

SESSION 2020

**CAPET
CONCOURS EXTERNE
ET CAFEP**

Section : HÔTELLERIE – RESTAURATION

**Options : - SCIENCES ET TECHNOLOGIES DES SERVICES EN
HÔTELLERIE ET RESTAURATION**

- SCIENCES ET TECHNOLOGIES CULINAIRES

**COMPOSITION DE SCIENCES DE GESTION
ET MANAGEMENT HÔTELIER**

Durée : 5 heures

Calculatrice électronique de poche - y compris calculatrice programmable, alphanumérique ou à écran graphique – à fonctionnement autonome, non imprimante, autorisée conformément à la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Si vous repérez ce qui vous semble être une erreur d'énoncé, vous devez le signaler très lisiblement sur votre copie, en proposer la correction et poursuivre l'épreuve en conséquence. De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, vous devez la (ou les) mentionner explicitement.

NB : Conformément au principe d'anonymat, votre copie ne doit comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé consiste notamment en la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de la signer ou de l'identifier.

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie.

Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

► **Concours externe du CAPET de l'enseignement public :**

- **option sciences et technologies culinaires :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDE	8510E	102	7394

- **option sciences et technologies des services en hôtellerie et restauration :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDE	8520E	102	7394

► **Concours externe du CAPET de l'enseignement privé :**

- **option sciences et technologies culinaires :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDF	8510E	102	7394

- **option sciences et technologies des services en hôtellerie et restauration :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDF	8520E	102	7394

La Halte du Quercy

Le sujet comporte 18 pages numérotées de 1 à 18 y compris les deux documents à rendre avec la copie. Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet. L'énoncé est composé de 3 dossiers indépendants qu'il est préférable de traiter dans l'ordre indiqué.

Contenu du sujet		Page
Sommaire		1
Présentation du cas		2
Dossier 1	Analyser la situation économique et financière de La Halte du Quercy	3
Dossier 2	Faire évoluer la carte des boissons	3
Dossier 3	Impliquer le personnel	4

Dossier documentaire		Page
Annexe 1	Descriptif de La Halte du Quercy	5
Annexe 2	Extrait de la carte du restaurant La Halte du Quercy	6
Annexe 3	Comptes de résultat 2018 et 2019 en euros de La Halte du Quercy	7
Annexe 4	Bilan 2019 de La Halte du Quercy (en euros)	8
Annexe 5	Informations complémentaires 2018 et 2019 de La Halte du Quercy	9 et 10
Annexe 6	Définition du « <i>sourcing</i> »	10
Annexe 7	L'eau aromatisée, une tendance <i>healthy</i> rafraîchissante	11
Annexe 8	L'ascension des eaux aromatisées	12
Annexe 9	Eau au restaurant : la démarche innovante de Sang Hoon Degeimbre	12 et 13
Annexe 10	Comment séduire avec de l'eau en carafe ?	13
Annexe 11	Comment améliorer la qualité de vie au travail	14
Annexe 12	L'annualisation du temps de travail	15
Annexe 13	Les nouvelles règles de l'assurance chômage	16
Document A	Tableau de gestion 2019 de la Halte du Quercy (<i>à rendre avec la copie</i>)	17
Document B	Indicateurs commerciaux et financiers 2019 (<i>à rendre avec la copie</i>)	18

Les documents A et B sont à rendre avec la copie.

Un restaurant éco-responsable au cœur du Quercy

En 2014, monsieur et madame Alceti, séduits par la région, ont acheté les murs et le fonds de commerce de La Halte du Quercy, un restaurant traditionnel, situé dans le village très touristique de Saint-Cirq Lapopie. L'établissement bénéficie d'un verger (pruniers, figuiers...) et d'un potager dédié à la culture de plantes aromatiques. Tous deux restent actuellement peu exploités pour l'activité du restaurant.

Depuis leur installation, ils ont réussi à diversifier la clientèle de l'établissement, jusque-là exclusivement touristique, grâce à un repositionnement sur une restauration éco-responsable privilégiant les fournisseurs locaux qu'ils valorisent sur leur carte. Celle-ci affiche une cuisine de terroir : confit de canard, pommes sarladaises, foie gras, ... sans oublier le fameux « Pastis », gâteau fabriqué à base d'un feuilletage très travaillé. Cette stratégie a permis de séduire une clientèle locale qui a contribué sensiblement à l'accroissement de l'activité.

Monsieur et madame Alceti ont poursuivi leur développement dans deux directions :

- en 2018 avec l'ouverture d'une boutique attenante au restaurant dans laquelle sont vendus certains produits de leurs fournisseurs ;
- en 2019, avec la création d'une offre « limonade¹ » destinée à la clientèle touristique durant les deux mois de haute saison ..

Si les indicateurs commerciaux sont satisfaisants, monsieur et madame Alceti sont néanmoins confrontés à des difficultés d'approvisionnement ; les fournisseurs locaux n'ayant pas la capacité de répondre à leurs besoins croissants, notamment pour proposer une offre boissons cohérente avec leurs nouvelles activités. Par ailleurs, certains clients regrettent ouvertement que tous les personnels de salle ne soient pas en mesure de les renseigner sur l'origine des produits ou encore sur le contenu de la carte. Le manque de stabilité du personnel et les difficultés de recrutement en saison sont les raisons avancées par monsieur et madame Alceti pour expliquer cette situation.

Vous êtes sollicité(e) par monsieur et madame Alceti pour les conseiller afin de surmonter ces difficultés, en traitant les trois dossiers suivants :

- Dossier 1 – Analyser la situation économique et financière de La Halte du Quercy
- Dossier 2 – Faire évoluer la carte des boissons
- Dossier 3 – Impliquer le personnel

¹ Service de restauration rapide en continu, entre le service du midi et celui du soir.

Dossier 1- Analyser la situation économique et financière de La Halte du Quercy

Après 5 ans d'activité, monsieur et madame Alceti souhaitent analyser l'existant pour évaluer la solidité économique et financière de leur établissement et pouvoir envisager l'avenir.

- 1.1 Commenter, de manière structurée, la situation économique et financière du restaurant La Halte du Quercy en 2019, et son évolution depuis 2018. Appuyer votre analyse sur des indicateurs pertinents et les tableaux fournis en annexes A et B (*à compléter*).
- 1.2 Expliquer l'impact de la mise en place de l'offre « limonade » sur le résultat 2019. Argumenter l'intérêt de proposer cette offre tout au long de la période d'ouverture.
- 1.3 Conclure le diagnostic économique et financier sur la capacité de La Halte du Quercy à poursuivre son développement.

Dossier 2 – Faire évoluer la carte des boissons

Lors de la dernière saison, monsieur Alceti a dû faire face à quelques ruptures de stocks sur la carte des vins. Il souhaite référencer de nouveaux producteurs de vins locaux.

- 2.1. Présenter et justifier, de manière structurée, les caractéristiques à mettre en avant dans le choix des nouveaux fournisseurs de vins en accord avec la stratégie commerciale de la Halte du Quercy.

Très à l'écoute de ses clients, monsieur Alceti constate une demande accrue de boissons non alcoolisées. Il a l'idée de proposer quelques eaux aromatisées (eau mentholée, eau citron-basilic-concombre, eau abricot-romarin...) sur sa carte des boissons.

- 2.2. Analyser la pertinence d'intégrer une offre d'eaux aromatisées à la carte du restaurant.
- 2.3. Proposer un argumentaire pour commercialiser cette nouvelle offre d'eaux aromatisées.

Dossier 3 – Impliquer le personnel

Chaque année, avant la saison touristique, monsieur et madame Alceti recrutent du personnel saisonnier. Les week-ends de forte activité, ils recourent à des extras.

Lors de la dernière saison, ils ont dû faire face à une forte rotation du personnel. Devant les difficultés pour recruter du personnel nouveau, ils ont dû fréquemment faire appel à des intérimaires en urgence.

- 3.1 Présenter les caractéristiques juridiques des contrats de travail temporaire utilisés par monsieur et madame Alceti pour répondre à leurs besoins de recrutement saisonnier. Analyser leurs conséquences sur l'implication du personnel de la Halte du Quercy.
- 3.2 Expliquer en quoi l'évolution de la réglementation du droit du travail applicable aux entreprises hôtelières constitue une opportunité, pour monsieur et madame Alceti, de fidéliser leur personnel.
- 3.3 Montrer que l'adhésion du personnel aux valeurs portées par la Halte du Quercy est un moyen de contribuer à sa performance.
- 3.4 Proposer des actions pour mobiliser et fidéliser chaque membre du personnel de la Halte du Quercy quel que soit son contrat de travail.

Annexe 1 – Descriptif de La Halte du Quercy

Localisation :

Au centre du village de Saint-Cirq-Lapopie, une commune du Lot située en Quercy dans la région Occitanie.

À 25 Km de Cahors, Saint-Cirq Lapopie, élu 1^{er} Village préféré des Français en 2012, offre la richesse de son histoire et de son point de vue exceptionnel au visiteur.

Source : www.saint-cirqlapopie.com

Offre de services :

Restaurant :

Il dispose d'une salle rénovée fin 2014 proposant 40 places assises auxquelles se rajoutent 20 places en terrasse ombragée à la belle saison (soit sur 130 jours d'ouverture) donnant une splendide vue à 180° sur une des boucles du Lot et invitant à la détente et à la quiétude.

Le restaurant est ouvert 200 jours par an :

- de début mai à fin septembre : tous les jours midi et soir, sauf le lundi ;
- en avril ainsi que de début octobre à fin décembre : midi et soir du jeudi au dimanche ;

L'établissement est fermé de janvier à mars inclus.

Boutique :

Dans un local attenant à la salle de restauration, monsieur et madame Alceti ont ouvert en 2018, une boutique où les clients peuvent acheter des produits régionaux souvent mis à l'honneur par la chef (canard en confit, foie gras ou en magret, de la truffe, du fromage Rocamadour, du Croustilot (pain local), du safran, du melon, de la noix et de l'agneau du Quercy, du vin rouge Cahors ou blanc et rosé Coteaux du Quercy)). La boutique est ouverte les mêmes jours et heures que le restaurant.

Clientèle :

La clientèle du restaurant est essentiellement touristique en saison.

Toute l'année, la notoriété grandissante de l'établissement lui permet de développer également une clientèle locale fidèle.

La clientèle de la boutique est essentiellement constituée des clients du restaurant.

Ressources humaines 2019 :

L'équipe de la Halte du Quercy est composée :

- du couple de gérants (madame Alceti est en charge de la cuisine en tant que « maître restaurateur » et monsieur Alceti gère la salle et le bar) ;
- d'un CDI temps partiel (0,5 équivalent temps plein) pour le poste de plonge ;
- de deux CDD à temps plein en saison (de début mai à fin septembre) répartis entre la cuisine et la salle. (Contrats saisonniers) ;
- d'extras et d'intérimaires en fonction des besoins.

Plats

Poularde de Flaugnac (GAEC Albouys)
Pintade farcie d'Espinas, pelure de truffe (GAEC de Couché)
Carré d'agneau de Pern et son ail confit (Ferme de Fontanet)
Brochettes de porc plein air de Varaire (GAEC de Pécanot)
Truite de St Martin Le Redon (Le Moulin de Guiral)
Côte de limousine de Varaire (GAEC de Pécanot)

En accompagnement au choix :

Légumes et pommes de terre de Puy l'Évêque (Daniel Vigouroux)

Desserts

Glace fermière de Rocamadour (GAEC Les Goûts & Les Couleurs)
Fondant aux pruneaux de Penne d'Agenais (Ferme du Lacay)
Crème caramel safranée de Montratier (Safran d'Oc)

Carte des vins

AOC Cahors (Rouge)
IGP Côtes du Lot (Blanc, rouge, rosé)
AOC Fronton (rouge, rosé)
AOC Gaillac (Blanc, rouge, rosé et moelleux)
AOC Saint Émilion (Rouge)

Carte saisonnière « Service de Limonade »

Salades composées
Burgers maisons

Pâtisseries du Lot
Glaces maisons

Annexe 3 – Comptes de résultat 2018 et 2019 en euros de La Halte du Quercy

Charges		2019	2018	Produits		2019	2018
<u>Charges d'exploitation :</u>				<u>Produits d'exploitation :</u>			
Achats de marchandises		9 895	9 348	Ventes de marchandises		28 639	25 775
Variation des stocks		331	-104	Production vendue		337 224	312 525
Achats de matières premières et autres approvisionnementnements		90 985	87 287	Sous-total A - Montant net du chiffre d'affaires		365 863	338 300
Variation des stocks		4 789	2 128	Production stockée			
Autres achats et charges externes		70 238	67 536	Production consommée (2)		4 378	4 283
Impôts, taxes et versements assimilés		1 825	1 769	Subventions d'exploitation			
Salaires et traitements		92 493	82 828	Reprises sur dépréciations et provisions			
Charges sociales		25 070	22 451	Autres produits			
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions		25 300	24 520	Sous-total B		4 378	4 283
Autres charges		1 021	1 060				
TOTAL I		321 947	298 823	TOTAL I (A+B)		370 241	342 583
<u>Charges financières :</u>				<u>Produits financiers :</u>			
Intérêts et charges assimilées		6 097	5 830	Intérêts et produits assimilés		-	-
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions				Reprises sur dépréciations, provisions et transferts de charges			
TOTAL II		6 097	5 830	TOTAL II		-	-
<u>Charges exceptionnelles :</u>				<u>Produits exceptionnels :</u>			
Sur opération de gestion				Sur opération de gestion		480	
Sur opération en capital (1)		150	200	Sur opération en capital (3)			
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions				Reprises sur dépréciations, provisions et transferts de charges			
TOTAL III		150	200	TOTAL III		480	-
Participation des salariés aux résultats (IV)							
Impôts sur les bénéfices (V)		7 102	5 860				
Total des charges (I+II+III+IV+V)		335 296	310 713	Total des produits (I+II+III)		370 721	342 583
Solde créditeur = bénéfice		35 425	31 870	Solde débiteur = perte		-	-
TOTAL GÉNÉRAL		370 721	342 583	TOTAL GÉNÉRAL		370 721	342 583

(1) Il s'agit de la valeur nette comptable des éléments d'actif cédés au cours de l'exercice

(2) Concerne uniquement le restaurant

(3) Il s'agit du prix de cession (prix de vente) des éléments d'actif cédés au cours de l'exercice

Annexe 4 – Bilan 2019 de La Halte du Quercy (en euros)

Actif	2019			Passif	2019
	Brut	Amort. et dépr.	Net		
ACTIF IMMOBILISÉ				CAPITAUX PROPRES	
Immobilisations incorporelles :				Capital social	15 000
Frais d'établissement				Réserves :	
Frais de recherche et de développement				- Réserve légale	500
Concessions, brevets, licences, logiciels et droits similaires				Réserves statutaires ou contractuelles	-
Fonds commercial	3 597		3 597	Réserves réglementées	-
Immobilisations corporelles :	18 000		18 000	Autres réserves	27 112
Terrains	54 000		54 000	Report à nouveau	-
Constructions	124 920	31 500	93 420	Résultat de l'exercice	35 425
Installations techniques, matériel et outillage industriel	103 800	53 352	50 448	Subventions d'investissement	-
Autres immobilisations corporelles	84 540	35 779	48 761	TOTAL I	78 037
Immobilisations financières :				PROVISIONS	
Participations				- Provision pour risques	-
Prêts				- Provision pour charges	-
Autres immobilisations financières				TOTAL II	-
ACTIF CIRCULANT	388 857	120 631	268 226	DETTES	
Stocks et en-cours :				Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	141 760
Matières premières et autres approvisionnements	2 840		2 840	Emprunts et dettes financières diverses (1)	56 920
Encours de production				Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	-
Produits intermédiaires et finis				Dettes fournisseurs et comptes rattachés	13 724
Marchandises	6 420		6 420	Dettes fiscales et sociales	15 620
Avances et acomptes versés sur commandes				Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	-
Créances :				Autres dettes	-
Clients et comptes rattachés	4 200		4 200		
Autres créances	12 532		12 532		
Valeurs mobilières de placement					
Disponibilités	11 843		11 843		
Charges constatées d'avance				Produits constatés d'avance	-
TOTAL II	37 835		37 835	TOTAL III	228 024
TOTAL GÉNÉRAL	426 692	120 631	306 061	TOTAL GÉNÉRAL	306 061

(1) Comptes courants associés bloqués, assimilables à des capitaux propres

Annexe 5 – Informations complémentaires 2018 et 2019 de la Halte du Quercy

Détails de certains postes du compte de résultat	Montants 2019 en euros	
Chiffre d'affaires :		
Restaurant	319 544	
Limonade (activité commencée en 2019)	17 680	
Achats de matières premières et autres approvisionnements :		
Nourriture et boissons restaurant	87 245	
Nourriture et boissons limonade	3 740	
Variations de stock de matières et autres approvisionnements :		
Nourriture et boissons restaurant	4 689	
Nourriture et boissons limonade	100	
Détails des autres achats et charges externes :		
Achats non stockés de matières et fournitures	31 561	
Locations immobilières (y compris charges locatives)	16 200	
Entretien et réparations	4 540	
Prime d'assurance	3 819	
Personnel intérimaire	3 128	
Rémunérations d'intermédiaires et honoraires	6 800	
Publicité, publications, relations publiques	1 250	
Services bancaires et assimilés	580	
Frais divers y compris frais postaux et abonnement internet	2 360	
Intérêts et charges assimilées :	Montants 2019 en euros	Montants 2018 en euros
Intérêts des emprunts	1 540	1 254
Charges financières sur moyens de paiement et divers	4 557	4 576

Informations complémentaires 2019	
Nombre de couverts servis au restaurant	15 660 couverts
Nombre de clients accueillis pour le service limonade	2 600 clients

Indicateurs commerciaux et ratios de gestion de l'année 2018 :

Ratio Matières Restaurant	27,24%
Ticket moyen restaurant	20,48 €
Ratio marchandises	35,86%
Taux de fréquentation du restaurant	71,98%

Coût du personnel	31,86%
Frais généraux	16,62%

Annexe 5 – Informations complémentaires 2018 et 2019 de la Halte du Quercy (suite)

Indicateurs de gestion 2018

Soldes intermédiaires de gestion	Montants en euros	En % du CA
Valeur ajoutée	176 388	52,14
Excédent brut d'exploitation	69 340	20,50
Résultat d'exploitation	43 760	12,94
Résultat courant avant impôts	37 930	11,21
Résultat net comptable	31 870	9,42

Indicateurs financiers 2018

Indicateurs financiers :	Montants
Fonds de roulement net global (FRNG)	2 805 €
Besoins en fonds de roulement (BFR)	- 6 160 €
Trésorerie nette (TN)	8 965 €
Capacité d'autofinancement (CAF)	56 390 €
Capacité de remboursement (Dettes financières / CAF)	3,31 ans
Taux d'endettement (Dettes financières / Capitaux propres)	171%

Annexe 6 – Définition du « *sourcing* »

Comme l'indique la racine de cette expression anglo-saxonne, le *sourcing* est la recherche d'une source. Dans le domaine du marketing, il s'agit de la recherche et de l'évaluation entre différents fournisseurs pouvant répondre à un besoin spécifique d'une entreprise.

En comparant les prix et la qualité des services fournis, le *sourcing* permet de diminuer les achats de l'entreprise, en augmentant la concurrence des fournisseurs.

Pour procéder à un *sourcing*, on repère les fournisseurs actuels et potentiels. Ensuite, on vérifie la conformité des services de chaque fournisseur en accord avec les besoins de l'entreprise, en établissant une RFI (*request for information*). Certains fournisseurs seront retenus après ce questionnaire et passeront un entretien.

Le *sourcing* est la recherche et l'évaluation de fournisseurs potentiels nécessaires à la réalisation d'une tâche particulière demandée par l'entreprise.

Source : www.journaldunet.fr

Boire de l'eau n'a jamais été aussi tendance !

Aux fruits, à la menthe, Les eaux aromatisées naturellement sont une alternative aux eaux brutes et aux sodas jugés trop sucrés. Elles se positionnent sur un marché croissant ciblant des consommateurs soucieux de leur santé.

Les eaux aromatisées, toutes confondues, sont en plein boom. On enregistre une hausse des ventes de 14% depuis le début de l'année. Ces boissons constituent une option aux jus de fruits industriels et aux sodas sucrés offrant plaisir, fraîcheur et bienfaits nutritionnels...

Le concept : faire tremper des ingrédients « *healthy* » dans de l'eau !

L'idée repose sur une eau à valeur ajoutée en y additionnant des ingrédients naturels. Fruits, plantes aromatiques enrichissent l'eau et permettent de développer une saveur différente tout en y associant des bienfaits nutritionnels.

Eaux fonctionnelles

Outre leur saveur, ces eaux aromatisées présentent un avantage de fonctionnalité. Les vitamines issues des plantes aromatiques et/ou des fruits ajoutés sont hydrosolubles et diffusent donc dans l'eau. Certes, l'eau « fruitée » n'apporte pas les mêmes bienfaits qu'un fruit, mais elle permet une cure vitaminique tout en s'hydratant.

Ces eaux répondent aux besoins de bien-être, de santé, d'hydratation, de nutrition.



Pureté, fraîcheur et simplicité

Aujourd'hui, les besoins de naturalité, de retour aux sources et de simplicité sont clairement exprimés par le consommateur.

En restauration aussi...

Dans l'univers de la restauration en France, l'idée émerge également comme en témoigne l'expérience chez House of 3 Brothers.

Les fontaines à eaux aromatisées côtoient le bar et les carafes gourmandes et colorées rendent la consommation d'eau à table plus fun. [...]

Aujourd'hui présentes sur certaines tables de restaurants français, les eaux aromatisées naturelles seront-elles en passe de devenir un marché de niche, voire un véritable segment en France, à condition d'y attribuer un prix raisonnable ?

Source : www.food-market-vision.fr/, 14 décembre 2017

Annexe 8 – L'ascension des eaux aromatisées

Portée par l'intérêt croissant des consommateurs pour la santé et la naturalité, la consommation d'eaux aromatisées est en plein essor. Si elles ont déjà pénétré le hors domicile via la vente à emporter ou la restauration chaînée, il n'y a qu'un pas pour qu'elles s'installent sur le circuit traditionnel.

Les chiffres laissent peu de place au doute : avec une croissance de 15 % en volume, à 187,6 millions de litres, et de 14,4 % en valeur, à 167,1 millions d'euros, les eaux aromatisées ont la côte. Ces bons résultats s'inscrivent dans la continuité de 2017, année où les ventes avaient déjà bondi de 17,5 % en volume et de 16,3 % en valeur. Si c'est encore un secteur de niche au sein des eaux, la catégorie est néanmoins en pleine expansion. *« C'est très intéressant de suivre son évolution lorsqu'on pense qu'elle n'existait pas encore il y a 10 ans, qu'elle connaît un sursaut depuis cinq ans à peine et que depuis, de nouveaux produits apparaissent chaque année »*, constate Camille Delettrez, responsable marketing de C10. La centrale européenne de distribution présente d'ailleurs des résultats allant dans le même sens : si le marché des eaux aromatisées représente pour elle seulement 2,5 % de part de marché de l'eau en valeur et 1,3 % en volume, sa croissance est très positive avec + 38 % de chiffre d'affaires et + 24 % en volume tous marché confondus. *« Non seulement la courbe de progression ne se dément pas d'année en année, mais c'est également un marché qui croît plus vite que le marché global des eaux (NDLR, + 7,8 % en volume et + 8 % en valeur) »*. Cette tendance devrait s'inscrire dans la durée avec une demande qui ne cesse de croître. *« Ce n'est pas un épiphénomène »*, souligne Anne-Charlotte de La Porte, chef de projet Cristaline (groupe Roxane). *« La préoccupation majeure des consommateurs est leur santé, ils veulent des produits plus sains, moins sucrés, qui respectent la naturalité, mais attention, la dimension plaisir reste importante »*. Les eaux aromatisées ont dès lors une carte à jouer, d'autant plus qu'elles peuvent toucher une cible plus vaste, notamment celle qui n'a pas forcément le réflexe de l'eau. *« On fait redécouvrir l'eau et l'importance de l'hydratation avec des produits plus sains »*, appuie Anne-Charlotte de La Porte. Déjà bien implantées en grande distribution, elles présentent un potentiel en CHR même si la pénétration de ce circuit est toujours plus longue. *« On retrouve déjà des boissons aromatisées au sein de la restauration rapide, chez nos clients chaînés et en vente à emporter »*, souligne Camille Delettrez.

Source : www.revuedescomptoirs.com, 8 avril 2019

Annexe 9 – Eau au restaurant : la démarche innovante de Sang Hoon Degeimbre

En marge de la carafe ou de la bouteille d'eau, d'autres alternatives existent pour séduire les clients. De la brasserie de quartier à la table étoilée, d'aucuns s'amuse à surprendre.

Elle ressemble à une eau minérale, mais ça n'en est pas une. Elle a meilleur goût que l'eau du robinet, pourtant elle est 100 % locale... La bouteille d'eau micro-filtrée est devenue une alternative pertinente dans les bars, brasseries et certains restaurants. D'abord, parce qu'elle coûte moins cher au client, à contenance égale. Ensuite, parce qu'elle se décline en version plate ou gazeuse, comme une eau minérale. Enfin, pour le restaurateur, la bouteille est réutilisable. Certains y ajoutent des tranches de citron, de concombre ou encore de la menthe fraîche, histoire d'égayer contenant, contenu et papilles.

Annexe 9 – Eau au restaurant : la démarche innovante de Sang Hoon Degeimbre (suite)

De cette eau aromatisée à l'eau aromatique, il n'y a qu'un pas que Sang Hoon Degeimbre n'a pas hésité à franchir. Le chef doublement étoilé de L'Air du Temps, à Liernu en Belgique, en a même fait une spécialité. Avec la complicité du jardinier qui supervise les 5 hectares de potager de son établissement, il sélectionne chaque jour légumes, fruits, herbes et fleurs à partir desquels il va créer toute une déclinaison d'eaux pour accompagner chacun de ses plats. Pomme de terre, tomate ou sauge, tout l'inspire pour transformer du château-la-pompe en subtil breuvage, grâce à une machine à ultrasons. *"Ces ultrasons viennent percuter les molécules aromatiques, de manière à libérer aussi bien les couleurs que les parfums"*, explique Sang Hoon Degeimbre. Rien à voir, donc, avec l'eau aromatisée ou infusée. Ici, on a *"de la longueur"* en bouche. Résultat : au déjeuner comme au dîner, sa carte des eaux rivalise avec celle des vins

Source : www.lhotellerie-restauration.fr, 17 août 2018

Annexe 10 – Comment séduire avec de l'eau en carafe ?

Elle reste une demande forte de la part des clients, autant en faire un atout, avec un peu de soins et d'inventivité

Avec des astuces faciles à appliquer, la carafe d'eau peut devenir un véritable objet d'accueil et contribuer à capter l'attention du client. Cela passe par le choix de la carafe, mais aussi par le soin apporté à l'eau pour faire disparaître un éventuel goût chloré. Sans compter l'effet visuel qui contribue au bien-être du client : l'eau est agréable à regarder comme à boire. Chez Nanashi (Paris, Ile), plusieurs dizaines de carafes d'eau agrémentées de tranches de citron jaune ou vert sont préparées une demi-heure avant le service. Des carafes sont déposées sur toutes les tables au moment d'être dressées et d'autres attendent sur le comptoir. Si les clients en redemandent pendant le service, elles sont prêtes.

Inspirés par les Anglo-Saxons, des adresses dont la vente se fait au comptoir mettent en place des fontaines auxquelles les clients sont invités à se servir eux-mêmes. Dès l'ouverture de sa cantine House of 3 Brothers (Paris, Xe) en début d'année, Mirko Schmitt a pris l'initiative d'en installer deux. *« La plupart des clients ne sont pas habitués et se demandent si c'est gratuit. Ce que l'on leur précise. Ils sont alors agréablement surpris et ont l'impression que c'est comme une limonade. Il est certain que cela représente un budget et que la vente des boissons est plus difficile, surtout en semaine où les clients regardent plus à leurs dépenses. Mais étant seul au service, je voulais éviter les demandes de carafe et cela fait gagner du temps. »* Dans ses deux fontaines de 7 litres, le restaurateur a d'abord essayé les tranches de citron, mais il a finalement opté pour des branches de menthe qui se prêtent à toutes les saisons. L'équivalent d'une fontaine est consommé chaque jour. *« En été, on change l'eau tous les jours. Mais l'hiver, on peut la garder plus longtemps, cela permet à la menthe d'infuser et c'est bien meilleur. »*

Optez pour des ingrédients bio de préférence.

- Des bâtonnets ou des rondelles de concombre, des tiges de romarin ou de verveine, ou des feuilles de menthe pour l'agréable parfum végétal.
- Des tranches de citron jaune ou vert pour la fraîcheur.
- Des fruits rouges, avec une rondelle de citron pour qu'ils s'oxydent moins vite. L'effet est dynamisant, cela demande cependant plus d'entretien.

Source : www.lhotellerie-restauration.fr, 13 octobre 2017

Annexe 11 – Comment améliorer la qualité de vie au travail

Répétitifs, stressants, éprouvants : les métiers de l'hôtellerie-restauration peinent à recruter et à fidéliser leurs salariés. En repensant le management global et en optimisant le bien-être des équipes, il est possible d'inverser la tendance.

Un seul hôtel figure au palmarès Best Workplaces France 2019, qui récompense les entreprises où il fait bon travailler : le Shangri-La à Paris. En 2013, la nouvelle directrice des ressources humaines, Sabrina Craunot, a bousculé le management du palace. « *On a adopté un fonctionnement transversal. Désormais, on implique les employés dans les projets. On les associe à des comités pour réfléchir à ce que l'on peut mettre en place pour améliorer leur bien-être. On est dans une culture d'entreprise qui fait confiance, qui délègue beaucoup, qui incite les équipes à prendre des initiatives. Ce sont des métiers qui demandent beaucoup. Il est important qu'il y ait une contrepartie et que les salariés comprennent combien ils sont importants pour nous* », explique-t-elle.

Pour Pierre-Étienne Caire, directeur général d'exploitation du groupe Les Hôtels (très) particuliers, « *des équipes heureuses font des clients heureux* ». Sa recette ? « *Donner du sens, responsabiliser et respecter les collaborateurs. Il faut que l'employé comprenne la portée de son travail. [...] L'expérience client est une chaîne globale, répartie entre les différents salariés.* » [...]

Motiver – L'intégration s'avère primordiale. [...] Pour sa part, Big Mamma organise le *Big day*, une journée de découverte de l'univers de travail et de la ville, ponctuée par un déjeuner, une rencontre informelle avec le manager, puis une heure de brainstorming portant sur le restaurant de demain. Tout nouvel employé participe également à la journée « *Vis ma vie* ». « *La connaissance des autres métiers, dont la plonge, permet de mieux respecter la pénibilité et le travail des autres* », estime Elsa Darquier.

Le bien-être au travail peut être dopé par des activités de *team-building*, l'optimisation des coupures (cours de sport, baby-foot...), ou encore l'accompagnement des salariés (le Shangri-La fait appel à une assistante sociale). Pour réduire la pénibilité, le palace propose par ailleurs des formations sur les gestes et postures, et prévoit d'investir dans de nouveaux lève-lits... Quant au planning, il doit essayer de concilier au mieux vie professionnelle et vie privée. « *Nos équipes travaillent cinq jours par semaine : durant deux jours, elles travaillent midi et soir, et pendant trois jours, c'est soit à midi, soit le soir* », glisse Elsa Darquier.

Afin de lutter contre la monotonie, ces enseignes misent aussi sur des programmes de formation et les promotions internes. Chez Big Mamma, par exemple, les employés affinent leurs attitudes au Cours Florent ou bénéficient de masterclasses chez Ducasse Éducation.

Les outils financiers – Enfin, le levier financier (intéressement, participation, bonus, actionnariat...) n'est pas à négliger. « *Nos chefs de rang touchent jusqu'à 2 600 € nets, hors pourboires. Nous partageons une partie du chiffre d'affaires généré de façon individuelle* », précise Elsa Darquier. Le Shangri-La Hotel Paris, de son côté, positionne tous ses salaires « *dans le premier tiers du marché* ». Ses collaborateurs peuvent profiter de tarifs très bas dans les hôtels du groupe, de primes... « *Si un collaborateur est remarqué par un client, il gagne une prime de 40 €. Si cela arrive trois fois dans l'année, il gagne une prime supérieure ou un dîner dans nos restaurants...* », souligne Sabrina Craunot, dont la nouvelle politique de ressources humaines a porté ses fruits. Aujourd'hui, le turn-over est en-dessous des 28 %, contre un taux de 42 % il y a six ans.

Source : Journal l'hôtellerie restauration, 12 juin 2019

Annexe 12 – L'annualisation du temps de travail

Selon l'activité de l'entreprise (saisonnière, plus ou moins soutenue selon des périodes...), l'employeur a la possibilité d'annualiser le temps de travail de ses salariés, c'est-à-dire de répartir les heures de travail sur une période globale de 12 mois.

En quoi consiste l'annualisation du temps de travail ?

Si la charge de travail d'une entreprise est soutenue pendant certains mois de l'année, le salarié peut être amené à travailler de façon plus intense pendant ces périodes. Le reste du temps, son emploi du temps est allégé. Ce système s'appelle l'annualisation du temps de travail. Encadrée par la loi, elle n'est applicable que sous certaines conditions et après accord collectif. Contrairement aux idées reçues, elle peut concerner les salariés au Smic ou sans contrat de cadre.

Qui est concerné par l'annualisation du temps de travail ?

Toute entreprise peut recourir à l'annualisation du temps de travail si celui-ci a au préalable fait l'objet d'un accord ou d'une convention. À défaut, l'employeur peut mettre en place cet aménagement horaire selon les dispositions des articles D.3122-7-1 à 3122-7-3 du Code du travail. Des périodes de travail, chacune d'une durée de quatre semaines au plus, peuvent être organisées selon un calendrier précis, communiqué au salarié et aux représentants du personnel. Cette annualisation permet à l'entreprise de limiter le recours aux heures supplémentaires, de diminuer les embauches d'intérimaires ou d'éviter le chômage partiel pendant les périodes où les cadences sont moins soutenues.

Comment est mise en place l'annualisation du temps de travail ?

Dans un premier temps, cette mise en place ne doit pas concerner un collaborateur mais un service ou une équipe entière. L'employeur doit consulter les représentants du personnel, quelles que soient leurs formes (comité d'entreprise, délégué du personnel...). Un accord collectif ou une convention peuvent alors être rédigés si les deux s'entendent sur la mise en place de l'annualisation du temps de travail. À titre informatif, il fera passer le nouveau planning à l'inspecteur du travail. Chaque salarié concerné devra être tenu au courant de la procédure.

S'il y a des changements exceptionnels dans son emploi du temps, l'employeur dispose d'un délai de 7 jours ouvrés pour l'en informer. Il y a une possibilité de lisser la rémunération sur 12 mois pour que le collaborateur puisse percevoir un salaire identique chaque mois. Dans le cas d'absences, un ajustement s'opérera à la fin de la période.

Calcul de l'annualisation du temps de travail ?

Le décompte de la durée du travail prend en compte une année civile. Pour un salarié travaillant 35 heures par semaine, cela signifie que la base annuelle est de 1 586,55 heures soit 365 jours moins 52 jours de repos, 11 jours fériés, 30 jours de congés payés soit 272 jours ouvrables. Au cours d'une même semaine, la durée du travail ne peut pas dépasser 48 heures (60 heures en cas de circonstances exceptionnelles) selon l'art. L.212-7 du Code du travail.

Source : www.journaldunet.fr – 19 janvier 2019

Annexe 13 – Les nouvelles règles de l'assurance chômage

Un décret du 26 juillet a modifié les règles de l'assurance chômage. Au menu de ce texte : conditions d'ouverture et de rechargement des droits et dégressivité de l'indemnisation pour les hauts revenus qui s'appliquent au titre des ruptures intervenant à compter du 1er novembre prochain, et mise en place d'un bonus-malus sur les contrats courts en 2021.

Les nouvelles règles d'indemnisation de l'assurance chômage ont été fixées par un décret du 26 juillet 2019 publié au Journal officiel. Elles s'appliqueront aux fins de contrat de travaux intervenus à compter du 1^{er} novembre 2019.

Le décret prévoit la mise en place d'un système de bonus-malus sur la cotisation chômage pour les entreprises de plus de 11 salariés à partir du 1^{er} janvier 2021.

Ce dispositif ne concernera que les secteurs dont le taux de séparation médian (c'est-à-dire le rapport entre l'effectif de l'entreprise et le nombre d'inscriptions de salariés ayant travaillé pour elle à Pôle emploi) est supérieur à un seuil fixé pour trois ans par arrêté. Le ministère du Travail a annoncé un taux de 150 % s'appliquant à sept secteurs d'activités dont l'hôtellerie-restauration. Pour chaque entreprise concernée, ce taux de séparation sera comparé en 2021 au taux médian du secteur. En pratique, le taux de séparation et le taux de contribution applicable seront notifiés à chaque employeur par l'administration

Le Gouvernement avait annoncé une taxation spécifique sur les CDD d'usage appelée communément contrat d'extra dans le secteur des CHR. Finalement, cette contribution forfaitaire de 10 € par contrat n'a pas été inscrite dans le décret. Elle devrait être intégrée dans le prochain projet de loi de finances pour 2020.

Source : blog des experts, journal l'hôtellerie restauration, 28/08/2019

Nom de famille :
(Suivi, s'il y a lieu, du nom d'usage)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



Prénom(s) :

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Numéro
Inscription :

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Né(e) le :

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(Le numéro est celui qui figure sur la convocation ou la feuille d'émargement)

(Remplir cette partie à l'aide de la notice)

Concours / Examen : Section/S spécialité/Série :

Epreuve : Matière : Session :

CONSIGNES

- Remplir soigneusement, sur CHAQUE feuille officielle, la zone d'identification en MAJUSCULES.
- Ne pas signer la composition et ne pas y apporter de signe distinctif pouvant indiquer sa provenance.
- Numéroté chaque PAGE (cadre en bas à droite de la page) et placer les feuilles dans le bon sens et dans l'ordre.
- Rédiger avec un stylo à encre foncée (bleue ou noire) et ne pas utiliser de stylo plume à encre claire.
- N'effectuer aucun collage ou découpage de sujets ou de feuille officielle. Ne joindre aucun brouillon.

EDE HOT 2

Document réponse

Tous les documents réponses sont à rendre, même non complétés.



NE RIEN ECRIRE DANS CE CADRE

Document A – Tableau de gestion 2019 de La Halte du Quercy (à rendre avec la copie)

Éléments	Entreprise		Restaurant		Limonade		Boutique	
	Montants (€)	%	Montants (€)	%	Montants (€)	%	Montants (€)	%
Chiffre d'affaires								
Coût matières								
Marge brute								
Coût du personnel								
Marge sur coût principal	143 550	39,24						
Frais généraux	58 313	15,94						
Résultat brut d'exploitation	85 237	23,30						
Coût d'occupation	43 040	11,76						
Résultat courant avant impôts	42 197	11,53						
Résultat exceptionnel	0	0						
Participation des salariés	0	0						
Impôts sur les bénéfices	7 102	1,94						
Résultat de l'exercice	35 425	9,68						

Justification des calculs :

Coût matières restaurant :

Coût matières limonade :

Coût des marchandises :

Coût du personnel :

Frais généraux :

Coût d'occupation :

Document B – Indicateurs commerciaux et financiers 2019 (à rendre avec la copie)

– Indicateurs commerciaux :

Indicateurs	Justification des calculs	Valeurs
Taux de fréquentation hors limonade		
Prix moyen restaurant		
Prix moyen limonade		

– Indicateurs financiers :

Indicateurs financiers :	Justification des calculs	Montants en euros
Actif immobilisé		
Ressources durables		
Fonds de roulement net global (FRNG)		8 491
Besoins en fonds de roulement (BFR)		-3 352
Trésorerie nette (TN)		11 843
Capacité d'autofinancement		60 395

Ratios du bilan	Détails des calculs	%
Capacité de remboursement (Dettes financières / CAF)		
Taux d'endettement (Dettes financières / Capitaux propres)		

