

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE

Série :

SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE L'HÔTELLERIE
ET DE LA RESTAURATION (STHR)

ÉCONOMIE ET GESTION HÔTELIÈRE

ÉTUDE DE CAS

Durée : 4 heures

Coefficient : 7

SUJET

Documents à rendre avec la copie :

- Annexe A page 13/13
- Annexe B page 13/13

Document autorisé : liste des comptes du plan comptable général, à l'exclusion de toute autre information.

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

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 1 / 13

Le sujet comporte 13 pages numérotées 1/13 à 13/13.

Il vous est demandé de vérifier que le sujet est complet dès sa mise à votre disposition.

Développement d'un nouveau concept hôtelier				
Le sujet comporte 4 dossiers indépendants.			Barème	Page
Dossier 1	Un concept innovant		32	4
Dossier 2	Une communication ciblée		14	4
Dossier 3	Un investissement responsable		31	4 et 5
Dossier 4	Un recrutement envisagé		23	6
Le sujet comporte les annexes suivantes :				Page
Annexe 1	AccorHotels veut séduire les Millennials avec JO&JOE			7
Annexe 2	Une journée chez JO&JOE Hossegor			7 et 8
Annexe 3	Les hébergements touristiques et les Millennials			9
Annexe 4	JO&JOE, le laboratoire digital d'AccorHotels			10
Annexe 5	En pleine saison, j'ai dû fermer le lundi faute de personnel			11
Annexe 6	Devenez « Teamster JO&JOE Hossegor »			11 et 12
Annexe 7	Recrutement : se réinventer pour attirer et retenir les talents			12
Annexe A	Tableau d'amortissement des 15 lits « CAHUTTE » (à rendre avec la copie)			13
Annexe B	Extrait du tableau de remboursement de l'emprunt (à rendre avec la copie)			13

AVERTISSEMENT

Si le texte du sujet, de ses questions ou de ses annexes, vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou de les) mentionner explicitement dans votre copie.

Il vous est demandé d'apporter un soin particulier à la présentation de votre copie.
Toute information calculée devra être justifiée.

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 2 / 13

SUJET

JO&JOE HOSSEGOR

Lancée en 2016, la marque JO&JOE fait parler d'elle. Loin du concept classique d'hébergement et de restauration, JO&JOE propose une nouvelle vision de la prestation de service en hôtellerie-restauration. Cette nouvelle enseigne économique lancée par le groupe AccorHotels casse les codes habituels connus et reconnus de ce secteur d'activité.

JO&JOE, destinée en priorité aux « Millennials », propose des chambres de 2 à 5 personnes. Elle comptera 50 adresses d'ici à 2020 au cœur des villes (Paris, Bordeaux, Varsovie, Budapest, Rio, Sao Paulo...). Avec un design décalé, un écosystème digital innovant, un site internet attractif, un usage judicieux des réseaux sociaux (page Facebook, Instagram...) et son offre de restauration, JO&JOE se présente comme une « Open House » accessible tant aux clients hébergés qu'aux voisins offrant diverses activités (concerts, cours de yoga, etc.).

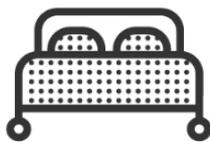
Le tout premier JO&JOE, à mi-chemin entre l'hôtel et l'auberge de jeunesse, a ouvert à Hossegor, à moins d'une heure de route de Biarritz, en mai 2017. Pensé pour la nouvelle génération de voyageurs, cet hôtel a pris ses quartiers dans une ancienne maison bourgeoise. Véritables lieux de vie, le bar et le restaurant sont ouverts à tous. Quand la convivialité et le design se rencontrent...

Toutefois, si l'hôtel s'attache à mieux comprendre le mode de vie et les contraintes de sa jeune clientèle, il semble que la part de la clientèle familiale ait été sous-estimée.



> EAT & DRINK

Où manger ? Où boire ?
Trinquiez et partagez un
repas à toute heure !



> SLEEP

Venez avec vos amis.
Venez vous faire des amis.
Venez en couple.
Découvrez nos chambres
privatives et partagées
pour votre prochain séjour
!



> LIVE

Une maison ouverte à
tous ! Dans ce lieu de vie
original, on peut rêver,
jouer, rire, cuisiner,
travailler, faire des
rencontres et explorer la
ville.

Source : joandjoe.com

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 3 / 13

DOSSIER 1 – UN CONCEPT INNOVANT

À partir des annexes 1 à 3 et de vos connaissances :

- 1.1 Décrire en quelques lignes le concept de la nouvelle chaîne hôtelière JO&JOE ainsi que les services de base et les services associés proposés par la marque.
- 1.2 Qualifier ce type d'innovation et justifier votre réponse.
- 1.3 Nommer et caractériser le type de clientèle de JO&JOE et montrer que JO&JOE adapte son offre aux attentes de cette clientèle.
- 1.4 Définir le terme « servuction » et ses composantes et illustrer chaque composante de la servuction à partir du concept JO&JOE.

DOSSIER 2 – UNE COMMUNICATION CIBLÉE

Nous entrons dans une nouvelle ère de communication rapide, où, grâce à la digitalisation, tout s'imbrique : la vie professionnelle et personnelle, le travail et la recherche d'expériences.

À partir de l'annexe 4 et de vos connaissances :

- 2.1 Citer les outils de communication utilisés par JO&JOE.
- 2.2 Retrouver et expliquer les fonctionnalités offertes par l'application JO&JOE.
- 2.3 Indiquer et préciser les éléments qui fondent la fidélité des clients et montrer que l'application JO&JOE est un facteur de fidélisation de la clientèle.

DOSSIER 3 – UN INVESTISSEMENT RESPONSABLE

La part de la clientèle familiale de l'hôtel augmente. Cette évolution a été sous-estimée. Les lits modulables pour enfant sont en trop petit nombre. L'entreprise fait donc à nouveau appel à Lee Penson. Le nouveau design de lit « cahutte » permet une adaptabilité importante aux demandes des clients.

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 4 / 13

Ces lits sont facturés 768 € TTC l'unité par le fournisseur. Le prix semble assez élevé mais le fournisseur, installé à proximité d'Hossegor, est une entreprise de réinsertion professionnelle qui ne travaille qu'avec des matériaux locaux issus de l'exploitation raisonnée des forêts françaises.

L'établissement est ouvert toute l'année, l'exercice comptable coïncide avec l'année civile.

- 3.1 Montrer que JO&JOE est engagé dans une démarche de RSE en faisant appel à un tel fournisseur.
- 3.2 Présenter les enjeux de ce partenariat pour JO&JOE.
- 3.3 Indiquer et justifier à quel type d'investissement correspond l'acquisition de ces lits.
- 3.4 Justifier par le calcul la base amortissable du lot de 15 lits « Cahutte » (annexe A).
- 3.5 Compléter les deux premières lignes du tableau d'amortissement du lot de 15 lits (annexe A à rendre avec la copie).
- 3.6 Expliquer le rôle économique de l'amortissement comptable.

Afin de financer l'acquisition le lot de 15 lits « cahutte », JO&JOE a fait un emprunt bancaire à hauteur de 80 % du montant total de l'investissement soit 7 680 €.

- 3.7 Compléter les deux premières lignes du tableau de remboursement de l'emprunt (annexe B à rendre avec la copie).
- 3.8 Expliquer quel sera l'impact du paiement de la mensualité sur la trésorerie, sur le compte de résultat et sur le bilan.

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 5 / 13

DOSSIER 4 – UN RECRUTEMENT ENVISAGÉ

Face au succès rencontré par l'établissement, JO&JOE Hossegor souhaite recruter un nouveau collaborateur.

Ce nouveau « teamster » devrait avoir également des compétences en matières d'animation pour les enfants pour répondre aux besoins de la clientèle familiale. La prise en charge des enfants permettrait aux adultes de participer aux activités proposées.

À partir des annexes 5, 6 et de vos connaissances :

4.1 Expliquer les conséquences des difficultés de recrutement rencontrées par les entreprises hôtelières.

4.2 Présenter les avantages pour JO&JOE de recruter un personnel polyvalent.

Avant de procéder au recrutement d'un nouveau collaborateur, JO&JOE souhaite évaluer le coût supplémentaire et l'impact sur sa masse salariale.

Le nouveau collaborateur serait engagé le 1^{er} avril 2019. Son salaire brut s'élèverait à 1 800 €. Le taux de charges patronales s'élève à 40 % du salaire brut. La masse salariale de 2018 est de 325 880 €.

4.3 Calculer le coût de ce collaborateur supplémentaire pour l'année 2019.

Pour l'année 2019, JO&JOE ne souhaite pas dépasser une augmentation de plus de 8 % de la masse salariale.

4.4 Vérifier que le coût de l'embauche du nouveau collaborateur permet de répondre à l'objectif de maîtrise de l'évolution de la masse salariale.

4.5 Présenter les moyens à mettre en œuvre pour fidéliser les « teamsters » de JO&JOE Hossegor.

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 6 / 13

ANNEXE 1 - AccorHotels veut séduire les Millenials avec JO&JOE

AccorHotels lance ce mardi une nouvelle chaîne: JO&JOE. Le géant français s'est associé à des étudiants de la Web School Factory pour séduire les Millenials, ces jeunes accros à Facebook et Snapchat. Au programme, horaires libres, chambres modulables, espaces à partager et une appli, bien sûr, pour fédérer la communauté. [...]

Ce projet en rupture a été couvé au sein du Marketing Innovation Lab d'AccorHotels. « Notre concept est à mi-chemin entre l'auberge de jeunesse et la location d'appartements, indique Frédéric Fontaine, qui dirige cette fabrique à idées du groupe. D'ailleurs, on ne parle plus d'hôtel mais de Open House ». [...]

Evidemment, pas question ici de check in et check out derrière un comptoir. Les clients, les « Townsters » (les gens vivant non loin) et les « Tripsters » (les gens qui explorent la ville), rentrent directement dans un bar, équipé de poufs géants. Pas de service de restauration à heures fixes non plus. « S'ils veulent manger des Chocapic à 15 heures, ça sera possible », s'amuse Julien Pascual... Quant aux parties communes, puisqu'il n'y a pas non plus de lobby ou de salon, elles forment le « Playground ». « C'est un terrain de jeu que les clients s'approprient pour organiser des concerts, donner des cours de cuisine, proposer une séance de yoga, détaille Pascal Locatelli, de l'Innovation Lab. En échange, ils auront droit à un apéro offert par exemple ».

Les chambres, elles, s'appellent « Yours » : ce ne sont plus des espaces de sommeil mais des lieux de rencontre, où l'on s'allonge à plusieurs dans un grand canapé circulaire, la « Pizza », ou sur des structures en mousse recouvertes de skaï, façon yacht. « Il n'y a plus de lit à proprement parler, explique Frédéric Fontaine, mais des banquettes confortables et des sacs de couchage ». Chacune est équipée de prises pour consulter son smartphone allongé ou regarder à plusieurs des séries grâce à un vidéoprojecteur. Quant au mobilier amovible, il permet de composer l'espace selon son humeur, côte à côte dans les lits-jumeaux ou seul dans une tente, dénommée Mini-me.

Source : www.challenges.fr (27.09.2016)

ANNEXE 2 - Une journée chez JO&JOE Hossegor (1/2)

10 h : Une arrivée comme à la maison

Un grand jardin arboré, une ancienne maison bourgeoise, un bar-restaurant ouvert aux gens de l'extérieur... En un coup d'œil, je comprends que le JO&JOE n'a rien d'un hôtel classique. À vrai dire, on se sent ici comme dans une grande maison de vacances avec plein d'amis !

10 h 15 : Une chambre seule ou à partager

Comme à l'hôtel, on peut dormir dans une chambre privative à partir de 41,81 € par personne, avec salle de bains et toilettes. Ici, on les appelle les « yours » et elles peuvent, en fonction de leur taille, accueillir de 2 à 5 personnes. Ma chambre est à la fois simple et originale, avec une planche de surf suspendue au plafond. Une déco pensée par le designer anglais Lee Penson, qui a imaginé les bureaux de Google et de YouTube.

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 7 / 13

ANNEXE 2 - Une journée chez JO&JOE Hossegor (2/2)

Comme dans une auberge de jeunesse, on peut aussi dormir dans une grande chambre, à partir de 19 € par personne, avec d'autres personnes.

Je suis agréablement surprise par ce dortoir baptisé « Together ». Haut de plafond, très moderne, il est à mille lieues de ce que j'avais pu voir jusque-là dans les auberges de jeunesse, aux petits lits superposés impersonnels.

À ma grande surprise, chaque lit est équipé d'un casier sécurisé, d'un port USB, d'un ventilateur et d'une liseuse. Et, non loin des chambres, on peut bénéficier d'une laverie et d'un espace de stockage pour les bagages.

12 h : Découverte de la « Happy House »

À mon arrivée, on m'a parlé d'un endroit à l'extérieur un peu à l'écart appelé « Happy House », où chacun peut venir se reposer, regarder un film ou faire la cuisine. J'ai donc décidé de me préparer mon déjeuner.

17 h : Pause dans le jardin

Je vais me mettre à l'aise dans l'un des gros poufs du parc, à l'ombre des pins géants. On vient ici pour lire, discuter avec des locaux ou des gens venus des quatre coins du monde (dont de nombreux surfeurs, forcément)... ou tester le mur d'escalade.

20 h 30 : Place au dîner

Ma balade sur la plage m'a ouvert l'appétit. Je file au bar passer ma commande, des plats sont proposés à partir de 7 €. Les salades me paraissent bien appétissantes, mais j'opte finalement pour le fameux burger-frites. La philosophie du chef cuisto ? Que des produits frais et du circuit court ! « *Ici, seules les glaces sont congelées et on les fait nous-mêmes* », me confirme-t-il. En attendant mon plat, le barman me sert un jus d'ananas à 2,5 €.

22 h : Que la fête commence !

Au JO&JOE, on ne s'ennuie jamais. Ce soir, comme souvent, il accueille un grand événement festif. Synapson est venu mixer. Le grand jardin est noir de monde !

Lendemain midi : petit-déjeuner tardif

Je me suis couchée tard et bonne surprise au réveil : même en me levant à midi, je peux tout de même profiter d'un bon petit-déjeuner. Ici, les horaires sont souples : déjeuner de midi à 15 h, dîner de 18 à 22 h et le petit-déjeuner, c'est toute la journée ! « *Il faut bien penser à ceux qui ont fait la fête toute la nuit* », s'amuse le chef. Mais quel dommage, j'ai manqué la séance de yoga animé par Esther à 11 h, une dynamique « teamster » (nom donné au collaborateur JO&JOE).

Source : d'après www.france.fr (25 avril 2018)

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 8 / 13

ANNEXE 3 - Les hébergements touristiques et les Millennials

Les Millennials, c'est quoi ?

Appelés également « Génération Y », on parle arbitrairement de ces « enfants du millénaire » comme des 18–35 ans (nés entre le début des années 1980 et 2000). Ils représentent environ 1/4 de la population européenne et près de 40 % des actifs en France.

Quelques caractéristiques :

Par rapport au tourisme, les Millennials sont davantage voyageurs que les autres générations. Ils sont en plein dans le Yolo (You Only Live Once). [...]

Il y a aussi la notion de vouloir partager, « liker » (et être « liké »), « snapchater » et « instagramer » à l'envie. Voyager, c'est aussi montrer une vie attirante et enviable.

Dans leurs voyages, ils aiment la découverte et les rencontres. Ils sont également dans le « tout-tout-de-suite » et donc n'aiment pas attendre.

Les Millennials montrent peu d'intérêt à la publicité. Habités à elle et pas dupes, ils savent qu'elle est tronquée et pas forcément fidèle à la réalité. Ils s'intéressent bien plus aux commentaires en ligne des autres voyageurs, véritable bouche-à-oreille électronique, dont les réseaux sociaux forment une caisse de résonance puissance 10.

Ce que les Millennials recherchent dans les hébergements lors de leurs voyages :

- Le Wifi gratuit et en haut-débit. C'est bien le B.A.ba de leurs attentes ! [...] Il leur faut accéder à Internet à toute heure du jour ou de la nuit. Le Wifi gratuit est même un critère pour choisir ou pas un hébergement.
- Des prix bas. Soit parce qu'ils ont des petits moyens, soit parce qu'ils vont chercher à dépenser moins lors de chaque voyage pour pouvoir voyager plus souvent, trouver le meilleur rapport budget/prix est leur leitmotiv.

L'univers Internet, qui est comme une seconde peau pour eux, leur donne la possibilité de trouver « les bons plans » mieux que quiconque et de jouer aux chasseurs de primes. Ils savent très vite quels types d'hébergement touristique leur conviendra le mieux, en fonction de la nature de leurs séjours. [...]

- L'originalité / l'authenticité : les voyageurs Millennials sont plus attirés par les établissements atypiques, au design décalé ou artistique, amusants, voire branchés jeunes et surtout authentiques.

Source : www.coachomnium.com (14 novembre 2017)

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 9 / 13

ANNEXE 4 - JO&JOE, le laboratoire digital d'AccorHotels

Ce concept hôtelier entre auberge de jeunesse et location d'appartement veut fédérer une communauté connectée notamment via son application. [...]

JO&JOE leur propose d'ores et déjà une application mobile développée en interne. Le client peut s'y inscrire en quelques minutes en utilisant son numéro de téléphone ou un compte Facebook comme identifiant. Pour éviter les formulaires classiques, un chatbot demande à l'utilisateur de l'appli son prénom, une photo de profil et une adresse mail tout en promettant de ne pas spammer. « *Cette génération se méfie de la publicité ou de l'abus de certaines approches commerciales* », commente-t-il.

Cette application inclut un mode de paiement unique et simple durant le séjour. « *Vous chargez une somme d'argent sur un porte-monnaie électronique afin d'obtenir un flash code qui permet de passer des commandes dans le bar et pour toutes les activités* », explique Matthieu Perrin. Le client peut recharger à volonté sous un plafond de 250 euros.

JO&JOE tente aussi avec cette appli de résoudre le paradoxe de la cible commerciale 18-35 ans à la recherche d'expériences insolites, authentiques et réelles, mais avec des services 100 % numériques. L'application permet certes les échanges de messages, de poster de photos-souvenirs et de créer des cercles d'amis mais elle ne se contente pas de reproduire un simple réseau social où trop se sont « *cassés les dents* », selon Matthieu Perrin. Le but est aussi de mettre en relation voyageurs et acteurs locaux. Des surfeurs à Hossegor commencent à venir dans le bar qui réalise en à peine un mois 4 000 euros de chiffre d'affaires certains soirs. Ce qui attire les résidents en quête de typicité.

Enfin, un mur sur l'appli réunit des annonces pour des activités collaboratives : du surf, une balade, des places de voitures pour aller à Bordeaux ou une sortie au bar par exemple. La géolocalisation identifie les voyageurs présents dans l'établissement. Libre à eux de discuter, puis de quitter leur chambre pour se rencontrer dans un espace communautaire. Une approche sociale sans subir la promiscuité, telle est la nouvelle auberge de jeunesse 2.0 en laquelle croit AccorHotels.

Source : www.journaldunet.com (7 juillet 2017)

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 10 / 13

ANNEXE 5 - En pleine saison, j'ai dû fermer le lundi faute de personnel

« *Cela a été une double peine* », se lamente Laurent Gras, propriétaire de Chez le Per Gras, à La Tronche (Isère). Malgré ses recherches, deux personnes manquaient à l'appel début juillet. Le chef, Maître restaurateur, se résigne alors à fermer le lundi. Et lorsqu'il trouve fin juillet deux commis de cuisine, ils n'ont pas vraiment le niveau requis. « *Résultat, pour maintenir le niveau de qualité de ma maison, j'ai dû maintenir mon lundi fermé jusqu'à fin août* », soupire le Grenoblois, vice-président de l'UMIH 38. Une aberration pour sa table traditionnelle familiale, qui, perchée sur le fort de la Bastille, offre un superbe lieu de restauration l'été pour les Grenoblois et les touristes. Au-delà de la perte de chiffre d'affaires générée sur deux mois (25 000 €), à masse salariale finalement égale, Laurent Gras ne se résout pas à devoir fermer sa maison. Face à cette pénurie de main-d'œuvre, il a pourtant multiplié les démarches, allant jusqu'à solliciter des agences de recrutement. Les trois contactées en 2016 lui avaient permis de dénicher un second de cuisine. Mais cette année, rien. Même pas un jeune en stage ou en apprentissage qui ait accepté de rejoindre son équipe.

Il a pourtant transmis en avril aux établissements grenoblois sa requête pour quatre jeunes en alternance ou en stage, deux pour la cuisine, deux pour la salle. « *Je n'ai eu aucun candidat. C'est la première fois en trente ans*, se désole le restaurateur. *Nos maisons constituent pourtant des tremplins pour les jeunes, même ceux qui rêvent d'une carrière chez les plus grands* ». Pour lui, il y a une véritable coupure générationnelle. Un travail à flux tendu, des horaires plutôt lourds, devoir travailler le soir, le week-end et les vacances pendant que les copains s'amuse... Les contraintes sont lourdes et ce métier - sacerdoce que les anciens acceptaient de vivre - fait fuir les plus jeunes. « *Et même si on les paie correctement - chez nous c'est minimum 1 500 € nets par mois, nourri et blanchi, la jeunesse déserte nos métiers* », résume Laurent Gras, qui a choisi de réagir. Depuis septembre, il explore plusieurs pistes. La première serait de supprimer les services moins rentables, comme les déjeuners trop calmes en milieu de semaine. « *Mais c'est quand même fou de devoir fermer* », s'offusque Laurent Gras. Il pourrait aussi monter deux équipes pour soulager l'emploi du temps des salariés et mieux attirer des jeunes. « *Si j'ai les moyens d'embaucher plus, je le ferai. Mais cela nécessite une réduction forte de nos charges. Car 1 500 € nets par mois hors primes, cela représente au final une dépense d'environ 4 000 € par salarié pour l'employeur, et à ce prix, je ne peux pas avoir deux équipes* », explique le Grenoblois.

Source : www.lhotellerie-restauration.fr

ANNEXE 6 - Devenez « Teamster JO&JOE Hossegor » (1/2)

DEVENEZ « TEAMSTER JO&JOE » ET CRÉEZ DU LIEN

Chez JO&JOE, les « teamsters », venus de la région ou d'ailleurs, sont choisis pour leur personnalité, leur énergie communicative, leur histoire... Un seul objectif : que tout le monde passe un super moment, pour un verre ou plusieurs nuits. Ils sont les garants de l'identité unique de chaque Open House.

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 11 / 13

ANNEXE 6 - Devenez « Teamster JO&JOE Hossegor » (2/2)

Un Teamster c'est :

- un animateur : partager et être généreux avec les « Tripsters » (hôtes hébergés), les « teamsters » et les « townsters » (clientèle locale),
- un explorateur : découvrir un nouveau mode de vie mais aussi développer de nouvelles compétences, tout en ayant la possibilité d'évoluer !
- un créateur de lien : ouvert d'esprit, sociable et sans jugement, l'âme d'un vrai tripster !

Les missions du teamster :

- accueil des tripsters et des townsters,
- entretien des espaces de sommeil et espaces communs,
- service petit-déjeuner et plonge,
- co-organisation des événements sur site.

Quelques spécificités dans l'organisation de nos journées chez JO&JOE Hossegor :

Dans le respect des règles du temps de travail et des missions prévues au contrat de travail, le planning est auto-géré, sur la base du volontariat et en fonction des besoins de l'établissement.

10 % du temps de travail, soit environ une demi-journée par semaine, est consacrée à l'organisation d'un projet qui te tient à cœur, un événement particulier, une proposition d'enrichissement de notre offre pour notre communauté... Proposer une sortie surf aux « tripsters » par exemple.

Des expériences souhaitées :

Expérience dans l'hôtellerie, l'événementiel ou l'animation.

Expertise particulière à préciser : photographie, DJ, VJ (Vidéo-jockey).

Sans oublier la pratique de glisse, passion qui te placera haut dans l'estime de notre communauté.

Source : joandjoe.com

ANNEXE 7 - Recrutement : se réinventer pour attirer et retenir les talents

[...] Bien recruter n'est pas suffisant. Ensuite, il faut arriver à fidéliser. « *Les entreprises continuent de recruter la perle rare en s'imaginant qu'elle va rester, comme ses aînés, ad vitam æternam* », déplore Marc Raynaud. « *Mais, si ses attentes ne sont pas satisfaites, elle n'hésitera pas à aller voir ailleurs si l'herbe est plus verte. Les employeurs doivent intégrer ce changement de paradigme.* »

L'évolution régulière de la rémunération n'est pas le seul facteur de rétention. Montée en compétences, diversité des missions, nouveaux challenges, association aux décisions, aux projets transverses ou encore au capital... Les PME et ETI ont un panel de solutions pour briser la routine et entretenir la motivation de leurs troupes. « *Tous les ans, le « contrat » doit être remis en cause car les attentes évoluent* », indique Guillaume Coudert. L'entretien individuel annuel et des échanges informels tout au long de l'année doivent permettre d'évaluer les satisfactions et insatisfactions des collaborateurs et apporter des ajustements, dans la limite du raisonnable.

Même si, malgré tous vos efforts, le salarié décide de partir, il est important de soigner son départ. Il reste ainsi un ambassadeur de l'entreprise qui peut la recommander à son réseau... ou même revenir ultérieurement !

Source : www.daf-mag.fr (21 mai 2018)

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 12 / 13

Annexes à rendre avec la copie

ANNEXE A – Tableau d’amortissement des 15 lits « CAHUTTE » (en euros)

Nature de l’immobilisation : LOT DE 15 LITS « CAHUTTE »		Durée : 3 ans		
Date d’acquisition : 1 ^{er} juillet 2018		Coût d’acquisition : 9 600 €		
Date de mise en service : 1 ^{er} juillet 2018		Valeur résiduelle : 0 €		
Mode d’amortissement : linéaire		Base amortissable : 9 600 €		
Année	Base	Amortissement	Cumul	Valeur nette comptable
2018				
2019				
2020	9 600	3 200	8 000	1 600
2021	9 600	1 600	9 600	0
TOTAL		9 600		

Justification du calcul de l’amortissement 2018	
---	--

ANNEXE B – Extrait du tableau de remboursement de l’emprunt (en euros)

Montant de l’emprunt : 7 680 €		Mensualité constante : 330,10 €			
Taux d’intérêt mensuel : 0,25 %		Durée de l’emprunt en mois : 24			
		Date de mise à disposition : 01/07/2018			
Échéance	Capital restant dû début de période	Mensualité constante	Intérêts	Amortissement du capital emprunté	Capital restant dû fin de période
01/08/2018					
01/09/2018					

Session 2019	Examen : Baccalauréat technologique	Spécialité : STHR	
SUJET	ÉPREUVE : Économie et gestion hôtelière		
19EGHNC1	Durée : 4 heures	Coefficient : 7	Page 13 / 13