

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

COMMERCIALISATION et SERVICES en
RESTAURATION

SESSION 2015

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 14 pages, numérotées de 1/14 à 14/14.
Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.*

Les annexes 1 à 5 (pages 9/14 à 14/14 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 : AP1506-CSR GA 21-1	Session : 2015	Page 1/14



Restaurant DES PEUPLIERS

Place des Peupliers

43300 LANGEAC

Tél : 04 71 23 XX XX

Mail : restpeupliers@hotmail.com

Monsieur et madame PIGNOL
Propriétaires

SARL au capital de 7 500 €
RCS LE PUY B 190 252 124

Effectif : 5 salariés
Exercice comptable coïncide avec
l'année civile

Le restaurant « Des Peupliers » a été créé par monsieur et madame PIGNOL en 2008 dans la ville de Langeac. C'est une cité touristique idéale pour les familles et pour les amoureux de la nature, avec ses hébergements variés, son camping, ses activités en eau vive et randonnée, dans un environnement préservé.

Ce restaurant traditionnel a bonne réputation dans la région de Langeac et propose une cuisine de qualité à des prix raisonnables.

Afin de développer leur activité et leur chiffre d'affaires, les propriétaires souhaitent mettre en place plusieurs mesures :

- créer un nouveau menu pour renouveler la carte,
- investir dans une nouvelle terrasse afin d'augmenter la capacité d'accueil,
- ouvrir le dimanche,
- utiliser les technologies de l'information et de la communication.

Monsieur PIGNOL vous a recruté et souhaite vous intégrer dans ces nouveaux projets.

Il vous remet les quatre dossiers suivants :

Dossier n°	Thème	Barème
①	La fixation d'un prix de vente	11 points
②	Le financement d'un investissement	8 points
③	L'aménagement du temps de travail	9 points
④	La communication commerciale	12 points
TOTAL GÉNÉRAL		40 points

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

Dossier 1 : LA FIXATION D'UN PRIX DE VENTE

➤ Situation professionnelle

Monsieur PIGNOL souhaite proposer à sa clientèle le nouveau menu que vous lui avez suggéré **DOCUMENT 1**. Avant de prendre sa décision, il désire connaître le coût matière du plat principal (le coq au vin) ainsi que le prix de vente de ce menu. Il vous communique un extrait de la mercuriale et le coût matière hors plat principal du menu **DOCUMENT 2**.

Votre employeur souhaite appliquer un coefficient multiplicateur de 4, il vous rappelle que le taux de TVA est de 10 %.

➤ Votre rôle

1. Compléter la fiche technique du coq au vin **ANNEXE 1**, afin de déterminer son coût matière.
2. Calculer le ratio matière « coq au vin » et le commenter **ANNEXE 1**.
3. Déterminer le prix de vente hors taxes (PVHT) et prix de vente toutes taxes comprises (PVTTC) du menu « Peuplier » et répondre à la question posée **ANNEXE 2**.

Dossier 2 : LE FINANCEMENT D'UN INVESTISSEMENT

➤ Situation professionnelle

Monsieur PIGNOL vient d'obtenir l'autorisation de la Mairie d'installer une terrasse sur la place des Peupliers en face de son restaurant.

L'aménagement de cette terrasse augmentera sa capacité d'accueil et il espère ainsi un accroissement de son chiffre d'affaires.

Monsieur PIGNOL envisage d'emprunter auprès de sa banque la somme de 28 000 €. Il vous demande d'étudier la proposition de financement de la banque **DOCUMENT 3**.

➤ Votre rôle

Répondre aux questions posées **ANNEXE 3**.

Dossier 3 : L'AMÉNAGEMENT DU TEMPS DE TRAVAIL

➤ Situation professionnelle

Les indicateurs de la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) enregistrent une hausse de l'activité touristique sur l'ensemble de l'année. Afin de s'adapter à cette nouvelle tendance, monsieur PIGNOL s'interroge sur l'éventuelle ouverture le dimanche et s'inquiète de la réaction de ses salariés.

Il se documente sur internet **DOCUMENT 4**.

➤ Votre rôle

Répondre aux questions **ANNEXE 4**.

Dossier 4 : LA COMMUNICATION COMMERCIALE

➤ Situation professionnelle

Monsieur et madame PIGNOL souhaitent développer leur communication sur internet. Ils vous demandent d'analyser le **DOCUMENT 5** afin de les aider à prendre une décision.

➤ Votre rôle

Répondre aux questions **ANNEXE 5**.

DOCUMENT 1**MENU « PEUPLIER »****Entrée : Jambon persillé****Plat principal : Coq au vin****Fromage : Coulommiers****Dessert : Glace****DOCUMENT 2****EXTRAIT DE LA MERCURIALE**

Produit	Unité	Prix unitaire HT €
Coq	Kg	5,20
Margarine	Kg	1,60
Farine	Kg	0,55
Cognac	Litre	18,67
Tomate	Boîte	0,71
Vin rouge	Litre	1,20
Lard	Kg	1,50
Champignon	Kg	3,10
Pommes de terre	Kg	0,45

Coût matière hors plat principal du menu**Quantité : 8 couverts**

Jambon persillé	15,00 €
Coulommiers	1,95 €
Glace	3,82 €

DOCUMENT 3

Banque Proctis
12, rue Jean Jaurès
43300 LANGEAC

Restaurant Des Peupliers
Place des Peupliers
43300 LANGEAC

Numéro de compte : 34 554 3345	Première échéance : juillet 2015
Plan d'amortissement de l'emprunt n°3006214	Périodicité : mensualité constante
Montant emprunté : 28 000 €	Taux de base annuel 5,10 %
Durée : 5 ans	Mensualités : 60
Frais d'assurance : 0,03 % du capital emprunté	

Mois	Période	Mensualité en €	Amortissement du capital en €	Intérêts en €	Assurances en €	Total restant dû en €
1	07/2015	538,08	410,68	119,00	8,40	27 589,32
2	08/2015	538,08	412,43	117,25	8,40	27 176,89
3	09/2015	538,08	414,18	115,50	8,40	26 762,71
4	10/2015	538,08	415,94	113,74	8,40	26 346,77
5	11/2015	538,08	417,71	111,97	8,40	25 929,06
.....
56	03/2020	538,08	518,57	11,11	8,40	2 096,31
57	04/2020	538,08	520,77	8,91	8,40	1 575,54
58	05/2020	538,08	522,98	6,70	8,40	1 052,56
59	06/2020	538,08	525,51	4,47	8,40	527,35
60	07/2020	537,99	527,35	2,24	8,40	0,00

La possibilité de refuser de travailler le dimanche

Arrêt de la Chambre sociale de la Cour de cassation du 18 janvier 2012, n° de pourvoi : 10-17085

Dans une affaire, un salarié a été engagé le 1^{er} novembre 1994 en tant que cuisinier par une société exploitant un fonds de commerce de restaurant. Son jour de repos était alors le dimanche, jour de fermeture du restaurant.

Le 30 mai 2006, l'employeur a notifié au salarié ses nouveaux jours de travail, à savoir le dimanche en lieu et place du mardi, nouveau jour de fermeture du restaurant.

Le salarié a refusé cette modification, il a donc été licencié pour faute le 28 juillet 2006.

La Cour d'appel a estimé le licenciement fondé sur une cause réelle et sérieuse. Elle a tout d'abord constaté que le salarié ne travaillait pas le dimanche. Puis elle en a déduit que le contrat de travail ne faisait nullement état des jours travaillés et des jours de repos et il n'y avait aucun accord des parties à ce propos. L'employeur conservait alors la faculté de les modifier pour des motifs d'organisation ou de gestion. Le refus du salarié était donc sans motif légitime.

Les juges ont estimé que la nouvelle répartition des jours de travail avait pour effet de priver le salarié du repos dominical. Cela constituait donc une modification de son contrat de travail qu'il était en droit de refuser.

Ce qu'il faut retenir : Toute modification sur le choix des jours du repos hebdomadaire nécessite l'accord du salarié.

Ainsi, lorsqu'une modification entraîne la suppression du repos dominical, qu'un jour de repos hebdomadaire est décalé sur une autre journée, il s'agit d'une modification du contrat de travail nécessitant l'accord préalable du salarié (arrêt de la Chambre sociale de la Cour de cassation du 2 mars 2011, n° 09-43223).

En effet, la modification d'un élément essentiel du contrat de travail ne peut être imposée par l'employeur, mais seulement proposée au salarié concerné. En cas de refus de ce dernier, il appartient à l'employeur, soit de renoncer à modifier le contrat, soit de licencier le salarié. Il doit alors respecter la procédure de licenciement, le préavis et, le cas échéant, verser des indemnités de licenciement.

Source : www.Juritravail.com consulté le 18 novembre 2014 à 10h37

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCIALISATION et SERVICES en RESTAURATION	E2 - Épreuve de gestion et de dossier professionnel Sous-épreuve E21 Mercatique et gestion appliquée	
Repère : AP1506-CSR GA 21-1	Session 2015	Page 7/14

Les sites Web, les média sociaux, les blogs, l'internet. Pour quoi faire ?

Aux Etats-Unis, cela fait un moment que les restaurants encouragent plus leurs clients à aimer leur page Facebook ou à les suivre sur Twitter qu'à visiter leur propre site Internet. Cela va des plus grosses chaînes, bien entendu, mais s'est également étendu jusqu'au petit snack isolé dans un quartier perdu. Pourquoi ? Quel intérêt ?

C'est juste une intégration du marketing et de la communication dans le domaine d'activité. Or, pour la restauration, le marketing a longtemps été cantonné aux seuls produits et prix, quant à la communication elle était quasi nulle. C'était sans compter sur l'Internet 2.0 qui a mis entre les mains des restaurateurs de nouveaux outils permettant de communiquer avec les clients et les futurs clients.

Oui, le maître mot est COMMUNIQUER. L'offre se démultiplie sans cesse, la concurrence se fait plus forte, les charges ne diminuent pas, les prix augmentent... il n'est donc plus possible de rester passif, d'attendre le client ou de se contenter de lui servir ce qu'il a commandé. Il est désormais obligatoire sinon vital de parler à tous ses clients, d'établir un lien et dialoguer avec chacun, de créer une bonne relation, d'entretenir son image et de s'en servir pour développer l'activité. Comment ?

Pour un établissement indépendant et de petite taille, nul besoin de se doter d'une artillerie lourde, peu maniable et, surtout, très coûteuse ; mieux vaut se doter d'armes légères et efficaces. Voici quelques suggestions.

- Site Internet.
- Page Facebook.
- Compte Twitter.
- Foursquare ⁽¹⁾
- Blog.

Il existe bien d'autres ressources de communication sur Internet, mais certaines sont payantes et toutes demandent du temps. Pour résumer, le conseil est, au minimum, d'avoir un site Internet simple et attractif, de créer une page Facebook et d'ouvrir un compte Twitter. Cela est suffisant pour communiquer avec les clients à condition que vos messages soient intéressants pour eux et qu'ils soient d'une fréquence régulière, entre une fois par semaine et deux fois par mois, sinon ça ne sert à rien. Parce que la finalité de cette communication, de ce dialogue via Internet est 1/ de rester présent à l'esprit de vos clients, de leur faire des offres, de les inciter à revenir, donc de les fidéliser et 2/ de faire que ces mêmes clients parlent de votre établissement à leur entourage, de développer le bouche à oreille, donc de gagner de nouveaux clients. Correctement mené, ce type de communication exerce une incidence positive sur la fréquentation et peut, en quelques mois, augmenter l'activité de 10 à 15%, sans difficulté et sans frais.

Source : <http://www.snacking.fr> consulté le 18 novembre 2014 à 10h47

⁽¹⁾ Foursquare est un média social qui permet à l'utilisateur d'indiquer où il se trouve grâce à un système de géolocalisation et de recommander ce faisant, des lieux de sorties (restaurants, cafés, magasins).

ANNEXE 1

Arrondir à 2 chiffres après la virgule

FICHE TECHNIQUE DU COQ AU VIN Quantité : 8 couverts				
Produit	Unité	PU HT €	Quantité	Total €
Coq			2,000	
Margarine			0,040	
Farine			0,040	
Cognac			0,05	
Tomate			1	
Vin rouge			0,75	
Lard			0,125	
Champignon			0,250	
Bouquet garni, sel, poivre	Pm*			0,26
Pommes de terre			1,600	
COÛT MATIÈRE TOTAL				

Pm* = Pour mémoire

	Détail des calculs	Résultat
Coût matière unitaire		
Coefficient multiplicateur		
Ratio matière		
Commentaire du ratio coût matière	

ANNEXE 2

PRIX DE VENTE DU MENU « PEUPLIER »

	Détail des calculs	Résultat
Coût matière unitaire du menu Arrondir à 2 chiffres après la virgule		
Coefficient multiplicateur		
Prix de vente HT du menu		
Prix de vente TTC (taux de TVA 10 %) Arrondir à l'euro le plus proche		

Déterminer si le menu (entrée, plat, fromage, dessert) proposé correspond aux attentes de la clientèle du restaurant. Justifier.

.....

.....

.....

.....

.....

ANNEXE 3

1. Indiquer le montant de chaque mensualité.

.....

2. Retrouver les éléments pris en compte pour déterminer la mensualité.

.....

.....

3. Identifier le mode de remboursement de l'emprunt utilisé.

.....

4. Relever le montant des frais d'assurance pour le quatrième mois.

.....

5. Donner le montant des intérêts du premier mois et celui du dernier mois.

- Premier mois :

.....

- Dernier mois :

.....

6. Expliquer la baisse du montant des intérêts.

.....

.....

7. Citer deux autres modes de financement possibles pour ce projet.

-

-

ANNEXE 4

1. Indiquer la démarche à respecter par l'employeur en cas de modification du jour de repos hebdomadaire. Justifier.

.....

.....

.....

2. Citer la juridiction compétente en cas de conflit entre l'entreprise et le salarié.

.....

3. Présenter les alternatives possibles pour l'employeur en cas de refus du salarié de travailler le dimanche.

-
-

4. Citer les étapes de la procédure de licenciement à respecter par l'employeur s'il décide de se séparer de son salarié.

-
-
-

ANNEXE 5

1. Citer cinq moyens de communication via internet que peuvent mettre en place monsieur et madame PIGNOL.

-
-
-
-
-

2. Retrouver quatre objectifs d'une bonne communication par internet.

-
-
-
-

3. Relever l'impact de l'utilisation d'internet au niveau du chiffre d'affaires.

-
-

4. Citer trois outils de communication hors média.

-
-
-

5. Proposer, à monsieur et madame PIGNOL, deux outils de fidélisation de la clientèle.

-
-

ANNEXE 5 (Suite)

6. Proposer trois moyens d'informer la clientèle de la présence du restaurant « des Peupliers » sur les réseaux sociaux.

-
-
-