

## CONSIGNES

### VOUS DEVEZ REMETTRE AVEC LA COPIE :

- l'annexe	2	page	5
- l'annexe	3	page	6
- l'annexe	4	page	7
- l'annexe	7	page	9
- l'annexe	8	page	10
- les annexes	9 et 10	page	11
- l'annexe	12	page	13
- l'annexe	15	pages	16 et 17

## MATÉRIEL AUTORISÉ

- ↳ Plan comptable hôtelier
- ↳ Calculatrice autonome sans imprimante

*Toutes les calculatrices de poche, y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique, sont autorisées à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante.*

## SUJET

<b>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL RESTAURATION</b>	E2 Épreuve : <b>Économie, Gestion de l'entreprise et Mathématiques</b> Sous-épreuve <b>A2 : Économie et gestion de l'entreprise U21</b>	
Session <b>2009</b>	Coef. : <b>2</b>	Durée : <b>2 heures</b>
Repère : AP 0906-RESEGMA	Ce sujet comporte <b>17</b> pages	Page <b>1/17</b>



Vous êtes employé(e) dans l'hôtel-restaurant «Les Deux Sœurs » situé dans le département de l'Isère dans une station de moyenne altitude.

Cette entreprise a été créée en 1990 sous forme de SARL au capital de 15 000 €. La gérante et maître d'hôtel est Mme Catherine DUSSERT.

L'hôtel a une capacité de 30 chambres et le taux moyen d'occupation est de 65 %. Il est ouvert 300 jours dans l'année. Le prix de vente moyen d'une chambre est de 60 € TTC.

Le restaurant offre des menus de spécialités de montagne. Il a une capacité d'accueil de 40 couverts, midi et soir, et travaille avec un taux de remplissage moyen de 50 %. Le ticket moyen du restaurant est de 25 € TTC. La période hivernale représente la haute saison. Habituellement ouvert 300 jours dans l'année et tous les jours de décembre à mars, le restaurant a cependant été exceptionnellement fermé 4 jours pendant le mois de janvier 2009 à cause du remplacement de l'installation frigorifique.

Mme Catherine DUSSERT est inquiète : le manque de neige en saison froide, phénomène de plus en plus marqué, lui porte préjudice, et le mauvais temps subi durant l'été n'a pas arrangé ses affaires. Elle décide de réagir dans la mesure de ses moyens et vous demande de l'assister pour traiter différents dossiers.

**Ce sujet comporte cinq parties indépendantes :**

- **DOSSIER 1 : Étude de la carte**
- **DOSSIER 2 : Calculs et déclaration de TVA**
- **DOSSIER 3 : Rentabilité et chiffre d'affaires critique**
- **DOSSIER 4 : Législation du travail**
- **DOSSIER 5 : Techniques commerciales**

## DOSSIER 1

### ÉTUDE DE LA CARTE

Madame DUSSERT souhaite étudier sa carte pour éventuellement y apporter quelques modifications pour les prochaines saisons.

Elle vous fournit un calendrier du mois de janvier 2009 (**ANNEXE 1**) et les prix des différentes spécialités de montagne qui sont toutes à la carte en hiver (**ANNEXE 2**).

#### **TRAVAIL À FAIRE :**

1. Calculez le chiffre d'affaires du mois de février 2009 en complétant l'**ANNEXE 2**.
2. Complétez l'**ANNEXE 3** pour le calcul de l'indice de popularité de chaque spécialité du mois de janvier 2009 en tenant compte des jours de fermeture pour l'installation frigorifique.
3. Complétez l'**ANNEXE 4** et commentez les principes d'OMNÈS.

## DOSSIER 2

### CALCUL ET DÉCLARATION DE TVA

Madame DUSSERT vous charge de remplir la déclaration de TVA (régime du réel normal) pour le mois de février 2009.

Pour réaliser ce travail, elle vous fournit un extrait de la main courante (**ANNEXE 5**), le récapitulatif des achats HT du mois de janvier 2009 (**ANNEXE 6**) et vous précise que l'entreprise disposait le mois précédent d'un crédit de TVA à reporter d'un montant de 540 €.

#### **TRAVAIL À FAIRE :**

1. Complétez l'**ANNEXE 7** afin d'obtenir les montants de la TVA collectée, de la TVA déductible et de la TVA à payer pour le mois de février 2009.
2. Complétez la déclaration de TVA pour le mois de février 2009 (**ANNEXE 8**).

## DOSSIER 3

### RENTABILITÉ ET CHIFFRE D'AFFAIRES CRITIQUE

Inquiète pour la rentabilité de son hôtel restaurant et très consciente de l'importance du contrôle de gestion, Madame DUSSERT vous demande de l'aider.

#### **TRAVAIL À FAIRE :**

1. Répondez aux questions de l'**ANNEXE 9**.
2. Commentez vos résultats sur l'**ANNEXE 10**.

## DOSSIER 4

### LÉGISLATION DU TRAVAIL

Afin d'augmenter la fréquentation et les recettes de l'établissement, Madame DUSSERT envisage d'embaucher un artiste professionnel (musicien, jongleur, imitateur..) qui interviendrait pendant le service du soir.

Elle a pris quelques contacts et a déjà eu un entretien avec un musicien. Celui-ci accepterait de travailler dans le restaurant mais demande l'application des règles définies dans la convention collective relative aux entreprises artistiques et culturelles organisatrices de spectacles dans lesquelles il a l'habitude de travailler, estimant qu'un musicien reste un musicien quel que soit l'établissement dans lequel il travaille.

#### **TRAVAIL À FAIRE :**

À partir de vos connaissances et des extraits des conventions collectives fournis dans l'**ANNEXE 11**, répondez aux questions de l'**ANNEXE 12**.

## DOSSIER 5

### TECHNIQUES COMMERCIALES

Madame DUSSERT a constaté une baisse importante de la consommation de vin dans son restaurant.

Afin de sensibiliser les salariés à ce problème, elle vous demande de prendre connaissance de l'article « commandes de vin, le conseil fait défaut » (**ANNEXES 13 et 14**) et d'en faire une analyse. Celle-ci permettra de trouver des solutions adaptées à chaque type de clientèle pour développer davantage les ventes.

#### **TRAVAIL À FAIRE :**

Répondez aux questions présentées en **ANNEXE 15**.

**ANNEXE 1****Calendrier / Janvier 2009**

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

**ANNEXE 2****(à rendre avec la copie)**
**TABLEAU DE CALCUL DU CHIFFRE D'AFFAIRES  
DU MOIS DE JANVIER 2009**

Entrée	Prix unitaire	Nombre de plats vendus	Chiffre d'affaires
Fondue savoyarde spéciale (Beaufort d'été)	20,00 €	108	
Fondue savoyarde spéciale (Beaufort d'hiver)	19,00 €	270	
Fondue savoyarde traditionnelle (mélange de fromages de montagne)	18,00 €	130	
Fondue savoyarde aux cèpes	19,00 €	27	
Fondue savoyarde accompagnée de sa charcuterie	22,00 €	54	
Fondue bourguignonne (Charolais)	25,00 €	128	
Raclette de Savoie	18,00 €	70	
Tartiflette	16,00 €	25	
Assiette de charcuterie de montagne	13,00 €	22	
Pierrade (Charolais)	20,00 €	124	
<b>TOTAUX</b>			
Prix moyen offert			
Prix moyen demandé			

### ANNEXE 3

(à rendre avec la copie)

**TABLEAU DU CALCUL DE L'INDICE DE POPULARITÉ DU MOIS DE  
JANVIER 2009**

Désignation des plats	Quantité vendue	Indice de Vente (*)	Nombre de présentations (en jours)	Indice de présentation (*)	Indice de popularité (*)
Fondue savoyarde spéciale (Beaufort d'été)	<b>108</b>				
Fondue savoyarde spéciale (Beaufort d'hiver)	<b>270</b>				
Fondue savoyarde traditionnelle (Mélange de fromages de montagne)	<b>130</b>				
Fondue savoyarde aux cèpes	<b>27</b>				
Fondue savoyarde accompagnée de sa charcuterie	<b>54</b>				
Fondue bourguignonne (Charolais)	<b>128</b>				
Raclette de Savoie	<b>70</b>				
Tartiflette	<b>25</b>				
Assiette de charcuterie de montagne	<b>22</b>				
Pierrade (Charolais)	<b>124</b>				
<b>TOTAUX</b>					

(\*) Remarque : Les calculs des indices de vente et des indices de présentation se feront avec 3 décimales. On gardera 2 décimales pour l'indice de popularité.

**Commentaire :**

.....

.....

.....

.....

.....

**ANNEXE 4****(à rendre avec la copie)****VÉRIFICATION DES PRINCIPES D'OMNÈS**

<b>Principe</b>	<b>Vérification du principe</b>	<b>Commentaire</b>
L'ouverture de la gamme		
La dispersion des prix		
Le rapport demande/offre		

Remarque : les calculs se feront avec 2 décimales

**ANNEXE 5****Extrait de la main courante (février 2009)**

<b>Prestation</b>	<b>Taux de TVA</b>	<b>Chiffre d'affaires TTC</b>
<b>Petit déjeuner</b>	<b>19,6 %</b>	<b>2 550,00 €</b>
<b>Restauration</b>	<b>19,6 %</b>	<b>29 319,00 €</b>
<b>Bar</b>	<b>19,6 %</b>	<b>18 470,00 €</b>
<b>Hébergement</b>	<b>5,5 %</b>	<b>19 850,00 €</b>

**ANNEXE 6****Récapitulatif des achats hors taxes (février 2009)**

<b>Achats de biens et de services (TVA 19,6 %)</b>	<b>12 000 €</b>
<b>Achats de biens et de services (TVA 5,5 %)</b>	<b>4 500 €</b>
<b>Achats d'immobilisations / investissements (TVA 19,6 %)</b>	<b>4 000 €</b>



**ANNEXE 7****(à rendre avec la copie)****Calcul de la TVA collectée février 2009**

<b>Prestation</b>	<b>Montant TTC</b>	<b>Taux TVA</b>	<b>Montant HT</b>	<b>Montant TVA</b>
Petit déjeuner				
Restauration				
Bar				
Hébergement				
Total				

**Calcul de la TVA déductible février 2009**

TVA déductible sur immobilisations (compte 44562)	
TVA déductible sur biens et services (compte 44566)	
Crédit de TVA	
Total TVA déductible	

**Calcul de la TVA à payer février 2009**

Total TVA collectée	
Total TVA déductible	
TVA à payer	

# **ANNEXE 8** **(à rendre avec la copie)**



N°3310 - CA3

Si vous n'avez à remplir aucune ligne de ce formulaire (déclaration "néant"), veuillez cocher cette case ☐

A MONTANT DES OPÉRATIONS RÉALISÉES			
OPÉRATIONS IMPOSABLES (H.T.)		OPÉRATIONS NON IMPOSABLES	
01 Ventes, prestations de services .....		04 Exportations hors CEE .....	0032
02 Autres opérations imposables .....		05 Autres opérations non imposables .....	0033
03 Acquisitions intracommunautaires .....	0031	06 Livraisons intracommunautaires .....	0034
(dont ventes à distance et/ou opérations de montage : .....		07 Achats en franchise .....	0037
B DÉCOMPTÉ DE LA TVA À PAYER			
TVA BRUTE		Base hors taxe	Taxe due
08 Taux 19,6 % .....	0206		
09 Taux 5,5 % .....	0105		
9B Opérations réalisées dans les DOM			
10 Taux normal 8,5 % .....	0201		
11 Taux réduit 2,1 % .....	0100		
12 Opérations imposables à un autre taux (France métropolitaine ou DOM)			
13 Anciens taux .....	0900		
14 Opérations imposables à un taux particulier (décompte effectué sur annexe 3310 A) .....	0950		
15 TVA antérieurement déduite à reverser .....		0600	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;">                     La ligne 11 ne concerne que les DOM                      Les autres opérations relevant du taux de 2,1 % continuent d'être déclarées sur l'annexe 3310 A                 </div>		16 Total de la TVA brute due (lignes 08 à 15)	
		17 Dont TVA sur acquisitions intracommunautaires	0035
		18 Dont TVA sur opérations à destination de Monaco	0038
TVA DÉDUCTIBLE			
19 Biens constituant des immobilisations .....		0703	
20 Autres biens et services .....		0702	
21 Autre TVA à déduire .....		0059	
22 Report du crédit de TVA appaissant ligne 21 de la précédente déclaration .....		8001	
(A convertir en euros si ce crédit est en francs)			
23 Indiquer ici le pourcentage de déduction applicable pour la période s'il est différent de 100 % <input type="text"/>		24 Total TVA déductible (lignes 19 à 22)	
CRÉDIT		TVA À PAYER	
25 Crédit de TVA (ligne 24 - ligne 16) .....	0705	28 TVA nette due (ligne 16 - ligne 24) .....	
26 Remboursement demandé sur formulaire n°3519 joint .....	8002	29 Taxes assimilées calculées sur annexe n°3310 A .....	9979
27 Crédit à reporter (ligne 25 - ligne 26) .....	8003	30 Sommes à imputer y compris acomptes congés .....	9989
(cette somme est à reporter ligne 21 de la prochaine déclaration)		31 Sommes à ajouter y compris acomptes congés .....	9999
Attention ! Une situation de TVA créditrice (ligne 25 servie) ne dispense pas de paiement des taxes assimilées déclarées ligne 29.		32 Total à payer (lignes 28+29-30+31)	
		(n'oubliez pas de joindre le règlement correspondant)	

**ANNEXE 9**  
**(à rendre avec la copie)**

Question	Montant	Détail du calcul
Quel est le montant du ticket moyen hors taxe réalisé au restaurant (TVA 19,6 %) ?		
Calculer le chiffre d'affaires hors taxe annuel du restaurant (sur 300 jours d'ouverture). <i>(Arrondir le chiffre d'affaires calculé à la centaine d'euros la plus proche)</i>		
Les charges variables représentent 50 % du chiffre d'affaires. Quel est le taux de marge sur charges variables ?		
Les charges fixes sont de 130 000 €. Quel est le chiffre d'affaires critique en euros ?		
Combien faut-il vendre de repas sur l'année pour arriver à ce chiffre d'affaires critique ?		

**ANNEXE 10**

**Commentaire :**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Extrait de la convention collective des Hôtels, Cafés, Restaurants.**

Elle concerne :

- les hôtels avec restaurant ;
- les hôtels de tourisme sans restaurant ;
- les hôtels de préfecture ;
- les restaurants de type traditionnel ;
- les cafés tabac ;
- les débits de boissons ;
- les traiteurs organisateurs de réception (1) ;
- les discothèques et bowlings (2).

Les dispositions de la convention collective sont applicables à tous les salariés de l'entreprise notamment au personnel d'exploitation, d'entretien, de maintenance, ainsi qu'au personnel administratif.

Les entreprises sont généralement répertoriées aux codes NAF 55-1 A, 55-1 C, 55-1 D, 55-3 A, 55-4 A, 55-4 B, 55-5 D, 92-3 H.

Sont exclus :

- les employeurs et salariés travaillant dans des entreprises d'alimentation et de restauration rapide ayant pour vocation de vendre exclusivement au comptoir des aliments et boissons présentés dans des conditionnements jetables que l'on peut consommer sur place ou emporter ;
- les employeurs et salariés travaillant dans des entreprises de restauration collective.

(1) Voir les dispositions de l'accord du 17 mars 1999.

(2) Alinéa exclu de l'extension par arrêté du 3 décembre 1997.

**Extraits de la convention collective des Entreprises artistiques et culturelles (entreprises de spectacles vivants, théâtres privés, entrepreneurs de spectacles, artistes dramatiques, lyriques, chorégraphiques, marionnettistes, de variétés et musiciens)**

**Organisation patronale signataire :** Syndicat national des entrepreneurs de spectacles (SNES)

**Syndicats de salariés signataires :**

- Fédération communication et culture CFDT
- Syndicat national des artistes des professions de l'animation et de la culture (SNAPAC) CFDT
- Syndicat indépendant des artistes-interprètes (SIA)
- Syndicat national libre des artistes (SNLA) FO
- Union nationale des interprètes et cadres de création des arts de spectacle (UNICAS) CFTC
- Syndicat national des musiciens (SNM) FO.

**Adhésion :** Fédération nationale SAMUP (FNS) (par lettre du 8 septembre 2004). Fédération UNSA, spectacle et communication (par lettre du 16 juin 2005).

Les parties contractantes déclarent établir par les présentes une nouvelle convention collective du travail, conforme aux dispositions du titre III du livre Ier du code du travail, et se substituant à compter du 7 février 2003 à celle conclue le 12 mars 1958, modifiée le 1<sup>er</sup> octobre 1991, puis le 28 juin 1995 et le 21 octobre 1998.

**PRÉAMBULE**

Les entrepreneurs de spectacles, visés par la présente convention, dirigent des entreprises de spectacles non régulièrement subventionnées. Ils présentent des spectacles à vocation artistique, qu'ils créent, produisent ou diffusent dans des lieux de spectacles qu'ils n'exploitent pas eux-mêmes.

**Extrait de la convention « Entrepreneurs de spectacles, artistes dramatiques, lyriques, chorégraphiques, variétés et musiciens ».**

N°3 277 (ex. Snes, dénommée également convention « tournées »).

Convention étendue par décret le 20 octobre 2004.

*Cette convention « règle les rapports entre les artistes-interprètes dramatiques, lyriques, chorégraphiques, marionnettistes, de variétés et musiciens et les entrepreneurs de spectacles organisant des tournées ».*

## ANNEXE 12

(à rendre avec la copie)

Qu'est-ce qu'une convention collective ? Par qui est-elle élaborée ?	
Quel est l'intérêt d'une convention collective pour les salariés ?	
Quel est le rôle d'un syndicat de salariés ?	
Quelle convention doit s'appliquer au cas précis décrit ci-dessus : la convention collective de l'hôtellerie ou la convention collective des artistes ?  <i>Donnez une réponse et justifiez votre choix.</i>	

## COMMANDES DE VIN, le conseil fait défaut

D'après Néo-restauration n°438 janvier 2007

**Amateurs de conseils pertinents,** les consommateurs apprécient la diversité sur une carte et aimeraient que les professionnels sachent mieux leur parler des spécificités de chaque vin.

Le sondage de l'Association de la presse du vin (APV), lancé en juin 2006 est loin d'être exhaustif (les établissements qui ont répondu affichent notamment un ticket moyen de 45 € et l'Île-de-France est sur-représentée) mais il a au moins le mérite d'exister. Et il tire certains enseignements sur la consommation de vin dans l'univers de la restauration hors domicile, à savoir une baisse à midi et une stabilisation voire une hausse le soir. En effet, 70 % des restaurateurs interrogés annoncent une diminution de la consommation de vin à midi et 8 % une hausse. Le repas du soir semble mieux résister puisque 33 % déclarent une hausse de la consommation et 55 % une stabilisation des commandes alors que 12 % affichent une baisse.

La consommation de vin connaît-elle une réelle désaffection ? Là encore, tout est une question de moment. Toujours selon cette enquête, les restaurateurs constatent des différences majeures de consommation en fonction du type de repas : une baisse de 50 % des commandes lors des repas d'affaires et de 34 % pour les repas en famille. A contrario, les commandes lors des repas en tête-à-tête sont stables pour 62 % et celles lors des repas entre amis enregistrent une hausse de 37 %. Vin et convivialité demeurent un duo gagnant. Mais beaucoup de travail reste à fournir du côté des professionnels.





### **La consommation de vin au restaurant a-t-elle changé ?**

J'ai toujours eu une approche du vin qualitative plus que quantitative. Globalement, dans mon établissement, je n'ai pas de baisse d'activité, ni en volume ni en chiffre d'affaires. En revanche, les clients consomment moins de vin en bouteille au déjeuner mais ils apprécient les découvertes en petite quantité, notamment des verres de 6 à 7 centilitres. À midi, ils sont sensibles au goût et à la richesse en alcool du vin. Les femmes sont de plus en plus présentes et leurs goûts ne sont pas spécialement différents de ceux des hommes. Quant au soir, les clients disposent de davantage de temps, ils sont plus ouverts. La transmission familiale s'avère moins forte. Les consommateurs sont donc demandeurs de conseils, ils ont une démarche d'intérêt et reçoivent volontiers des explications. J'ai souvent des tables de Japonaises ou d'Américaines, ou de jeunes femmes qui viennent découvrir le vin et se faire plaisir.

### **Quelles sont les implications pour les professionnels ?**

Aujourd'hui, la palette des vins proposée et connue est plus large. Il existe de nombreuses alternatives aux Bordeaux et aux Bourgogne comme les vins de Loire, d'Alsace, du Languedoc, du Rhône... Les vins étrangers (Chili, Afrique du Sud...) sont très appréciés lors de repas d'affaires. Les clients voyagent, testent à l'extérieur, aiment retrouver des vins découverts hors des frontières, s'informent avec Internet et les revues spécialisées. Dans les restaurants, les équipes doivent travailler et élargir leur culture du vin afin d'être capables de répondre à des questions pointues. Les clients expriment des demandes plus précises, plus pertinentes sur un panel plus vaste. Je pars régulièrement avec mes quatre sommeliers dans les vignobles afin de les former. Côté clients, il est primordial d'afficher une identité forte et de savoir les écouter.

<p style="text-align: center;"><b>ANNEXE 15</b></p> <p style="text-align: center;"><b>(à rendre avec la copie)</b></p>
--

1. Déterminez dans le tableau ci-dessous :
- les types de repas,
  - les tendances de variation des commandes (hausse, baisse ou maintien).
- Vous justifierez votre réponse.

Type de repas	Tendance de variation	Justification

2. Déterminez à la suite de votre analyse sur quel(s) type(s) de clientèle il faut accentuer les efforts pour augmenter la consommation de vin.

.....

.....

.....

.....

.....



<b>ANNEXE 15</b>	<b>(SUITE)</b>
<b>(à rendre avec la copie)</b>	

3. Présentez les solutions à mettre en place pour inciter le client à commander du vin pendant les repas.

	Solutions à mettre en place
Support de vente	<div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div>
Personnel	<div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div>
Restaurant	<div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div> <div>.....</div>

4. Développez un exemple de forfait week-end sur le thème du vin que l'hôtel restaurant « les Deux Sœurs » pourrait proposer. Citez trois prestations susceptibles d'être présentées dans ce forfait.

- .....  
.....  
.....  
.....
- .....  
.....  
.....  
.....
- .....  
.....  
.....  
.....