux du secteur restauration.

Dans le but d'établir un diagnostic d'exploitation, utiliser les données des annexes 3 et 4, pour réaliser le travail suivant :

- 2.1. Compléter le tableau de gestion en **annexe A** en justifiant vos résultats sur votre copie.
- 2.2. Compléter le tableau de bord commercial en **annexe B**.
- 2.3. En vous appuyant sur les données et des résultats disponibles, faire un commentaire structuré d'une trentaine de lignes maximum afin d'analyser l'activité, les coûts et les marges. Donner votre avis sur l'opportunité de relancer l'activité restauration.

Dossier 3 - Développer l'activité du restaurant

La clientèle actuelle de l'établissement est composée à 50 % de touristes étrangers en couple, d'origine internationale (néo-zélandais, australiens, américains, japonais) et européenne (anglais, espagnols) à laquelle s'ajoute la clientèle française en provenance d'autres régions. Le restaurant compte également une partie de clientèle locale. Pour augmenter le niveau de satisfaction générale, monsieur et madame PASTE initient un projet pour monter en gamme les prestations de l'hôtel.

Ce projet s'accompagne d'une volonté de renforcer l'identité du restaurant, d'en améliorer la qualité et d'attirer davantage la clientèle extérieure. Le cœur de cible de leurs prochaines actions est la clientèle de passage dans la région qui souhaite découvrir les spécialités locales.

▪ Renforcement du positionnement du restaurant « La Cave »

Pour cela, monsieur et madame PASTE décident de renforcer l'identité du restaurant grâce à un nom, « La Cave » et à des prestations davantage ancrées sur des produits régionaux de qualité.

3.1. Dans ce contexte, expliquer en quoi consiste le positionnement.

Monsieur et madame PASTE souhaitent obtenir le label « Tourisme Sud de France » (annexe 5) pour mettre en avant leur restaurant.

3.2. Après avoir défini la notion de label, expliquer à madame et monsieur PASTE l'intérêt d'en disposer.

3.3. Justifier l'intérêt du label « Tourisme Sud de France » pour l'établissement.

▪ Valorisation de l'offre

Afin d'optimiser l'attractivité du restaurant, une étude de prix d'acceptabilité est menée pour le menu « Les spécialités de La Cave ». Les résultats du dépouillement de l'enquête figurent en annexe C.

3.4. Rappeler les différents éléments à prendre en compte lors de la fixation du prix d'un menu au restaurant.

3.5. Compléter le tableau des résultats du dépouillement de l'enquête en **annexe C** et déterminer le prix d'acceptabilité du menu « Les spécialités de la cave ».

3.6. Dans une courte note d'une dizaine de lignes, rappeler le principe de calcul du prix d'acceptabilité, sa signification et proposer un prix à pratiquer.

BTS Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : HRBEEJ
	Page 5/15

▪ Commercialisation et communication de l'offre

Pour développer les ventes du menu « Les spécialités de la cave », monsieur et madame PASTE souhaitent mener des actions de communication à destination de la cible visée (clientèle touristique de passage). Vous conseillez monsieur et madame PASTE dans leur projet.

3.7. Identifier et justifier les médias qui vous semblent les plus pertinents pour mener une action de communication visant à faire connaître le restaurant et son menu « Les spécialités de La Cave ».

Monsieur et madame PASTE envisagent de mettre à disposition des flyers auprès de relais de communication locaux et régionaux.

3.8. Citer les principaux relais de communication privés et institutionnels qui permettront d'atteindre la cible visée.

Dossier 4 - Envisager une structure juridique appropriée

À la création de leur entreprise, monsieur et madame PASTE avaient opté, dans l'urgence, pour une entreprise individuelle (EI) dans laquelle madame serait conjoint collaborateur. Ils pensent que ce statut d'une EI n'est pas adapté car il engage trop fortement leur responsabilité. De plus, ils envisagent des travaux de rénovation et vont donc avoir besoin de moyens financiers supplémentaires. Ils souhaitent donc vous soumettre le dossier suivant afin que vous puissiez les aider à prendre la bonne décision.

4.1. Expliquer en quoi le statut actuel d'entreprise individuelle présente des risques pour le couple.

4.2. À partir de vos connaissances et du document fourni en annexe 6, compléter le tableau comparatif (**annexe D**).

Les époux PASTE s'orientent plutôt vers un statut de SARL.

4.3. Expliquer en quoi ce statut peut permettre d'obtenir des moyens financiers supplémentaires.

Actuellement le couple n'est propriétaire que du fonds de commerce et loue les murs.

4.4. Distinguer le fonds de commerce du bail commercial.

4.5. S'ils devenaient propriétaires des murs, quel montage juridique permettrait de distinguer l'activité des murs ?

BTS Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : HRBEEJ
	Page 6/15

Annexe 1 - Le Languedoc-Roussillon au sein de la grande région « Occitanie »

Le Languedoc-Roussillon, le plus grand vignoble du monde, est une des premières destinations touristiques européennes.

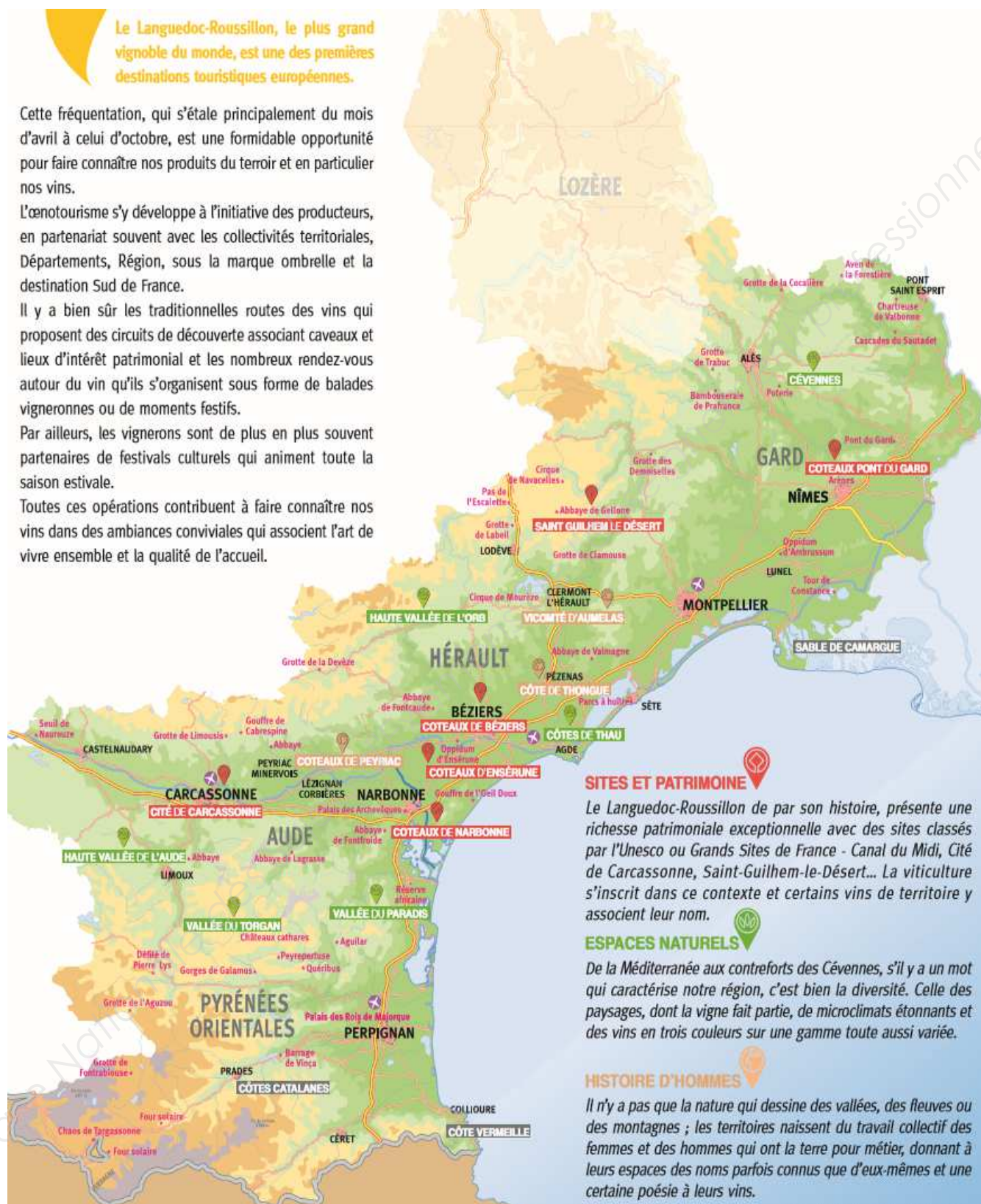
Cette fréquentation, qui s'étale principalement du mois d'avril à celui d'octobre, est une formidable opportunité pour faire connaître nos produits du terroir et en particulier nos vins.

L'œnotourisme s'y développe à l'initiative des producteurs, en partenariat souvent avec les collectivités territoriales, Départements, Région, sous la marque ombrelle et la destination Sud de France.

Il y a bien sûr les traditionnelles routes des vins qui proposent des circuits de découverte associant caveaux et lieux d'intérêt patrimonial et les nombreux rendez-vous autour du vin qu'ils s'organisent sous forme de balades vigneronnes ou de moments festifs.

Par ailleurs, les vignerons sont de plus en plus souvent partenaires de festivals culturels qui animent toute la saison estivale.

Toutes ces opérations contribuent à faire connaître nos vins dans des ambiances conviviales qui associent l'art de vivre ensemble et la qualité de l'accueil.



Source : <http://www.languedoc-wines.com>

BTS Hôtellerie-Restaurant - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : HRBEEJ
	Page 7/15

Annexe 2 - Ressources touristiques à Carcassonne

Située dans le département de l'Aude, à proximité de Toulouse et de Montpellier, Carcassonne bénéficie d'un emplacement stratégique entre la mer Méditerranée et l'océan Atlantique. Bordée au nord par la montagne Noire, au sud par la vallée de l'Aude, entre la plaine du Lauragais et les Corbières, Carcassonne dévoile une mosaïque de paysages envoûtants.

Indications géographiques

Altitude	De 81 m à 250 m
Superficie	65.08 km ²
Population	48715 habitants
Intercommunalité	CA Carcassonne Agglo
Département	Aude
Région	Occitanie

Classés au patrimoine mondial de l'humanité, la Cité de Carcassonne et le Canal du Midi vous offrent de belles balades.

Cathédrale Saint-Nazaire, château Comtal, porte de Rodez, porte Narbonnaise, la Cité de Carcassonne vous plonge au cœur de la vie médiévale à travers ses ruelles étroites et ses demeures authentiques.

Cathédrale Saint-Michel, église Saint-Vincent, chapelle Notre-Dame de la Santé... la ville regorge de lieux sacrés à découvrir.

Pour une douce promenade au bord de l'eau, rendez-vous sur les berges du Canal du Midi. Paisible et romantique, le canal est un véritable havre de paix pourvu d'une faune et d'une flore absolument remarquable. Cet ouvrage unique fut construit au XVII^e siècle par Pierre-Paul Riquet.

Ville fleurie, Carcassonne offre aux visiteurs de nombreux espaces verts. Promenez-vous dans les allées du jardin Maria et Pierre-Sire, profitez des espaces ombragés du jardin André Chénier, ces petits coins de paradis sont parfaits pour se reposer entre deux visites.

Lieux d'intérêt

Lieux de loisirs	Golf de Carcassonne Hippodrome de Fajeole Musée des Beaux-Arts de Carcassonne Port de plaisance de Carcassonne
Monuments	Cathédrale Saint-Michel Église Saint-Nazaire
Points information	Office de Tourisme de Carcassonne
Salles de spectacle	Le Chapeau Rouge Le Dôme Stade Albert-Domec Stade Jean-Claude-Mazet Théâtre Jean-Deschamps - Grand de la Cité
Transports	Aéroport de Carcassonne - Salvaza Gare de Carcassonne

Évènements et festivités

Festival de Carcassonne en juin, juillet et août ; spectacles médiévaux ; embrasement de la Cité le 14 juillet... Carcassonne est une ville animée, ponctuée par de nombreux événements tout au long de l'année.

Visites, loisirs et activités aux alentours

Descente de l'Aude en canoë-kayak ou en rafting, escalade de falaises, sensations fortes en parapente, découverte de la région en VTT ou à cheval, détente au cours d'une partie de

pêche au bord du canal, amélioration de son swing au golf... la région est idéale pour pratiquer tous vos sports préférés.

À proximité, la ville de Toulouse avec ses rues historiques, la basilique Saint-Sernin, les demeures héritées du pastel.

Source : www.france.voyage.com

BTS Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : HRBEEJ Page 8/15

Annexe 3 - Compte de résultat – Exercices 2017 et 2018

	2017	2018
Produits d'exploitation		
Ventes de marchandises (1)	46 920 €	53 250 €
Production vendue (2)	840 225 €	856 837 €
Production consommée (3)	15 927 €	16 195 €
Subvention d'exploitation (4)	0 €	1 500 €
Reprises sur provisions et transfert de charges (5)	0 €	450 €
Autres produits (5)	427 €	678 €
Total produits d'exploitation	903 499 €	928 910 €
Charges d'exploitation		
Achats de marchandises (1)	30 220 €	33 114 €
Variation de stock de marchandises	527 €	-1 014 €
Achats de matières premières et autres approvisionnements (6)	82 978 €	88 299 €
Variation de stock de matières premières et autres approvisionnements (7)	1 427 €	2 233 €
Autres achats et charges externes (8)	262 060 €	272 143 €
Impôts, taxes et versements assimilés (11)	57 904 €	58 978 €
Salaires et traitements	192 027 €	191 190 €
Charges sociales	64 998 €	64 718 €
Dotations aux amortissements	107 204 €	104 196 €
Autres charges (11)	6 555 €	8 196 €
Total charges d'exploitation	805 900 €	822 053 €
Résultat d'exploitation	97 599 €	106 857 €
Produits financiers (5)		
	137 €	1 123 €
Total produits financiers	137 €	1 123 €
Charges financières		
Intérêts et charges assimilés (9)	13 425 €	15 515 €
Total charges financières	13 425 €	15 515 €
Résultat financier	-13 288 €	-14 392 €
Produits exceptionnels		
Sur opération en capital	0 €	2 459 €
Total produits exceptionnels	0 €	2 459 €
Charges exceptionnelles		
Sur opération en capital	0 €	328 €
Total charges exceptionnelles	0 €	328 €
Résultat exceptionnel	0 €	2 131 €
Total produits	903 636 €	932 492 €
Total charges	819 325 €	837 896 €
Résultat courant (bénéfice ou perte) (12)	84 311 €	94 596 €

Annexe 4 - Renseignements complémentaires – Exercices 2017 et 2018

- (1) Les achats et les ventes de marchandises concernent les produits de la boutique vendus à la réception : produits du terroir, nécessaires de toilette, ... Les ventes sont effectuées par le personnel en réception

	2017	2018
Production vendue		
CA hébergement	609 470 €	642 280 €
CA séminaire	21 940 €	23 225 €
CA restaurant	164 280 €	143 052 €
CA petits déjeuners	44 535 €	48 280 €
Total	840 225 €	856 837 €

- (3) La production consommée regroupe les offerts restaurant et les avantages en nature - repas du personnel

- (4) Cette subvention relative à une aide à l'emploi sera déduite des charges de personnel

- (5) À incorporer dans « Autres éléments »

	2017	2018
(6) Dont produits d'accueil	11 765 €	14 646 €
(7) Dont variation des stocks produits d'accueil	127 €	-255 €

	2017	2 018	Destination (10)
(8) Détail des autres achats et charges externes			
Fournitures non stockables (eau, électricité, chauffage)	51 870 €	54 420 €	CF
Fournitures d'entretien et de petits équipements	15 223 €	16 784 €	CF
Fournitures administratives	12 990 €	12 872 €	CG
Redevances de crédit-bail	10 315 €	10 316 €	
Locations immobilières	58 506 €	58 506 €	
Entretiens et réparations	23 567 €	24 903 €	CF
Blanchissage	13 409 €	14 270 €	CF
Primes d'assurance	12 107 €	12 808 €	CG
Divers (abonnements et documentation)	3 210 €	3 574 €	CG
Personnel extérieur à l'entreprise (intérim)	0 €	0 €	
Honoraires	18 568 €	19 298 €	CG
Publicité, relations publiques	9 976 €	10 210 €	CG
Déplacements, missions	5 234 €	5 732 €	CG
Frais postaux et frais de télécommunication	15 903 €	16 392 €	CG
Services bancaires	5 201 €	5 731 €	CG
Décoration florale	5 981 €	6 327 €	CF
Total autres achats et charges externes	262 060 €	272 143 €	

	2017	2018
(9) Dont commissions sur moyens de paiement (à intégrer aux coûts de gestion)	5 230 €	5 780 €

- (10) CF = Coûts de fonctionnement

CG = Coûts de gestion

- (11) À intégrer aux coûts de fonctionnement

- (12) S'agissant actuellement d'une entreprise individuelle, ce résultat constitue le revenu des gérants imposable dans la catégorie des bénéficiaires industriels et commerciaux (BIC)

Annexe 5 - Le label « Tourisme Sud de France »



Le label Tourisme Sud de France a pour objectif d'aider les entreprises de la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée à développer et à optimiser la qualité de l'accueil et leurs prestations proposées aux touristes.

Il permet de **valoriser une offre touristique régionale qualifiée**, reflétant la diversité des prestations et des territoires de la destination Sud de France, et la rendre accessible aux clientèles et opérateurs touristiques.

Aujourd'hui près de **1100 professionnels** se sont déjà engagés dans cette démarche rigoureuse, avec des engagements axés autour de la qualité de l'accueil des touristes, validés par un audit indépendant. Ces établissements mettent en valeur l'identité et les spécificités régionales et sont à l'écoute des touristes, afin de leur procurer un séjour de qualité.

Dix filières dans le domaine de l'hébergement, de **la restauration, des sites culturels et touristiques, des activités de pleine nature, des caveaux de dégustation et points de vente de produits du terroir, ainsi que des Offices du Tourisme**, en font partie. Mis en œuvre par Sud de France Développement à la demande de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée, le label est reconnu au **Plan Qualité Tourisme** national. Il est attribué pour une **durée de 3 ans**, renouvelable.

Sud de France Développement est une société anonyme d'économie mixte œuvrant pour la Région Occitanie. Ses deux missions principales sont la promotion de la marque et des destinations Sud de France ainsi que l'accompagnement des entreprises de la région Occitanie notamment à l'export.

Source : <http://www.sud-de-france.com/>

BTS Hôtellerie-Restaurantion - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : HRBEEJ Page 11/15

Annexe 6 - Choisir la structure juridique adaptée

Vous allez démarrer une activité indépendante, travailler sous votre propre responsabilité, sans aucun lien de subordination vis-à-vis d'une autre entreprise. Quelle que soit l'importance et la nature de cette activité, vous allez devoir choisir une structure juridique adaptée à votre projet. De ce choix va découler un certain nombre de conséquences fiscales, sociales et patrimoniales, qu'il faut étudier minutieusement avec, si possible, l'aide d'un conseil spécialisé.

Quelle que soit l'activité que vous allez exercer, vous allez devoir faire le choix entre :

- déclarer votre activité en tant qu'entrepreneur individuel,
- ou créer une société.

✓ **Si vous choisissez l'entreprise individuelle**, votre entreprise et vous-même ne formerez qu'une seule et même personne. Cette forme juridique vous concerne si vous êtes autoentrepreneur ou si vous optez pour le régime de l'entrepreneur individuel à responsabilité limitée (EIRL).

Par conséquent :

- Vous disposerez d'une grande liberté d'action : vous serez le seul maître à bord et n'aurez de comptes à ne rendre à personne. La notion d'« abus de bien social » n'existe pas dans l'entreprise individuelle.

- En contrepartie, vos patrimoines professionnel et personnel seront juridiquement confondus.

- Votre entreprise portera officiellement votre nom patronymique, auquel vous pourrez éventuellement adjoindre un nom commercial.

Si vous choisissez d'exercer votre activité en tant qu'EIRL, votre nom devra être précédé ou suivi immédiatement des mots « Entrepreneur individuel à responsabilité limitée » ou des initiales « EIRL ». Cette mention devra figurer sur tous les documents de l'entreprise.

- Les revenus de l'entreprise seront soumis à l'impôt sur le revenu. Vous mentionnerez dans votre déclaration de revenus les bénéfices réalisés dans la catégorie correspondant à votre activité, sans déduction de votre rémunération : bénéfices industriels et commerciaux si vous êtes artisan ou commerçant, bénéfices non commerciaux si vous êtes un professionnel libéral.

- Vous serez soumis au régime social des travailleurs non-salariés.

- Les formalités de création de votre entreprise sont simples. Il vous suffira de déclarer votre activité, en tant que personne physique, auprès du centre de formalités des entreprises (CFE).

✓ **Si vous décidez de créer une société**, vous donnerez naissance à une nouvelle personne, juridiquement distincte de vous-même et des autres associés fondateurs.

Par conséquent :

- L'entreprise disposera de son propre patrimoine, totalement distinct du votre.

- Si vous utilisez les biens de la société à des fins personnelles, vous pourrez être poursuivi pour « abus de biens sociaux ».

- S'agissant d'une « nouvelle personne », vous devrez donner à votre société un nom (dénomination sociale), un domicile (siège social) et apporter un minimum d'apports qui constituera son patrimoine initial et lui permettra de faire face à ses premiers investissements et premières dépenses (capital social).

- Le dirigeant que vous désignerez pour représenter la société vis-à-vis des tiers n'agira pas pour son propre compte, mais au nom et pour le compte d'une personne morale distincte. Il devra donc respecter un certain formalisme lorsqu'il sera amené à prendre des décisions importantes. De même, il devra périodiquement rendre des comptes aux associés sur sa gestion.

- La création de votre société donnera lieu à des formalités complémentaires : rédaction et enregistrement des statuts, parution d'une annonce dans un journal d'annonces légales, etc.

Source : www.midi-pyrenees.directe.gouv

BTS Hôtellerie-Restaurant - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : HRBEEJ Page 12/15

Exemplaire à rendre avec la copie.

Annexe A - Tableau de bord de gestion – 2017 et 2018

(Arrondir les résultats à l'euro le plus proche)

	2017		2018		Moyennes (4)
	€	%	€	%	
Hébergement					
Chiffre d'affaires (1)	631 410	100,00 %			
Achats consommés	11 892	1,90 %			2,50 %
Marge brute hébergement	619 518	98,10 %			
Restauration					
Chiffre d'affaires (2)	208 815	100,00 %			
Achats consommés	56 586	27,10 %			28,00 %
Marge brute restaurant	152 229	72,90 %			
Négoce boutique					
Chiffre d'affaires	46 920	100,00 %			
Coût d'achat des m/ses vendues	30 747	65,50 %			
Marge commerciale	16 173	34,50 %			
Structure du CA (répartition)					Var. 18/17
Hébergement	609 470	68,70 %			
Séminaires	21 940	2,47 %			
Restaurant	164 280	18,52 %			
Petits déjeuners	44 535	5,02 %			
Boutique	46 920	5,29 %			
CA total	887 145	100,00 %			

Etablissement	€	%	€	% (3)	Moyennes (4)
Chiffre d'affaires (hors boutique)	840 225	100,00 %			
Achats consommés	68 478	8,15 %			
Marge brute	771 747	91,85 %			
Charges de personnel	257 025	30,59 %			38,00 %
Marge sur coût principal	514 722	61,26 %			
Coûts de fonctionnement	174 509	20,77 %			
Coûts de gestion	88 419	10,52 %			
Total frais généraux	262 928	31,29 %			27,00 %
Résultat brut d'exploitation	251 794	29,97 %			
Coûts d'occupation	184 220	21,93 %			
Résultat gestion	67 574	8,04 %			
Marge commerciale	16 173				
Autres éléments	564				
Résultat exceptionnel	0				
Résultat de l'exercice	84 311	9,50 %			

(1) Y compris activité séminaires.

(2) Y compris petits déjeuners.

(3) Les ratios de gestion sont calculés sur le CA total hors CA « boutique » à l'exception du taux de profitabilité calculé sur le CA total.

(4) Données moyennes d'établissements de capacité et de prestations similaires situés dans le Pays Carcassonnais.

BTS Hôtellerie-Restauration - Option B - Art culinaire, art de la table et du service	Session 2019
U3 - Étude économique, juridique et de gestion de l'entreprise hôtelière	Code : HRBEEJ Page 13/15

Exemplaire à rendre avec la copie.

Annexe B - Tableau de bord commercial – Exercices 2017 et 2018

Données H.-R. Maragon	2017	2018
Nombre de chambres louées	5 822	5 998
Nombre de couverts servis	5 431	4 950
Nombre de clients hébergés	7 102	7 437
Nombre de petits déjeuners servis	6 177	6 669
Nombre de couverts clients hôtel	3 256	2 712

CA Hébergement (hors séminaire)	609 470 €	
Nombre de jours d'ouverture	330	
Nombre de chambres	24	
Capacité annuelle	7 920	
Prix tarif (€)	100 € - 150 €	
Prix moyen chambres (€)	104,68 €	
Taux d'occupation	73,51 %	
Indice de fréquentation	1,22	
REVPAR (€)	76,95 €	

CA petits déjeuners	44 535 €	
Prix moyen petits déjeuners (€)	7,21 €	
Taux de captage petits déjeuners	86,98 %	

CA Restaurant	164 280 €	
Nombre de jours d'ouverture	330	
Nombre de services	2	
Nombre de places	40	
Capacité annuelle	26 400	
Addition moyenne (€)	30,25 €	
Taux de fréquentation	20,57 %	
Taux de captage clientèle hébergée	45,85 %	

Nota :

Les pourcentages et indices sont donnés à deux décimales.

Les indicateurs en valeur sont arrondis au centime d'euro.

Exemplaire à rendre avec la copie.

Annexe C - Tableau de calcul du prix d'acceptabilité

Tableau des résultats du dépouillement de l'étude de prix d'acceptabilité menée sur 1 000 clients potentiels.

Prix de vente (€)	Pourcentage de réponses « qualité insuffisante »	Pourcentage de réponses « prix excessif »	Pourcentage cumulé décroissant des réponses « qualité insuffisante »	Pourcentage cumulé croissant des réponses « prix excessif »	Pourcentage d'acheteurs potentiels
22	28	0			
24	41	0			
26	12	0			
28	8	11			
30	7	36			
32	4	29			
34	0	20			
36	0	4			
	100 %	100 %			

Prix d'acceptabilité du menu « Les spécialités de La Cave » :

Annexe D - Tableau comparatif des structures juridiques

	EIRL	SARL
Signification du sigle		
Capital minimum		
Nombre d'associés		
Responsabilité à l'égard des dettes		
Qui prend les décisions ?		
Statut(s) possible du conjoint		