

SESSION 2014

**CAPLP
CONCOURS EXTERNE
ET CAFEP**

Section : HÔTELLERIE – RESTAURATION

**Options : - ORGANISATION ET PRODUCTION CULINAIRE
- SERVICE ET COMMERCIALISATION**

**ÉPREUVE D'ÉTUDE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET DE
MANAGEMENT DES ENTREPRISES
D'HÔTELLERIE ET DE RESTAURATION**

Durée : 5 heures

Calculatrice électronique de poche - y compris calculatrice programmable, alphanumérique ou à écran graphique – à fonctionnement autonome, non imprimante, autorisée conformément à la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.

De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement.

NB : La copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé comporte notamment la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de signer ou de l'identifier.

Tournez la page S.V.P.

SOMMAIRE

Le sujet comporte 20 pages (page de garde incluse).

L'énoncé est composé de 4 dossiers indépendants qu'il est préférable de traiter dans l'ordre indiqué.

Contenu de l'étude de cas		Pages
Dossier 1	Le marché des séminaires et les atouts et faiblesses de l'auberge	3
Dossier 2	La démarche de développement durable et son impact sur le fonctionnement de l'auberge	4
Dossier 3	L'étude de la rentabilité et la capacité d'autofinancement	4
Dossier 4	Le recrutement de nouveaux collaborateurs	5

Annexes à consulter		Pages
Annexe 1	Présentation de l'auberge de la « Fontaine aux Bretons »	6 – 7 – 8 - 9
Annexe 2	Le marché des séminaires et les atouts et faiblesses de l'auberge	10 -11 -12
Annexe 3	Écolabel Européen	13 -14
Annexe 4	Fiche technique et économique du projet	15
Annexe 5	Les postes d'exploitation des départements « Résidence » et « Auberge »	16 -17
Annexe 6	Le groupement d'employeurs RESO	18
Annexe 7	Informations sur les emplois	19
Annexe à compléter et à rendre avec la copie		
Annexe A	Tableau de bord de l'auberge de la « Fontaine aux Bretons »	20

Ce sujet est en majeure partie inspiré du restaurant de Michel Pavageau, l'auberge de la « Fontaine aux Bretons », situé à Pornic, mais pour les contraintes du sujet de nombreux éléments ont été modifiés et d'autres ajoutés.

AUBERGE DE LA « FONTAINE AUX BRETONS*** »

Dans la ville portuaire de Pornic, à 50 km de Nantes, l'auberge de la « Fontaine aux Bretons » est située entre l'ancienne ferme des moines de 12 hectares et le sentier côtier sauvage, Atlantique Jade. L'auberge propose un hébergement constitué de 23 logements, un restaurant traditionnel et une activité séminaire (**ANNEXE 1**). Elle attire une clientèle touristique (saisonniers et escapade week-end) et une clientèle séminaire (journée d'étude et séjour).

Michel Pavageau, le propriétaire, a nommé Thierry Dumontet à la direction d'exploitation de l'auberge en août 2012. Ils ont pour objectif de développer la clientèle séminaire pour l'amener à 50 % du chiffre d'affaires afin d'assurer la pérennité de l'entreprise et faire face à la faible activité en dehors de la saison touristique. Ils envisagent par ailleurs de créer un espace séminaire éco-responsable.

Thierry Dumontet est chargé de mettre en place l'ensemble du projet autour du développement des séminaires. Il vous soumet l'étude de quatre dossiers :

- | | |
|-----------|---|
| Dossier 1 | Le marché des séminaires et les atouts et faiblesses de l'Auberge |
| Dossier 2 | La démarche de développement durable et son impact sur le fonctionnement de l'Auberge |
| Dossier 3 | L'étude de la rentabilité et de la capacité d'autofinancement |
| Dossier 4 | Le recrutement de nouveaux collaborateurs |

DOSSIER 1 : Le marché des séminaires et les atouts et faiblesses de l'Auberge

Thierry Dumontet veut être conforté dans son projet et souhaite une étude de marché des séminaires ainsi qu'une analyse en forces et faiblesses de son entreprise. Suite à ces analyses, il vous demande de lui soumettre quelques propositions pertinentes d'offres de séminaires.

- 1.1 Présenter une analyse structurée de la demande en matière de séminaires (**ANNEXES 1 et 2**).
- 1.2 Expliciter les notions « marché mature » et « opérations incentives_ » soulignées dans le texte de l'**ANNEXE 2**. Préciser l'importance de ces informations et leurs incidences sur la réalisation du projet de Thierry Dumontet.
- 1.3 Réaliser une analyse en « Forces et Faiblesses, Opportunités et Menaces » (aussi appelée « SWOT ») de l'auberge la « Fontaine aux Bretons » par rapport au marché des séminaires.
- 1.4 Conclure en proposant à Thierry Dumontet deux offres séminaires créatives ciblées sur « l'incentive ».

DOSSIER 2 : La démarche de développement durable et son impact sur le fonctionnement de l'Auberge

Thierry Dumontet va s'engager dans le développement durable afin d'obtenir « l'Écolabel Européen » décerné par l'AFNOR (**ANNEXE 3**). Cette démarche ne sera pas sans conséquence sur le personnel et la communication de l'entreprise.

- 2.1** Présenter les différents avantages, liés à l'obtention de « l'Écolabel Européen » pour la SARL Auberge la « Fontaine aux Bretons ». Puis, proposer un autre label qui aurait pu être choisi par la structure.
- 2.2** Préciser l'impact de cette future labellisation « Écolabel Européen » sur le ressenti du personnel de l'auberge.
- 2.3** Rédiger une note de communication interne (30 lignes maximum) en vue d'informer le personnel des incidences de cette labellisation sur leur travail quotidien.
- 2.4** Proposer 3 actions de communication sur « l'Écolabel Européen » visant la cible « clientèle séminaire ». Distinguer les avantages et limites de chacune de ces actions.

DOSSIER 3 : L'étude de la rentabilité et la capacité d'autofinancement

Thierry Dumontet, pour accroître sa capacité d'hébergement, a comme projet la construction d'un nouveau bâtiment d'hébergement HQE (**ANNEXE 4**) destiné aux groupes séminaires. Le financement devrait être réalisé en partie par de l'autofinancement. Une étude des résultats d'exploitation de la SARL l'auberge de la « Fontaine aux Bretons » est nécessaire.

- 3.1** Rédiger une note précisant les objectifs et intérêts de la présentation des résultats d'exploitation sous forme de tableau de bord.
- 3.2** Compléter le tableau de bord (**ANNEXE A**) à l'aide de l'**ANNEXE 5**. Rédiger un commentaire structuré. Compléter votre commentaire par des informations non inscrites dans ce tableau de bord.

Suite à l'étude prévisionnelle réalisée par le crédit immobilier (**ANNEXE 4**), il a été décidé d'autofinancer le projet à hauteur de 300 000 €.

- 3.3** Calculer le montant de l'emprunt à souscrire auprès du crédit immobilier. Déterminer le montant de l'annuité constante de remboursement de l'emprunt.
- 3.4** Calculer la capacité d'autofinancement. Préciser si cette capacité d'auto-financement est suffisante pour réaliser cet investissement. Justifier votre réponse.

DOSSIER 4 : Le recrutement de nouveaux collaborateurs

Pour réaliser son projet de construction du bâtiment d'hébergement HQE, Thierry Dumontet aimerait être assisté par une personne spécialisée en hébergement. Il pense embaucher cette personne pour une durée de 4 mois avec une rémunération brute mensuelle de 1 800 €.

Thierry Dumontet s'impose deux contraintes :

- respecter les aspects sociaux de l'engagement développement durable de l'entreprise.
- trouver une solution d'embauche la plus avantageuse d'un point de vue financier.

Enfin, Thierry Dumontet pense employer un stagiaire BTS pour la saison d'été 2013.

- 4.1 Préciser à Thierry Dumontet, dans le cadre du développement durable, trois engagements sociaux à respecter lors du recrutement.
- 4.2 Présenter de façon structurée les avantages que peut procurer le groupement d'employeurs RESO 44 (**ANNEXE 6**) à la SARL l'auberge de la « Fontaine aux Bretons ».
- 4.3 Citer les caractéristiques juridiques d'un CDD. Déterminer les formalités administratives à accomplir dans le cas de l'embauche de son assistant en CDD.
- 4.4. Calculer, pour l'emploi d'un assistant sur une durée de 4 mois, le coût du recours à un contrat à durée déterminée et le coût du recours au groupement d'employeurs RESO44 (**ANNEXE 7**).

Présentation de l'Auberge de la Fontaine aux Bretons

ANNEXE 1

(A partir du site Internet et d'un entretien avec la direction)



Contexte

L'auberge de la « Fontaine aux Bretons » est une structure indépendante d'hébergement (3*) et de restauration, située à Pornic en Loire Atlantique. L'image véhiculée par l'auberge se veut authentique tant du point de vue des traditions culinaires et gastronomiques que du point de vue de l'environnement.

L'équipe de 25 collaborateurs est jeune et pertinente sur l'ensemble des expertises liées à son secteur d'activité. Les préoccupations sociétales ont toujours été présentes au sein de la politique d'entreprise, l'hébergement après le transport est la deuxième plus grande source d'émission de CO2 du secteur touristique... La direction souhaite sensibiliser sa clientèle sur des nouvelles pratiques écologiques.

Situation

La ville de *Pornic* s'est développée autour du port duquel elle tire son nom. Située à 50 km à l'ouest de Nantes, en Sud Loire, Pornic s'étale discrètement sur 4 km le long de la côte Atlantique et fait face à l'île de Noirmoutier. Venez découvrir cette cité nichée **au bord de l'eau sur la Côte de Jade**, elle se résume en quelques mots : une vieille ville aux ruelles médiévales, un château, un charmant petit port, des paysages préservés, de fantastiques villas balnéaires, **des plages et leurs chemins côtiers** (14 km) surplombant des **criques sauvages**.

Un peu d'histoire

Cette auberge créée en **1897** est située au sein d'un parc de 12 hectares au cœur des prairies, et au bord de la côte sauvage de Jade. Ancienne auberge des Frères JB De La Salle, elle a accueilli pendant plus de 70 ans des jeunes religieux se destinant à l'enseignement. Le nom « **La Fontaine aux Bretons** » remonte à l'époque des Pèlerins Bretons qui se rendaient à Saint Jacques de Compostelle. Ils s'arrêtaient ici même afin de se rafraîchir à la fontaine qui se trouve maintenant au centre du potager. Cette courte halte leur permettait de reprendre des forces pour continuer leur chemin.

C'est en 1996 que Michel Pavageau (ancien propriétaire de la célèbre brasserie du XIX^{ème} siècle La Cigale à Nantes) rachète l'ancienne auberge des Frères et entreprend de la transformer en un complexe de restauration. Il va créer une autre société la résidence la Fontaine aux Bretons (hôtel et résidence de vacances***) pouvant également accueillir une clientèle séminaire.

En 2003, Michel Pavageau va réunir ces deux sociétés au sein d'une même entité la « Fontaine aux Bretons », SARL au capital de 1 417 477 € tout en restant le gérant majoritaire.

En 2012, Michel Pavageau délègue la gestion d'exploitation de sa SARL à Thierry Dumontet, directeur d'exploitation.

L'offre produit

Thierry Dumontet est entouré de collaborateurs de talents, comme Fabrice Guilleux, chef de cuisine, qui officie derrière les fourneaux depuis 1999. Ce chef de talent a fait ses armes dans des maisons de renoms telles que le Pavillon Élysées et Gérard Besson à Paris, le Million aux États-Unis ou encore l'Hermitage à la Baule. Ici, il puise son inspiration dans les légumes et les herbes aromatiques du potager maison bio qu'il agrémente de la viande de la ferme ou de succulents poissons frais provenant des marchés et du port de la ville.

Menu « La Fontaine aux Bretons »

Mise en Bouche

Ballotine de foie gras de canard
Chutney de fraises et rhubarbe

Ou

Chartreuse de crabe et homard à l'huile
vierge de crustacés

Mesclun du Pays de Retz

Ou

*Suggestion d'entrée de "l'Ardoise des
Pèlerins"*

Bar sauvage rôti au thym citron

Risotto aux jeunes pousses d'épinards

Ou

Côte de veau poêlée au lambic de
Bretagne

Méli Mélo de légumes de saison

Succès aux fruits rouges, chibouste à la
vanille

Ou

Tartelette bretonne aux fraises Gariguettes
et pistache

Ou

Crème brûlée à la menthe orangée de la
Fontaine

Ou

Café gourmand - déclinaison de
mignardises



Accord Mets et Vins

Sommelier Expert

Maître d'Hôtel

Maître - Restaurateur

Un attachement à la gastronomie et au terroir...

Emblème de la gastronomie du Pays de Retz et de la Côte de Jade, l'auberge la « Fontaine aux Bretons » se veut garante d'une cuisine traditionnelle de qualité où les produits frais sont rois. Cette démarche s'illustre notamment à travers le rattachement aux « Cuisineries Gourmandes », par la reconnaissance du titre de « Maître Restaurateur » et le référencement dans les guides « Gault et Millau » et « Michelin ». On peut accompagner le repas en dégustant la cuvée Saint Joseph, issue de la vigne attenante à la propriété.

La Fontaine, c'est aussi une véritable ferme avec des étables et animaux, un contact avec les animaux de race bovine d'autrefois."

Une mission sociale et culturelle...

L'auberge a la volonté de partager un patrimoine culinaire, gastronomique et viticole avec sa clientèle. Ce projet est animé par une équipe motivée qui propose des cours d'œnologie et de cuisine régionale aux saveurs d'autrefois, une découverte des vignes et des jardins de plantes aromatiques, légumes et fruits bio ...

Un partenariat a été réalisé avec des associations pour la conservation du patrimoine culturel, animalier et avec un jardinier expert. Depuis 2001, l'auberge dispose de sa propre cuvée maison Saint Joseph. Un projet est en cours avec la Région pour l'obtention d'un label « Éco Durable » en lien avec le sentier côtier protégé (parcours vélo) qui jouxte l'auberge.

Détails des activités

Ouverture : 1/01 au 31/12

<p align="center">Une restauration traditionnelle du terroir</p> <p>Capacité : 80 couverts avec deux services (extension sous chapiteau et terrasse).</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Restauration à la carte, menu proposé ou à souhait..... ▪ Menus <ul style="list-style-type: none"> ▪ Retour du Marché 29,00 € ▪ Le Chemin des Douaniers 35,00 € ▪ La Fontaine aux Bretons 39,50 € ▪ L'Ardoise des Pèlerins 45,00 € ▪ Gourmand 50,00 € 	<p align="center">CAHT 2012 : 1 286 857 €</p> <p align="center">Nombre de couverts servis en 2012 : 33 547</p>
<p align="center">Un hébergement de 23 logements</p> <p>Capacité : Hôtel (5 chambres) et une résidence (18 appartements de une à deux chambres) représentant un total de 32 nuitées Prix affichés de 80 à 159 € Les tarifs sont négociables en fonction de la saison et de la taille du groupe (famille, amis).</p>	<p align="center">CAHT 2012 : 587 828 €</p> <p align="center">Nombre de nuitées vendues en 2012 : 8 519</p>
<p align="center">Une activité séminaire</p> <p>Capacité séminaire restaurant pouvant aller jusqu'à 150 couverts Les tarifs sont individuels et négociés avec les clients</p>	<p align="center">25 % de l'activité restauration et hébergement</p>
<p align="center">Une boutique et mini bar</p>	<p align="center">CAHT 2012 : 27 755 € Produits classiques de mini bar, confitures maison, vins de la propriété, coffrets escapades à thème, livres sur l'histoire de la fontaine...</p>

- **Les séminaires...**

« Loin du monde de l'entreprise, la SARL de la « Fontaine aux Bretons », nichée sur la Côte Sauvage, vous accueille dans un cadre authentique au cœur d'un domaine baigné par la nature et les embruns. Cet ancien corps de ferme vous emmène hors du temps et vous permettra à vous et vos collaborateurs de communiquer et d'échanger autrement. Notre Résidence *** propose des chambres toutes décorées dans le style des demeures de campagne où les poutres en bois et les pierres apparentes leur confèrent un cachet authentique. Vous serez bercés par la tranquillité des lieux et la beauté de la vue sur l'océan. Nous mettons à votre disposition des espaces de travail chaleureux propices à la concentration et aux échanges. Décorées dans l'esprit de l'auberge, nos salles de réunion vous offrent le confort et les équipements nécessaires pour répondre à vos besoins. Toutes nos salles sont de plain-pied, modulables, occultables et éclairées à la lumière du jour. »

Un séjour de plusieurs jours sera pour vous l'occasion de profiter pleinement des charmes et de l'environnement de l'auberge.

ANNEXE 1 (suite et fin)

- **Descriptif :**

Un espace de 195 m² modulable en 2 salles (une de 130 m² et une de 65 m²) ou 3 salles de 65 m² et un salon privatif de 30 m² situé dans le bâtiment principal, idéal pour les réunions jusqu'à 12 personnes.

Équipements inclus dans les forfaits : un vidéoprojecteur et un écran, un paperboard et des marqueurs, un téléphone, accès WIFI, eau minérale, dossier d'accueil, papier, stylo...

- **Projet immobilier de Michel Pavageau et Thierry Dumontet**

Thierry Dumontet, soutenu par Michel Pavageau, a pour projet la construction d'un bâtiment HQE (Haute Qualité Environnementale) de 30 chambres afin d'accueillir des groupes de séminaire.

- **Activités proposées**

La clientèle séminaire peut agrémenter ses réunions de travail par des activités ludiques ou sportives : Chasses au trésor, rallyes en méhari, sports nautiques, balade, golf, thalassothérapie, baptême en hélico, ... autant de possibilités pour la cohésion d'équipe, la détente et l'évasion !

Des expositions de sculptures de Christian Champin sont proposées dans les jardins de l'auberge :
« Époque de surproduction, culture du consommable, le monde moderne est générateur de déchets. La tendance est au recyclage et mon expression est concentrée sur les métaux de récupération ».
C. Champin

- **Une collaboration gagnante**

« Lydie et Catherine seront les interlocutrices privilégiées pour accompagner les entreprises dans leurs projets de séminaires. Elles assureront un service personnalisé et efficace : visite du site sur rendez-vous, devis, partenariat, conseil, accompagnement,... un engagement essentiel pour la réussite des manifestations des entreprises. Sur place, chaque membre de notre équipe reçoit les participants au séminaire dans une ambiance conviviale et chaleureuse propice à la détente et au bien être. »

Le marché des séminaires et les atouts et faiblesses de l'auberge

Sources : Le nouvel Économiste - n°1461 - Cahier n°2 - Du 29 janvier au 4 février 2010 et CCI du Morbihan

D'après le Nouvel Économiste

Le "management de motivation" est plus que jamais nécessaire en temps de restriction budgétaire. Mais désormais sans "bling-bling".

Stagnation des salaires, suppression des primes, gel des recrutements... Dans ce contexte économique morose, la priorité des entreprises est de réduire les coûts, qu'elles soient ou non touchées directement par la crise. La communication événementielle en fait donc les frais, et les séminaires de motivation ou opérations de teambuilding ont été revus à la baisse.

Les faits marquants : Un volume d'affaires en nette diminution en 2009

L'année 2009 s'est caractérisée par un effondrement de la demande. L'étude exclusive de **Coach Omnium** réalisée en collaboration avec **Bedouk Meetings & Events Media** a confirmé l'impact de la crise économique sur le secteur. Les dépenses des entreprises implantées en France (françaises et étrangères) dans le tourisme d'affaires de groupe ont ainsi **chuté de 7,8 %** pour atteindre un **volume global de 8,46 milliards d'euros**. Désormais, le marché est totalement mature même si les effets conjoncturels viennent contrecarrer cette évolution. Autre caractéristique, la taille des événements s'est considérablement réduite en 2009. Le nombre de manifestations réunissant entre 50 et 200 personnes a reculé de 9 % par rapport à 2008. Le pourcentage de manifestations supérieures à 200 personnes a diminué de 3 %. Par contre, le nombre d'événements de moins de 50 personnes a progressé de 14 %. Avec la crise, 1/5ème des entreprises affirment avoir procédé à un déclassement des hôtels sollicités, en abandonnant le 4 étoiles pour le 3 étoiles, ou plus rarement, l'hôtel 3 étoiles pour le 2 étoiles.

En 2010, si l'heure est toujours aux économies en matière de réunions professionnelles, les entreprises n'entendent pas faire l'impasse sur les séminaires, formations et opérations incentives qui sont des outils de management et de communication interne. Ces moments d'échanges et de rencontres sont toujours privilégiés. Selon l'étude de **Coach Omnium**, un séminaire de 2 jours peut comporter aujourd'hui plusieurs parties : formation, information, lancement de produit, incentive. 75 % des entreprises optent pour des animations complémentaires, ludiques, sportives ou culturelles, intégrées au programme d'un séminaire. C'est dire que le volet « Incentive » est toujours présent dans une grande partie des programmes. Les budgets restent cependant très serrés.

Pourtant, les besoins de contact humain, de cohésion et de divertissement restent réels. Les forces vives de l'entreprise doivent garder le moral car des salariés qui traînent les pieds ou qui se replient sur des tâches administratives, en attendant que l'orage soit passé, n'aideront pas leur entreprise à sortir de la crise. Marquées par quelques scandales récents comme celui du séminaire de luxe organisé par l'assureur américain AIG en plein marasme financier, les entreprises sont devenues beaucoup plus soucieuses de leur image et préfèrent afficher un profil bas.

Ne pas choquer à l'interne

Les budgets de communication ont certes été amoindris, mais les agences constatent surtout une grande crainte de choquer le public interne à l'entreprise en organisant des événements trop clinquants.

La sobriété

Certaines manifestations sont donc reportées, pour éviter tout faux pas en attendant des jours meilleurs. *“Pour reprendre des termes très en vogue, tout ce qui est bling-bling est terminé”,* constate Sophie Ansellem. La tendance de ces dernières années se confirme avec des voyages qui se font principalement en Europe et en France. *“Les entreprises donneront une image plus sobre si elles organisent une opération à Nantes que si elles organisent un séminaire à Marrakech”,* explique Vincent Dumont, directeur général de l'agence Chaïkana Community.

Le contact humain

Malgré tout, la motivation et l'incentive restent importants pour les responsables des ressources humaines. *“Considérés il y a encore quelques années comme des artifices que les managers s'autorisaient lorsqu'ils avaient beaucoup de budget à dépenser, les voyages de motivation et les séminaires sont aujourd'hui vécus comme une nécessité”,* raconte Vincent Dumont. Mais ils seront organisés différemment en temps de crise. Dans ce genre d'époque, *“l'objectif est de rapprocher l'homme de l'entreprise, poursuit – il. Il faut donc informer les salariés de la vision de l'entreprise, du cap à tenir et leur tenir un discours franc et direct. Or pour informer les gens, communiquer par intranet ne suffit pas, le contact humain est essentiel”.*

La quête de sens

La récréation apportée par une demi-journée de *team-building* peut également contribuer à redonner une bouffée d'air frais à des équipes en perte de vitesse. Mais le divertissement ne suffit plus. Le contenu de ces opérations a beaucoup évolué au cours de ces dix dernières années. Les sports extrêmes ont laissé la place à des activités plus douces et plus consensuelles comme les arts, la cuisine ou le développement durable. Et quelles que soient les activités, les entreprises se soucient davantage de leur donner un sens. *“Les opérations doivent aujourd'hui avoir un objectif réel et apporter un message concret”,* constate Vincent Dumont, car les dirigeants qui maintiennent des opérations coûteuses en temps de crise attendent beaucoup plus de retour sur investissement.

Le lieu unique

Compte tenu de la réduction de la durée des séminaires, ces derniers ont désormais lieu de manière plus fréquente à proximité de l'entreprise, ce qui influe sur les choix de destination et les modes de transports. Il est ainsi constaté un recentrage des manifestations sur la France, renforcé par la psychose de l'avion et la recherche d'économies.

La volonté de fidéliser les prestataires

En matière de séminaires, les entreprises apprécient de rechercher des lieux originaux et nouveaux, pour échapper à la routine et améliorer l'efficacité des messages diffusés en séminaire. Malgré cela, lorsque l'entreprise a trouvé un prestataire qui lui donne satisfaction, elle entend le garder. Les entreprises ont fait savoir qu'il était plus facile de négocier des baisses de budget avec des prestataires habituels, plutôt qu'avec de nouveaux fournisseurs. *Les chaînes hôtelières sont en régression. En effet, les entreprises ne souhaitent plus être enfermées par un réseau, même si les tarifs corporate sont plus fréquents dans ce type de catégories. Concernant les centres et palais des congrès, la chute de la demande avait atteint les 17 % en 2010...Par ailleurs, les châteaux et demeures de caractère ont le vent en poupe, depuis 5 ou 6 ans, pour répondre à une recherche d'originalité et la volonté de marquer les esprits. Ces lieux disposent d'équipements très modernes toutefois, ceux qui sont situés trop à l'écart des axes de grande circulation n'attirent pas aisément les clients ; l'un des critères primordiaux de choix est en effet l'accessibilité des lieux et le temps de trajet pour les atteindre.*

D'après la CCI du Morbihan :

Séminaires de stimulation, incentive : tendances et facteurs de réussite (extraits)

La préoccupation écologique et solidaire

C'est une tendance qui n'est pas encore très marquée mais qui tend à faire des adeptes. Le choix d'un prestataire à connotation « verte » répond aux attentes actuelles d'un nombre croissant de participants. Dans les faits, aujourd'hui, ce choix prévaut à condition que les prestations ne soient pas plus chères.

Néanmoins, les questions liées à l'impact du tourisme d'affaires sur l'environnement sont posées et un « séminaire incentive » orienté nature et écologie peut donner aux participants l'envie de s'investir davantage.(...)

Quelques tendances dans l'air du temps :

- L'offre innovante en matière de développement durable. Protection de l'environnement, proximité avec la nature, tourisme responsable et solidaire sont autant de thématiques qui « parlent » bien aux participants.
- La recherche de bien-être et de détente. Se remettre en forme, reprendre de l'énergie et retrouver son équilibre...
- Les activités culturelles et artistiques dans leur diversité. Les cours de cuisine seront un excellent mode d'expression pour les uns.

Des clients majoritairement satisfaits

Au total, 70 % des clients manifestent leur contentement.

Les doléances des commanditaires

Il reste encore un quart des entreprises qui se déclarent mécontentes des prestataires qu'elles ont choisis. Les doléances des commanditaires sont les suivantes :

- 1 les nombreux suppléments facturés, qui ne sont pas toujours indiqués à l'avance de manière suffisamment claire. Ainsi, dès lors que le client loue une salle, il considère que tout est compris dans le prix de la salle : la sonorisation, le vidéoprojecteur, l'accès au Wi Fi, par exemple. En réalité, ces prestations sont la plupart du temps facturées en supplément.
- 2 le manque de savoir-faire des prestataires. Ainsi, les clients demandent à bénéficier d'un interlocuteur unique qui puisse être contacté immédiatement, régler les problèmes rapidement, répondre aux demandes non prévues initialement et suivre la logistique du séminaire.
- 3 les salles ou le matériel inadaptés : les salles aveugles, par exemple, ou encore les chaises pliantes, inconfortables pour de longues réunions.

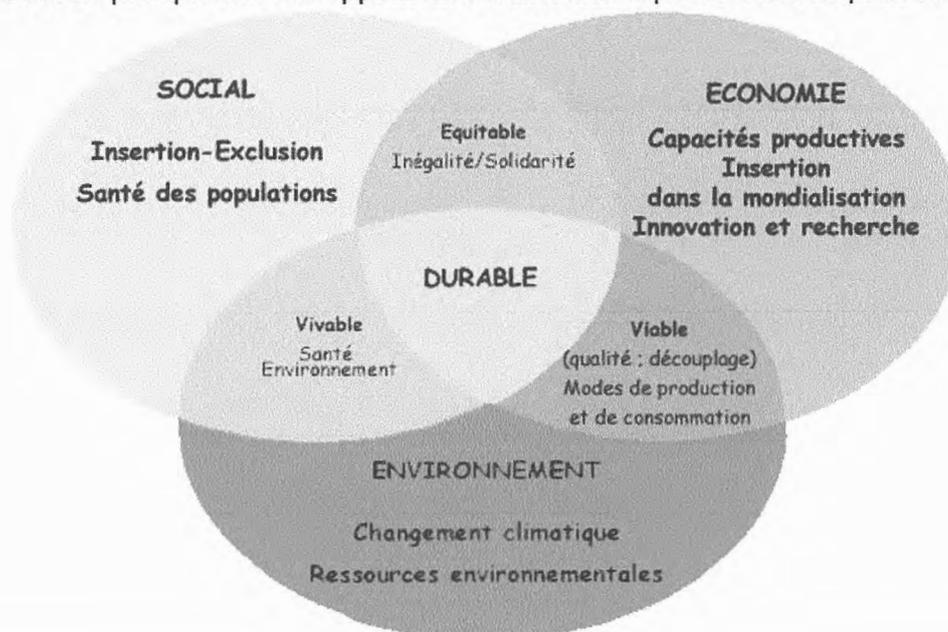
Aussi, proposer des séminaires représente un vrai métier et ne consiste pas à être simplement hôtelier ou restaurateur. Il s'agit en réalité de prendre en charge de manière complète la manifestation pour l'entreprise. En effet, le prestataire est intimement lié au succès de la réunion et l'entreprise lui sera reconnaissante du succès rencontré. Une salle mal éclairée, une restauration peu attrayante, par exemple, peuvent contribuer à rendre désagréable une réunion et freiner la diffusion des messages véhiculés par l'entreprise.

Écolabel Européen

Sources : <http://www.ecolabels.fr> /Site des Écolabels de l'Afnor
<http://www.tourisme-ecolobio.com/labels.html>

Les trois piliers du développement durable

Désormais, il est acquis que le développement durable doit reposer sur trois piliers :



AFNOR et quelques chiffres clés....

Le Marché en France 2010 : 80 établissements d'hébergements touristiques ont été labellisés par l'Écolabel Européen dont 25 hôtels Best Western

Coût de l'Écolabel : frais d'admission et d'instruction du dossier de candidature :
 1 400 à 1 800 euros
 frais d'audit : 600 à 1 500 euros
 frais de déplacements et de formations des collaborateurs

Les frais varient en fonction de la taille de la structure et de la formation choisie par la direction

Créé en 1992, l'Écolabel Européen est le seul label écologique officiel européen utilisable dans tous les pays membres de l'Union Européenne. Il est délivré, en France, par AFNOR Certification, organisme certificateur indépendant. C'est une marque volontaire de certification de produits et services. Cet Écolabel distingue des produits ou services plus respectueux de l'environnement. Ses critères garantissent l'aptitude à l'usage des produits et une réduction de leurs impacts environnementaux tout au long de leur cycle de vie.

L'Écolabel Européen atteste la conformité des produits et/ou services aux exigences précisées dans des référentiels applicables à chaque catégorie de produits ou services. Il répond à la nécessité d'une information fiable sur la qualité écologique des produits ou services mais aussi au souhait des entreprises de valoriser leurs efforts en matière de protection de l'environnement, à travers des produits ou activités de service labellisés.

ANNEXE 3 suite et fin

D'autres labels écologiques ne couvrent que certains aspects environnementaux comme la recyclabilité ou l'efficacité énergétique, alors que l'Écolabel européen garantit de faibles impacts environnementaux tout au long du cycle de vie du produit (de l'extraction des matières premières à la fin de vie). Les consommateurs retrouvent l'Écolabel européen partout dans l'Union européenne, en Norvège, au Liechtenstein et en Islande. Il existe des critères pour plus de 23 catégories de produits et de services, et de nouvelles catégories sont continuellement ajoutées. La Fleur, symbole de l'Écolabel européen, distingue, entre autres, les appareils ménagers, les vêtements, les produits de jardinage et les lieux d'hébergement touristique respectant l'environnement.

Qu'est-ce que ça veut dire, être labellisé Écolabel Européen pour un hôtel ou un camping ?

- Les lieux d'hébergement touristique labellisés Écolabel Européen consomment moins d'eau et d'énergie.
- Les déchets produits par ces sites sont soigneusement triés et, si nécessaire, éliminés de manière appropriée.
- Les lieux d'hébergement touristique éco-labellisés favorisent l'utilisation de substances moins dangereuses pour l'environnement.
- Des informations environnementales, ainsi que sur la sécurité et de sécurité incendie, sont mises à la disposition des hôtes.
- Sauf sur demande, les serviettes et les draps se changent une ou deux fois par semaine.
- Le personnel est formé à une utilisation minimale de désinfectants.
- Le système d'éclairage et de chauffage dispose d'une minuterie automatique.
- Les clients sont informés sur les possibilités de participer aux efforts environnementaux de l'hôtel ou du camping, en séparant par exemple leurs déchets et en économisant de l'énergie.
- Le personnel est formé à séparer les déchets dangereux et à les éliminer de manière appropriée.
- Les campings disposent d'un système de traitement des eaux résiduaires.

Économies d'énergie

- L'isolation des fenêtres offre plus de confort et permet d'économiser de l'énergie.
- L'évaporation des eaux d'arrosage étant trop importante en périodes de forte chaleur, l'Écolabel Européen distingue les lieux d'hébergement touristique qui arrosent leurs plantes à la nuit tombée ou tôt le matin.
- Au moins 22% de l'électricité servant au chauffage des locaux communs, des bureaux de location et de l'eau chaude provient, si possible, de sources d'énergie renouvelables.
- Le rendement des chaudières doit être d'au moins 90% et elles doivent être nettoyées régulièrement pour maintenir la propreté de l'air.
- Le contrôle régulier des fuites d'eau et du fonctionnement des douches permet de limiter la consommation d'eau.
- Les technologies efficaces en énergie, comme le chauffage par énergie solaire et la récupération de l'eau de pluie sont encouragées.
- Les systèmes de climatisation doivent avoir un taux d'efficacité élevé.
- Au moins 60% des ampoules électriques sont de basse consommation d'énergie.

Meilleur pour votre santé

- L'utilisation de produits labellisés Écolabel Européen permet de minimiser les émissions dans l'air dues aux peintures et aux produits nettoyants.
- Aux repas, un choix de plats locaux ou à base de produits bio est proposé aux hôtes.
- Le personnel est formé à l'utilisation rationnelle des désinfectants et des autres produits chimiques.
- Les eaux résiduaires des campings et des lieux d'hébergement touristique doivent être traitées avant d'être rejetées dans la nature.
- Les campings et les lieux d'hébergement touristique doivent limiter l'utilisation des pesticides et des engrais.
- L'utilisation des produits chimiques dans les lieux d'hébergement touristique est strictement contrôlée.
- Les déchets dangereux sont stockés séparément et sont éliminés de façon appropriée.

Fiche technique et économique du projet

Source : SCI ANERT STNAZAIRE

HQE : La Haute Qualité Environnementale est une marque déposée de construction des bâtiments respectueux de l'environnement.

Projet La Fontaine aux bretons :

**Construction d'un hôtel éco-responsable
de 30 chambres**

Maîtrise d'œuvre : BALAR

Architectes - Saint-Nazaire

Maîtrise d'ouvrage : SCI ANERT

Surface SHON : 1 050 m²

Coût des travaux : 930 000 € HT

Coût de la certification et dossier : 15 000€ HT.



Réalisation- Livraison

Le projet est sous-tendu par plusieurs volontés : la création d'un hôtel de 30 chambres, chaque chambre devant être accessible depuis l'extérieur, et ceci avec le souci de créer un bâtiment environnemental intégré dans le paysage (bardage bois de type mélèze). Les coursives de distribution enveloppées de garde-corps faisant aussi office de terrasses en bois permettant un accès individuel aux chambres depuis les façades Est et Ouest. Ces dernières profitent ainsi d'une vue surplombant la mer et les chemins côtiers. Au premier îlot se déploie le hall d'accueil prolongé par l'espace des petits déjeuners. La simplicité des volumes, unitaires et sans ajouts, et la luminosité des matériaux offrent une esthétique contemporaine respectueuse de la nature. Un Spa écologique et une piscine chauffée à l'énergie solaire prennent place au sein de l'îlot central, La lumière naturelle étant privilégiée pour l'éclairage intérieur et extérieur à l'aide de puits de lumière. La suppression du mini-bar et le couplage de l'arrivée/évacuation eau chaude diminuent les consommations en eau et électricité dans les chambres. La solution d'isolation par l'extérieur a été choisie ainsi que l'installation d'une chaudière bois à granulés en complément d'une chaudière à gaz. D'autres techniques environnementales sont également prévues comme par exemple la ventilation double flux, le puits canadien, climatisation à l'ammoniac qui ne produit pas de gaz à effet de serre, panneaux photovoltaïques...

La démarche représente surtout « un cercle vertueux » : « Les surcoûts dans la construction sont marginaux. Et quand le bâtiment est terminé, les réalisations HQE permettent de réaliser des économies d'énergie importantes, entre 25 à 30 %.»

ÉTUDE PREVISIONNELLE DE VOTRE FINANCEMENT REALISÉE PAR NOTRE PARTENAIRE : CRÉDIT IMMOBILIER décembre 2012

Prêt ETAT à taux 0% pour **25 000 €**

Subvention de la Région des Pays de la Loire de **30 000 €**

Prêt Crédit immobilier : Durée de 15 ans et TEG annuel : 4,4% - Annuités constantes

ANNEXE 5

Les postes d'exploitation des départements « Résidence » et « Auberge »

	RÉALISÉ 2012		DÉTAIL DES POSTES
	€	%	
DÉPARTEMENT RÉSIDENCE			
CAHT TOTAL RÉSIDENCE	615 583	100	(1) : CA Hôtelier et résidentiel (séminaire, loisir week-end, T.O...) (2) : CA Hôtelier suppléments facturés (animaux, ménage, location vélo, ...) (3) : CA Hôtelier loisirs (cours de cuisine, œnologie, billetterie, thalassothérapie, ...) (4) : Vente de confitures et de vins...
Chiffre d'affaires hébergement (1)	574 995		
Chiffre d'affaires hébergement autres (2)	6 562		
Loisirs refacturés aux clients (3)	6 271		
Chiffre d'affaires Mini bar	9 534		
Chiffre d'affaires boutique (4)	18 221		
ACHATS CONSOMMÉS HT	37 668	6,12	
Achats de marchandises boutique et mini bar	13 712		
Variation de stock boutique et mini bar	-1 199		
Produits d'accueil et consommés	25 155		
DÉPARTEMENT AUBERGE			
CAHT TOTAL RESTAURATION	1 286 857	100	
Chiffre d'affaires liquides	354 435		
Chiffre d'affaires solides	892 427		
Chiffre d'affaires location salle, matériel	61 163		
Chiffre d'affaires produits annexes	309		
Offerts produits apéritifs	- 1 663		
Repas personnel solide	- 19 814		
ACHATS CONSOMMÉS HT	286 100	22,2	
Achats liquides	70 065		
Achats solides	218 942		
Variation de stocks liquides	- 909		
Variation de stocks solides	- 1 998		
POSTES FONCTIONNELS (résidence et auberge)			
FRAIS DE PERSONNEL	728 718	38,3	
Salaires bruts	528 000		
Congés payés et charges sociales	211 200		
Subvention d'exploitation (5)	- 14 076		(5) : Concerne les contrats d'apprentissage
Frais de recrutement et stagiaires	3 594		
AUTRES CHARGES	571 250	30	
Énergie et Fournitures non stockées	46 570		
Entretiens et réparations	30 662		
Publicité	10 000		
Téléphonie	9 769		
Personnel intérimaire	36 000		
Blanchissage	65 402		(6) : Dont 21 200 € de charges locatives correspondant aux extensions chapiteaux
Impôts et taxes	152 432		
Divers auberge (6)	28 024		
Dotations aux amortissements	104 143		
Charges intérêts et assimilés (7)	32 000		(7) : Dont 3 455 € de commissions sur moyens de paiement
Redevance et crédit bail	56 248		

Les postes d'exploitation des départements « Résidence » et « Auberge »

**CHIFFRES CLÉS
RATIO DES NORMES PROFESSIONNELLES
RESTAURATION HÉBERGEMENT TRADITIONNELS**

NORMES D'EXPLOITATION			
Établissement Hôtel et Restaurant traditionnel trois étoiles			
<i>En % du CAHT</i>	Ensemble	Hébergement	Restauration
Coût matières	14 à 18 %	1 à 2 %	27 à 35 %
Frais de personnel	37 à 41 %		
Marge sur coût principal	43 à 47 %		
Frais généraux	16 à 20 %		
RBE	25 à 29 %		

Le groupement d'employeurs RESO

Source : <http://www.reso44.fr/>

Le groupement d'employeurs RESO, c'est l'outil des professionnels au service des professionnels. Sur la Loire Atlantique, ce sont plus de 250 adhérents Hôteliers, Restaurateurs, Traiteurs, Offices de tourisme, Sites touristiques ...

La gestion du personnel dans nos entreprises est devenue compliquée. Elle prend du temps, elle génère du stress. Des Restaurateurs, des Hôteliers, des Traiteurs et d'autres professionnels du secteur CHR et Tourisme ont décidé de se regrouper en créant un groupement d'employeurs selon le modèle RESO (www.resoemploi.fr) pour disposer d'un service Ressources humaines adapté à nos entreprises et pouvoir partager des salariés suivant les besoins de chaque entreprise. Ainsi RESO 44 peut vous proposer : des cuisiniers, des serveurs, des réceptionnistes ou des femmes de chambres...Mais aussi un homme de maintenance ou une secrétaire comptable et d'autres fonctions que vous souhaiteriez partager.

Un fonctionnement simple :

- L'employeur adhérent choisit : le profil de poste qu'il souhaite, le nombre d'heures dont il a besoin.
- L'équipe de RESO vous propose le salarié le mieux adapté à votre besoin.
- La mise à disposition vous est facturée suivant la tarification décidée par les administrateurs.
- RESO se charge de toutes les formalités administratives dans le respect strict du code du travail.



Les missions de RESO :

- Étude de vos besoins (suivi et anticipation)
- Gestion des modalités de recrutement
- Gestion administrative du salarié
- Mise à disposition de personnel qualifié
- Facturation garantissant le cadre légal

Mais aussi :

- Référencement des professionnels motivés et formés
- Gestion de la carrière professionnelle de nos employés
- Diffusion d'une image plus professionnelle du métier

Informations sur les emplois

Emplois en CDD

Il faut tenir compte des éléments ci-dessous :

- Le salaire mensuel brut
- L'indemnité de fin de contrat
- L'indemnité de congés payés (10% de la rémunération brute)
- Les charges patronales évaluées à 40% de la rémunération brute totale (salaire brut et indemnités de fin de contrat et de congés payés).

Emplois par un groupement d'employeurs

Adhérer à RESO :

L'adhésion pour l'année est proportionnée aux Équivalents Temps plein

De 0 à 10 salariés	=	120 € HT
De 11 à 20 salariés	=	220 € HT
De 21 à 50 salariés	=	370 € HT
Au-delà de 50 salariés	=	520 € HT

L'offre RESO : des solutions adaptées aux besoins des professionnels :

- Temps partagé

* Main d'œuvre spécialisée

Assistance Administrative, Webmaster, Secrétariat, Comptabilité, Maintenance...

* Organisation du travail optimale

Répartition des plages horaires entre plusieurs entreprises / jour, semaine, mois

CDI temps partagé : 1,77 x nombre d'heures x taux horaire brut

- CDI recrutement (période d'essai via RESO) et CDD de plus de 3 mois

* Pour des compétences complémentaires ou nouvelles

Cuisine, Salle, Ménage, PDJ, Réception...

CDI recrutement ou CDD + 3 mois : 1,84 x nombre d'heures x taux horaire brut

- CDD : moins de 3 mois

CDI recrutement ou CDD - 3 mois : 1,87 x nombre d'heures x taux horaire brut

- Extras

Extras – 15 jours : 1,94 x nombre d'heures x taux horaire brut

Le coefficient englobe toutes les charges (patronales, gestion, congés payés, mutuelle...)

Nom : <i>(Suivi, s'il y a lieu, du nom d'épouse)</i>	<input type="text"/>																							
Prénom :	<input type="text"/>																							
N° d'inscription :	<input type="text"/>								Né(e) le :	<input type="text"/>		/	<input type="text"/>		/	<input type="text"/>								

(Le numéro est celui qui figure sur la convocation ou la feuille d'émargement)

Concours	Section/Option	Epreuve	Matière
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

GFE HOT 2

ANNEXE A

ANNEXE A : Document à compléter et à rendre avec la copie
Tableau de bord de l'Auberge de la « Fontaine aux Bretons »

	TOTAL	%	Hébergement Résidence	%	Boutique et mini-bar	%	Restauration Auberge	%
CHIFFRE D'AFFAIRES		100%		100%		100%		100%
Achats consommés								
MARGE BRUTE								
Coût du personnel								
MARGE SUR COUT PRINCIPAL								
Frais généraux								
RESULTAT BRUT D'EXPLOITATION								
Coûts d'occupation								
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS								
Impôts	85 913							
RESULTAT NET								

(Arrondir les pourcentages à un chiffre après la virgule)

Détailler vos calculs :

- Coût du personnel :
- Frais généraux :
- Coûts d'occupation :

