



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE

EDE HOT 2

SESSION 2018

**CAPET
CONCOURS EXTERNE**

Section : HÔTELLERIE – RESTAURATION

**Option : - SCIENCES ET TECHNOLOGIES DES SERVICES EN
HÔTELLERIE ET RESTAURATION
- SCIENCES ET TECHNOLOGIES CULINAIRES**

**COMPOSITION DE SCIENCES DE GESTION
ET MANAGEMENT HÔTELIER**

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 le (la) conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il lui 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 la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de signer ou de porter quelque signe d'identification que ce soit.

« LE MAS CÉVENOL »

Le sujet comporte 24 pages numérotées de 1 à 24. Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet. L'énoncé est composé de trois dossiers indépendants qu'il est préférable de traiter dans l'ordre indiqué.

Contenu du sujet		Pages
Sommaire		2
Présentation du « MAS CÉVENOL »		3
Dossier 1	Analyse de l'exploitation et de la situation financière de l'entreprise	4 et 5
Dossier 2	Tirer parti des atouts du parc national des Cévennes et écotourisme	5 et 6
Dossier 3	Positionnement commercial de l'entreprise	6 et 7

Dossier documentaire		
Document 1	Compte de résultat en liste des exercices 2016 et 2017	8
Document 2	Informations comptables et commerciales complémentaires	9
Document 3	Bilan au 31 décembre 2016	10
Document 4	Bilan au 31 décembre 2017	11
Document 5	Notes sur les capitaux propres	12
Document 6	Indicateurs financiers 2016 et 2017	13
Document 7	Le parc national des Cévennes	14
Document 8	Le tourisme dans le parc national des Cévennes	14
Document 9	L'écotourisme ?	15
Document 10	Rejoindre « Cévennes Écotourisme »	15
Document 11	La charte européenne du tourisme durable	16
Document 12	Enquête de l'association « Cévennes Écotourisme »	16 à 18
Document 13	Comment monter un produit touristique ?	18
Document 14	Les attraits touristiques du parc national des Cévennes	19 et 20
Document 15	La marque « Esprit parc national »	21
Document 16	Comment la loi Macron va compliquer vos réservations d'hôtels ?	22
Annexe A	Tableau des indicateurs commerciaux 2016 et 2017	23
Annexe B	Tableau de gestion exercice 2017	24

Le sujet est librement inspiré d'une entreprise réelle. Pour les besoins de l'épreuve, les données ont été modifiées, complétées et adaptées. De ce fait, elles ne correspondent plus à la réalité même si elles restent cohérentes.

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	2/24

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie.

Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

► **Concours externe du CAPET de l'enseignement public :**

- **option sciences et technologies culinaires :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
E D E	8 5 1 0 E	1 0 2	7 3 9 4

- **option sciences et technologies des services en hôtellerie et restauration :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
E D E	8 5 2 0 E	1 0 2	7 3 9 4

« LE MAS CÉVENOL »

LE MAS CÉVENOL est un établissement hôtelier implanté au cœur du Parc National des Cévennes, dans le sud du département de la Lozère, à proximité des gorges du Tarn.

L'établissement est ouvert 330 jours par an. Il est constitué d'un hôtel 2 étoiles de 30 chambres, et d'un restaurant de 28 places ouvert midi et soir.

Toutes les chambres ont vue sur un magnifique parc arboré de châtaigniers centenaires, en surplomb du Tarn. Compte tenu de leur structure pouvant accueillir 2, 3, et jusqu'à 4 personnes, les chambres sont affichées, respectivement aux prix de 50 €, 55 €, et 60 €. L'accès au Wifi est gratuit.

Le restaurant sert une cuisine de terroir qui met en valeur les produits du Parc National des Cévennes. Le chef privilégie un approvisionnement local en circuit court. La salle de restaurant s'ouvre sur le parc, ainsi que sur la piscine grâce à ses larges baies vitrées.

Trois menus sont proposés à la clientèle aux prix de 18 €, 22 € et 30 €, en plus de la carte.

LE MAS CÉVENOL est la propriété de la famille Cassagnes depuis plusieurs générations. Actuellement, l'hôtel-restaurant est exploité sous forme de société anonyme (SA), composée de 7 actionnaires, tous membres de la famille. Le terrain et les murs sont loués par la SA à une société civile immobilière (SCI) dont les associés sont également membres de la famille Cassagnes.

Fin 2018, les parents, Pierre et Marthe Cassagnes se retireront de l'exploitation, ainsi que du capital de la SA. La société anonyme se transformera en société par actions simplifiée (SAS).

Pour la deuxième année consécutives, l'exploitation se révèle être déficitaire. La nouvelle génération qui va prendre les commandes est résolue à inverser la tendance en proposant une offre d'hébergement plus en adéquation avec le tourisme du Parc National des Cévennes. Des travaux vont être menés dans ce sens à l'hôtel.

Afin d'aider et de conseiller les dirigeants, il vous est demandé de traiter les dossiers suivants :

- Dossier 1 - Analyse de l'exploitation et de la situation financière de l'entreprise
- Dossier 2 - Tirer parti des atouts du Parc National des Cévennes et écotourisme.
- Dossier 3 - Positionnement commercial de l'entreprise

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	3/24

Dossier 1 – Analyse de l'exploitation et de la situation financière de l'entreprise

Les clients du MAS CÉVENOL sont majoritairement des touristes du Parc National. En hébergement, ils représentent environ 80 % du chiffre d'affaires. Ces dernières années, l'hôtel constate une désaffection de cette clientèle, qui semble lui préférer les concurrents labellisés écotourisme, ainsi que l'hôtellerie de plein air haut de gamme.

De son côté, le restaurant jouit d'une bonne réputation. Sa cuisine, élaborée à partir de produits provenant essentiellement du Parc National, fidélise une clientèle locale et touristique.

En 2017, l'effectif permanent a été réduit à 5 salariés, un départ volontaire n'a pas été remplacé.

1.1 – À l'aide du dossier documentaire, compléter le tableau de calcul des principaux indicateurs commerciaux pour les exercices 2016 et 2017 (annexe A à rendre avec la copie) ainsi que le tableau de gestion pour l'exercice 2017 (annexe B à rendre avec la copie).

1.2 – Analyser l'exploitation de l'entreprise, en 2017, ainsi que son évolution par rapport à 2016 (activité, coûts, profitabilité).

Actuellement, LE MAS CÉVENOL est une société anonyme composée de 7 actionnaires de la même famille. Les parents, Pierre et Marthe Cassagnes souhaitent prendre leur retraite, et se retirer définitivement de l'exploitation. Les actionnaires ont décidé de transformer la SA en SAS au cours de l'année 2018.

Dans le même temps pour lutter contre la concurrence, les enfants Cassagnes souhaitent engager des modifications dans l'offre de services. Pour cela, ils envisagent d'engager divers travaux de rénovation à l'hôtel ; il est notamment prévu d'équiper les douches et les lavabos de réducteurs de débit d'eau, d'installer des panneaux solaires sur le toit de l'hôtel pour la production d'eau chaude ; de refaire l'agencement et l'isolation des chambres en utilisant des essences de bois locales.

Cet investissement est chiffré globalement à 70 000 € ; il serait intégralement financé par un emprunt.

Mais, au vu des derniers comptes annuels, le commissaire aux comptes souhaite rencontrer monsieur Cassagnes afin de discuter des risques liés à la situation financière de l'entreprise. Il envisage de lancer une procédure d'alerte. Il souhaite discuter la possible continuité d'exploitation et attend un retour quant aux capitaux propres négatifs et à la situation vis-à-vis des fournisseurs.

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	4/24

Afin de préparer l'entretien avec le commissaire aux comptes, monsieur Cassagnes vous charge de plusieurs travaux :

1.3 – L'article L 225-248 du code du commerce définit les obligations légales et la procédure à suivre lorsque les capitaux sont inférieurs à la moitié du capital.

Dans une note structurée destinée à la famille Cassagnes, rappeler :

- le rôle et l'importance des capitaux propres ;*
- les caractéristiques d'un état de cessation de paiement ;*
- les objectifs de la procédure de sauvegarde des entreprises.*

1.4 – Après analyse des principaux indicateurs financiers proposés dans le dossier documentaire, vous êtes chargé(e) d'établir un commentaire présentant la situation financière de l'entreprise en 2017, ainsi que son évolution. Proposer des solutions argumentées pour régulariser la situation.

Dossier 2 - Tirer parti des atouts du parc national des Cévennes et s'ouvrir à l'écotourisme

La nouvelle génération des Cassagnes pense que l'attractivité commerciale de l'établissement doit être renforcée en répondant davantage aux attentes de la clientèle touristique du parc national des Cévennes. La définition d'offres packagées centrées sur l'écotourisme et, en parallèle, des décisions permettant de diminuer l'empreinte écologique sont envisagées. Cette démarche doit s'accompagner d'une réflexion sur la politique de prix dans le cadre d'une stratégie de commercialisation et communication repensée autour du digital...

L'association « Cévennes écotourisme » rassemble une centaine de professionnels du tourisme qui ont choisi de s'engager ensemble dans une démarche de progrès pour un tourisme de qualité dans le respect de l'environnement naturel et culturel des Cévennes. L'écotourisme est en effet la clé de voûte de la destination touristique « Parc national des Cévennes ».

La famille Cassagnes souhaite rejoindre l'association pour être accompagnée et conduire ses projets.

2.1. À l'aide du dossier documentaire, repérer les principales caractéristiques du parc national des Cévennes et du tourisme cévenol qui justifient l'engagement des professionnels dans l'écotourisme.

2.2. Distinguer précisément ce qui différencie écotourisme, tourisme durable et tourisme équitable.

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	5/24

Tournez la page S.V.P.

Les pratiques engagées par les adhérents de l'association en matière d'écotourisme peuvent être regroupées en quelques grandes thématiques : maîtriser l'énergie, économiser l'eau, gérer les déchets, pratiquer des achats responsables, favoriser l'échange et la rencontre, préserver et valoriser le patrimoine architectural, naturel et culturel, agir socialement.

2.3. Illustrer par des exemples le thème « préserver et valoriser le patrimoine architectural, naturel et culturel ».

2.4. Identifier les principaux acteurs dans la promotion de l'écotourisme en pays cévenol. Précisez le rôle de chacun et montrez les enjeux d'un rapprochement du MAS CÉVENOL avec ces acteurs.

Dossier 3 – Analyse du positionnement commercial de l'entreprise

La famille Cassagnes souhaite rendre crédible son engagement dans les valeurs de l'écotourisme par la conception et la mise en œuvre d'actions commerciales complémentaires à ses décisions de diminution de son empreinte écologique.

3.1. À l'aide du dossier documentaire, présenter le profil-type de l'écotouriste (caractéristiques socioéconomiques, caractéristiques écotouristiques, caractéristiques commerciales).

Faire du Mas CÉVENOL un établissement positionné dans l'écotourisme nécessite de repenser l'offre en adéquation avec les attentes de la cible visée, celles des écotouristes.

La famille Cassagnes souhaite définir son positionnement selon deux axes « service et plaisir » :

- Service décliné sur les dimensions de l'accueil et du conseil.
- Plaisir décliné sur la recherche d'émotions, le respect d'engagements et de valeurs.

3.2. Après avoir rappelé les principes et l'intérêt d'une stratégie de positionnement, justifier celle adoptée par la famille Cassagnes face aux attentes de la cible visée.

3.3. Selon vous, le choix de ces deux axes conduit-il la famille Cassagnes à définir un bon positionnement ? Justifier votre réponse en argumentant.

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	6/24

Ce positionnement incite la famille Cassagnes à proposer aux écotouristes des séjours touristiques qui soient de véritables expériences à vivre en offrant une promesse de voyage. Au-delà de la clientèle estivale, Il s'agit en particulier de développer l'activité sur les ailes de saison. Dans la perspective de confier le montage de ces séjours au Syndicat Mixte du Pays des Cévennes, immatriculé au Registre des Opérateurs de Voyages et de Séjours et dépendant de la chambre de commerce et d'industrie d'Alès, la famille Cassagnes vous charge de les imaginer.

3.4. Proposer un exemple de séjour en précisant les éléments constitutifs du produit touristique imaginé.

La famille Cassagnes souhaite rendre encore davantage crédible son engagement dans l'écotourisme : elle souhaite obtenir la marque « Esprit parc national ». Cette marque « Esprit parc national » s'apparente davantage à un label.

3.5. Distinguer les deux notions de marque et de label, puis préciser les avantages (environnementaux, commerciaux, économiques) et les contraintes (financières, organisationnelles, humaines) que peut procurer l'obtention de la marque « Esprit parc national » ?

La famille Cassagnes pense que sa présence sur Internet doit la conduire à adopter une stratégie digitale multicanale. Elle ne souhaite pas se contenter de son propre site Internet et de sa présence sur les sites des parcs nationaux ou encore de l'association « Cévennes écotourisme ». A cet effet, elle s'interroge sur la politique de prix à conduire compte tenu des dispositions récentes permises par la loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques, dite « loi Macron ». Cette loi, adoptée le 16 juin 2015, a supprimé la clause de parité tarifaire « qui oblige les hôteliers à proposer les mêmes tarifs sur tous leurs canaux de réservation ».

3.6. À l'attention de la famille Cassagnes, énoncer le principe de cette clause de parité tarifaire et les arguments avancés par ses détracteurs et ses défenseurs. Approfondir à cette occasion la notion de guerre des prix et ses conséquences.

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	7/24

DOCUMENT 1 - Compte de résultat en liste des exercices 2016 et 2017

	Exercice 2016	Exercice 2017
Produits d'exploitation		
Ventes de marchandises	0	0
Production vendue (biens)	0	0
Production vendue (services)	438 224	424 784
Chiffre d'affaires net	438 224	424 784
Production stockée	0	0
Production immobilisée ou consommée	4 480	4 819
Subvention d'exploitation	540	0
Reprises sur dépréciations et provisions	0	0
Autres produits	0	0
Total des produits d'exploitation	443 244	429 603
Charges d'exploitation		
Achats de marchandises	0	0
Variation de stocks	0	0
Achats de matières premières et autres approvisionnements	85 054	94 700
Variation de stocks	7 864	-1 000
Autres achats et charges externes	135 083	136 465
Impôts, taxes et versements assimilés	11 719	11 542
Salaires et traitements	169 302	135 444
Charges sociales	49 944	39 956
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions :		
Sur immobilisations : dotations aux amortissements	20 447	21 426
Sur immobilisations : dotations aux dépréciations	0	0
Sur actif circulant : dotations aux dépréciations	0	0
Pour risques et charges : dotations aux provisions	0	0
Autres charges	354	269
Total des charges d'exploitation	479 767	438 802
Résultat d'exploitation	-36 523	-9 199
Produits financiers		
De participations	0	0
D'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé	0	0
Autres intérêts et produits assimilés	0	0
Reprises sur dépréciations, provisions et transfert de charges	0	0
Total des produits financiers	0	0
Charges financières		
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions	0	0
Intérêts et charges assimilées	2 505	2 915
Total des charges financières	2 505	2 915
Résultat financier	-2 505	-2 915
Résultat courant avant impôt	-39 028	-12 114
Produits exceptionnels		
Sur opération de gestion	1 816	0
Sur opération en capital	0	0
Reprises sur dépréciations, provisions et transfert de charges	0	0
Total des produits exceptionnels	1 816	0
Charges exceptionnelles		
Sur opération de gestion	32	5 480
Sur opération en capital	0	0
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions	0	0
Total des charges exceptionnelles	32	5 480
Résultat exceptionnel	1 784	-5 480
Participation des salariés aux résultats	0	0
Impôts sur les bénéfices	0	0
Total des produits	445 060	429 603
Total des charges	482 304	447 197
Résultat de l'exercice	-37 244	-17 594

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	8/24

DOCUMENT 2 - Informations comptables et commerciales complémentaires

Détail du poste « Production vendue »	2016	2017
Hébergement	175 245 €	165 913 €
Petits déjeuners	34 578 €	33 528 €
Restauration	228 401 €	225 343 €

Détail du poste « Production immobilisée ou consommée »	2017
Restauration	4 819 €

Détail du poste « Achats de matières premières et autres	2017
Produits d'accueil	3 131 €
Nourriture et boissons petits déjeuners	7 499 €
Nourriture et boissons restaurant	84 070 €

Détail du poste « Variation des stocks » exercice	2017
Produits d'accueil	- 192 €
Nourriture et boissons petits déjeuners	- 461 €
Nourriture et boissons restaurant	- 347 €

Détail du poste « Autres achats et charges externes »	2017
Achats non stockés	40 911 €
Locations immobilières (SCI)	12 000 €
Entretien et réparations	54 712 €
Primes d'assurances	5 203 €
Cotisations diverses	4 677 €
Honoraires	8 300 €
Publicité	3 541 €
Transport de biens	1 278 €
Frais postaux et de télécommunications	4 287 €
Services bancaires	1 556 €

Détail du poste « Intérêts et charges assimilées »	2017
Intérêts d'emprunt	1 556 €
Commissions sur moyens de paiement (cartes de crédit et titres restaurant)	1 359 €

Ratios exercice 2016 « LE MAS CÉVENOL »:	% du C.A.
Coût matière	20,2 %
Coût du personnel	49,9 %
Frais généraux	31,2 %
Coûts d'occupation	7,7 %

Données commerciales :	2016	2017
Nombre de chambres vendues	3 186	3 017
Nombre de clients hébergés	6 404	6 209
Nombre de petits déjeuners vendus	5 763	5 588
Nombre de repas vendus	11 307	11 001
<i>Dont aux clients de l'hôtel</i>	2 690	2 483
Prix de vente HT du petit déjeuner	6,00 €	6,00 €

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	9/24

DOCUMENT 3 - Bilan au 31 décembre 2016 (SA LE MAS CÉVENOL)

Actif	2016			Passif	2016 Net
	Brut	Amorts & Dépr.	Net		
<u>ACTIF IMMOBILISE</u>				<u>CAPITAUX PROPRES</u>	
Immobilisations incorporelles				Capital	38 112
Frais d'établissement				Réserve légale	3 811
Frais de recherche et de développement				Report à nouveau	-8 650
Concessions, brevets, licences, logiciels, et droits similaires	890	890	0	Résultat de l'exercice	-37 244
Fonds commercial				Subvention d'investissement	
Immobilisations corporelles				Total I	-3 971
Terrains					
Constructions				PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	
Installations techniques, matériel et outillage industriels	74 427	65 048	9 379	Provisions pour risques	
Autres immobilisations corporelles	461 130	301 986	159 144	Provisions pour charges	
Immobilisations financières				Total II	0
Participations					
Prêts					
Autres immobilisations financières	240		240		
Total I	536 687	367 924	168 763		
<u>ACTIF CIRCULANT</u>				DETTES	
<u>Stocks et en cours</u>				Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit (1)	18 074
Matières premières et autres approvisionnements	20 639		20 639	Emprunts et dettes financières divers (2)	41 826
Produits intermédiaires et finis				Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	
Marchandises				Fournisseurs et comptes rattachés	140 919
Avances et acomptes versés sur commandes	0		0	Dettes fiscales et sociales (3)	33 796
Créances				Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	
Clients et comptes rattachés	5 389		5 389	Autres dettes (4)	10 936
Autres créances	0		0		
Valeurs mobilières de placement	9 810		9 810		
Disponibilités	29 077		29 077		
Charges constatées d'avance (3)	7 902		7 902	Produits constatés d'avance	
Total II	72 817	0	72 817	Total III	245 551
Total général	609 504	367 924	241 580	Total général	241 580
				(1) dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque	0,00

Session
2018

CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS

Durée	5 heures
Coefficient	2
Page	10/24

DOCUMENT 4 - Bilan au 31 décembre 2017 (SA LE MAS CÉVENOL)

Actif	2017			Passif	2017
	Brut	Amorts & Dépr.	Net		
ACTIF IMMOBILISE					
Immobilisations incorporelles :					
Frais d'établissement				Capital	38 112
Frais de recherche et de développement				Réserve légale	3 811
Concessions, brevets, licences, logiciels, et droits similaires		890	0	Report à nouveau	-45 894
Fonds commercial	890			Résultat de l'exercice	-17 594
Immobilisations corporelles :				Subvention d'investissement	
Terrains				Total I	-21 565
Constructions					
Installations techniques, matériel et outillage industriels	77 880	68 362	9 518	PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	
Autres immobilisations corporelles	459 835	318 803	141 032	Provisions pour risques	0
Immobilisations financières :				Provisions pour charges	0
Participations				Total II	0
Prêts					
Autres immobilisations financières	240		240		
Total I	538 845	388 055	150 790	DETTES	
ACTIF CIRCULANT				Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit (1)	25 808
Stocks et en cours:				Emprunts et dettes financières divers (2)	36 386
Matières premières et autres approvisionnements	21 639		21 639	Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	0
Avances et acomptes versés sur commandes	0		0	Fournisseurs et comptes rattachés	1 353 196
Créances :				Dettes fiscales et sociales (3)	26 423
Clients et comptes rattachés	3 226		3 226	Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	0
Autres créances	0		0	Autres dettes (4)	10 593
Valeurs mobilières de placement	0		0		
Disponibilités	18 193		18 193		
Charges constatées d'avance (3)	5 616		5 616	Produits constatés d'avance	0
Total II	48 674	0	48 674	Total III	1 452 406
Total général	587 519	388 055	199 464	Total général	199 464

(1) Dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque: 0

(2) Entièrement constitué des comptes courants d'actionnaires

4 294

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	
	Durée	5 heures
	Coefficient	2
	Page	11/24

DOCUMENT 5 - Notes sur les capitaux propres

On parle de capitaux propres ou fonds propres pour définir tout ce que l'entreprise possède à l'exception de ses dettes. Les capitaux propres constituent une ressource stable pour l'entreprise (l'autre ressource étant l'endettement). La loi oblige les sociétés à détenir un montant minimal de capitaux propres au moins égal à la moitié du capital social, dans le cas contraire l'entreprise doit procéder à une assemblée générale, décider de son sort et soit régulariser sa situation dans les 2 ans soit dissoudre l'entreprise.

Solvabilité et capitaux propres

Les capitaux propres, en tant que ressource stable de l'entreprise, permettent de financer les investissements. Ainsi, avoir des capitaux propres importants constitue une garantie de solvabilité de l'entreprise. Autrement dit, plus les capitaux propres sont importants, plus la capacité de l'entreprise à honorer ses engagements sur le long terme est importante. Une entreprise avec des capitaux propres négatifs est une entreprise qui doit plus qu'elle ne possède. On comprend l'importance des capitaux propres pour la confiance des créanciers.

Capitaux propres et endettement

Il est intéressant de comparer les capitaux propres d'une entreprise avec le montant de ses dettes pour comprendre d'où proviennent les ressources de l'entreprise. Ce ratio permet de mesurer le degré d'exposition d'une société aux risques extérieurs. Plus les capitaux propres représentent un faible pourcentage des ressources de l'entreprise (soit un fort recours à l'endettement), plus la société sera exposée. Les capitaux propres sont donc un indicateur essentiel de la solidité financière d'une entreprise.

Source : l-expert-comptable.com

Article L225-248 du code du commerce

Si, du fait de pertes constatées dans les documents comptables, les capitaux propres de la société deviennent inférieurs à la moitié du capital social, le conseil d'administration ou le directoire, selon le cas, est tenu dans les quatre mois qui suivent l'approbation des comptes ayant fait apparaître cette perte, de convoquer l'assemblée générale extraordinaire à l'effet de décider s'il y a lieu à dissolution anticipée de la société.

Si la dissolution n'est pas prononcée, la société est tenue, au plus tard à la clôture du deuxième exercice suivant celui au cours duquel la constatation des pertes est intervenue et sous réserve des dispositions de l'article L. 224-2 de réduire son capital d'un montant au moins égal à celui des pertes qui n'ont pas pu être imputées sur les réserves, si, dans ce délai, les capitaux propres n'ont pas été reconstitués à concurrence d'une valeur au moins égale à la moitié du capital social.

Dans les deux cas, la résolution adoptée par l'assemblée générale est publiée selon les modalités fixées par décret en Conseil d'État.

À défaut de réunion de l'assemblée générale, comme dans le cas où cette assemblée n'a pas pu délibérer valablement sur dernière convocation, tout intéressé peut demander en justice la dissolution de la société. Il en est de même si les dispositions du deuxième alinéa ci-dessus n'ont pas été appliquées. Dans tous les cas, le tribunal peut accorder à la société un délai maximal de six mois pour régulariser la situation. Il ne peut prononcer la dissolution, si, au jour où il statue sur le fond, cette régularisation a eu lieu.

Les dispositions du présent article ne sont pas applicables aux sociétés en procédure de sauvegarde ou de redressement judiciaire ou qui bénéficient d'un plan de sauvegarde ou de redressement judiciaire.

Source : legifrance.gouv.fr

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	12/24

Tournez la page S.V.P.

DOCUMENT 6 - Indicateurs financiers 2016 et 2017 (SA LE MAS CÉVENOL)

Éléments	2016	2017	Variation
Ressources stables	408 853	409 390	537
Emplois stables	536 687	538 845	2 158
Fonds de roulement net global (FRNG)	-127 834	-129 455	-1 621
Actifs circulants d'exploitation	33 930	30 481	-3 449
Passifs circulants d'exploitation	189 715	163 242	-26 473
Besoin en fonds de roulement d'exploitation (BFRE)	-155 785	-132 761	23 024
Actifs circulants hors exploitation	9 810	0	-9 810
Passifs circulants hors exploitation	10 936	10 593	-343
Besoin en fonds de roulement hors exploitation	-1 126	-10 593	-9 467
Besoin en fonds de roulement (BFR)	-156 911	-143 354	13 557
Trésorerie actif	29 077	18 193	-10 884
Trésorerie passif	0	4 294	4 294
Trésorerie nette (TN)	29 077	13 899	-15 178
Vérification (FRNG - BFR = TN)	29 077	13 899	-15 178

Indicateurs	Formules	2016	2017	Normes
Ratio de solvabilité	Capitaux propres / Total bilan	-7,9%	-18,33 %	> 30%
Ratio de liquidité générale	Actif circulant / Passif exigible à court terme	0,4 %	0,3 %	>1
Délai de rotation des stocks	(Stock moyen / Consommation de l'exercice) x 360	80	83	
Délai de paiement fournisseurs	(Dettes fournisseurs / Achats TTC) x 360	224	243	
Vétusté des immobilisations	Immo. corpo. nettes / Immo. corpo. brutes	31,47%	28,00 %	50%
Capacité d'autofinancement	Produits encaissables – Charges décaissables	-16 797	3 832	
Capacité de remboursement	Dettes financières totales y compris CBC / CAF	NA	16,2	3

CBC : Concours bancaires courants

CAF : Capacité d'autofinancement

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	13/24

DOCUMENT 7 - Le parc national des Cévennes

Les Cévennes forment une chaîne montagneuse faisant partie du Massif central, située entre les départements de la Lozère et du Gard, prolongeant au sud les monts du Vivarais situés en Ardèche et en Haute-Loire, et au nord les monts de Lacaune et de l'Espinouse situés en partie dans le département de l'Hérault.

Création	2 septembre 1970
Situation	Départements : Lozère (48), Gard (30) et Ardèche (07) Région : Languedoc-Roussillon et Rhône-Alpes Communes : 152 (dont 55 partiellement en cœur de parc)
Cœur de parc	Superficie : 93 500 ha Altitude minimale : 388 m Altitude maximale : 1699 m (Sommet de Finiels)
Aire optimale d'adhésion	Superficie : 278 500 ha Altitude minimale : 137 m Altitude maximale : 1509 m
Habitants permanents	76 000 au global
Espaces protégés	Natura 2000 : 23 sites
Relations internationales	Jumelages : Parc du Saguenay (Québec) et Parc du Montseny (Catalogne) Reconnaitances de l'UNESCO : Réserve de la Biosphère (1985) Inscription des Causses et des Cévennes sur la liste du patrimoine mondial (2011)
Flore	Riche et diversifiée (11 000 espèces dont 2 250 plantes à fleurs), avec des associations végétales remarquables et endémiques, en particulier dans les tourbières du mont Lozère et du Mont Aigoual, dans la pseudo-steppe caussenarde, unique en France, et dans la châtaigneraie anthropique des Cévennes.
Faune	2 410 espèces dont 45% des vertébrés et 2/3 des mammifères que l'on rencontre en France. 20 espèces de chiroptères sur les 30 recensés en France. Nombreux rapaces, très menacés : aigle royal, circaète Jean-le-Blanc, faucon pèlerin, grand-duc... Site privilégié d'implantation des vautours fauve, moine et percnoptère, et du gypaète barbu.

Source : www.parcsnationaux.fr

DOCUMENT 8 - Le tourisme dans le parc national des Cévennes

C'est certainement dans ce domaine où aujourd'hui, les résultats du parc sont les plus spectaculaires. Entre 1980 et 1995, il a connu un doublement de sa fréquentation touristique tous les 6 ans. Depuis l'an 2000, on peut évaluer cette dernière à près d'un million de personnes par an. 25 % d'entre elles viennent en Cévennes spécialement pour visiter le parc national, avec une durée moyenne de séjour de 8 jours.

Les flux économiques produits par la clientèle spécifiquement « Parc », induisent aujourd'hui près de 1 500 emplois permanents, essentiellement dans les services (30 % des emplois du secteur tertiaire de la zone d'adhésion du Parc), mais aussi dans l'agro-tourisme.

Source : fr.wikipedia.org

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	14/24

Tournez la page S.V.P.

DOCUMENT 9 - L'écotourisme ?

« C'est une forme de voyage dans un espace naturel qui contribue à la préservation de l'environnement et au bien-être des populations locales » (The International Ecotourism Society)

L'Écotourisme :

1. rassemble toutes les formes de tourisme axées sur la nature et dans lesquelles la principale motivation est d'observer et d'apprécier la nature ainsi que les cultures traditionnelles qui règnent dans les zones naturelles.
2. consacre une grande importance à l'éducation et à l'interprétation de l'environnement.
3. est généralement organisé pour des groupes restreints par de petites entreprises locales spécialisées.
4. favorise la protection des zones naturelles, et veille au bien-être des populations locales :
 - en procurant des avantages économiques aux communautés d'accueil, aux organismes et aux administrations qui veillent à la préservation des zones naturelles ;
 - en créant des emplois et des sources de revenus pour les populations locales ;
 - en favorisant une prise de conscience chez les habitants du pays d'accueil comme chez les touristes de la nécessité de préserver le capital naturel et culturel ;
 - en privilégiant la mixité sociale et le mélange des cultures.

L'écotourisme en pratique

Les adhérents du réseau Cévennes écotourisme ont choisi de s'engager afin de réduire leurs impacts sur l'environnement et de contribuer au développement durable du territoire du Parc national des Cévennes. Ils ont fait un pari, celui de vous faire découvrir et comprendre leur cadre de vie d'exception pour mieux le respecter et participer à sa préservation.

Source : www.cevennes-ecotourisme.com/Historique

DOCUMENT 10 - Rejoindre « Cévennes Écotourisme »



Notre réseau

Ces professionnels résident sur le territoire du Parc national des Cévennes. Ils sont hébergeurs, accompagnateurs, restaurateurs, sites touristiques... et ont tous pris le parti de réduire leur impact sur l'environnement tout en redonnant du sens au voyage.

Notre document cadre

Nos engagements s'appuient sur un document cadre : la Charte Européenne du Tourisme Durable en Espaces Protégés (CETD).

Conduit par Europarc (fédération des espaces protégés européens), la charte décline les principes du développement durable au tourisme.

Le Parc national des Cévennes est signataire de la CETD depuis 2002 et a confié l'accompagnement des professionnels du tourisme dans cette démarche à l'association Cévennes écotourisme.

Ainsi, tout professionnel du tourisme habitant et travaillant sur le territoire du Parc, peut nous rejoindre pour s'engager au côté du Parc national des Cévennes afin d'avancer dans le sens du tourisme durable.

La CETD n'est pas un label et seule la volonté de progresser conditionne les candidatures. Répondre aux enjeux des territoires protégés en offrant la possibilité de concilier "tourisme" et "protection de l'environnement". La charte a comme objectif d'impliquer les acteurs de l'espace protégé ainsi que les personnes qui vivent, travaillent ou séjournent dans cet espace protégé dans la mise en œuvre d'un tourisme respectueux des ressources naturelles, culturelles et sociales.

Vivre l'écotourisme avec nous

Tous nos adhérents ont la volonté de vous recevoir « autrement », en complicité avec les habitants des villages ou des petits hameaux.

Parce qu'ils aspirent à un accueil en harmonie avec un patrimoine exceptionnel, qui accorde une place centrale et constante au respect de notre environnement naturel.

Tout cela bien évidemment dans le partage et le plaisir !

Source : cevennes-ecotourisme.com

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	15/24

DOCUMENT 11 - La charte européenne du tourisme durable

Depuis sa création, l'établissement public du Parc national soutient le développement d'un tourisme durable sur le territoire. Aujourd'hui, il construit et promeut, avec les professionnels du secteur, une destination touristique Parc national des Cévennes fondée sur les principes de l'écotourisme.

La charte européenne du tourisme durable

Le Parc participe à la rédaction de la Charte européenne du tourisme durable (CETD) qu'il met en œuvre dès 2002 sur le territoire. Il conduit alors des actions phares : structuration d'une offre de sentiers de promenade randonnée (PR), création du Festival Nature, mise en place des écomusées...

Un réseau de professionnels engagés dans l'écotourisme auprès du Parc national

Il fédère également un réseau de professionnels du tourisme locaux, dynamiques et innovants, au sein de l'association Cévennes Ecotourisme et les conduit jusqu'à la certification. Des formations, des outils, des actions de promotion sont proposés gratuitement à ces professionnels. Ils sont à ce jour 75 professionnels agréés.

Les agences de voyage et les offices de tourisme s'engagent

La CETD s'applique aujourd'hui aux agences de voyage avec lesquelles le Parc national travaille à la mise sur le marché de séjours 100 % écotouristiques sur le territoire. Chamina Voyages, Cévennes Évasion Voyages Nature, et Languedoc Nature sont désormais signataires de la CETD.

De la même manière, les offices de tourisme peuvent également s'engager dans la charte du tourisme durable. C'est le cas des offices de tourisme Cévennes Gorges du Tarn, Mont Aigoual Causses Cévennes, Mende Cœur de Lozère et Cévennes Grand Sud.

Source : www.cevennes-parcnational.fr/fr

DOCUMENT 12 - Enquête de l'association « Cévennes Écotourisme »

En 2014, l'association a mené une enquête qualitative auprès de ses adhérents hébergeurs, afin de mieux connaître la clientèle écotouristique, et ainsi améliorer l'offre ; les résultats de cette enquête sont communiqués ci-dessous :

Critères de choix de la destination Cévennes :

Les personnes interrogées devaient citer les 3 premiers critères ayant déterminé le choix de la destination Cévennes :

48 % des personnes interrogées ont choisi cette destination pour la beauté du paysage,

42 % des personnes interrogées ont choisi cette destination pour son offre en randonnées,

39 % pour le Parc National des Cévennes.

Tranquillité, découverte d'une région, sont des critères de choix moins représentés. La notoriété du lieu, le rapport qualité/prix, l'offre écotouristique, l'offre en activité pleine nature, la proximité du lieu d'habitation, sont les critères les moins récurrents.

Nombre de venues dans le Parc National des Cévennes :

35 % des personnes interrogées n'étaient jamais venues en Cévennes ; les Cévennes attirent donc de nouveaux visiteurs.

40 % des personnes interrogées sont déjà venues entre 1 et 5 fois ; l'offre est donc intéressante pour eux car ils reviennent.

25 % d'entre eux sont venus plus de 5 fois (dont 1/6 sont venus près de la famille) ; la motivation principale n'est donc pas la famille, mais bien l'attrait qu'exerce le territoire sur eux.

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	16/24

DOCUMENT 12 - Enquête de l'association « Cévennes Écotourisme » (suite)

Comment avez-vous connu l'hébergement dans lequel vous résidez ? :

38 % par internet (dont une moitié grâce aux sites de Cévennes écotourisme, des hébergeurs, du Chemin de Stevenson, et du Parc National des Cévennes ; l'autre moitié par d'autres sites de réservation en ligne tel que Booking.com...),

23 % par le bouche-à-oreille,

4 % par des brochures,

6 % par les offices de tourisme,

8 % par les guides touristiques,

21 % par d'autres moyens (guide du club automobile de Hollande, Maison de la Lozère à Paris, Panneau indicateur,...).

Internet et le bouche-à-oreille restent les deux meilleurs moyens d'information pour les visiteurs.

Sensibilité des visiteurs aux valeurs de l'écotourisme :

Éléments	Dans la vie quotidienne	En vacances
La maîtrise de l'eau et des énergies	92%	61%
La maîtrise des déplacements	55%	30%
L'échange et la rencontre	79%	61%
Le respect de la nature	93%	66%
La découverte culturelle	69%	66%
L'action sociale	55%	32%
La pratique d'achats responsables	72%	64%

Les sensibilités aux valeurs de l'écotourisme sont moins fortes en règle générale en vacances que dans la vie quotidienne ; en vacances le respect de la nature et la découverte culturelle sont prépondérants.

Avez-vous mis en œuvre des gestes éco responsables ?

47 % des personnes interrogées ont « pratiqué » la gestion de l'eau,

32 % la gestion de l'énergie,

24 % la maîtrise des déplacements,

40 % les achats responsables.

Si l'on compare la sensibilité aux valeurs de l'écotourisme et la mise en pratique de gestes éco responsables, on constate qu'un pourcentage légèrement moindre de personnes interrogées met en pratique des éco-gestes, par rapport à leur sensibilité.

Citez trois mots qui évoquent pour vous l'écotourisme :

À cette question, ont été cités le plus souvent : RESPECT – NATURE – ENVIRONNEMENT, puis TOURISME – DECOUVERTE, ou encore SOLIDARITE, RESPONSABILITE, RENCONTRE AVEC L'HABITANT.

Comment qualifier des vacances écotouristiques ? :

Cette question permettait de vérifier ou non les préjugés souvent cités concernant l'écotourisme :

83 % des interrogés trouvent les vacances écotouristiques « enrichissantes »,

11 % les trouvent « contraignantes »,

10 % les trouvent « coûteuses ».

D'après les pourcentages, les préjugés ne sont donc pas si ancrés.

Activités pratiquées durant le séjour :

81 % des personnes interrogées ont pratiqué la randonnée pédestre, 37 % la baignade, 26 % des activités culturelles, 24 % des sorties nature, 13 % des activités de bien être, 12 % des sorties en canoë, 8 % des randonnées à dos d'âne, 5 % du VTT.

La découverte du territoire se fait en majorité grâce à l'hébergeur ; il constitue une source d'informations importantes.

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	17/24

DOCUMENT 12 : Enquête de l'association « Cévennes Écotourisme » - suite

Satisfaction :

90 % des personnes interrogées conseilleraient cet hébergement à des amis.

Éléments	Vos satisfactions
Être accueilli chaleureusement	92 %
Découvrir le milieu naturel	89 %
Découvrir le patrimoine culturel	55 %
Participer à la vie culturelle locale	22 %
Acheter des produits locaux	66 %
Rencontrer, échanger, partager	53 %
Etre sensibilisé à la gestion de l'énergie et des déchets	34 %
Pratiquer la mobilité douce (à pied, à vélo, covoiturage, transports en commun,...)	29 %

Le profil :

La majorité des touristes interrogés sont des familles.

Plus de 50 % ont entre 40 et 59 ans.

Les catégories socio professionnelles majoritaires sont les CSP +, soit les cadres et professions libérales.

78 % de français, puis 8.4 % de belges, 4 % d'allemands, puis hollandais, suisses, et anglais.

Les français viennent en priorité des régions Rhône Alpes, PACA, et Bretagne

29 % proviennent de villes de plus de 100000 habitants ; 21 % de villes de 20000 à 100000 habitants.

Source : association Cévennes Ecotourisme

DOCUMENT 13 - Comment monter un produit touristique ?

La démarche de structuration de l'offre « Destination Cévennes » s'appuie sur la création de produits touristiques qui doivent s'afficher comme la vitrine de l'offre touristique des Cévennes.

Les séjours touristiques proposent aux voyageurs, de partir sur les ailes de saison, à la découverte des archipels de mondes à part cévenols. Ils visent les clientèles familles et CSP + dans un rayon de 3h sur des bassins émetteurs de PACA, Rhône Alpes et Languedoc Roussillon.

Ils se déclinent en 3 saisons : hiver, printemps et automne. Les typologies de clientèles sont segmentées en famille (individuels, couples, familles, amis et groupes).

Ils proposent des expériences à vivre et offrent une promesse de voyage :

Sportif : Se détendre la tête et le corps, se dépasser mentalement et physiquement par une pratique extrême, expérimenter un sport ou une pratique

Nature : se ressourcer dans un environnement et une nature préservée

Détente : contempler et se laisser fasciner par les Cévennes et les cévenols

Insolite : s'évader près de chez soi, dans des univers insolites, échanger avec les cévenols

Terroir : apprendre un art/une recette ...échanger avec les cévenols

Culture : découvrir des cultures, des produits et des saveurs, s'enrichir par la découverte et l'expérience

Vous avez une idée de produit touristique ? Nous pouvons vous aider dans son montage.

Les étapes proposées pour vous accompagner dans la création de ce type de produit touristique

- Construction du séjour et rédaction de l'offre produit.
- Chiffrage et calendrier.
- Préparation des supports visuels qui vont illustrer le produit de voyage.
- Rédaction définitive et présentation en comité d'agrément.
- Mise en ligne sur www.cevennes-tourisme.fr et commercialisation.
- Actualisation de l'offre et analyse des retours clients.

Source : www.cevennes-tourisme.fr/fr/il4-cevennes_p182-comment-monter-un-produit-touristique.

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	18/24

Tournez la page S.V.P.

DOCUMENT 14 - Les attraits touristiques du parc national des Cévennes



Le Parc National des Cévennes est un territoire exceptionnel tant par la qualité de ses paysages et de son patrimoine, que par la richesse de sa biodiversité ; il abrite 70 espèces de mammifères, 195 espèces d'oiseaux, 16 espèces d'amphibiens, 15 espèces de reptiles, 23 espèces de poissons et plus de 2000 espèces d'invertébrés (dont 1824 insectes) ; les passionnés de nature auront la chance de voir évoluer dans leur habitat naturel des cerfs, des chevreuils, des castors, mais aussi des loutres, des vautours, des faucons pèlerins, des aigles royaux, et bien plus encore ; la flore n'est pas en reste puisque plus de 2300 espèces végétales ont été répertoriées dans le parc, dont 24 sont endémiques ; le Parc n'est pas seulement un site naturel à contempler. C'est un territoire vivant, témoin d'une histoire qui continue de s'écrire. Vous pourrez découvrir ce patrimoine fascinant à travers trois écomusées. Chaque année le Parc propose également le Festival Nature, dont le but est de faire découvrir à tous le patrimoine naturel et culturel cévenol à travers 400 animations gratuites réparties tout au long de l'année.

Musée du mont Lozère : Exposition permanente sur l'histoire du massif du Mont Lozère à travers sa géologie, sa faune et sa flore, son architecture, ses traditions...	
Musée du Désert : Histoire des Huguenots et des Camisards en Cévennes. Au coeur d'un hameau cévenol et de ses ruelles typiques, dans la maison natale du chef camisard Rolland, découvrez l'histoire des Huguenots et des camisards en Cévennes.	
Musée des vallées cévenoles : Lieu incontournable, pour qui souhaite pénétrer en profondeur l'âme et la culture du pays... Le musée des vallées cévenoles permet, grâce à ses riches collections, une découverte complète des Cévennes: manière dont l'homme a construit et entretenu les paysages.	

En 1985, le Parc National des Cévennes a été désigné Réserve de biosphère par l'UNESCO : conciliation entre biodiversité, développement économique et maintien des valeurs culturelles du territoire.

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	19/24

DOCUMENT 14 - Les attraits touristiques du parc national des Cévennes (suite)

<p>Les chevaux de Przewalski : Les derniers chevaux sauvages sont sur le Causse Méjean. Depuis 1990, l'association TAKH a entrepris la sauvegarde de cette espèce, et mène avec succès son expérience de préservation. Sur place : petite exposition et projection de films.</p>	
<p>Les bateliers des gorges du Tarn : Visite guidée et commentée de 8 km sur les eaux du Tarn pour approcher au plus près sa faune et sa flore</p>	
<p>La maison des vautours : Au cœur des Gorges de la Jonte, le Belvédère des vautours retrace l'histoire de la réintroduction des vautours dans leur milieu naturel.</p>	

Aujourd'hui encore la pratique d'un tourisme responsable reste une priorité pour le Parc National des Cévennes qui a réussi à maintenir l'équilibre entre l'homme et la nature.

Des paysages d'exception :

<p>Aven Armand, Dargilan et Bramabiau : On compte parmi les grands sites naturels, depuis la fin du XIXe siècle, trois cavités exceptionnelles découvertes par le père de la spéléologie française : Edouard-Alfred Martel. Avec son second, Louis Armand, il a permis l'ouverture au public de ces sites extraordinaires dès les années 1890.</p>	
<p>Les Bondons : Le paysage superbe dominant la cham des Bondons comprend des excentricités naturelles : l'Eschino d'aze (l'échine d'âne) et les puechs des Bondons, deux buttes coniques de marnes noires.</p>	
<p>Le bois de Païolive : A proximité des Vans (Ardèche), sur le territoire du Parc, le bois de Païolive, étonnante forêt de roches pétrifiées et de chêne blanc, s'étend sur 16 kilomètres.</p>	
<p>Les gorges du Tarn et de la Jonte : Vers la fin de l'ère primaire, les Causses sont recouverts d'eau. La mer se retire à la fin du Jurassique. Ce phénomène, conjugué à la poussée des Pyrénées et des Alpes, cause d'immenses failles, creusées encore par les différents cours d'eau, Tarn, Jonte, Dourbie, Lot. Avens, grottes et gorges se forment alors. Les gorges de la Jonte et les gorges du Tarn, sites exceptionnels, en sont les symboles.</p>	

Des circuits de randonnées : 275 sentiers de petite randonnée pour une balade en famille, soit 2249 km d'itinéraires balisés ; 29 balades patrimoine pour allier promenade et découverte ; pour partir pour plusieurs jours sur les chemins de Grande randonnée, avec un âne en Cévennes à l'instar de Stevenson, seul ou accompagné, les marcheurs itinérants auront le choix entre le célèbre chemin de Stevenson GR 70, le sentier linéaire des Gorges du Tarn, le chemin de Saint Guilhem GR 60 ou un des GR en boucle pour faire le tour d'un massif : Tour du Mont-Lozère, des Cévennes de l'Aigoual ou du causse Méjean.

Des sports de pleine nature : Les Cévennes et les gorges du Tarn sont un vaste terrain de jeu pour les amateurs de grand air et de sensations fortes : canoë, VTT, vias ferratas. En famille avec des enfants ou entre amis.

Détente, relaxation : De nombreuses structures sont équipées de saunas, jacuzzi, hammam, sans oublier le centre thermal de Bagnols les Bains.

D'autres découvertes : Les vacances en Cévennes, c'est aussi la découverte de nouveaux paysages gastronomiques dans les restaurants et auberges : pélardons, fromages du causse, charcuterie du mont Lozère, sans oublier les nombreuses douceurs au miel ou à la châtaigne, présentes notamment sur les marchés.

Source : vacances-cevennes.com

<p>Session 2018</p>	<p align="center">CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS</p>	<p>Durée</p>	<p>5 heures</p>
		<p>Coefficient</p>	<p>2</p>
		<p>Page</p>	<p>20/24</p>

La marque Esprit parc national

La marque « Esprit parc national » valorise des outils et des services proposés par des acteurs qui partagent les valeurs des parcs nationaux. C'est un nouvel outil au service de la destination parc national des Cévennes.

Les hébergements, les sorties accompagnées de découverte des patrimoines peuvent bénéficier de la marque Esprit parc national. Ce sera bientôt le cas des restaurants, des lieux de visite et des séjours. L'établissement public, en lien avec l'association Cévennes Ecotourisme, accompagne les entreprises de leur territoire signataires de la Charte européenne du tourisme durable jusqu'à l'obtention de la marque pour l'un ou pour l'ensemble des services qu'elles proposent.

L'adhésion à la marque est en effet conditionnée au respect d'un Règlement d'usage catégoriel (Ruc) qui précise, pour chaque type de service, quels sont les critères techniques obligatoires. Les structures touristiques qui souhaitent adhérer à la marque sont auditées et c'est à l'issue de cette visite qu'elles peuvent obtenir la marque.

Les bonnes raisons d'adhérer à la marque « Esprit parc national »

Elle vous permet de profiter de la notoriété et de l'image des parcs nationaux.

Vous bénéficiez d'une reconnaissance et d'une visibilité de votre activité sur le territoire et au-delà, grâce aux actions de communication locales et nationales (www.espritparcnational.com).

Elle permet de promouvoir plus largement la qualité environnementale de vos produits et services, et leur ancrage local.

Vous intégrez un réseau de professionnels qui défendent des valeurs communes.

Comment obtenir la marque ? Qui peut adhérer à la marque ?

Tous les producteurs et prestataires de service installés dans les parcs nationaux qui remplissent les conditions d'adhésion établies par les parcs nationaux.

La marque est attribuée à **des produits ou services directement**, une garantie supplémentaire d'authenticité.

L'adhésion à la marque est conditionnée par le **respect de deux règlements** par les professionnels demandeurs :

Le **RUG** (Règlement d'Usage Générique) : il encadre l'utilisation de la marque collective et énonce les principes généraux.

Les **RUC** (Règlement d'Usage Catégoriel) : pour chaque type de produit ou service, ils précisent les critères techniques qui conditionnent le droit d'utiliser la marque. Ils sont élaborés pour l'ensemble des parcs nationaux. À ce jour, 7 RUC ont été élaborés et permettent aux producteurs ou prestataires de services dont l'activité correspond à l'un des RUC d'adhérer à la marque.

Comment adhérer à la marque ?

Contactez votre parc national. Le référent marque vous présentera la marque et les modalités d'adhésion.

Votre structure est ensuite visitée par une personne habilitée pour vérifier que vos produits/services sont conformes aux critères*.

Votre demande est **validée par votre parc national**.

Vous signez votre contrat de partenariat pour 3 ans, vous permettant l'usage de la marque. La signature du contrat implique le versement d'une redevance annuelle.

** Le RUG (Règlement d'Usage Générique) encadre l'utilisation de la marque collective et énonce les principes généraux.*

Les RUC (Règlement d'Usage Catégoriel) précisent les critères techniques qui conditionnent le droit d'utiliser la marque. Ils sont élaborés pour l'ensemble des parcs nationaux.

Source : www.espritparcnational.com

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	21/24

DOCUMENT 16 - Comment la loi Macron va compliquer vos réservations d'hôtels ?

Le texte autorise les hôteliers à proposer des tarifs différents en fonction des plateformes de réservation. De quoi promettre « une guerre des prix ».

Mardi 16 juin, le projet de loi « pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques » (dite « loi Macron ») est adopté à l'Assemblée nationale par le biais de la procédure dite du « 49-3 ». [...] Un article qui est en passe de bouleverser la réservation d'hôtels sur internet, et de grandement compliquer la vie des internautes.

Le texte supprime la clause de parité tarifaire, récemment retouchée par l'Autorité de la concurrence, qui oblige les hôteliers à proposer les mêmes tarifs sur tous leurs canaux de réservation.

Concrètement, désormais, « l'hôtelier conserve la liberté de consentir au client tout rabais ou avantage tarifaire, de quelque nature que ce soit ». En somme, un hôtel pourra désormais proposer des prix de chambres différents sur son site et sur les centrales de réservations, Booking.com en tête.

Les contrats entre hôteliers et plateformes de réservation en ligne [qui précisaient notamment cette obligation de faire figurer les mêmes tarifs] conclus avant la publication de la loi cessent de « produire leurs effets », précise encore le texte.

Bataille de lobbyistes

Sur le site du Sénat, la commission justifie cette nouvelle disposition : « Les plateformes internet de réservation en ligne (Booking.com, Ebookers.fr, Expedia.fr, Lastminute.com, Promovacances.com...) prennent une importance croissante. 30% du chiffre d'affaires de l'hôtellerie passe déjà par le Web, sans que le prestataire final, celui qui est ancré dans le territoire, n'ait son mot à dire ». Or, ces plateformes imposent leur politique tarifaire aux commerçants [et] les commissions qu'elles imposent ont augmenté de 27,5 % entre 2008 et 2010. Afin d'éviter toute politique de prix imposée par la plateforme, il est précisé que [le contrat entre la plateforme et l'hôtel] n'empêche pas ce dernier de faire profiter sa clientèle de tout avantage tarifaire qu'il souhaite. »

Mais cet article 33 octies A va surtout compliquer la tâche des internautes qui souhaitent réserver un hôtel et vont se retrouver face à des tarifs potentiellement différents d'un site à l'autre. Le site de réservation Booking.com s'est d'ailleurs empressé de prédire une future « guerre des prix ».

En l'état, cet article promet « une dérégulation des tarifs qui risquerait de conduire à une guerre des prix exacerbée, opaque, affectant les marges des hôtels et au final la qualité de l'offre », a critiqué Carlo Olejniczak, directeur de Booking.com pour la France, dans un communiqué.

La mesure ravie en revanche les principales fédérations patronales du secteur de l'hôtellerie-restauration dont l'UMIH et le GNC. « Ce texte redonne aux hôteliers la liberté commerciale et tarifaire sur les canaux online et offline », assure l'UMIH et le GNC, dans un communiqué commun.

Direction les comparateurs de prix

Dans une décision rendue en avril, l'Autorité de la concurrence avait annoncé que Booking.com (qui détient les deux tiers du marché en France) ne pourrait plus empêcher les hôteliers qui utilisent le service de pouvoir proposer sur d'autres plateformes de réservation ou directement sur place, par téléphone ou par e-mail des tarifs inférieurs à ceux qui figurent sur son site. La loi Macron marque une nouvelle étape dans la possibilité de proposer des tarifs différenciés.

« La fin complète de la parité tarifaire est un jeu de chamboule-tout pour les hôteliers indépendants qui vont souffrir », affirme un porte-parole de Booking.com à l'AFP. « Les moteurs de comparaison vont faire ce qu'ils veulent, car il y aura toujours des moyens d'avoir des prix différenciés, des réductions, cela va faire une pression débridée sur les prix. »

Effectivement, les internautes risquent de délaisser les centrales de réservations d'hôtels pour des comparateurs de prix de chambres, à l'image de la pratique sur les billets d'avion. D'ailleurs, les principaux comparateurs de vols proposent désormais un onglet dédié aux hôtels.

Pas de crainte toutefois pour les vacances de cet été, puisque la loi Macron devrait être promulguée en août. Pour les prochaines réservations, rendez-vous donc sur les Trivago, Liligo, Kayak, Alibabuy, et consorts.

Source : tempsreel.nouvelobs.com/les-internets/20150618.OBS1063/comment-la-loi-macron-va-compliquer-vos-reservations-d-hotels.html
(Publié le 18 juin 2015)

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	22/24

NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

ANNEXE A - Tableau des indicateurs commerciaux 2016 et 2017

	2016	2017
Taux d'occupation hôtel		
Indice de fréquentation hôtel		
Prix moyen chambre HT	55,00 €	
REVPAR HT		
Taux de remplissage restaurant		
Taux de captage déjeuners		
Addition moyenne restaurant HT	20,20 €	

Justification des calculs pour 2017 :

Taux d'occupation hôtel	
Indice de fréquentation hôtel	
Prix moyen chambre HT	
REVPAR	
Taux de remplissage restaurant	
Taux de captage déjeuners	
Addition moyenne restaurant	

Session 2018	CAPET EXTERNE – SECTION HÔTELLERIE RESTAURATION – TOUTES OPTIONS	Durée	5 heures
		Coefficient	2
		Page	23/24

Tournez la page S.V.P.

ANNEXE B - Tableau de gestion exercice 2017

	Entreprise		Secteur hébergement				Secteur restauration	
			Chambres		Petits déjeuners			
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
Chiffre d'affaires								
Coût matière								
Marge brute								
Coût du personnel								
Marge sur coût principal								
Frais généraux	137 635							
Résultat brut d'exploitation								
Coûts d'occupation	34 982							
Résultat courant avant impôt								
Résultat exceptionnel	-5 480							
Participation des salariés								
Impôts sur les bénéfices								
Résultat de l'exercice								

Justification des montants suivants :

<u>Coût matière chambres :</u>	
<u>Coût matière PDJ :</u>	
<u>Coût matière restauration :</u>	
<u>Coût du personnel :</u>	