

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

COMMERCIALISATION et SERVICES en
RESTAURATION

SESSION 2017

ÉPREUVE E2 : ÉPREUVE DE GESTION ET DE
DOSSIER PROFESSIONNEL

SOUS-ÉPREUVE E21 :
MERCATIQUE ET GESTION APPLIQUÉE

Calculatrice autorisée, conformément à la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 99.

*Le sujet se compose de 15 pages, numérotées de 1/15 à 15/15.
Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.*

Les annexes 1 à 9 (pages 9/15 à 15/15 incluses)
sont à rendre avec la copie.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCIALISATION et SERVICES en RESTAURATION		E2 - Épreuve de gestion et de dossier professionnel Sous-épreuve E21 Mercatique et gestion appliquée Coef : 2 Durée : 2 heures	
Repère : 1709-CSR GA 21 - 1	SUJET	Session : 2017	Page 1/15



AU PIN LANDAIS

**18 Rue des Écureuils
40100 DAX**

☎ : 05 58 44 XX XX
Fax : 05 58 44 XX XX
www.aupinlandais.fr

Aude et Quentin LAFAILLE
Propriétaires

SARL au capital de 15 500 €
RCS : MONT-DE-MARSAN B 456 741 321

Nombre de salariés : 12
L'établissement est ouvert toute l'année

« Au Pin Landais », restaurant gastronomique, est situé dans un ancien moulin. Cet établissement est un mélange subtil de tradition et d'innovation qui fait de celui-ci une étape incontournable sur les routes des plaisirs gustatifs des Landes et du bassin d'Arcachon.

Aude, originaire des Landes, et Quentin LAFAILLE, originaire de Gironde, en sont les gérants. Ils désirent diversifier leur activité en proposant un service gastronomique à domicile.

Pour cette activité, la création d'une nouvelle carte s'impose ainsi que des investissements matériels et humains.

Ils souhaitent aussi proposer une formation aux techniques commerciales à l'un des employés pour promouvoir la « gastronomie à domicile ».

Vous avez été recruté(e) pour participer à ce projet. Aude et Quentin LAFAILLE vous confient les dossiers ci-dessous.

Dossier n°	Thème	Barème
❶	L'analyse de la carte	13 points
❷	L'étude du financement du véhicule	9 points
❸	La formation du personnel	9 points
❹	La communication commerciale	9 points
TOTAL GÉNÉRAL		40 points

Vous apporterez une attention particulière au soin et à la rédaction de vos réponses.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCIALISATION et SERVICES en RESTAURATION		E2 - Épreuve de gestion et de dossier professionnel Sous-épreuve E21 Mercatique et gestion appliquée	
Repère : 1709-CSR GA 21 - 1	SUJET	Session 2017	Page 2/15

Dossier 1 : L'ANALYSE DE LA CARTE

➤ Situation professionnelle

Aude et Quentin LAFAILLE désirent proposer, dans la carte « gastronomie à domicile », les plats préférés de la clientèle du restaurant. Vous disposez de l'extrait de la carte actuelle du restaurant

DOCUMENT 1.

➤ Votre rôle

1. Calculer le pourcentage des ventes de chaque plat **ANNEXE 1.**
2. Classer les plats en fonction de leur popularité **ANNEXE 2.**
3. Étudier leur rentabilité **ANNEXE 3.**
4. Classer les plats en fonction de leur rentabilité **ANNEXE 4.**
5. Classer les plats en fonction de leur popularité et rentabilité **ANNEXE 5.**
6. Citer les plats à intégrer dans la carte gastronomie à domicile **ANNEXE 6.**
7. Proposer une solution pour améliorer la marge des plats populaires et non rentables **ANNEXE 6.**

Dossier 2 : L'ÉTUDE DU FINANCEMENT DU VÉHICULE

➤ Situation professionnelle

Aude et Quentin LAFAILLE vont investir dans un petit véhicule réfrigéré pour leur activité « gastronomie à domicile ».

Ils vous demandent d'étudier deux modes de financement possibles.

L'investissement hors taxe s'élève à 15 250,00 €.

Pour mener à bien cette étude, vous disposez du tableau de remboursement de l'emprunt

DOCUMENT 2 et de la proposition d'une société de crédit-bail **DOCUMENT 3.**

➤ Votre rôle

1. Comparer le coût total de chaque financement **ANNEXE 7.**
2. Conseiller Aude et Quentin LAFAILLE sur le mode de financement à choisir **ANNEXE 7.**

Dossier 3 : LA FORMATION DU PERSONNEL

➤ Situation professionnelle

Aude et Quentin LAFAILLE souhaitent former un des employés aux techniques commerciales afin de promouvoir la « gastronomie à domicile ». Pour cela, ils vous demandent d'étudier les nouvelles règles en matière de formation du personnel, plus précisément concernant « le compte personnel de formation » (CPF) **DOCUMENT 4**.

➤ Votre rôle

1. Répondre aux questions que se posent Aude et Quentin LAFAILLE **ANNEXE 8**.

Dossier 4 : LA COMMUNICATION COMMERCIALE

➤ Situation professionnelle

Aude et Quentin LAFAILLE souhaitent communiquer sur leur nouvelle activité « gastronomie à domicile ». Ils vous associent à la réflexion et vous communiquent le **DOCUMENT 5**.

➤ Votre rôle

1. Réfléchir aux actions à mettre en place pour promouvoir le projet d'Aude et Quentin LAFAILLE **ANNEXE 9**.

DOCUMENT 1**EXTRAIT DE LA CARTE ACTUELLE DU RESTAURANT**

Carpaccio de canard, jambon, roquette, tomates confites et parmesan	31 €
Saint-Jacques à la plancha, poêlée de girolles	36 €
Côte de veau en cocotte, raviole croustillante de cèpes	36 €
Filet de bœuf à la plancha, jus aux baies, pommes frites	36 €
Ris de veau braisé, sauce morilles, petits légumes au jus	36 €
Magret d'oie laqué au parfum de Yuzu, écrasé de pommes de terre	31 €

DOCUMENT 2**TABLEAU DE REMBOURSEMENT DE L'EMPRUNT**

Banque des PINS				
Capital emprunté : 15 250,00 €			Durée : 5 ans	
Taux d'intérêt annuel : 3,80 %			Périodicité : annuelle	
Année	Remboursement			Capital restant dû (en €)
	Annuité (en €)	Intérêts (en €)	Capital (en €)	
2018	3 406,34	579,50	2 826,84	12 423,16
2019	3 406,34	472,08	2 934,26	9 488,90
2020	3 406,34	360,58	3 045,76	6 443,14
2021	3 406,34	244,84	3 161,50	3 281,64
2022	3 406,34	124,70	3 281,64	0
Total	17 031,70	1 781,70	15 250,00	

PROPOSITION DE FINANCEMENT PAR CRÉDIT-BAIL

SARL LOCAMO

1 AVENUE DE L'EUROPE

31400 TOULOUSE

AU PIN LANDAIS

18 RUE DES ECUREUILS

40100 DAX

Objet : proposition de financement par crédit-bail

Toulouse,

Le 18 mai 2017

Madame, Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous communiquer nos conditions de financement pour le matériel suivant :

Véhicule frigorifique FIAT

Montant à financer : 15 250,00 € HT.

Durée du financement : 60 mois.

Loyer mensuel HT : 2,08 % du montant à financer.

Valeur résiduelle prévue à l'expiration de la période de 60 mois de location : 1,50 % du montant à financer.

Nous vous remercions de nous tenir informé de la suite que vous donnerez à cette proposition.

Nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

Bernard JEAN

B. JEAN

DOCUMENT 4

VALORISER SON PARCOURS PROFESSIONNEL AVEC LE COMPTE PERSONNEL DE FORMATION

Ce compte d'heures, qui remplace le droit individuel à la formation (DIF), a pour vocation d'accroître le niveau de qualification du salarié. C'est à ce dernier de prendre l'initiative de l'utiliser afin d'effectuer son projet.

Qu'est-ce que c'est ? Le compte personnel de formation (CPF) a remplacé le DIF depuis le 1^{er} janvier 2015. Il a pour vocation à accroître le niveau de qualification des salariés et de sécuriser les parcours professionnels. Le CPF est un compte d'heures qui permet de devenir acteur de son parcours de formation. C'est le salarié qui décide de l'utilisation de son compte. Alimentation du CPF Le CPF est alimenté à hauteur de 24 heures par an jusqu'à 120 heures, puis 12 heures avec une limitation de 150 heures. [...] Destinataires Tous les salariés, à partir de 16 ans, peuvent bénéficier du CPF. Il est également ouvert : - Aux personnes sans emploi, inscrites ou non à Pôle emploi ; - Aux jeunes (à partir de 15 ans) qui ont signé un contrat d'apprentissage. Financement Le financement du CPF est effectué grâce à la contribution CPF versée par les entreprises de plus de 10 salariés. Elle représente 0,2% de la masse salariale brute. Les entreprises de plus de 10 salariés de la branche CHR ont le choix entre : - Verser la contribution CPF au Fafih ; - Conclure un accord d'entreprise pour permettre la gestion du CPF en interne.	Les formations Le salarié est décisionnaire du choix des formations. Il n'a pas d'autorisation à demander à son employeur pour les formations en dehors du temps de travail. Par contre, le salarié doit choisir une formation éligible au CPF. Les formations prioritaires correspondent au socle commun de compétences : - Lutte contre l'illettrisme ; - Formations en langues étrangères [...]. Les autres formations éligibles correspondent aux domaines suivants : - Gestion de projets ; - Management ; - Finance, comptabilité et gestion ; - Commercial, achats et vente ; - Communication, internet ; - Ressources humaines et paie ; - Formation des élus du personnel [...]; - Bureautique. Le salarié doit se renseigner pour savoir si son souhait de formation peut être financé par le CPF. Il doit également choisir parmi les nombreux organismes de formation selon les critères suivants : - La proximité géographique ; - Le contenu de la formation ; - La qualité des formateurs. Il est néanmoins préférable de faire un bilan de compétences avec un interlocuteur spécialiste de l'orientation professionnelle pour vous guider parmi les nombreuses formations offertes.	Demander une formation C'est au salarié de prendre l'initiative d'utiliser son compte personnel de formation afin d'effectuer son projet. Selon les cas, le salarié doit demander ou non l'accord préalable de son employeur. [...] En cas de demande préalable à l'employeur, celui-ci doit rendre sa réponse dans un délai de 30 jours. Son absence de réponse est considérée comme valant acceptation. [...] Chaque année, le salarié doit recevoir de son employeur un récapitulatif de l'ensemble des heures de formation effectuées ainsi que le montant des allocations de formation. Demander un bilan de compétences Un bilan de compétences ne peut être effectué dans le cadre du CPF, contrairement au DIF. Un salarié peut toutefois demander de bénéficier d'un bilan de compétences qui sera alors financé : - soit par un organisme paritaire agréé au titre du congé individuel de formation ; - soit par l'entreprise (plan de formation) ; - soit par le salarié.
--	--	--

D'après : <http://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/formation-ecole/2015-04/Valoriser-son-parcours-avec-le-compte-personnel-de-formation-CPF.htm> consulté le 16/11/2016

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCIALISATION et SERVICES en RESTAURATION		E2 - Épreuve de gestion et de dossier professionnel Sous-épreuve E21 Mercatique et gestion appliquée	
Repère : 1709-CSR GA 21 - 1	SUJET	Session 2017	Page 7/15

Comment bien choisir ses supports de communication ?

On insiste généralement, en matière de conseil en communication, sur la nécessité, pour une entreprise ou toute autre structure, de définir ses moyens et supports de communication en fonction de ses enjeux, objectifs, cibles, messages et axes de communication. Mais on explique moins souvent les spécificités des différents moyens à disposition. Or la palette d'outils et de pratiques est très vaste. Comment bien choisir les supports de communication à mettre en place pour son entreprise ?

Zoom sur quelques principes de base et règles à connaître

Il est d'usage de séparer les supports de communication en deux grandes catégories : les supports média et supports hors-média. Les supports média rassemblent la publicité via la presse écrite, la télévision, la radio, le cinéma, l'affichage ou encore la téléphonie mobile sous forme de SMS ou MMS. Quant aux supports hors-média, ils rassemblent généralement le marketing direct, les relations publiques, la publicité sur le lieu de vente, le mécénat, ou encore la communication événementielle. Chaque support comporte alors spécificités, atouts, avantages et limites qu'il faut connaître afin de choisir les supports les mieux adaptés à vos cibles, objectifs, enjeux mais aussi contraintes et budgets.

La presse écrite

La presse écrite, bien que perdant aujourd'hui toujours plus d'audience, est encore très fortement utilisée par les entreprises pour communiquer. Non dénuée d'avantages, la presse écrite permet tout d'abord un très bon ciblage de sa communication. Le profil des lecteurs des différents titres existants est parfaitement décrit dans les études d'audience réalisées régulièrement et les principes de diffusion (lieux et quantités) sont communiqués.

[...]

La radio

Oublions pour l'instant la télévision ou le cinéma aux budgets un peu trop conséquents pour des PME et étudions le média radio. Nous retrouvons ici les principaux avantages de la presse écrite : ciblage, proximité, spécificité et accessibilité.

[...]

Le marketing direct

Regroupant l'ensemble des techniques de communication individuelle (mailing, e-mailing, marketing téléphonique, interactivité sur internet, newsletter, sms, mms etc...), le marketing direct permet de s'adresser directement et individuellement à la cible visée.

[...]

D'après : <http://www.dynamique-mag.com/> consulté le 16/11/2016

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCIALISATION et SERVICES en RESTAURATION		E2 - Épreuve de gestion et de dossier professionnel Sous-épreuve E21 Mercatique et gestion appliquée	
Repère : 1709-CSR GA 21 - 1	SUJET	Session : 2017	Page 8/15

ANNEXE 1

RÉPARTITION DES VENTES DES PRINCIPAUX PLATS POUR LE MOIS DE MAI 2017

Plats	Nombre de plats vendus	Pourcentage des ventes*
Carpaccio de canard, jambon, roquette, tomates confites et parmesan	41	
Saint-Jacques à la plancha, poêlée de girolles	72	
Côte de veau en cocotte, raviole croustillante de cèpes	55	
Filet de bœuf à la plancha, jus aux baies, pommes frites	80	
Ris de veau braisé, sauce morilles, petits légumes au jus	94	
Magret d'oie laqué au parfum de Yuzu, écrasé de pommes de terre	38	
Total	380	
Pourcentage moyen des ventes Calcul =		

*Arrondir les calculs à deux décimales.

ANNEXE 2

Popularité basse	Popularité haute

ANNEXE 3

ÉTUDE DE LA RENTABILITÉ DES PLATS

Arrondir les calculs à deux décimales

Plats principaux	Prix de vente TTC en €	Prix de vente HT en € TVA 10 %	Coût matière en €	Marge brute unitaire en €	Nombre de plats vendus	Marge brute totale en €
Carpaccio de canard			7,89 €		41	
Saint-Jacques			12,21 €		72	
Côte de veau			11,77 €		55	
Filet de bœuf			9,54 €		80	
Ris de veau			13,27 €		94	
Magret d'oie			8,28 €		38	
TOTAL					380	
Marge brute unitaire moyenne						
Calcul =						

ANNEXE 4

Plats à rentabilité basse	Plats à rentabilité haute

ANNEXE 5

Groupe ÉTOILE (populaires et rentables)	Groupe VACHE À LAIT (populaires et non rentables)
Groupe DILEMME (non populaires et rentables)	Groupe POIDS MORT (non populaires et non rentables)

ANNEXE 6

- Citer les plats à intégrer dans la carte gastronomie à domicile.

.....

.....

- Proposer une solution pour améliorer la marge des plats populaires et non rentables.

.....

.....

.....

ANNEXE 7

1. Étude des modes de financement

COÛT TOTAL EMPRUNT		COÛT TOTAL CRÉDIT- BAIL	
	Montant en €		Montant en €
Capital		Loyers *	
Intérêts		Valeur résiduelle *	
Total		Total	

Détail des calculs :

*Loyers :

*Valeur résiduelle :

2. Choix et justification du mode de financement :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ANNEXE 8

1. Donner les objectifs du Compte Personnel de Formation (CPF).

.....

.....

.....

2. Indiquer l'obligation liée au financement du CPF pour Aude et Quentin LAFAILLE. Justifier votre réponse.

.....

.....

.....

3. Préciser l'alimentation du Compte Personnel de Formation.

.....

.....

.....

4. Justifier la raison pour laquelle Aude et Quentin LAFAILLE doivent convaincre leur employé d'utiliser son compte CPF pour la formation envisagée.

.....

.....

.....

5. Préciser si la formation « commerciale » envisagée par Aude et Quentin LAFAILLE entre dans le cadre du CPF.

.....

.....

.....

6. Citer la contrainte administrative liée à la gestion du CPF pour les employeurs.

.....

.....

.....

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCIALISATION et SERVICES en RESTAURATION		E2 - Épreuve de gestion et de dossier professionnel Sous-épreuve E21 Mercatique et gestion appliquée	
Repère : 1709-CSR GA 21 - 1	SUJET	Session 2017	Page 13/15

ANNEXE 9

1. Compléter le tableau suivant afin de répondre aux trois enjeux d'une bonne communication commerciale du projet.

Enjeux/Objectifs	Un exemple de situation de communication
Conatif Faire agir	
Cognitif Se faire connaître	
Affectif Faire aimer	

2. Citer et analyser deux supports de communication médias et deux hors médias adaptés au projet.

Support médias	Un avantage	Une contrainte ou un inconvénient
Support hors médias		

ANNEXE 9 (suite)

3. Citer deux critères à prendre en compte par Aude et Quentin LAFAILLE pour que leur publicité média ou hors média soit efficace.

-
-

4. Préciser l'enjeu essentiel de la politique de communication commerciale du projet.

.....

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCIALISATION et SERVICES en RESTAURATION		E2 - Épreuve de gestion et de dossier professionnel Sous-épreuve E21 Mercatique et gestion appliquée	
Repère : 1709-CSR GA 21 - 1	SUJET	Session 2017	Page 15/15