



Ce document a été mis en ligne par l'organisme [FormaV®](#)

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

[www.formav.co/explorer](http://www.formav.co/explorer)

# BTS RESPONSABLE DE L'HÉBERGEMENT A RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN

## ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES EN 3 LANGUES VIVANTES

U1

SESSION 2019

Durée : 4 heures

Coefficient : 5

Matériel autorisé :

- L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé.

Tout autre matériel est interdit

Documents à rendre avec la copie :

- Annexe A page 15/18
- Annexe B page 17/18

**LES CANDIDATS VEILLERONT À COMPOSER LEURS RÉPONSES EN  
FRANÇAIS, EN ANGLAIS, EN ALLEMAND, EN ESPAGNOL OU EN ITALIEN SUR  
COPIES SEPARÉES CHACUNE ANONYMÉE PAR LE NUMÉRO DE CANDIDAT**

**Pour toute question nécessitant une signature, le candidat remplacera celle-ci  
par une croix.**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il soit complet.  
Ce sujet se compose de 18 pages, numérotées de 1/18 à 18/18.

## HÔTEL « LE CASTEL »

**Le travail à faire se compose de 4 dossiers qui peuvent être traités de manière indépendante.**

### Dossiers

| <b>Dossiers</b>  | <b>Thèmes</b>                                                                                                                                                             | <b>Barème / 100</b> | <b>Pages</b> |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------|
| <b>Dossier 1</b> | Développement des ventes directes sur Internet et réorganisation de l'accueil                                                                                             | 30 points           | Pages 3-4    |
| <b>Dossier 2</b> | Revamping the website home page<br>Following up with Tour Operators                                                                                                       | 30 points           | Page 4       |
| <b>Dossier 3</b> | Stellenangebot – Antwort auf eine negative Bewertung<br>Oferta de trabajo – Respuesta a una opinión negativa<br>Offerta posto di lavoro – Risposta a un commento negativo | 20 points           | Page 5       |
| <b>Dossier 4</b> | Préparation de la mise en place d'un contrat avec un nouveau sous-traitant                                                                                                | 20 points           | Pages 6-7    |

### Annexes

|              |                                                                                       |           |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Annexe 1     | Fiche signalétique de l'établissement                                                 | Pages 8-9 |
| Annexe 2     | Informations concernant le futur site Internet de l'hôtel                             | Page 10   |
| Annexe 3     | Locaux d'accueil actuels du CASTEL                                                    | Page 11   |
| Annexe 4     | Exemples de conception moderne des espaces d'accueil                                  | Page 12   |
| Annexe 5     | Le community manager                                                                  | Page 13   |
| Annexe 6     | Commentaire négatif                                                                   | Page 13   |
| Annexe 7     | Complément sur les tarifs de la société LUXNICE                                       | Page 14   |
| Annexe A     | Prévisions des réservations individuelles (à rendre avec la copie)                    | Page 15   |
| Annexe A bis | Prévisions des réservations individuelles (brouillon à conserver)                     | Page 16   |
| Annexe B     | Extrait du cahier des charges de remise en état des chambres (à rendre avec la copie) | Page 17   |
| Annexe B bis | Extrait du cahier des charges de remise en état des chambres (brouillon à conserver)  | Page 18   |

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

## HÔTEL « LE CASTEL »

L'hôtel « Le Castel », dont le descriptif se trouve en annexe 1, est un établissement 5 étoiles indépendant de 141 chambres situé à Nice. Il bénéficie d'un emplacement privilégié, face à la mer et à quelques pas du célèbre marché aux fleurs de la vieille ville. Inauguré en 1987, l'établissement a fait l'objet d'une campagne de rénovation, à l'exception du hall d'accueil, en 2012. Il offre un niveau de prestations compétitif par rapport à ses principaux concurrents.

Jusqu'à présent, le Castel était la propriété du groupe STARWOOD. Il vient d'être cédé à un groupe d'investisseurs privés, qui, dans un premier temps, ne souhaitent pas s'affilier à une chaîne. La reprise d'exploitation, programmée pour le 1<sup>er</sup> juillet, sera d'autant plus délicate que les repreneurs doivent gérer plusieurs situations urgentes :

- arrêt des réservations émanant de la centrale du groupe STARWOOD ;
- renégociation des contrats signés par l'ancienne direction ;
- sans compter la mutation des comportements de consommation dans le secteur du tourisme.

Monsieur LÉVÊQUE, directeur de l'établissement, vous a recruté comme responsable de l'hébergement et vous demande de traiter les thèmes suivants :

- le développement des ventes directes sur Internet et la réorganisation du hall d'accueil ;
- la mise à jour du site internet de l'hôtel et le contact de voyagistes ;
- l'embauche d'un community manager ;
- la préparation préalable à la mise en place d'un contrat avec un nouveau sous-traitant.

### DOSSIER 1

#### DÉVELOPPEMENT DES VENTES DIRECTES SUR INTERNET ET RÉORGANISATION DE L'ACCUEIL

La direction anticipe une perte de nuitées, conséquence de l'arrêt des réservations émanant de la centrale de réservations du groupe STARWOOD. Par ailleurs, au vu des taux élevés de commission pratiqués (EXPEDIA demande 22% du prix de la chambre, BOOKING 17%), elle souhaiterait ne pas avoir recours de façon massive aux OTA (Online Travel Agencies). La direction vous demande donc de procéder à une étude des canaux de réservation. Cette étude sera présentée sous la forme d'un rapport.

La montée en charge des réservations pour juillet 2019 montre que la part des OTA s'annonce préoccupante par rapport à celle des demandes directes effectuées sur le site actuel de l'hôtel.

**1.1** Dans l'hypothèse où ces prévisions se vérifient, déterminez le montant des commissions engendré par les deux principales agences en ligne partenaires de l'hôtel en complétant le tableau en annexe A.

**1.2** Commentez les résultats obtenus.

La refonte complète du site de l'hôtel - principal canal de réservation direct – a été programmée comme le montrent les informations fournies en annexe 2. Monsieur LÉVÊQUE vise les objectifs suivants :

- atteindre 10% du chiffre d'affaires par le biais du site redynamisé ;
  - limiter la part d'EXPEDIA à 7% du chiffre d'affaires et celle de BOOKING à 10%.
- 1.3** Sur la base du chiffre d'affaires hébergement total prévu pour juillet 2019 calculé en annexe A et des objectifs fixés par le directeur, déterminez le coût mensuel prévisionnel généré par les ventes tous canaux confondus : nouveaux montants de commissions, frais et amortissement du futur site.
- 1.4** Commentez les résultats obtenus.

Une récente enquête auprès de la clientèle fait apparaître qu'un réaménagement des locaux d'accueil devient nécessaire. Il en ressort notamment que le style « Belle Époque » (annexe 3) a du charme, mais que les installations commencent à dater par rapport à des concepts d'espaces d'accueil plus récents et plus ouverts (annexe 4). Monsieur LÉVÊQUE hésite encore, la proposition serait un peu trop « moderne » selon lui.

- 1.5** Présentez-lui les attentes des clients qui justifient la mise en place de ce concept de « réception ouverte » et indiquez les équipements et services supplémentaires qui pourront alors être proposés.

|                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>DOSSIER 2</b><br/><b>REVAMPING THE WEBSITE HOME PAGE</b><br/><b>FOLLOWING UP WITH TOUR OPERATORS</b></p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Promoting direct reservations**

To boost direct sales, the director would like to revamp the homepage of the official hotel website to convince potential guests to book directly through it, rather than through OTAs.

- 2.1** Write the insert giving 4 to 6 advantages or services that potential guests will obtain by booking directly. This text should be written to catch the reader's attention.  
(70 words)

**Writing a letter**

You will also promote the hotel at the World Travel Market in London from 2 to 5 November 2019. Send a letter to your regular Tour Operators specialized in corporate stays.

- 2.2** Inform them of the new ownership, of your presence at the event and arrange to meet them there to boost your business with them. Address the letter to Colin Young, the Europe Chief Executive of the Travelsphere tour operator (Compass House, Rockingham Road, Market Harborough, Leicestershire LE16 7QD.(170 words).

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p align="center"><b>DOSSIER 3</b></p> <p align="center"><b>STELLENANGEBOT – ANTWORT AUF EINE NEGATIVE BEWERTUNG</b></p> <p align="center"><b>OFERTA DE TRABAJO – RESPUESTA A UNA OPINIÓN NEGATIVA</b></p> <p align="center"><b>OFFERTA POSTO DI LAVORO – RISPOSTA A UN COMMENTO NEGATIVO</b></p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**ALLEMAND :**

- 3.1** Die neue Hotelleitung hat entschieden, einen Community Manager einzustellen, um die deutsche Kundschaft zu erweitern. Verfassen Sie ein Stellenangebot für einen/eine Community Manager/in anhand des Anhangs 5. Dieses Angebot soll auf der neuen Webseite des Hotels in der Rubrik „Karriere“ veröffentlicht werden. Sie präzisieren insbesondere die Aufgaben und die erwarteten beruflichen und persönlichen Kompetenzen.  
Verfassen Sie dieses Stellenangebot. (Mindestens 80 Wörter)
- 3.2** Heute hat ein Gast eine negative Bewertung auf einem Internetportal über das Hotel geschrieben (Anhang 6). Das Hotel hat noch keinen Community Manager. Schreiben Sie selber eine personalisierte Antwort. (Mindestens 70 Wörter)

**ESPAGNOL :**

- 3.1** Con el fin de aumentar el volumen de clientes españoles, la nueva dirección ha decidido proponer un puesto de “Community Manager”. Ayudándose del anexo 5, usted redactará una oferta de trabajo para insertarla en la rúbrica « Carreras » de la nueva página web del establecimiento. Usted insistirá en particular sobre las tareas que cumplir, las competencias profesionales y cualidades personales requeridas.  
Redacte esta oferta (mínimo 80 palabras).
- 3.2** Un comentario negativo ha sido editado hoy en un portal de opiniones en línea (anexo 6). Como el “Community manager” todavía no ha sido seleccionado, le toca a usted responder.  
Redacte una respuesta personalizada (mínimo 70 palabras).

**ITALIEN :**

- 3.1** Allo scopo di aumentare la clientela italiana, la nuova direzione ha deciso di proporre un posto di “Community Manager” con data d’inizio immediata. Con l’aiuto dell’allegato 5, Lei dovrà redigere un’offerta di lavoro da inserire sotto la voce “Carriere” del nuovo sito web della struttura e insisterà in particolar modo sui compiti da svolgere, sulle competenze professionali e le qualità personali richieste.  
Rediga quest’offerta (minimo 80 parole).
- 3.2** Oggi un commento particolarmente negativo è stato pubblicato su un sito di recensioni in rete (allegato 6). Dato che il “Community manager” non è ancora stato selezionato deve rispondere Lei.  
Rediga una risposta personalizzata (minimo 70 parole).

## DOSSIER 4

### LA MISE EN PLACE D'UN CONTRAT AVEC UN NOUVEAU SOUS-TRAITANT

Dans le cadre du rachat de l'entreprise, les repreneurs ont commandé à un cabinet d'audit indépendant un rapport sur la qualité des services de l'hôtel « Le Castel ».

Ses conclusions sont critiques concernant le service des étages, dont l'entretien est actuellement assuré par un prestataire externe sous la forme d'un contrat de sous-traitance. Des dysfonctionnements inhabituels dans un établissement de ce niveau y sont relevés : propreté parfois inégale, standards de mise en place des produits d'accueil et linge non respectés, impolitesse du personnel, sans compter de vives tensions entre le sous-traitant et la direction de l'hôtel...

Dans ces conditions, monsieur LÉVÊQUE a décidé de ne pas renouveler le contrat en cours. Il vous demande de l'aider à établir un cadre de travail qui permette de garantir une qualité élevée des prestations, le respect de la réglementation et la maîtrise des dépenses d'exploitation.

Dans un premier temps, vous devez participer à la rédaction du cahier des charges pour la sous-traitance du nettoyage des chambres. Ce dernier définira précisément les tâches de nettoyage à prendre en charge par le futur prestataire.

**4.1** Pour chaque tâche de remise en état de la chambre, complétez l'annexe B (à rendre avec la copie) en :

- précisant les opérations à accomplir ;
- indiquant la fréquence de nettoyage ;
- justifiant vos réponses.

**4.2** Identifiez cinq tâches non répertoriées dans l'annexe B à effectuer quotidiennement pour assurer la remise en état des chambres (hors salle de bain).

Monsieur LÉVÊQUE envisage de généraliser la pratique du service « couverture » afin d'améliorer la qualité des prestations. La société « LUXNICE » est une des sociétés pressenties pour assurer le service de sous-traitance, vient de vous envoyer un complément de proposition tarifaire (annexe 7).

Il vous demande de calculer le coût mensuel de cette prestation afin d'établir les budgets qu'il doit présenter aux propriétaires pour le premier mois d'exploitation après reprise (juillet 2019). Après étude du calendrier et des prévisions, vous avez établi que :

- le mois de juillet 2019 compte quatre dimanches et un jour férié ;
- le taux d'occupation prévisionnel est de 71.57%.

**4.3** Déterminez, pour le mois de juillet 2019, le montant total de la prestation « couverture » ainsi que son coût moyen par chambre en vous aidant des informations contenues dans l'annexe 7.

Monsieur LÉVÊQUE a entendu parler de condamnation aux prud'hommes de certains hôteliers solidairement avec des sociétés de sous-traitance. Il vous demande donc de lui apporter des précisions sur ce sujet.

- 4.4** Identifiez et expliquez les risques juridiques auxquels sont confrontés les hôteliers ayant recours à la sous-traitance.

## ANNEXE 1 - Fiche signalétique de l'établissement

### « Hôtel Le Castel » \*\*\*\*\*

#### COORDONNÉES et PRÉSENTATION

**Adresse :** 91 quai des Etats Unis, 06000 Nice

**Téléphone :** 33/ (0)4 93 85 71 99 **Fax :** 33/ (0)4 93 85 71 88

**Mèl :** [info@lecastel-nice.fr](mailto:info@lecastel-nice.fr)

**Site Internet :** [www.lecastel-nice.fr](http://www.lecastel-nice.fr)

Hôtel indépendant depuis son rachat au groupe STARWOOD.

Emplacement : à Nice, face à la mer, à quelques pas du Vieux Nice et de son marché aux fleurs et à proximité du Palais des Congrès.



#### CHAMBRES et TARIFS 2019

**141 chambres** réparties sur 5 niveaux :

| Types de chambres                                                                     | Tarifs affichés en 2019 |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 82 chambres « <b>supérieures</b> » (vue sur la vieille ville et colline du château)   | de 155 à 295€           |
| 53 chambres « <b>de luxe</b> » (balcon et vue sur la mer)                             | de 235 à 390€           |
| 6 <b>junior suites</b> de 44 m <sup>2</sup> (deux lits, coin salon et balcon d'angle) | de 550 à 995€           |

Toutes les chambres sont équipées de fenêtres à double vitrage, baignoire ou douche, climatisation, minibar, coffre-fort, télévision avec écran plat et bouquet de chaînes internationales, pay TV, accès WI-FI gratuit, sèche-cheveux.

- Service couverture (suites et chambres de luxe),
- Pressing et blanchisserie,
- Services conciergerie et bagagiste,
- Parking payant sur réservation (24 € par jour),
- Espace "remise en forme" (fitness, sauna, hammam, jacuzzi) en accès libre,
- Centre "soins et beauté", équipé d'une cabine d'esthétique et d'un salon de coiffure (sur réservation).

#### RESTAURATION

- Petit déjeuner buffet servi de 6h30 à 10h30 au restaurant "La villa Bellanda",
- Service en chambre, 24h / 24h, petit déjeuner, repas aux heures d'ouverture du restaurant, carte simplifiée 24h / 24h,
- La brasserie de luxe "Villa Bellanda" proposant une cuisine méditerranéenne inventive et réalisée avec des produits de qualité. Service attentif et cadre "Belle Epoque", ouvert tous les jours midi et soir, capacité 80 couverts.
- "L'Opéra", piano bar réputé pour sa carte de cocktails et Champagnes, ambiance feutrée ouvert de 11h à 1h00.
- Accueil privilégié à la plage "Castel" pour les clients de l'hôtel (matelas et restauration) en saison.

#### SITUATION et ACCÈS

**GPS :** N 43°41'42.55" E 7°16' 20.34"

**Voiture :** en venant de Cannes par l'A8 sortie n°50 "Promenade des Anglais", en venant d'Italie par l'A8, sortie n°55 Port de Nice.

Sortie d'autoroute (8.00 km)

**Gare ferroviaire** (1.50 km)

**Aéroport** (7.00 km)

**Terminal Ferries** (1.00 km)

**Palais des Congrès** (1.50 km)



## ANNEXE 1 (suite) - Fiche signalétique de l'établissement

### LES SALONS

Toutes les salles disposent d'un accès internet. Les équipements sont inclus dans chaque salle et se composent d'un écran, d'un paperboard et d'un vidéoprojecteur. Sur demande : matériel audiovisuel, technicien...

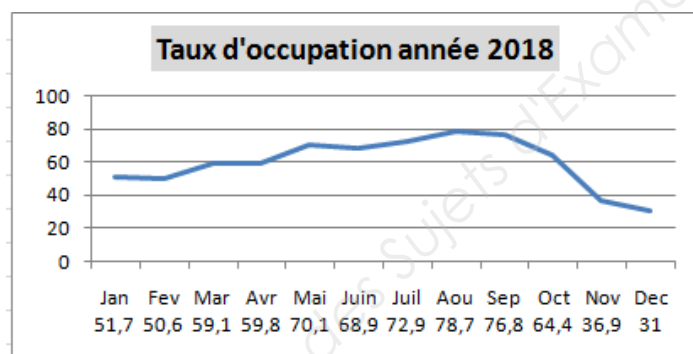
| Nom de la salle   | Surface en m <sup>2</sup> |  En U |  En classe |  Conférence |  Cocktail |  Banquet |
|-------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| LÉGER             | 28                        | 8                                                                                      | 12                                                                                          | 18                                                                                             |                                                                                              |                                                                                             |
| COCTEAU           | 68                        | 24                                                                                     | 35                                                                                          | 55                                                                                             | 60                                                                                           | 45                                                                                          |
| CHAGALL           | 92                        | 30                                                                                     | 50                                                                                          | 75                                                                                             | 80                                                                                           | 60                                                                                          |
| MATISSE           | 120                       | 45                                                                                     | 70                                                                                          | 100                                                                                            | 100                                                                                          | 80                                                                                          |
| CHAGALL - MATISSE | 212                       |                                                                                        | 120                                                                                         | 180                                                                                            | 200                                                                                          | 150                                                                                         |

### « BUSINESS CLUB »

Services disponibles sur réservation : secrétariat, traduction, photocopie, fax.

Services disponibles en libre accès : espace "business" avec équipement informatique, accès internet gratuit et impression.

### RÉSULTATS 2018



#### AUTRES CHIFFRES

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Recette Moyenne Chambre HT | 184,69 €       |
| Repar HT                   | 111,18 €       |
| Indice de Fréquentation    | 1.44           |
| Durée Moyenne de Séjour    | 1,97           |
| CA HT Hébergement          | 5 737 764,23 € |

| Segments Année N   | % Nuitées    | Dont Origine Starwood |
|--------------------|--------------|-----------------------|
| OTAs               | 19,10%       | -                     |
| Individuels        | 15,80%       | 6,50%                 |
| Indiv, Agence      | 3,35%        | -                     |
| Grossistes et T O  | 5,70%        | -                     |
| Corporates         | 15,80%       | 4,20%                 |
| Congrès Séminaires | 18,30%       | -                     |
| Groupes ISOLÉS     | 11,55%       | -                     |
| Groupes SERIE      | 10,40%       | 3,10%                 |
| <b>TOTAL</b>       | <b>100 %</b> | <b>13,8 %</b>         |

| Nationalités           | % nuitées      |
|------------------------|----------------|
| <b>Total Europe</b>    | <b>81.07 %</b> |
| dont France            | 35.90 %        |
| dont UK                | 11.07 %        |
| dont Italie            | 8.66 %         |
| dont Allemagne         | 6.14 %         |
| dont Espagne           | 5.40 %         |
| dont autre Europe      | 13.90 %        |
| <b>États Unis</b>      | <b>5.76 %</b>  |
| <b>Autres Amérique</b> | <b>1.51 %</b>  |
| <b>Afrique</b>         | <b>1.21 %</b>  |
| <b>Moyen Orient</b>    | <b>4.72 %</b>  |
| <b>Asie</b>            | <b>5.73 %</b>  |
| dont Chine             | 1.10 %         |

## ANNEXE 2 – Informations concernant le futur site Internet de l'hôtel

### Futur site Internet de l'hôtel « LE CASTEL »

#### Coût d'acquisition et amortissement

Création d'un site moderne en HTML dynamique, facile à mettre à jour, géo-localisé, structuré, clair et complet avec interaction sociale, compatible avec les **différents** systèmes d'exploitation, tablettes, smartphones.

Prix clé en main : 5 000,00 €

Pack langues : 6 langues (1 000,00 € par langue) : 6 000,00 €

Cet investissement s'amortit linéairement sur 3 ans.

#### Frais de fonctionnement

Moteur de réservation (*booking engine*) : *ReserviT*, pour réserver et payer directement à partir du site, synchronisation automatique ascendante et descendante avec le PMS.

Forfait annuel pour 141 chambres : 1 400,00 €

Abonnement, hébergeur, nom de domaine et référencement (par mois) 500,00 €

*Tous les prix s'entendent HT.*

### ANNEXE 3 - Locaux d'accueil actuels hôtel « Le CASTEL »

Actuellement, les locaux d'accueil du « CASTEL » sont décorés selon le style « Belle Époque ».

#### La réception



#### Le salon d'attente



## ANNEXE 4 – Exemples de conception moderne des espaces d'accueil



**Réception  
ouverte : desk  
avec  
« welcomers »**

Comptoir bar/accueil



Lounge

Espace de travail



## ANNEXE 5 – LE COMMUNITY MANAGER

### Chargé de contenu Web ou Gestionnaire de Communauté : un métier qui prend soin de la réputation virtuelle des entreprises

Le rôle du Community Manager est de suivre en direct sur Internet tout ce qui est dit sur l'hôtel-restaurant pour orienter l'information d'une manière qui lui soit favorable. En première ligne sur les réseaux sociaux et les blogs, il doit également animer et modérer la communauté.

Ce poste exige des qualités de communication et une connaissance approfondie de la relation client. Il demande une grande compétence pour les outils web et les réseaux sociaux

Objectifs :

En travaillant sur sa e-réputation, un hôtelier indépendant peut gagner en visibilité et inciter les clients à réserver en direct. Une stratégie de communication performante peut être obtenue en :

- stimulant les commentaires sur un hôtel restaurant ;
- créant une communauté engagée qui interagit via les réseaux sociaux ;
- multipliant les opinions positives ;
- limitant les avis négatifs en répondant rapidement à toute critique par une action concrète de l'hôtel ;
- augmentant le taux de conversion des « commentateurs » en clients ;
- améliorant le « ranking » du site de l'hôtel dans les moteurs de recherche.

## ANNEXE 6 – COMMENTAIRE NÉGATIF

Avis reçu ce jour

Traduction automatique en français réalisée par le site

### **« Très décevant pour un 5 étoiles »**

- Séjour avril 2019 - voyage en couple

***« Des traces de poussière dans la chambre, odeur de tabac. Un seul petit flacon de shampoing-douche pour deux personnes. Nous sommes très déçus ! »***

## ANNEXE 7 - Complément sur les tarifs de la société LUXNICE

Kevin BATISTELLI  
Directeur Général LUXNICE  
3, rue Massena  
06000 Nice

Monsieur Maxime Lévêque  
Directeur Général, Hôtel Le Castel  
91 Quai des Etats Unis  
06000 Nice

Nice, le 27 avril 2019

Objet : complément de tarifs « couverture »

Cher monsieur Lévêque,

Comme promis, je vous prie de bien vouloir trouver ci-dessous, les meilleures conditions de LUXNICE pour la prestation couverture que vous nous avez demandée.

### Coûts de nettoyage LUXNICE pour hôtel « LE CASTEL » \* \* \* \* \*

- Tarif couverture de base : **2,60 HT €**
- Majoration du tarif de **20 %** pour les heures comprises **entre 21h et 6h** du matin
- Majoration du tarif de **20 %** pour les **dimanches**
- Majoration du tarif de **50 %** pour les **jours fériés**
- Majoration du tarif de **100 %** pour le **1er mai**.
- Pour rappel :
  - Tarif chambre à blanc : **6,75 €**
  - Tarif recouche : **6,75 €**

Selon vos souhaits, ce service sera assuré de 18h00 à 22h00, ce qui nous amène à prévoir un quart des couvertures effectué après 21h00.

Je reste à l'écoute de vos besoins et vous prie de me contacter si vous souhaitez des informations complémentaires.

Dans cette attente, je vous prie de croire, cher monsieur Lévêque, à l'assurance de mes sentiments très dévoués.

Kevin Batistelli

**ANNEXE A – Prévisions des réservations individuelles (à rendre avec la copie)**

**Prévisions des réservations individuelles générées par les deux principales OTA et par le site de l'hôtel pour juillet 2019**

| Segments       | Nombre de chambres réservées | Prix moyen par chambre réservée | Chiffre d'affaires hébergement prévisionnel <sup>(1)</sup> | Répartition du chiffre d'affaires hébergement prévisionnel en % | Taux de commission | Montant des commissions à payer <sup>(1)</sup> |
|----------------|------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------------------|
| EXPEDIA        | 436                          | 179,20 €                        |                                                            |                                                                 |                    |                                                |
| BOOKING        | 342                          | 185,12 €                        |                                                            |                                                                 |                    |                                                |
| Site LE CASTEL | 52                           | 192,17 €                        |                                                            |                                                                 |                    |                                                |
| .../...        | .../...                      | .../...                         | .../...                                                    | .../...                                                         | .../...            | .../...                                        |
| <b>TOTAL</b>   | 3081                         | 171,03€                         |                                                            | 100 %                                                           |                    |                                                |

<sup>(1)</sup> arrondir à l'Euro le plus près

**ANNEXE A Bis – Prévisions des réservations individuelles (brouillon à conserver)**

**Prévisions des réservations individuelles générées par les deux principales OTA et par le site de l'hôtel pour juillet 2019**

| Segments       | Nombre de chambres réservées | Prix moyen par chambre réservée | Chiffre d'affaires hébergement prévisionnel <sup>(1)</sup> | Répartition du chiffre d'affaires hébergement prévisionnel en % | Taux de commission | Montant des commissions à payer <sup>(1)</sup> |
|----------------|------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------------------|
| EXPEDIA        | 436                          | 179,20 €                        |                                                            |                                                                 |                    |                                                |
| BOOKING        | 342                          | 185,12 €                        |                                                            |                                                                 |                    |                                                |
| Site LE CASTEL | 52                           | 192,17 €                        |                                                            |                                                                 |                    |                                                |
| .../...        | .../...                      | .../...                         | .../...                                                    | .../...                                                         | .../...            | .../...                                        |
| <b>TOTAL</b>   | 3081                         | 171,03€                         |                                                            | 100 %                                                           |                    |                                                |

<sup>(1)</sup> arrondir à l'Euro le plus près

# **ANNEXE B- Extrait du cahier des charges de remise en état des chambres (à rendre avec la copie)**

À compléter en :

- précisant la ou les opération(s) (voir légende) dans les cases blanches de la colonne « opérations »,
- cochant la ou les fréquence(s) de réalisation dans la/les colonne(s) correspondante(s),
- justifiant les choix de types d'opération et de fréquence.

| CHAMBRE – TÂCHES           | OPÉRATION | Q                                   | H | M | SD | JUSTIFICATION |
|----------------------------|-----------|-------------------------------------|---|---|----|---------------|
| Aération de la chambre     |           | <input checked="" type="checkbox"/> |   |   |    |               |
| Retrait du linge sale      |           | <input checked="" type="checkbox"/> |   |   |    |               |
| Evacuation des déchets     |           | <input checked="" type="checkbox"/> |   |   |    |               |
| Télécommande               |           |                                     |   |   |    |               |
| Téléphone                  |           |                                     |   |   |    |               |
| Portes recto-verso         |           |                                     |   |   |    |               |
| Sol (moquette)             | ASP       | <input checked="" type="checkbox"/> |   |   |    |               |
| Sol (injection/extraction) |           |                                     |   |   |    |               |
| Bureau (stratifié)         |           |                                     |   |   |    |               |
| Vitre intérieures          | NET       | <input checked="" type="checkbox"/> |   |   |    |               |
| Vitres extérieures         |           |                                     |   |   |    |               |
| Plinthes                   |           |                                     |   |   |    |               |
| Oreillers                  |           |                                     |   |   |    |               |
| .../...                    |           |                                     |   |   |    |               |
| SALLE DE BAINS - TÂCHES    | OPÉRATION | Q                                   | H | M | SD |               |
| .../...                    |           |                                     |   |   |    |               |

## **LÉGENDE**

**NET** : nettoyage

**DEP** : dépoussiérage

**NET et DES** : nettoyage et désinfection

**ASP** : aspiration

**Q** : quotidien

**H** : hebdomadaire

**M** : mensuel

**SD** : sur demande

ANNEXE B bis- Extrait du cahier des charges de remise en état des chambres (à conserver)

À compléter en :

- précisant la ou les opération(s) (voir légende) dans les cases blanches de la colonne « opérations »,
- cochant la ou les fréquence(s) de réalisation dans la/les colonne(s) correspondante(s),
- justifiant les choix de types d'opération et de fréquence.

| CHAMBRE – TÂCHES           | OPÉRATION | Q                                   | H | M | SD | JUSTIFICATION |
|----------------------------|-----------|-------------------------------------|---|---|----|---------------|
| Aération de la chambre     |           | <input checked="" type="checkbox"/> |   |   |    |               |
| Retrait du linge sale      |           | <input checked="" type="checkbox"/> |   |   |    |               |
| Evacuation des déchets     |           | <input checked="" type="checkbox"/> |   |   |    |               |
| Télécommande               |           |                                     |   |   |    |               |
| Téléphone                  |           |                                     |   |   |    |               |
| Portes recto-verso         |           |                                     |   |   |    |               |
| Sol (moquette)             | ASP       | <input checked="" type="checkbox"/> |   |   |    |               |
| Sol (injection/extraction) |           |                                     |   |   |    |               |
| Bureau (stratifié)         |           |                                     |   |   |    |               |
| Vitre intérieures          | NET       | <input checked="" type="checkbox"/> |   |   |    |               |
| Vitres extérieures         |           |                                     |   |   |    |               |
| Plinthes                   |           |                                     |   |   |    |               |
| Oreillers                  |           |                                     |   |   |    |               |
| .../...                    |           |                                     |   |   |    |               |
| SALLE DE BAINS - TÂCHES    | OPÉRATION | Q                                   | H | M | SD |               |
| .../...                    |           |                                     |   |   |    |               |

| LÉGENDE                                |                  |
|----------------------------------------|------------------|
| NET : nettoyage                        | Q : quotidien    |
| DEP : dépoussiérage                    | H : hebdomadaire |
| NET et DES : nettoyage et désinfection | M : mensuel      |
| ASP : aspiration                       | SD : sur demande |