

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
COMMERCIALISATION et SERVICES en
RESTAURATION

SESSION 2023

ÉPREUVE E2 : ÉPREUVE DE GESTION ET DE
DOSSIER PROFESSIONNEL

SOUS-ÉPREUVE E21 :
MERCATIQUE ET GESTION APPLIQUÉE

Matériel autorisé

L'usage de la calculatrice **avec le mode examen activé** est autorisé.

L'usage de la calculatrice **sans mémoire**, « type collègue », est autorisé.

*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 7 (pages 10/15 à 15/15 incluses)
sont à rendre agrafées dans une copie anonymée.

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 : 2306-CSR GA 21 - 1	SUJET	Session 2023	Page 1/15

**HÔTEL RESTAURANT
AU RAISIN D'OR ******



135 Route des Vins
68000 COLMAR

☎ 03 89 23 XX XX

Courriel : auraisindor@citron.fr

www.auraisindor.fr

Établissement situé près du parc des expositions de Colmar composé de :

- Un hôtel**** de 110 chambres.
- Un restaurant gastronomique possédant une étoile au guide Michelin.
- Deux grands salons pour soirées thématiques, événements, buffets, séminaires, cocktails.

Colmar, capitale des vins d'Alsace, accueille depuis 1948, tous les ans, la célèbre Foire aux Vins. Cet événement, qui se passe lors de la première quinzaine d'août, rassemble 350 exposants pour répondre à la demande des 300 000 visiteurs.

Comme chaque année, Pierre-Hugues MAHUT, gérant de l'établissement « Au Raisin d'Or », va recevoir des exposants et des clients se rendant à cette foire.

Un groupe de dix adultes de l'association « Foll'in wine » venant de Bretagne a réservé un séjour du 1^{er} au 6 août 2023.

Ainsi, pour satisfaire cette clientèle, Pierre-Hugues MAHUT souhaite analyser sa carte, investir dans un nouveau matériel. Il envisage aussi de renforcer son équipe et de communiquer sur son offre événementielle.

Vous secondez le maître d'hôtel et, à ce titre, Pierre-Hugues MAHUT vous associe, tous les deux, au traitement des dossiers suivants.

Dossier n°	Thème	Barème
①	L'étude de la carte	13 points
②	Le financement des investissements	8 points
③	Le contrat d'extra	10 points
④	La communication digitale	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**

Dossier 1 : L'ÉTUDE DE LA CARTE

➤ Situation professionnelle

L'association bretonne « Foll'in wine » va participer à la Foire aux Vins. Les adhérents de l'association souhaitent, pour leur premier dîner, profiter de vos compétences, pour les conseiller dans le choix du plat. Vous vous appuyez sur une étude de la popularité des plats et un extrait de la carte du restaurant **DOCUMENT 1**.

➤ Votre rôle

1. Déterminer la popularité des plats **ANNEXE 1**.
2. Étudier la rentabilité des plats **ANNEXE 2**.
3. Classer les plats **ANNEXE 3**.
4. Répondre aux questions **ANNEXE 4**.

Dossier 2 : LE FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS

➤ Situation professionnelle

Pierre-Hugues MAHUT souhaite remplacer la cave à vin de service pour présenter un vin dans des conditions optimales de dégustation.

Le devis de la cave à vin de service vous est communiqué **DOCUMENT 2**.

Pierre-Hugues MAHUT choisit l'emprunt bancaire pour financer cet investissement. Il vous remet la proposition de son établissement bancaire **DOCUMENT 3**.

➤ Votre rôle

Répondre aux questions de Pierre-Hugues MAHUT **ANNEXE 5**.

Dossier 3 : LE CONTRAT D'EXTRA

➤ Situation professionnelle

Pierre-Hugues MAHUT souhaite embaucher une personne supplémentaire afin de renforcer la brigade de salle durant la Foire aux Vins.

Il met à votre disposition une documentation juridique sur le contrat d'extra **DOCUMENT 4**.

➤ Votre rôle

Répondre aux interrogations de Pierre-Hugues MAHUT **ANNEXE 6**.

Dossier 4 : LA COMMUNICATION DIGITALE

➤ Situation professionnelle

Pierre-Hugues MAHUT souhaite utiliser un outil moderne de communication pour informer les clients de l'hôtel d'une promotion spéciale valable uniquement lors de la Foire aux Vins.

Il vous communique un article de presse **DOCUMENT 5**.

➤ Votre rôle

Répondre aux questions de Pierre-Hugues MAHUT **ANNEXE 7**.

DOCUMENT 1

EXTRAIT DE LA CARTE DES PLATS

. Poitrine de cochon laquée, sucrine snackée, pomme purée	24,00 €
. Bonite façon Rossini, jus de homard	28,00 €
. Jarret de veau cuit lentement, jus corsé	29,00 €
. Tourte de canette Miéral, jus aux épices Apicius	28,00 €
. Tartare de bœuf au couteau, caviar de France (5g)	36,00 €

DOCUMENT 2

CALICE Professionnel,
Zone d'activité
68000 COLMAR

HÔTEL RESTAURANT Au Raisin d'Or
135 Route des Vins
68 000 COLMAR

Devis n°0517

À Colmar, le 17/05/2023

**Cave à vin Mono-Température de conservation
ou de service**



Caractéristiques principales :

- **Nombre de températures** : 1
- **Plage de réglage** : Réglable de 4 à 19°C
- **Capacité du modèle** : 126 bouteilles
- **Niveau de gamme** : Haut de gamme et Raffinée
- **Coloris du modèle** : 3 coloris au choix
- **Dimensions** : H1750*L760*P640 mm
- **Température d'installation min / max** : 0°C / 36°C

Prix HT : 6 000,00 €

Prix garanti jusqu'au 30/06/2023

DOCUMENT 3**EXTRAIT DU TABLEAU D'EMPRUNT BANCAIRE****Les caractéristiques de votre prêt :**

Montant du prêt :	6 000,00 €
Taux d'intérêt annuel :	5 %
Durée du prêt en années :	4
Date de début de l'emprunt :	01/07/23

Date du versement	Solde initial	Annuité	Capital remboursé	Intérêts	Assurance	Reste à rembourser
01/07/24	6 000,00 €	1 730,47 €	1 392,07 €	300,00 €	38,40 €	4 607,93 €
01/07/25	4 607,93 €	1 730,47 €	1 461,67 €	230,40 €	38,40 €	3 146,26 €
01/07/26	3 146,26 €	1 730,47 €	1 534,76 €	157,31 €	38,40 €	1 611,50 €
01/07/27	1 611,50 €	1 730,47 €	1 611,50 €	80,57 €	38,40 €	0,00 €

**EXTRAIT DE LA CONVENTION COLLECTIVE NATIONALE DES HÔTELS, CAFÉS
RESTAURANTS (HCR) DU 30 AVRIL 1997**

[...]

Article 14

En vigueur étendu

Les contrats à durée déterminée sont établis conformément à la législation en vigueur. Les conditions d'emploi des extras et des saisonniers sont précisées comme suit :

1. Extras

L'emploi d'extra qui, par nature, est temporaire est régi par les dispositions légales en vigueur.

Un extra est engagé pour la durée nécessaire à la réalisation de la mission. Il peut être appelé à être occupé dans un établissement quelques heures, 1 journée entière ou plusieurs journées consécutives dans les limites des durées définies par l'article 21.2.c.

Un extra qui se verrait confier par le même établissement des missions pendant plus de 60 jours dans un trimestre civil pourra demander la requalification de son contrat en contrat à durée indéterminée.

Le salaire de l'extra ne pourra être inférieur ni au minimum conventionnel de la catégorie professionnelle à laquelle il appartient, ni au montant de la rémunération que percevrait dans la même entreprise, après période d'essai, un salarié sous contrat à durée indéterminée de qualification équivalente et occupant les mêmes fonctions.

Les modalités de rémunération d'extra seront définies d'un commun accord à l'embauche. En outre, à la fin du contrat, le salarié perçoit une indemnité de congés payés égale à 10 % de la rémunération totale brute perçue, quelle que soit la durée du contrat.

Un contrat devra être établi pour chaque vacation. Toutefois, si plusieurs vacations sont effectuées au cours d'un mois civil, l'employeur pourra établir un seul bulletin de paye récapitulatif qui devra ventiler toutes les vacations sans que la nature juridique du contrat s'en trouve modifiée. Le bordereau individuel d'accès à la formation lui sera remis conformément à la législation en vigueur.

Source d'après :

https://www.legifrance.gouv.fr/conv_coll/id/KALISCTA000005747382/?idConteneur=KALICONT000005635534r

consulté le 14/11/2022 à 14h15

Réseaux sociaux : comment l'hôtellerie a repris la main

[...] Alimenter son site internet ne suffit plus. Les chaînes, comme les indépendants, savent que pour attirer les clients, il faut désormais poster à tout-va sur les réseaux sociaux. L'intérêt d'être sur Facebook, Instagram ou Twitter, c'est d'être dans l'air du temps. [...] On sait qu'aux États-Unis, 90 % des hôtels postent aujourd'hui des contenus sur Facebook. Instagram représente un milliard d'utilisateurs mensuels, dont 400 millions postent quotidiennement des « stories ».

Cet engouement pour les réseaux sociaux s'explique pour plusieurs raisons : c'est d'abord un formidable moyen de fidéliser sa clientèle. C'est le fameux 'bouche à oreille numérique'. On peut aussi communiquer sur ses offres, améliorer son image de marque, se démarquer des concurrents, ou encore rendre sa destination plus attractive. [...]"

S'adapter à l'audience est capital

Si Facebook est la plateforme la plus utilisée, suivie de près d'Instagram puis de Twitter, de nouvelles tendances apparaissent. [...]

“L'émergence du monde hôtelier sur les réseaux sociaux date d'il y a huit à dix ans, avance de son côté Caroline Demon, directrice générale du Cinq Codet. Nous savons que c'est une porte d'entrée supplémentaire pour les hôtels. Mais attention, il faut utiliser les réseaux dans le cadre d'une stratégie bien pensée en amont.” [...]

Les clients, meilleurs ambassadeurs

Reines des contenus éphémères, les plateformes Instagram et Snapchat sont quant à elles parfaites pour une communication bien léchée. [...] De son côté, Twitter traitera davantage des actualités de l'hôtel (en quelques signes), ou permettra de lancer une opération 'promotion'. Un moyen efficace d'augmenter son taux d'occupation facilement et à moindre coût [...]

Si les réseaux sociaux présentent bien des avantages, certaines contraintes émergent clairement. Parmi elles, la gestion des commentaires clients en ligne... et en direct. *“Cela représente un vrai challenge au quotidien”*, affirme Jérôme Charaoui. Cette forme d'authenticité a en tout cas le mérite de remettre l'hôtelier au cœur de son métier : celui de rendre les clients heureux.

Source d'après : <https://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/hotellerie/2019-12/reseaux-sociaux-comment-l-hotellerie-a-repris-la-main.htm>
consulté le 14/11/2022 à 14h20

ANNEXE 1

RÉPARTITION DES VENTES DES PLATS

Arrondir les calculs à deux décimales

Plats	Nombre de plats vendus	Pourcentage des ventes	Popularité (Cocher la réponse)
Poitrine de cochon laquée, sucrine snackée, pomme purée	49	<input type="checkbox"/> haute <input type="checkbox"/> basse
Bonite façon Rossini, jus de homard	98	<input type="checkbox"/> haute <input type="checkbox"/> basse
Jarret de veau cuit lentement, jus corsé	169	<input type="checkbox"/> haute <input type="checkbox"/> basse
Tourte de canette Miéral, jus aux épices Apicius	16	<input type="checkbox"/> haute <input type="checkbox"/> basse
Tartare de bœuf au couteau, caviar de France (5g)	152	<input type="checkbox"/> haute <input type="checkbox"/> basse
TOTAL	484	
Pourcentage moyen des ventes =			

ANNEXE 2

ÉTUDE DE LA RENTABILITÉ DES PLATS

Arrondir les calculs à deux décimales

Plats	Prix de vente TTC en €	Prix de vente HT en € TVA 10%	Coût matières en €	Marge brute unitaire en €	Nombre de plats vendus	Marge brute totale en €	Rentabilité (Cocher la réponse)
Poitrine de cochon laquée, sucrose snackée, pomme purée	5,23	49	<input type="checkbox"/> haute <input type="checkbox"/> basse
Bonite façon Rossini, jus de homard	3,25	98	<input type="checkbox"/> haute <input type="checkbox"/> basse
Jarret de veau cuit lentement, jus corsé	7,09	169	<input type="checkbox"/> haute <input type="checkbox"/> basse
Tourte de canette Miéral, jus aux épices Apicius	3,21	16	<input type="checkbox"/> haute <input type="checkbox"/> basse
Tartare de bœuf au couteau, caviar de France (5g)	8,41	152	<input type="checkbox"/> haute <input type="checkbox"/> basse
TOTAL					484	
Marge brute unitaire moyenne des plats vendus en euros =							

ANNEXE 3

CLASSEMENT DES PLATS

Groupe étoile Popularité haute – Rentabilité haute	Groupe vache à lait Popularité haute – Rentabilité basse
Groupe dilemme Popularité basse – Rentabilité haute	Groupe poids mort Popularité basse – Rentabilité basse

ANNEXE 4

1. Indiquer le plat qui sera proposé à l'association « Foll'in wine » pour leur premier dîner. Justifier votre réponse.

.....

.....

.....

2. Proposer deux actions pour améliorer la carte des plats du restaurant.

-

.....

.....

-

.....

.....

ANNEXE 5

1. Donner un avantage et un inconvénient d'un financement par emprunt bancaire.

- Avantage :
-
- Inconvénient :
-

2. Retrouver le montant mensuel de l'assurance emprunteur.

.....

.....

.....

.....

.....

3. Présenter le calcul du capital restant à rembourser au 1^{er} juillet 2025.

.....

.....

.....

4. Calculer le coût de l'emprunt pour l'acquisition de la cave à vin de service.

.....

.....

.....

.....

.....

5. Proposer à Pierre-Hugues MAHUT une autre solution pour financer son investissement.

.....

.....

.....

.....

ANNEXE 6

1. Indiquer la forme du contrat d'extra.

.....
.....

2. Préciser le type du contrat d'extra.

.....
.....

3. Justifier le choix du contrat proposé par Pierre-Hugues MAHUT pour cette nouvelle embauche.

.....
.....
.....
.....

4. Citer la condition pour laquelle un contrat d'extra peut être requalifié en CDI.

.....
.....
.....

5. Indiquer les deux parties signataires de cette convention collective nationale.

-
-

6. Préciser les salariés concernés par cette convention collective.

.....
.....
.....

7. Citer l'indemnité qui sera perçue par le salarié en fin de mission.

.....
.....
.....

ANNEXE 7

1. Relever deux réseaux sociaux que Pierre - Hugues MAHUT pourrait utiliser pour mettre en avant la promotion spéciale pour les clients de l'hôtel.

-
-

2. Indiquer deux avantages pour un hôtelier-restaurateur d'être présent sur les réseaux sociaux.

-
-

3. Citer deux limites liées à la présence du restaurant sur les réseaux sociaux.

-
-

4. Choisir le réseau social le plus approprié à l'offre spéciale de Pierre - Hugues MAHUT.
Justifier votre réponse.

-
-
-

5. Citer quatre autres moyens de communication externe pouvant être utilisés pour Pierre - Hugues MAHUT.

Communication média	Communication hors média
<ul style="list-style-type: none"> - - 	<ul style="list-style-type: none"> - -