

# **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 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 8 (pages 8/14 à 14/14 incluses)  
sont à rendre agrafées dans une copie anonymée.**

<b>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCIALISATION et SERVICES en RESTAURATION</b>	<b>E2 - Épreuve de gestion et de dossier professionnel</b> Sous-épreuve <b>E21</b> Mercatique et gestion appliquée Coef : <b>2</b> Durée : <b>2 heures</b>	
Repère : 1509-CSR GA21-1	Session : <b>2015</b>	Page <b>1/14</b>

# L'AIGLON



Boulevard Gambetta  
62200 BOULOGNE-SUR-MER

Tél : 03 21 48 XX XX  
Fax : 03 21 48 XX XX  
Courriel [paul.romain@orange.fr](mailto:paul.romain@orange.fr)  
[www.l'aiglon.com](http://www.l'aiglon.com)

SARL au capital de 14 000 €  
RCS : Boulogne B 147 895 652  
APE : 5610A

Nombre de salariés : 7  
Le restaurant est fermé le lundi  
Capacité par service : 100 couverts  
Ticket moyen : 24 €  
L'exercice comptable coïncide avec l'année civile.

C'est à Boulogne-sur-Mer, premier port de pêche français que Paul et Virginie ROMAIN, propriétaires, vous accueillent dans leur restaurant l'Aiglon.

L'établissement, au fil des années, s'est spécialisé en proposant exclusivement des poissons. Monsieur et madame ROMAIN souhaitent analyser leur carte pour répondre au mieux aux attentes de leur clientèle.

La notoriété croissante de l'établissement oblige Paul et Virginie ROMAIN à envisager l'aménagement d'une nouvelle salle qui sera inaugurée début juillet 2015.

Vous venez d'être embauché(e) dans l'entreprise, monsieur et madame ROMAIN vous confient les dossiers suivants :

Dossier n°	Thème	Barème
❶	L'analyse de la carte	16 points
❷	L'investissement	07 points
❸	Le marketing sensoriel	09 points
❹	Le contrat d'extra	08 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 : 1509-CSR GA21-1	Session 2015	Page 2/14

## Dossier 1 : L'ANALYSE DE LA CARTE

### ➤ Situation professionnelle

Paul et Virginie ROMAIN vous demandent d'analyser les ventes des poissons. Ils vous remettent un extrait de leur carte **DOCUMENT 1** et le tableau de classement des plats **DOCUMENT 2**.

### ➤ Votre rôle

1. Étudier la popularité de la gamme des poissons **ANNEXE 1**.
2. Déterminer la rentabilité de la gamme des poissons **ANNEXE 2**.
3. Classer et analyser les plats **ANNEXE 3**.
4. Calculer et analyser l'indice réponse-prix **ANNEXE 4**.

## Dossier 2 : L'INVESTISSEMENT

### ➤ Situation professionnelle

Afin de répondre à la demande de plus en plus importante, Paul et Virginie ROMAIN souhaitent aménager une nouvelle salle. Le coût de cet investissement serait de 70 000 €. Ils apportent 20 000 €, le montant restant sera financé par un emprunt auprès du Crédit de Boulogne.

Vous disposez du tableau de remboursement de l'emprunt **DOCUMENT 3**.

Ils souhaitent aussi avoir des explications sur le plan d'amortissement prévisionnel remis par leur expert-comptable **DOCUMENT 4**.

### ➤ Votre rôle

1. Analyser la proposition de financement du Crédit de Boulogne **ANNEXE 5**.
2. Répondre aux questions **ANNEXE 6**.

## Dossier 3 : LE MARKETING SENSORIEL

### ➤ Situation professionnelle

Dans le cadre de l'aménagement de la nouvelle salle, Paul et Virginie ROMAIN veulent repenser la décoration et les facteurs d'ambiance.

Ils vous remettent un article sur le marketing sensoriel **DOCUMENT 5**.

### ➤ Votre rôle

Répondre aux questions **ANNEXE 7**.

## Dossier 4 : LE CONTRAT D'EXTRA

### ➤ Situation professionnelle

À l'occasion de l'inauguration de l'aménagement de la nouvelle salle, Paul et Virginie ROMAIN souhaitent avoir recours à une personne supplémentaire pour cette soirée. Ils vous remettent une documentation juridique sur le contrat d'extra **DOCUMENT 6**.

### ➤ Votre rôle

Répondre aux questions **ANNEXE 8**.

**DOCUMENT 1**

Carte des poissons	
Dos de cabillaud, embeurrée de pomme de terre, sauce aux baies	15,00 €
Pavé de sandre demi-sel, embeurrée de pomme de terre	19,50 €
Truites pochées au court-bouillon	13,00 €
Filets de sole à la dieppoise	19,00 €
Darnes de saumon grillé, sauce béarnaise	10,00 €
Moules à la marinière	7,00 €
Tronçons de turbot pochés, sauce hollandaise	14,00 €

**DOCUMENT 2**

Classement des plats		
Popularité	Rentabilité	Groupe
Haute	Haute	Etoile
Haute	Basse	Vache à lait (ou cheval de labour)
Basse	Haute	Dilemme
Basse	Basse	Poids mort

**DOCUMENT 3**

**TABLEAU DE REMBOURSEMENT DE L'EMPRUNT**

<b>CRÉDIT DE BOULOGNE</b>							
<b>Montant de l'emprunt : 50 000,00 euros</b>				<b>Durée du prêt : 60 mois</b>			
<b>Taux annuel du crédit : 5 %</b>				<b>Début du crédit : juillet 2015</b>			
<b>Echéance</b>	<b>Date</b>	<b>Capital restant dû en début de période en €</b>	<b>Mensualité sans assurance en €</b>	<b>Dont capital en €</b>	<b>Dont intérêts en €</b>	<b>Assurance en €</b>	<b>Capital restant dû en fin de période en €</b>
1	07/2015	50 000,00	943,56	735,23	208,33	5,00	49 264,77
2	08/2015	49 264,77	943,56	738,29	205,27	5,00	48 526,48
3	09/2015	48 526,48	943,56	741,37	202,19	5,00	47 785,11
4	10/2015	47 785,11	943,56	744,46	199,10	5,00	47 040,65
5	11/2015	47 040,65	943,56	747,56	196,00	5,00	46 293,10
6	12/2015	46 293,10	943,56	750,67	192,89	5,00	45 542,42
56	02/2020	4 659,40	943,56	924,15	19,41	5,00	3 735,25
57	03/2020	3 735,25	943,56	928,00	15,56	5,00	2 807,25
58	04/2020	2 807,25	943,56	931,86	11,70	5,00	1 875,39
59	05/2020	1 875,39	943,56	935,75	7,81	5,00	939,64
60	06/2020	939,64	943,56	939,64	3,92	5,00	0,00
<b>TOTAUX</b>							

**DOCUMENT 4**

**PLAN D'AMORTISSEMENT PRÉVISIONNEL**

<b>Immobilisation :</b>	Aménagement salle	<b>Durée d'utilisation :</b>	5 ans
<b>Prix HT :</b>	70 000,00 €	<b>Date mise en service :</b>	01/07/2015
		<b>Taux d'amortissement:</b>	20 %
<b>Année</b>	<b>Base de calcul en €</b>	<b>Annuité d'amortissement en €</b>	<b>Valeur comptable nette fin d'exercice en €</b>
31/12/2015	70 000,00	7 000,00	63 000,00
31/12/2016	70 000,00	14 000,00	49 000,00
31/12/2017	70 000,00	14 000,00	35 000,00
31/12/2018	70 000,00	14 000,00	21 000,00
31/12/2019	70 000,00	14 000,00	7 000,00
31/12/2020	70 000,00	7 000,00	0,00

## DOCUMENT 5

### Le marketing sensoriel, c'est quoi ?

Le marketing sensoriel regroupe l'ensemble des techniques de marketing visant à utiliser un ou plusieurs des 5 sens pour favoriser l'achat d'un produit ou d'un service.

Son objectif est de séduire le consommateur tout en stimulant ses sens dans le but d'influencer favorablement son comportement vis-à-vis d'un produit ou au sein d'un point de vente.

La sollicitation des sens se fait essentiellement au niveau du produit ou du point de vente. [...].

Toutefois, le marketing sensoriel s'est surtout popularisé depuis le début des années 2000 avec l'utilisation de deux nouveaux sens : l'odorat et l'ouïe. Les autres sens font évidemment depuis longtemps partie intégrante du marketing, notamment avec les produits alimentaires.

Le marketing s'adapte désormais aux 5 sens et fait preuve d'ingéniosité pour influencer le consommateur.

**Source :** <http://www.expertinbox.com/marketing-sensoriel-quand-les-marques-charment-vos-5-sens/>

Consulté le 18.11.2014

<b>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCIALISATION et SERVICES en RESTAURATION</b>	<b>E2 - Épreuve de gestion et de dossier professionnel</b> Sous-épreuve <b>E21</b> Mercatique et gestion appliquée	
Repère : 1509-CSR GA21-1	Session <b>2015</b>	Page <b>6/14</b>

## LE CONTRAT D'EXTRA

Il s'agit d'un contrat à durée déterminée (CDD) qualifié de contrat d'usage et dont on se sert dans certaines branches d'activité et notamment dans le secteur des cafés-hôtels-restaurants **en raison de la nature de l'activité exercée et du caractère par nature temporaire des emplois.**

Cela signifie qu'on ne peut pas prendre un extra pour un travail relevant d'un besoin permanent de l'entreprise. C'est la raison pour laquelle des serveurs sont, par exemple, recrutés en tant qu'extras pour des événements précis. Il n'est pas possible d'embaucher un serveur comme extra s'il doit travailler tous les week-ends pour l'entreprise. Dans ce cas, il doit être embauché en CDI à temps partiel.

#### Autres particularités liées au contrat d'extra

##### Il faut vérifier que le salaire ne soit pas inférieur :

- au montant que percevrait, après la période d'essai, un salarié en contrat à durée indéterminée (CDI) occupant les mêmes fonctions dans la même entreprise et ayant une qualification équivalente
- au minimum conventionnel de la catégorie professionnelle à laquelle il appartient

Il faut établir **un contrat de travail écrit pour chaque mission**. Si plusieurs missions sont effectuées au cours d'un même mois civil, un seul bulletin de paie doit être établi.

Lors de l'embauche d'un extra, il est important de vérifier le nombre de jours où il a déjà travaillé **pour le même employeur**, au cours du trimestre civil. En effet, selon la convention collective des hôtels-café-restaurants, le salarié qui a travaillé plus de 60 jours au cours du trimestre peut demander la requalification de son contrat en CDI devant le conseil des prud'hommes. Si le salarié obtient gain de cause, l'employeur est alors condamné à lui verser des dommages et intérêts.

#### Un extra peut-il bénéficier d'une prime de précarité en fin de contrat ?

Selon la loi, l'employeur n'a pas à verser de prime de précarité en fin de contrat aux extras (cf. article L1243-10 du Code du travail). Toutefois, il convient de se renseigner sur les usages locaux car, dans certaines localités, il est d'usage que les entreprises versent cette prime. Le même principe s'applique aux travailleurs saisonniers.

**Source :** <http://www.fiducial.fr/Mon-Entreprise/Logiciels-Solutions-informatiques/Solutions-metiers/Hotellerie-Restaurant/Contrat-d-Extra>

Consulté le 17 novembre 2014

## ANNEXE 1

Arrondir les calculs à deux décimales

Répartition des ventes pour le premier trimestre 2015			
Poissons	Nombre de plats vendus	% des ventes	Popularité (haute ou basse)
Dos de cabillaud, embeurrée de pomme de terre, sauce aux baies	1 320		
Pavé de sandre demi-sel, embeurrée de pomme de terre	882		
Truites pochées au court-bouillon	1 020		
Filets de sole à la dieppoise	1 420		
Darnes de saumon grillé, sauce béarnaise	985		
Moules à la marinière	1 510		
Tronçons de turbot pochés, sauce hollandaise	1 010		
<b>Total</b>			

Calcul du pourcentage moyen des ventes :

.....

.....



## ANNEXE 2

Arrondir les calculs à deux décimales

Étude de la rentabilité : Carte des poissons du 1 <sup>er</sup> trimestre 2015							
	Prix de vente TTC* en €	Prix de vente HT en €	Coût matière en €	Marge brute unitaire en €	Nombre de plats vendus	Marge brute totale en €	Rentabilité haute ou basse
Dos de cabillaud, embeurrée de pomme de terre, sauce aux baies			3,78				
Pavé de sandre demi-sel, embeurrée de pomme de terre			4,82				
Truites pochées au court-bouillon			1,88				
Filets de sole à la dieppoise			5,57				
Darnes de saumon grillé, sauce béarnaise			2,33				
Moules à la marinière			1,08				
Tronçons de turbot pochés, sauce hollandaise			3,10				
Total							

\* TVA 10 %

Calcul de la marge brute moyenne :

.....

.....

## ANNEXE 3

1. Compléter le tableau ci-dessous.

	Popularité	Rentabilité	Groupe
Dos de cabillaud, embeurrée de pomme de terre, sauce aux baies			
Pavé de sandre demi-sel, embeurrée de pomme de terre			
Truites pochées au court-bouillon			
Filets de sole à la dieppoise			
Darnes de saumon grillé, sauce béarnaise			
Moules à la marinière			
Tronçons de turbot pochés, sauce hollandaise			

2. Nommer le ou les poisson(s) à supprimer de la carte. Justifier votre réponse.

.....

.....

.....

.....

3. Identifier le ou les poisson(s) à conserver. Justifier votre réponse.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Proposer des actions à mener pour les autres plats.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Arrondir les calculs à deux décimales**

1. Déterminer le chiffre d'affaires de la gamme des poissons pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2015.

<b>Chiffre d'affaires - Poissons - Premier trimestre 2015</b>			
<b>Poissons</b>	<b>Nombre de plats vendus</b>	<b>Prix unitaire</b>	<b>Chiffre d'affaires TTC</b>
Dos de cabillaud, embeurrée de pomme de terre, sauce aux baies	<b>1 320</b>		
Pavé de sandre demi-sel, embeurrée de pomme de terre	<b>882</b>		
Truites pochées au court-bouillon	<b>1 020</b>		
Filets de sole à la dieppoise	<b>1 420</b>		
Darnes de saumon grillé, sauce béarnaise	<b>985</b>		
Moules à la marinière	<b>1 510</b>		
Tronçons de turbot pochés, sauce hollandaise	<b>1 010</b>		
<b>Total</b>			

2. Compléter le tableau ci-dessous pour vérifier si l'indice réponse-prix est respecté.

Prix moyen demandé en €	
Prix moyen offert en €	
Indice réponse-prix	
Indiquer si le principe est respecté. Justifier.	

**ANNEXE 5**

1. Indiquer le montant des intérêts pour le 2<sup>ème</sup> mois.

.....  
.....

2. Préciser l'intérêt pour Paul ROMAIN d'avoir recours à une assurance pour son emprunt.

.....  
.....

3. Retrouver les éléments composant la mensualité hors assurance.

.....  
.....

4. Nommer une autre forme de financement externe possible.

.....  
.....

**ANNEXE 6**

1. Justifier la différence entre le montant de la première et de la deuxième annuité d'amortissement.

.....  
.....

2. Indiquer la signification de la valeur comptable nette en fin d'exercice.

.....  
.....

3. Déterminer l'intérêt du calcul de l'annuité d'amortissement.

.....  
.....

## ANNEXE 7

1. Définir le marketing sensoriel.

.....

.....

2. Donner l'objectif de l'utilisation de cette technique de marketing.

.....

.....

3. Citer deux facteurs, autres que le marketing sensoriel, pour dynamiser les ventes du restaurant.

- .....

- .....

4. Compléter le tableau ci-dessous.

Nom du sens	Exemples de marketing sensoriel pouvant être mis en place par Paul et Virginie ROMAIN dans la nouvelle salle du restaurant

**ANNEXE 8**

1. Citer le type et la forme du contrat d'extra.

.....  
.....

2. Expliquer les raisons pour lesquelles le contrat d'extra est adapté pour la soirée d'inauguration.

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

3. Indiquer les autres cas de recours à un CDD.

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

4. Déterminer ce à quoi peut prétendre un salarié ayant travaillé plus de 60 jours au cours du trimestre dans le même restaurant.

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

5. Indiquer si un employeur doit délivrer une fiche de paie après chaque mission, à un salarié ayant réalisé plusieurs extras dans le même restaurant au cours d'un même mois. Justifier votre réponse.

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

6. Donner l'intérêt pour le salarié de percevoir une prime de précarité en fin de contrat.

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