

SESSION 2014

**CAPLP
CONCOURS EXTERNE
ET CAFEP**

**Section : HÔTELLERIE - RESTAURATION
Option : SERVICE ET COMMERCIALISATION**

ÉPREUVE ÉCRITE DE TECHNOLOGIE PROFESSIONNELLE

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.

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.

De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement.

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

CONTEXTE PROFESSIONNEL

La « Compagnie des Vents » organisera, en juin 2014, une croisière gastronomique de quatre semaines sur un de ses voiliers, l'Alizé, (annexe 1). Toutes voiles dehors, glissant au gré des vents et du soleil, l'Alizé est un majestueux quatre mâts de 111 mètres de long, battant pavillon tricolore, avec 70 membres d'équipage et des élèves stagiaires du lycée hôtelier d'Ajaccio. Ce dernier a signé une convention de partenariat avec la « Compagnie des Vents ». Cette convention porte sur les périodes de formation en entreprise des classes de baccalauréat professionnel « cuisine » et « commercialisation et services en restauration ».

Le navire appareillera du port d'Ostende en Belgique, avec à son bord 170 passagers, majoritairement des clients d'agence de voyages en possession de bons de « forfait » ou « plein crédit ». Il sillonnera la Manche, les côtes atlantique et méditerranéenne, fera différentes escales en France et au Portugal, avant d'arriver en Corse (annexe 2). Lors de chaque escale, des visites, des dégustations et des repas sur le bateau permettront aux passagers de découvrir la gastronomie locale.

Depuis la dernière saison, vous êtes commissaire de bord (annexe 3) en charge de la restauration et de l'hébergement sur ce navire. À la suite de l'analyse des questionnaires de satisfaction des années précédentes, il apparaît important de mener une réflexion qui vise à améliorer la qualité des prestations en termes de :

- développement durable ;
- prestations offertes à la vente à emporter ;
- prestations d'hébergement ;
- valorisation des produits locaux.

En outre, votre direction générale vous demande de porter une attention particulière à l'implication des stagiaires dans leur formation.

ANNEXES

Annexe 1	Fiche signalétique de l'Alizé
Annexe 2	La croisière et les escales gastronomiques – croisière juin 2014
Annexe 3	Organigramme du personnel
Annexe 4	L'Hôtellerie Restauration – janvier 2009 - L'UMIH réitère : les CHR doivent être acteurs du développement durable
Annexes 5, 5 bis	Lettre d'information de l'AFLYHT – mai 2012 Intervention de J.L. Fessard – Comment peut-on former les élèves au développement durable ?
Annexe 6	Affiche des vins du Pays d'Oc
Annexe 7	Les ponts de l'Alizé

DOCUMENTS À RENDRE

Annexe A	Projet « Vente à emporter »
Annexe B (3 pages)	Fiche d'organisation d'un buffet/cocktail corse

Thème 1 : Le développement durable à bord de l'Alizé

L'Alizé navigue essentiellement grâce à l'énergie éolienne. De plus, il bénéficie de l'installation de nombreux panneaux photovoltaïques qui permettent la production d'électricité.

« Écologie, économie, environnement, pédagogie » représentent les enjeux visés par la « Compagnie des Vents ». Le commandant du navire souhaite connaître les actions à mettre en œuvre et les aménagements à effectuer, à court, moyen et long termes, dans le secteur de la restauration afin d'intégrer au mieux les dimensions liées à l'environnement et au développement durable.

Vous devez :

- 1.1 **Réaliser**, à partir des annexes 4, 5 et 5 bis et de vos connaissances personnelles, un tableau recensant cinq actions à mettre en œuvre dans le secteur restaurant et les attitudes à adopter par le personnel, à court, moyen et long terme dans la politique de développement durable.
- 1.2 **Rédiger** une note de synthèse, de 15 lignes maximum, destinée au commandant, quant à l'amélioration de la politique de développement durable sur le navire.

Thème 2 : La vente à emporter

Vous avez analysé des questionnaires de satisfaction complétés par les passagers des précédentes croisières. Ils regrettent l'absence d'une boutique de vente à emporter sur le pont supérieur. Les clients souhaiteraient pouvoir déjeuner rapidement, prendre une collation au bord de la piscine, ou acheter une prestation rapide avant de partir en escale.

Avant le départ de la prochaine croisière, vous réfléchissez à la mise en place :

- d'une formule de vente à emporter ;
- de la gestion de la facturation des prestations à emporter.

Vous devez :

- 2.1 **Exposer** votre projet « vente à emporter » en complétant l'annexe A.
- 2.2 **Citer** les incontournables à respecter en matière de réglementation, d'hygiène, de sécurité et d'affichage pour la mise en place d'une formule de vente à emporter.
- 2.3 **Définir** dans un tableau structuré, les caractéristiques générales des bons d'agence acceptés sur le bateau ainsi que les droits des passagers, les obligations du croisiériste et des agences de voyages.
- 2.4 **Proposer** un système qui permettra au personnel d'identifier les clients en fonction de leur droit aux prestations.

Thème 3 : La satisfaction de la clientèle en hébergement

Le croisiériste, soucieux de la qualité d'accueil des passagers, vous demande de proposer une solution en vue de répondre à un éventuel problème technique dans une cabine.

Élaborer une procédure de délogement en tenant compte des contraintes liées au contexte.

Thème 4 : La gastronomie et la valorisation des produits au fil des escales

Après chaque escale (annexe 2), un dîner gastronomique sera servi. Ces divers repas, confectionnés par le chef, auront pour thème un ou des produits « marqueurs » de la région ou du pays visité. Le chef les achètera auprès de producteurs locaux lors de chaque étape. Le panel sélectionné sera le suivant :

- la bière belge à Ostende ;
- les fromages normands à Honfleur ;
- les vins du Médoc à Bordeaux ;
- le Porto à Vila Nova de Gaia au Portugal ;
- les vins du Languedoc à Sète.

Votre objectif consiste à informer la brigade de restaurant et les cinq stagiaires de baccalauréat professionnel « commercialisation et services en restauration » sur le produit et ses caractéristiques. En effet, votre équipe devra être à même de répondre aux questions des passagers.

Avant le départ du navire, vous réaliserez une dégustation de ces produits et remettrez à votre personnel des « fiches produits » synthétiques.

Chaque « fiche produit » devra se limiter à une page et traiter les informations demandées ci-après :

4.1 Les bières belges :

- **Schématiser** la fabrication des bières.
- **Différencier** les bières blanches, blondes, ambrées, brunes par leurs aspects gustatifs.
- **Préciser** la spécificité des bières Lambic.
- **Nommer** trois bières Trappistes belges.

4.2 Les fromages normands :

- **Citer** six fromages normands et leur famille.
- **Indiquer** les étapes de fabrication des familles identifiées, des seuls fromages AOP de façon claire.
- **Proposer** une façon originale de commercialiser ces fromages durant la soirée gastronomique.

4.3 Les vins du Médoc :

- **Dessiner** sommairement une carte du Médoc avec les AOC communales.
- **Citer** les châteaux classés premiers crus et quatre châteaux classés seconds crus du Médoc en précisant les communes d'origine.
- **Indiquer** les principaux cépages cultivés et les caractéristiques générales des vins du Médoc.

4.4 Les vins de Porto :

- **Schématiser** la fabrication du Porto et expliquer précisément l'étape essentielle qui permet d'obtenir ce type de vin.
- **Préciser** l'étape indispensable à la labellisation et au vieillissement du Porto.
- **Lister** les différentes catégories de Porto et leurs caractéristiques respectives.

4.5 La classification des vins du Languedoc :

- **Schématiser** la nouvelle classification des vins aux niveaux français et européen (annexe 6).

Thème 5 : Un buffet corse pour clôturer la croisière

A l'arrivée du voilier à Ajaccio, afin de clôturer la croisière, vous organiserez un buffet/cocktail convivial dont le thème sera la Corse. Les cinq stagiaires de baccalauréat professionnel « commercialisation et services en restauration », associés à l'organisation de ce buffet, vous ont remis une proposition (annexe B – à rendre avec la copie). En votre qualité de tuteur, vous apportez les modifications s'adressant aux stagiaires, l'approche doit être pédagogique.

Vous devez :

- 5.1 **Analyser, corriger** le cas échéant cette proposition et **justifier** vos modifications/calculs sur l'annexe B.
- 5.2 **Établir** les fiches fonctions : chefs de rang « buffet » et « pisteurs » pour cette manifestation.

Annexe 1

Fiche signalétique de l'Alizé

Votre bateau: Alizé



Caractéristiques:



Date d'entrée en service : 1992



Nombre de passagers : 170



Equipage : 70



Tonnage : 3025 Largeur : 15 mètres Longueur : 111 mètres Vitesse : 17 nœuds

Les cabines de l'Alizé



2 ou 3 lits,
salle de bain avec douche,
air conditionné,
coffre fort. (9-11 m²)

Cabine Standard



2 ou 3 lits,
salle de bain avec douche,
air conditionné,
coffre fort. (11-12 m²)

Vue Mer



lit double ou jumeaux,
salle de bain avec jacuzzi,
mini bar,
coffre fort possibilité d'ouverture sur le pont. (14-21 m²)

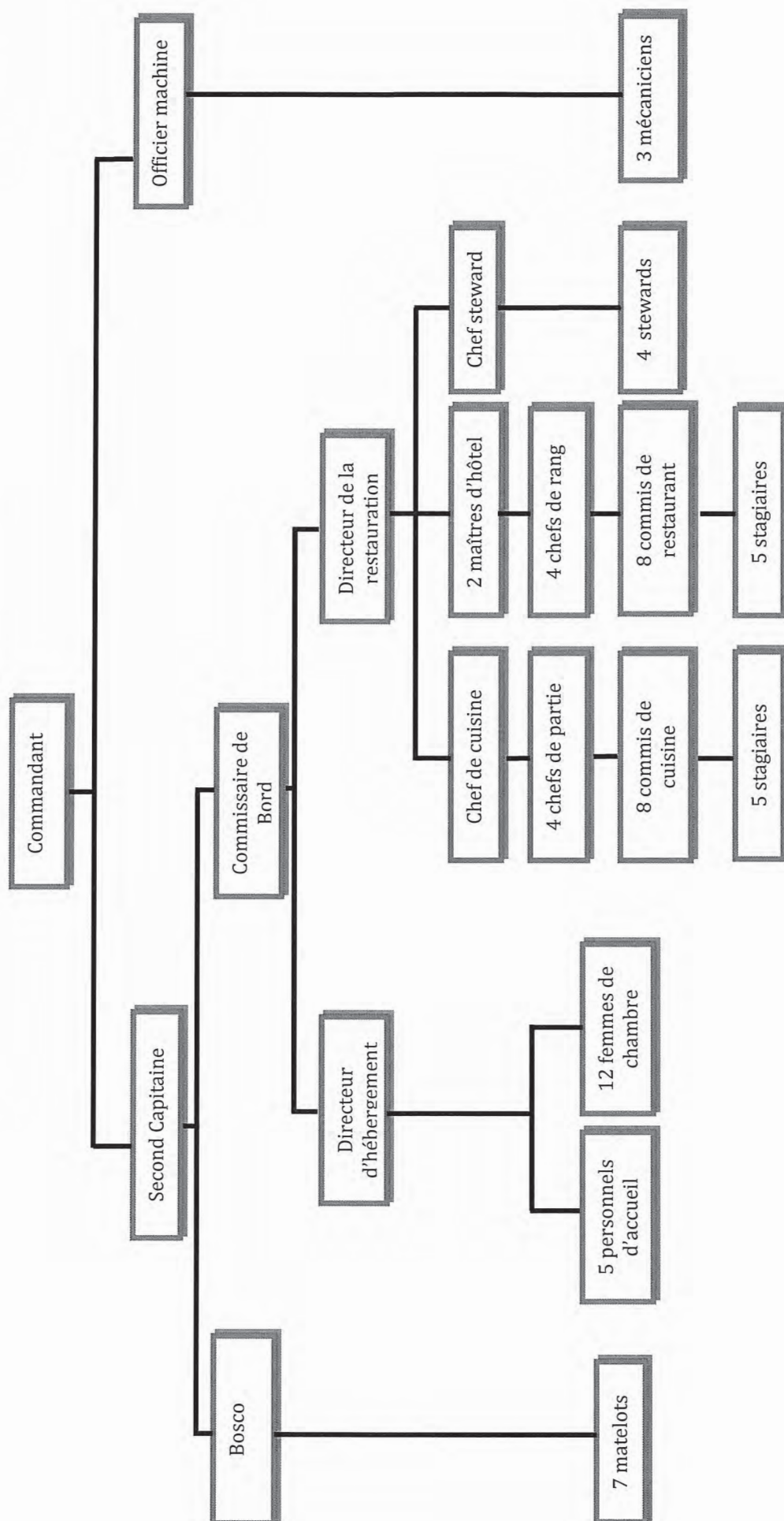
Suite

La croisière et les escales gastronomiques – croisière juin 2014



Organigramme du personnel

Annexe 3



Tournez la page S.V.P.

L'UMIH RÉITÈRE : LES CHR DOIVENT ÊTRE ACTEURS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



Au centre de notre photo, André Daguin, entouré de (entre autres, de gauche à droite) Hervé Brossard, président de l'agence de publicité DDB International et membre du Medef en charge de la représentation des professions de la communication, Roland Heguy, Laurence Parisot et Jean-Pierre Clamadieu, directeur général de Rhodia et président de la commission développement durable au Medef.

Le ton a été donné par **André Daguin** lors du dernier congrès national de l'Umih à Lyon fin novembre avec la signature d'un partenariat avec l'**Ademe*** autour de 15 et 1 réflexes durables auxquels la profession peut prétendre rapidement. Un appel au bon sens, lancé à l'ensemble des entreprises du secteur. Même si, dans un premier temps, c'est la branche hôtelière qui a fait preuve d'avancées importantes. *"Accor a depuis longtemps emprunté cette voie"*, rappelle le chef de file de la rue d'Anjou présent la semaine dernière aux côtés de **Laurence Parisot**, la patronne des patrons, lors d'une matinée débat sur le thème 'Le développement durable, un atout concurrentiel pour la France'. Dans son vade-mecum baptisé 'Entreprises et développement durable : suivez le guide !', le Medef revient d'ailleurs sur plusieurs actions mises en place par le groupe. Accor a par exemple *"décidé, dès 2002, de faire certifier sa démarche environnement selon la norme internationale Iso 14001 pour sa chaîne hôtelière Ibis et sa division Accor Thalassa"*. Cette norme *"atteste de la mise en*

place d'un système de management environnemental destiné à limiter l'impact de l'activité d'une entreprise sur l'environnement". Le groupe a également mis en place une *"démarche d'innovation participative, visant à promouvoir l'initiative de tous les collaborateurs et faciliter la diffusion des bonnes pratiques"*. Ainsi, *"tout collaborateur peut proposer une idée d'amélioration. Cette suggestion est évaluée par le responsable hiérarchique qui récompense l'auteur en cas d'application de l'idée"*. La valorisation de l'individu fait donc bel et bien partie du dossier durable. Autre aspect, à la fois parallèle et complémentaire, le commerce équitable. *"En 2003, les 38 hôtels Sofitel ont acheté 16 tonnes de café Malongo labellisé Max Havelaar. Les 490 Etap Hotel et Formule 1 en France ont suivi peu après en remplaçant toute leur gamme de boissons chaudes par du thé, café et chocolat exclusivement issus du commerce équitable. Aujourd'hui, plus de 1 100 hôtels servent des produits issus de ce commerce"*, peut-on encore relever dans ce manuel qui ne concerne pas seulement les grandes entreprises. Pour preuve, la participation du président national de l'hôtellerie française de l'Umih, **Roland Heguy**, fidèle défenseur de la TPE et de l'hôtellerie indépendante, lors de cette réunion qui a fait salle comble aux côtés des responsables des sociétés EcoBilan, Microsoft, Séché Environnement et Solaire Direct. Micro.

L'Hôtellerie Restauration : Qu'en est-il au juste des hôteliers face à ce défi du développement durable ?

Roland Heguy : Le cœur de notre métier est avant tout d'offrir du bien-être, de la modernité, du rêve. Aussi, plus que n'importe quelle autre forme de développement, le tourisme nécessite un environnement préservé de toute nuisance. En effet, l'environnement constitue parfois le premier fonds de commerce des établissements touristiques, d'où l'importance de le préserver. J'ai moi-même la chance de travailler dans un environnement exceptionnel, au bord de l'océan Atlantique. On a beau avoir le plus bel outil de travail, être dans un beau site, s'il n'est pas préservé, tout peut basculer. Je pense malheureusement au naufrage de l'Erika. Cela a pris beaucoup de temps pour redorer l'image du site.

Comment voyez-vous l'avenir du secteur s'il ne s'engage pas dans cette voie ?

Les activités touristiques participent également au réchauffement climatique. Nous consommons de l'eau, de l'énergie et produisons beaucoup de déchets qui nuisent au tourisme. Par ailleurs, il faut nous adapter aux nouvelles attentes des touristes d'autant qu'à moyen terme, la concurrence sera plus forte, plus agressive. Les entreprises qui n'auront pas un comportement respectueux de l'environnement seront petit à petit écartées du marché. Nous devons être prêts pour recevoir ces nouveaux touristes des pays émergents.

Les bénéfices pour la profession sont-ils uniquement liés à l'image ?

Les bénéfices tirés d'une telle démarche sont nombreux : maîtrise des charges d'exploitation, valorisation de son image auprès de la clientèle, outil marketing (selon un sondage récent, 34 % des voyageurs paieraient davantage pour se rendre dans un hôtel respectueux de l'environnement), fidélisation et motivation des employés, qui seront fiers de travailler dans une entreprise respectueuse de l'environnement, implication de l'entreprise dans une démarche citoyenne, diminution de l'impact environnement de l'entreprise, et participation à l'effort collectif de lutte contre le réchauffement climatique.

*Ademe : Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie.
L'Hôtellerie Restauration – 17 janvier 2009