

81 Fiches de Révision

BTS MHR

Management en Hôtellerie-Restaurant

- ✓ Fiches de révision
- ✓ Fiches méthodologiques
- ✓ Tableaux et graphiques
- ✓ Retours et conseils



Conforme au Programme Officiel



Garantie Diplômé(e) ou Remboursé

4,6/5 selon l'Avis des Étudiants



Préambule

1. Le mot du formateur :



Hello, moi c'est **Hugo Costard** 🙋

D'abord, je tiens à te remercier de m'avoir fait confiance et d'avoir choisi www.btsmhr.fr.

Si tu lis ces quelques lignes, saches que tu as déjà fait le choix de la **réussite**.

Dans cet E-Book, tu découvriras comment j'ai obtenu mon **BTS MHR** avec une moyenne de **16.76/20** grâce à ces **fiches de révisions**.

2. Pour aller beaucoup plus loin :

Étant donné la spécificité de l'examen de l'épreuve E4 "Mercatique des services en hôtellerie restauration", Léa et moi avons décidé de créer une **formation vidéo ultra-complète** pour t'assurer au moins 16/20 à l'examen.

En effet, cette épreuve est l'une des plus importante de l'examen : Elle a un coefficient de 3 et influe pour 9 % de la note finale.



C'est d'ailleurs une matière à double tranchant car si tu maîtrises la **méthodologie** et les **notions à connaître**, tu peux être sûr(e) d'obtenir une excellente note. À l'inverse, si tu n'as pas les clés pour mener à bien cette épreuve cruciale, tu risques d'avoir une note assez limitée.

3. Contenu du Dossier E4 :

1. **Vidéo 1 - Étude de marché** : 19 minutes de vidéo abordant toutes les informations à connaître à ce sujet.
2. **Vidéo 2 - Marketing mix** : 12 minutes de vidéo pour évoquer toutes les notions à maîtriser et être 100% prêt pour le jour J.
3. **Vidéo 3 - Gestion de la relation client** : 17 minutes de vidéo pour t'expliquer toutes les subtilités sur les anémies, un sujet abordé chaque année.

4. **Fichier PDF – 15 Fiches de Révision :** E-Book de 15 Fiches de Révision pour avoir toutes les clés en main pour l'épreuve E4 🚀

[Découvrir le Dossier E4](#)

Table des matières

E1.1 : Culture générale et expression	5
Chapitre 1 : Synthèse de documents	6
Chapitre 2 : Écriture personnelle	10
E2 : Langues vivantes étrangères	13
Chapitre 1 : Compréhension de l'écrit	15
Chapitre 2 : Expression écrite	16
Chapitre 3 : Comment organiser ses pensées ?	17
Chapitre 4 : Les expressions dans un débat	19
Chapitre 5 : Les pronoms relatifs	21
Chapitre 6 : Les verbes irréguliers	22
E3 : Management, pilotage et entrepreneuriat en hôtellerie restauration	27
Chapitre 1 : L'industrie de l'hôtellerie et de la restauration	29
Chapitre 2 : Gestion opérationnelle en restauration	31
Chapitre 3 : Gestion opérationnelle en hébergement	32
Chapitre 4 : Entrepreneuriat en hôtellerie-restauration	36
Chapitre 5 : Marketing en hôtellerie-restauration	37
Chapitre 6 : Les enjeux et les défis	41
E4 : Mercatique des services en hôtellerie restauration	43
Accès au dossier E4	43
E5 (Option A) - Management d'une unité de restauration	44
Chapitre 1 : Gérer la restauration (postes, équipe, risques...)	44
Chapitre 2 : Acquérir de nouveaux prospects	49
Chapitre 3 : Les différents types de boissons	51
Chapitre 4 : Les denrées alimentaires	54
Chapitre 5 : Labels de qualité & réglementation	57
Chapitre 6 : Autres dispositions	59
E5 (Option B) - Management d'unité de production culinaire	60
Chapitre 1 : La gestion des stocks, coûts et postes	62
Chapitre 2 : Les interactions avec les clients	65
Chapitre 3 : Les standards et les procédures	67
E5 (Option C) - Management d'unité d'hébergement	70
Chapitre 1 : Gérer et manager la cuisine	72
Chapitre 2 : Zoom sur les variétés d'aliments	74

Chapitre 3 : Divers (techniques culinaires, production, etc.)78

E1.1 : Culture générale et expression

Présentation de l'épreuve :

Évaluée à hauteur d'un coefficient de 2, l'épreuve E1 « Culture Générale et Expression » (CGE) se déroule sous forme écrite sur une durée de 4 heures.

Cette épreuve compte pour 6 % de la note finale, mais ne doit pas être négligée.

Conseil :

L'épreuve de Culture Générale et expression est l'une des matières les plus difficiles à réviser car il n'y a pas vraiment de cours. Privilégiez l'apprentissage par cœur de la méthodologie de la synthèse de documents et de l'écriture personnelle et effectuez-en pour vous entraîner.

Table des matières

Chapitre 1 : Synthèse de documents	6
1. Réaliser une synthèse de documents	6
2. Synthèse de documents – Mise en place d'une introduction attirante	7
3. Synthèse de documents – Réussir son développement	8
4. Synthèse de documents – Réussir sa conclusion	9
Chapitre 2 : Écriture personnelle	10
1. Réaliser une écriture personnelle	10
2. Écriture personnelle – Analyser son sujet	10
3. Écriture personnelle – Introduction	11
4. Écriture personnelle – Chercher des exemples	11
5. Écriture personnelle – Donner son point de vue	12
6. Écriture personnelle – Conclusion	12

Chapitre 1 : Synthèse de documents

1. Réaliser une synthèse de documents :

Étape 1 – Survol du corpus :

L'idée de la première étape est d'abord de jeter un œil aux différents types de documents du corpus et d'en déterminer leur nature, à savoir :

- Extraits d'articles ;
- Extraits d'essais ;
- Textes littéraires ;
- Etc.

L'objectif est alors de recenser toutes les informations rapides telles que :

- Titres ;
- Dates ;
- Nom des auteurs.

Étape 2 – Lecture et prise de notes :

Ensuite, vous allez entamer une lecture analytique. Le but est alors de trouver et de reformuler 6 à 10 idées principales du document.

Faites ensuite un tableau de confrontation, c'est-à-dire que dans chaque colonne, vous écrirez les idées qui vous viennent à l'esprit en les numérotant.

Étape 3 – Regroupement des idées :

Une fois la prise de notes terminée, vous pouvez commencer à chercher les idées qui se complètent et celles qui s'opposent.

Pour cela, réalisez 3 groupements d'idées se complétant.

Étape 4 – Recherche de plan :

Vous devez maintenant finaliser votre plan. Il est fortement conseillé de l'écrire au brouillon avant de le rédiger au propre.

Pour ce faire, vous allez rédiger votre plan de façon détaillée avec le nom de chaque partie, et de chaque sous-partie.

Étape 5 – La rédaction :

La rédaction est le gros du travail. Pour le réussir, vous allez respecter les points suivants :

- **Structuration de votre texte :** Sautez une ligne entre chaque partie et faites des alinéas. Les différentes parties de votre développement doivent toujours commencer par l'idée principale ;
- **Respectez les normes de présentation :** N'omettez pas de souligner les titres des œuvres et de mettre entre guillemets les citations de textes ;
- **Équilibrez les parties de votre texte :** Enfin, l'objectif est d'équilibrer les différentes parties de notre développement.

Quelques règles importantes :

- Ne pas oublier les guillemets lors d'une citation ;
- Ne pas faire référence à des documents ne figurant pas dans le dossier ;
- Ne pas numéroter ou nommer ses parties ;
- Ne pas laisser un document de côté, ils doivent tous être traités ;
- Ne pas donner son avis personnel sur le sujet ;
- Ne pas énumérer ses idées les unes après les autres, les énumérer en fonction d'un plan concret ;
- Ne pas présenter toutes ses idées dans les moindres détails, il faut qu'elles restent concises ;
- Ne pas revenir plusieurs fois sur une seule et même idée ;
- Ne pas utiliser le pronom personnel "je" et éviter l'utilisation du "nous".

2. Synthèse de documents – Mise en place d'une introduction attirante :

Étape 1 – Trouver une amorce :

L'amorce correspond à une phrase à visée générale introduisant la lecture du texte. Il peut s'agir d'un proverbe, d'une vérité générale, d'un fait divers, d'une citation, etc.

L'amorce n'est pas obligatoire mais relativement conseillée.

Exemple : On pourrait utiliser l'expression "Sans musique, la vie serait une erreur" en citant son auteur "Nietzsche" en tant qu'amorce.

Étape 2 – Présenter le sujet :

À la suite de l'amorce, vous devez présenter le sujet en le formulant de manière simple et concise.

Exemple : "Le corpus de document traite de la musique en tant que loisir superficiel".

Étape 3 – Présenter les documents :

Pour cette troisième étape, vous allez regrouper les documents par points communs et, s'il n'y a pas de points communs, vous allez les présenter les uns après les autres.

Pour présenter les documents, vous allez donner les informations suivantes :

- Nom de l'auteur ;
- Titre ;
- Type de document ;
- Source ;
- Idée principale ;
- Date.

Exemple : Dans son roman Gil paru en 2015, Célia Houdart raconte la vie d'un musicien avec son ascension, ses fragilités et ses difficultés.

Étape 4 – Trouver une problématique :

À la suite de la présentation des documents, vous allez présenter la problématique. Il doit s'agir de la grande question générale soulevée par le dossier. Cette problématique a généralement la forme d'une question et doit être en lien avec le plan choisi.

Exemple : "Quel regard porter sur la précarité du statut des musiciens ?"

Étape 5 – Annoncer son plan :

À ce niveau, il s'agit d'annoncer à notre lecteur le plan choisi et d'entamer le développement de manière fluide.

Exemple : "Dans une première partie, nous analyserons la dimension économique des concerts. Dans un second temps, nous aborderons le point de vue du public."

3. Synthèse de documents – Réussir son développement :

Étape 1 – Organiser ses idées :

Une fois que vous avez choisi votre plan de 2 ou 3 parties, vous devrez constituer entre 2 et 4 paragraphes dans chaque partie. Ces paragraphes doivent suivre un ordre logique allant du plus évident au moins évident.

Exemple :

- **Première partie :** "La pratique musicale, un objectif éducatif" ;
- **Deuxième partie :** "La pratique musicale, une forme de distinction sociale" ;
- **Troisième partie :** "La pratique musicale, un coût pour les familles".

Étape 2 – Construire un paragraphe :

Un paragraphe s'appuie sur plusieurs documents. Pour rendre un paragraphe efficace, on commence par annoncer l'idée principale commune à plusieurs documents avant de donner les détails.

Exemple : "La pratique musicale est en constante hausse dans la société. Ainsi, C. Planchon développe l'exemple du hautbois et de la pratique du leasing encourageant l'accès aux instruments à bas prix. E. Goudier va plus loin en donnant le détail de tous les organismes permettant de renforcer la démocratisation des instruments de musique."

De plus, pour construire un paragraphe, il faut reformuler et confronter les idées principales de l'auteur.

Enfin, entre chaque paragraphe, vous devrez utiliser des connecteurs logiques tels que :

- En premier lieu, ...
- Par ailleurs, ...
- En outre, ...
- Enfin, ...

Étape 3 – Fluidifier la transition entre chaque partie :

L'idée est d'insérer une courte phrase ayant pour rôle de récapituler la partie précédente et d'annoncer ce qui suit sans pour autant trop en annoncer.

Exemple : "Comme on vient de le voir, la nécessité de la pratique musicale a tendance à s'imposer à nous, mais les obstacles restent nombreux."

4. Synthèse de documents – Réussir sa conclusion :

Étape 1 – Rédiger sa conclusion en fonction des idées précédentes :

Le principe de la conclusion est de faire un bilan sur les idées précédemment développées.

Exemple : "En résumé, la musique est un art mais aussi un loisir subissant des préjugés. En effet, certains genres musicaux initialement considérés comme "nobles" prouvent que la hiérarchie peut céder."

Étape 2 – Utilisation d'un connecteur ou d'une expression :

Un connecteur ou une expression doit figurer dans la conclusion afin de bien faire notifier au lecteur qu'il s'agit de la conclusion. En voici quelques-uns :

- En somme, ...
- En conclusion, ...
- Pour conclure, ...
- On retiendra de cette étude que...

Chapitre 2 : Écriture personnelle

1. Réaliser une écriture personnelle :

Les règles importantes :

- Avant d'entamer sur la méthodologie de l'écriture personnelle, voici quelques règles importantes ;
- L'utilisation du pronom "je" est évidemment autorisée ;
- Utiliser des références personnelles de films, de tableaux, d'œuvres ou de livres est obligatoire ;
- Saut de ligne entre les parties obligatoire ainsi que la présence d'alinéas au premier paragraphe ;
- Éviter les fautes d'orthographe en relisant 2 fois à la fin.

2. Écriture personnelle – Analyser son sujet :

Utilisation de la méthode "QQOQCCP" pour analyser son sujet :

L'utilisation de la méthode "QQOQCCP" est très utilisée pour analyser son sujet. Pour cela, vous allez répondre aux questions suivantes concernant le sujet :

- Qui ?
- Quoi ?
- Quand ?
- Où ?
- Comment ?
- Combien ?
- Pourquoi ?

Exemple : Si le sujet est "D'après-vous, la société doit-elle aller toujours plus vite ?" Voici l'élaboration du QQOQCCP :

- Qui ?
 - Les citoyens vivent à un rythme de plus en plus élevé.
 - Les conducteurs parfois tentés de dépasser la vitesse maximale autorisée en conduite.
 - Les journalistes toujours à la recherche du "scoop" et de faire diffuser des informations trop vite.
- Quoi ?
 - Une accélération de la production permettant de faciliter les échanges et d'abolir les distances.
 - Un facteur de risques permettant de prendre en compte le risque d'erreur, d'accident et de stress.
- Quand ?
 - Étant donné que le sujet a l'air moderne, ce sera plutôt au XX et XXIème siècle avec l'arrivée du numérique.
- Où ?
 - Question peu porteuse sur ce sujet.

- Comment ?
 - Au travers des moyens de transport, des moyens de communication, des informations en temps réel, etc.
- Combien ?
 - Question peu porteuse sur ce sujet.
- Pourquoi ?
 - Par souci d'efficacité, de dynamisme et pour fluidifier les échanges.

3. Écriture personnelle – Introduction :

Étape 1 – Rédiger une "amorce" :

L'amorce correspond à une phrase à visée générale introduisant la lecture du texte. Il peut s'agir d'un proverbe, d'une vérité générale, d'un fait divers, d'une citation, etc.

L'amorce n'est pas obligatoire mais relativement conseillée.

Étape 2 – Reformuler le sujet :

Vous devez expliquer avec vos mots ce que signifie le sujet donné.

Exemple : Si le sujet est "Faut-il défendre la diversité musicale ?", essayez de mettre en avant les paradoxes, les contradictions, les choix à faire et l'intérêt du sujet en général.

Étape 3 – Rédaction de la problématique :

À la suite de la présentation des documents, vous allez présenter la problématique. Il doit s'agir de la grande question soulevée par le sujet. Cette problématique a généralement la forme d'une question.

Exemple : "La diversité culturelle, si chère à la France, est-elle en danger dans un contexte désormais mondialisé ?"

Étape 4 – Élaboration du plan :

Le plan doit être élaboré dans le but de répondre à la problématique.

Exemple : "Pour répondre à cette question, nous évoquerons alors 2 possibilités, une action engagée en faveur de la diversité et une position plus passive et respectueuse du mode de vie collectif."

4. Écriture personnelle – Chercher des exemples :

Trouver des exemples :

L'idée est de trouver des exemples en rapport avec le sujet pour appuyer sa future argumentation.

Exemple : Si le sujet est "D'après-vous, la société doit-elle aller toujours plus vite ?" Voici quelques exemples :

- **Fait d'actualité :** Le projet d'une reconstruction express de Notre Dame en 5 ans ;

- **Phénomène de société** : Les TGV, les taxis "ubers", les trottinettes électriques ;
- **Référence culturelle** : Les films d'action.

5. Écriture personnelle – Donner son point de vue :

Donner son point de vue :

Contrairement à la synthèse de documents strictement objective, l'écriture personnelle demande une touche subjective de la part du rédacteur. Mais attention, vous ne devez pas donner votre point de vue tout le long de votre copie mais seulement ponctuellement.

De plus, si votre évaluateur n'est pas de votre point de vue, ce n'est pas grave car ce n'est pas ce sur quoi vous êtes évalué(e).

Comment donner son point de vue ?

Pour donner son point de vue, vous pouvez utiliser différentes expressions appropriées du registre telles que :

- Pour ma part...
- En ce qui me concerne...
- D'après moi...
- Je pense que...
- J'approuve l'idée selon laquelle...

6. Écriture personnelle – Conclusion :

Rôle de la conclusion :

La conclusion de l'écriture personnelle est sensiblement similaire à celle de la synthèse de documents et récapitule les grandes idées qui ont été développées. L'idée est qu'elle penche d'un certain côté de la balance et qu'elle ne soit pas totalement neutre.

De plus, cette conclusion peut être une question ouverte pour donner envie au lecteur.

Exemple : "En définitive, notre société semble partagée entre 2 tendances ; l'une qui soutient la diversité musicale et l'autre s'appuyant sur des goûts collectifs. Contrairement aux apparences, ces 2 tendances ne pourraient-elles pas cohabiter ?"

E2 : Langues vivantes étrangères

Présentation de l'épreuve :

L'épreuve E2 « Langues vivantes étrangères » (Anglais) est une épreuve disposant d'un coefficient de 2 et se déroule sous forme ponctuelle écrite et orale, soit une épreuve écrite de 2 heures et un oral de 30 minutes.

De plus, il est tout à fait possible d'obtenir le passage d'une autre langue vivante étrangère (LV2) qui disposera alors des mêmes modalités que la LV1, à savoir d'un coefficient de 2 et d'une situation d'évaluation similaire. L'épreuve LV2 est optionnelle.

Conseil :

Ne néglige pas cette matière ayant une influence sur 6 % (LV1 uniquement) ou 12 % (LV1 et LV2) de la note finale de l'examen. De plus, je te conseille de travailler énormément ton vocabulaire et ton écoute.

Pour travailler ton vocabulaire, sollicite tes 3 types de mémoires :

- Mémoire visuelle (lecture) ;
- Mémoire auditive (écoute) ;
- Mémoire kinesthésique (écrite).

En sollicitant ces 3 types de mémoires, tu maximises ainsi ton apprentissage. Pour ce qui est de l'écoute, regarde des films ou des séries en Anglais et mets les sous-titres en Français.

Table des matières

Chapitre 1 : Compréhension de l'écrit	15
1. Définitions de la compréhension de l'écrit	15
2. Règles à respecter	15
Chapitre 2 : Expression écrite	16
1. Rédaction du mail	16
Chapitre 3 : Comment organiser ses pensées ?	17
1. Introduction	17
2. Connecteurs logiques	17
Chapitre 4 : Les expressions dans un débat	19
1. Utilité des expressions	19
2. L'introduction à une idée	19
Chapitre 5 : Les pronoms relatifs	21
1. Les pronoms relatifs	21

2.	Quelques particularités des pronoms	21
Chapitre 6 : Les verbes irréguliers		22
1.	Liste des verbes irréguliers.....	22

Chapitre 1 : Compréhension de l'écrit

1. Définitions de la compréhension de l'écrit :

Objectif :

Montrer que l'essentiel du texte a été compris. Résumé en respectant le nombre de mots (+ / - 10 %).

Introduction :

Type de document, source, thème général.

Corps :

Développer les idées principales avec des mots de liaison.

2. Règles à respecter :

Les règles à respecter :

- Respecter le nombre de mots et l'inscrire à la fin ;
- Ne pas mettre de Français.

À ne surtout pas faire :

- Rédiger le compte-rendu en anglais ;
- Introduire des informations extérieures au document ;
- Paraphraser le texte ;
- Omettre des idées importantes.

Chapitre 2 : Expression écrite

1. Rédaction du mail :

Les principes de base de la rédaction du mail :

- Toujours commencer par : "Dear Mr./Ms. ..." ;
- Exprimer le but du mail : "I am writing to enquire about..." ;
- Pour conclure : "Thank you for patience and cooperation. If you have any questions or concerns, don't hesitate to let me know." ;
- Salutation : "Best regards/Sincerely".

Chapitre 3 : Comment organiser ses pensées ?

1. Introduction :

Comment introduire ses pensées ?

Afin de préparer et d'organiser de la meilleure façon les idées et les informations, à l'écrit comme à l'oral, les expressions suivantes peuvent être utilisées.

Expression anglaise	Expression française
To begin with	Pour commencer avec
As an introduction	En introduction

2. Connecteurs logiques :

Exprimer son opinion personnelle :

Expression anglaise	Expression française
In my opinion	À mon avis
To me	Pour moi
I think	Je pense
Personally	Personnellement
According to me	Selon moi
As for the	Comme pour le

Organiser en série d'éléments :

Expression anglaise	Expression française
Firstly	Premièrement
Secondly	Deuxièmement
Thirdly	Troisièmement
Then	Ensuite
After that	Après ça
At the end	À la fin

Ajouter une information :

Expression anglaise	Expression française
Moreover	De plus
Added to that	Ajouté à cela

Donner des exemples :

Expression anglaise	Expression française
For example	Par exemple

Such as	Tel que
Like	Comme

Généraliser :

Expression anglaise	Expression française
All told	En tout
About	À propos

Expliquer une cause :

Expression anglaise	Expression française
Because of	En raison de
Thanks to	Grâce à

Chapitre 4 : Les expressions dans un débat

1. Utilité des expressions :

À quoi servent les expressions dans un débat ?

Les expressions du débat sont intéressantes à étudier puisqu'elles offrent différentes façons d'aborder et de diriger une discussion. Elles peuvent être mises en place le jour de l'oral d'Anglais.

2. L'introduction à une idée :

Exprimer un désaccord :

Expression anglaise	Expression française
My point of view is rather different from	Mon point de vue est assez différent du vôtre
I'm not agree with you	Je ne suis pas d'accord avec vous
It is wrong to say that	C'est faux de dire que

Ajouter une information :

Expression anglaise	Expression française
In addition to	En plus de
In addition	En outre
Not only	Pas seulement

Contraster :

Expression anglaise	Expression française
But	Mais
Yet	Encore
Nevertheless	Néanmoins
Actually	Réellement
On the one hand	D'un côté
On the other hand	D'autre part
In fact	En réalité
Whereas	Tandis que

Pour résumer :

Expression anglaise	Expression française
In a word	En un mot
To sum up	Pour résumer

Pour justifier :

Expression anglaise	Expression française
That's why	C'est pourquoi
For example	Par exemple

Chapitre 5 : Les pronoms relatifs

1. Les pronoms relatifs :

Les différents pronoms relatifs existants :

Expression anglaise	Expression française
Where	Où
What	Qu'est-ce que
When	Quand
Whom	Que
Whose	À qui
Who	Qui (pour un humain)
Which	Qui (pour un animal/objet)

2. Quelques particularités des pronoms :

Les particularités du pronom "which" :

Le pronom "which" désigne un animal ou un objet.

Exemple :

Expression anglaise	Expression française
The dog which is here very aggressive.	Le chien qui est ici est très agressif.

Les particularités du pronom "who" :

Le pronom "who" désigne un humain.

Exemple :

Expression anglaise	Expression française
The girl who is looking at us is called Sarah.	La fille qui nous regarde s'appelle Sarah.

Les particularités du pronom "whose" :

Le pronom "whose" permet d'indiquer la possession.

Exemple :

Expression anglaise	Expression française
The singer whose name I don't remember has a beautiful voice.	Le chanteur dont je ne me souviens plus du nom a une belle voix.

Chapitre 6 : Les verbes irréguliers

1. Liste des verbes irréguliers :

Base verbale	Prétérit	Participe passé	Expression française
abide	abode	abode	respecter / se conformer à
arise	arose	arisen	survenir
awake	awoke	awoken	se réveiller
bear	bore	borne / born	porter / supporter / naître
beat	beat	beaten	battre
become	became	become	devenir
beget	begat / begot	begotten	engendrer
begin	began	begun	commencer
bend	bent	bent	plier / se courber
bet	bet	bet	parier
bid	bid / bade	bid / bidden	offrir
bite	bit	bitten	mordre
bleed	bled	bled	saigner
blow	blew	blown	souffler / gonfler
break	broke	broken	casser
bring	brought	brought	apporter
broadcast	broadcast	broadcast	diffuser / émettre
build	built	built	construire
burn	burnt / burned	burnt / burned	brûler
burst	burst	burst	éclater
buy	bought	bought	acheter
can	could	could	pouvoir
cast	cast	cast	jeter / distribuer (rôles)
catch	caught	caught	attraper
chide	chid / chode	chid / chidden	gronder
choose	chose	chosen	choisir
cling	clung	clung	s'accrocher
clothe	clad / clothed	clad / clothed	habiller / recouvrir
come	came	come	venir
cost	cost	cost	coûter
creep	crept	crept	ramper
cut	cut	cut	couper
deal	dealt	dealt	distribuer
dig	dug	dug	creuser
dive	dived	dived / dove	plonger

do	did	done	faire
draw	drew	drawn	dessiner / tirer
dream	dreamt / dreamed	dreamt / dreamed	rêver
drink	drank	drunk	boire
drive	drove	driven	conduire
dwell	dwelt	dwelt / dwelled	habiter
eat	ate	eaten	manger
fall	fell	fallen	tomber
feed	fed	fed	nourrir
feel	felt	felt	se sentir / ressentir
fight	fought	fought	se battre
find	found	found	trouver
flee	fled	fled	s'enfuir
fling	flung	flung	lancer
fly	flew	flown	voler
forbid	forbade	forbidden	interdire
forecast	forecast	forecast	prévoir
foresee	foresaw	foreseen	prévoir / presentir
forget	forgot	forgotten / forgot	oublier
forgive	forgave	forgiven	pardonner
forsake	forsook	forsaken	abandonner
freeze	froze	frozen	geler
get	got	gotten / got	obtenir
give	gave	given	donner
go	went	gone	aller
grind	ground	ground	moudre / opprimer
grow	grew	grown	grandir / pousser
hang	hung	hung	tenir / pendre
have	had	had	avoir
hear	heard	heard	entendre
hide	hid	hidden	cache
hit	hit	hit	taper / appuyer
hold	held	held	tenir
hurt	hurt	hurt	blesser
keep	kept	kept	garder
kneel	knelt / knelled	knelt / kneeled	s'agenouiller
know	knew	known	connaître / savoir
lay	laid	laid	poser
lead	led	led	mener / guider
lean	leant / leaned	leant / leaned	s'incliner / se pencher
leap	leapt / leaped	leapt / leaped	sauter / bondir
learn	learnt	learnt	apprendre

leave	left	left	laisser / quitter / partir
lend	lent	lent	prêter
let	let	let	permettre / louer
lie	lay	lain	s'allonger
light	lit / lighted	lit / lighted	allumer
lose	lost	lost	perdre
make	made	made	fabriquer
mean	meant	meant	signifier
meet	met	met	rencontrer
mow	mowed	mowed / mown	tondre
offset	offset	offset	compenser
overcome	overcame	overcome	surmonter
partake	partook	partaken	prendre part à
pay	paid	paid	payer
plead	pled / pleaded	pled / pleaded	supplier / plaider
preset	preset	preset	programmer
prove	proved	proven / proved	prouver
put	put	put	mettre
quit	quit	quit	quitter
read	read	read	lire
relay	relaid	relaid	relayer
rend	rent	rent	déchirer
rid	rid	rid	débarrasser
ring	rang	rung	sonner / téléphoner
rise	rose	risen	lever
run	ran	run	courir
saw	saw / sawed	sawn / sawed	scier
say	said	said	dire
see	saw	seen	voir
seek	sought	sought	chercher
sell	sold	sold	vendre
send	sent	sent	envoyer
set	set	set	fixer
shake	shook	shaken	secouer
shed	shed	shed	répandre / laisser tomber
shine	shone	shone	briller
shoe	shod	shod	chausser
shoot	shot	shot	tirer / fusiller
show	showed	shown	montrer
shut	shut	shut	fermer
sing	sang	sung	chanter
sink	sank / sunk	sunk / sunken	couler

sit	sat	sat	s'asseoir
slay	slew	slain	tuer
sleep	slept	slept	dormir
slide	slid	slid	glisser
slit	slit	slit	fendre
smell	smelt	smelt	sentir
sow	sowed	sown / sowed	semmer
speak	spoke	spoken	parler
speed	sped	sped	aller vite
spell	spelt	spelt	épeler / orthographier
spend	spent	spent	dépenser / passer du temps
spill	spilt / spilled	spilt / spilled	renverser
spin	spun	spun	tourner / faire tourner
spit	spat / spit	spat / spit	cracher
split	split	split	fendre
spoil	spoilt	spoilt	gâcher / gâter
spread	spread	spread	répandre
spring	sprang	sprung	surgir / jaillir / bondir
stand	stood	stood	être debout
steal	stole	stolen	voler / dérober
stick	stuck	stuck	coller
sting	stung	stung	piquer
stink	stank	stunk	puer
strew	strewed	strewn / strewed	éparpiller
strike	struck	stricken / struck	frapper
strive	strove	striven	s'efforcer
swear	swore	sworn	jurer
sweat	sweat / sweated	sweat / sweated	suer
sweep	swept	swept	balayer
swell	swelled / sweated	swollen	gonfler / enfler
swim	swam	swum	nager
swing	swung	swung	se balancer
take	took	taken	prendre
teach	taught	taught	enseigner
tear	tore	torn	déchirer
tell	told	told	dire / raconter
think	thought	thought	penser
thrive	throve / thrived	thriven / thrived	prosperer
throw	threw	thrown	jeter
thrust	thrust	thrust	enfoncer
typeset	typeset	typeset	composer

undergo	underwent	undergone	subir
understand	understood	understood	comprendre
wake	woke	woken	réveiller
weep	wept	wept	pleurer
wet	wet / wetted	wet / wetted	mouiller
win	won	won	gagner
wind	wound	wound	enrouler / remonter
withdraw	withdrew	withdrawn	se retirer
wring	wrung	wrung	tordre
write	wrote	written	écrire

E3 : Management, pilotage et entrepreneuriat en hôtellerie restauration

Présentation de l'épreuve :

L'épreuve E3 « Management, pilotage et entrepreneuriat en hôtellerie restauration » est une épreuve se subdivisant en 3 sous-épreuves, à savoir :

- **E3.1 – Pilotage de la production de services en hôtellerie restauration** : Coefficient 5, épreuve ponctuelle écrite d'une durée de 3 heures ;
- **E3.2 – Projet d'entrepreneuriat en hôtellerie restauration** : Coefficient 3, CCF au travers de 2 situations d'évaluation ;
- **E3.3 – Management de la production de services en hôtellerie restauration** : Coefficient 3, épreuve ponctuelle écrite d'une durée de 2 heures.

Au total, cette épreuve E3 dispose alors d'un coefficient de 11, soit 33 % de la note finale.

Conseil :

Comme tu l'auras compris, il s'agit d'une des épreuves les plus importantes du BTS MHR. En effet, son coefficient est très élevé et représente le tiers de la note finale.

Je te conseille de t'y prendre bien à l'avance pour l'ensemble des révisions de chacune des sous-épreuves tout en demandant à tes professeurs comment l'épreuve E3.2 va se dérouler.

En effet, d'un établissement à l'autre, les modalités varient : Parfois il peut s'agir d'un oral, d'une simulation, d'un jeu de rôle, etc.

Table des matières

Chapitre 1 : L'industrie de l'hôtellerie et de la restauration	29
1. Les différents types d'établissements	29
2. La gestion de la qualité de service	29
3. La gestion des ressources humaines	30
Chapitre 2 : Gestion opérationnelle en restauration	31
1. La gestion des ressources humaines	31
Chapitre 3 : Gestion opérationnelle en hébergement.....	32
1. Gestion de la réception	32
2. Gestion des chambres.....	32
3. Gestion des services de restauration.....	33
4. Gestion de la sécurité	33
5. Gestion du personnel.....	34

6.	Évaluation de la performance.....	34
7.	Rémunération et avantages sociaux	34
	Chapitre 4 : Entrepreneuriat en hôtellerie-restauration	36
1.	Importance de choisir la bonne forme d'entreprise	36
2.	Les différentes formes d'entreprises en HR.....	36
	Chapitre 5 : Marketing en hôtellerie-restauration.....	37
1.	Les bases du marketing en HR.....	37
2.	Création d'une stratégie marketing.....	37
3.	Communication avec les clients	38
4.	Tarifification.....	39
5.	Gestion de la relation client	39
6.	Gestion de la marque.....	40
	Chapitre 6 : Les enjeux et les défis	41
1.	Enjeux de l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration	41
2.	Défis de l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration.....	42

Chapitre 1 : L'industrie de l'hôtellerie et de la restauration

1. Les différents types d'établissements :

Les restaurants :

Les restaurants constituent une grande partie de l'industrie de la restauration. Ils varient considérablement en taille, en style et en prix.

Les petits établissements indépendants peuvent proposer une cuisine régionale ou traditionnelle, tandis que les restaurants gastronomiques de haut niveau visent à offrir une expérience culinaire unique.

Les hôtels :

Les hôtels sont des établissements d'hébergement qui proposent des chambres et des suites pour les voyageurs. Ils peuvent être classés en fonction de leur catégorie, allant de l'hôtel économique à l'hôtel de luxe en passant par les hôtels-boutiques.

Les bars et les cafés :

Les bars et les cafés sont des établissements où les clients peuvent prendre des boissons et des collations. Les bars peuvent offrir une variété de boissons alcoolisées, tandis que les cafés peuvent proposer des boissons chaudes, des pâtisseries et des sandwiches.

2. La gestion de la qualité de service :

Importance de la qualité de service :

Les clients peuvent exiger un niveau élevé de service, notamment en matière de rapidité, de courtoisie et d'efficacité.

Gérer la qualité de service :

- Formations pour le personnel ;
- Protocoles d'accueil et de service des clients ;
- Standards de qualité pour les plats et les boissons ;
- Inspections régulières pour garantir la propreté des lieux ;
- Prise en compte des retours clients pour améliorer les processus.

Les établissements peuvent également recourir à des certifications et des labels de qualité pour démontrer leur engagement en matière de qualité de service.

La satisfaction client :

La satisfaction client est un indicateur clé de la qualité de service. Les établissements peuvent utiliser des enquêtes de satisfaction pour évaluer les attentes et les besoins de leurs clients, ainsi que pour identifier les points à améliorer.

L'importance des retours clients :

Les commentaires des clients peuvent fournir des informations sur les points forts et les points faibles de l'établissement, permettant aux équipes de se concentrer sur les domaines à améliorer et d'identifier les tendances de la demande des clients.

3. La gestion des ressources humaines :

L'importance de la gestion des ressources humaines :

Les ressources humaines sont un élément clé de la réussite dans l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration. Les employés sont souvent en première ligne et représentent l'entreprise auprès des clients.

Recrutement et sélection :

Le recrutement et la sélection de personnel sont des étapes essentielles dans la gestion des ressources humaines.

Exemple :

- Les profils de postes ;
- Les compétences requises ;
- Les qualités personnelles attendues pour les employés.

Gestion des horaires et des temps de travail :

Les employés doivent être informés en avance des horaires de travail et des périodes de repos, afin de pouvoir s'organiser en conséquence.

Motivation et fidélisation des employés :

Les établissements peuvent proposer :

- Des avantages sociaux ;
- Des programmes de reconnaissance ;
- Des opportunités de développement professionnel ;
- Un environnement de travail agréable pour motiver les employés.

Chapitre 2 : Gestion opérationnelle en restauration

1. La gestion des ressources humaines :

Motivation et fidélisation des employés :

Pour motiver et fidéliser les employés, il est important de créer un environnement de travail positif en offrant des avantages et des incitations, ainsi qu'en offrant des opportunités de développement professionnel.

La gestion des approvisionnements :

La gestion des approvisionnements efficace peut aider à réduire les coûts, à améliorer la qualité des produits et services, à réduire les temps d'attente et à augmenter la satisfaction des clients.

La gestion des stocks :

La gestion des stocks permet de maintenir un inventaire à jour de tous les produits et matériaux nécessaires à l'activité de l'entreprise, ainsi que de s'assurer que les niveaux de stocks sont suffisants pour répondre à la demande des clients.

La gestion des fournisseurs :

La gestion des fournisseurs consiste à identifier, évaluer et sélectionner les fournisseurs les plus adaptés aux besoins de l'entreprise.

La gestion des commandes :

Les restaurants peuvent utiliser différents outils pour faciliter la gestion des commandes, tels que les logiciels de point de vente (POS) qui permettent de saisir les commandes de manière électronique et de les envoyer directement en cuisine.

La gestion des livraisons :

La gestion des livraisons nécessite de

- Coordonner les horaires de livraison avec les besoins des clients ;
- De s'assurer que les produits sont stockés correctement avant leur expédition ;
- De surveiller les livraisons en transit ;
- De résoudre rapidement les problèmes liés aux retards ou aux erreurs de livraison.

Chapitre 3 : Gestion opérationnelle en hébergement

1. Gestion de la réception :

L'accueil des clients :

L'accueil des clients est primordial pour gérer l'hébergement de l'hôtel. Il est important de prendre en compte :

- La mise en place d'un processus d'accueil efficace pour assurer une arrivée fluide et agréable pour les clients.
- La formation du personnel d'accueil pour offrir un service attentionné et personnalisé.
- Le développement de procédures pour gérer les demandes spéciales des clients, telles que les arrivées tardives ou les besoins en matière de restauration.
- L'utilisation d'outils technologiques, tels que les systèmes de réservation en ligne et les applications mobiles, pour simplifier le processus d'enregistrement des clients et améliorer l'expérience globale de l'utilisateur.
- L'établissement de normes de qualité élevées pour l'entretien et la propreté des espaces communs et des chambres pour offrir une expérience positive dès le début du séjour des clients.

La gestion des réservations :

Pour réussir la gestion des réservations, il est important de disposer d'un système de réservation efficace et d'une équipe de réception compétente pour traiter les demandes de réservation.

La facturation et encaissement des paiements :

La facturation et l'encaissement des paiements sont des aspects cruciaux de la gestion opérationnelle en hébergement. Il est important de mettre en place des systèmes efficaces pour assurer que les clients reçoivent des factures précises et complètes, et que les paiements soient traités en temps voulu.

2. Gestion des chambres :

Le nettoyage et entretien des chambres :

Pour assurer la satisfaction des clients, il est crucial de maintenir des chambres propres et bien entretenues. Les tâches de nettoyage incluent le changement des draps et des serviettes, le nettoyage de la salle de bain, le dépoussiérage et l'aspirateur.

L'approvisionnement des chambres en fournitures :

Les chambres doivent être bien équipées pour garantir le confort des clients. Cela comprend :

- La fourniture de draps ;
- Des serviettes ;
- Des papier toilette ;
- Des savons ;

- Du shampoing.

Les fournitures doivent être renouvelées régulièrement pour garantir que les clients disposent toujours des articles nécessaires.

La réparation et maintenance des équipements :

La réparation des équipements doit être effectuée dès que possible pour minimiser les perturbations pour les clients. Pour ce faire, il est recommandé d'avoir un plan de maintenance préventive régulier pour prévenir les pannes.

3. Gestion des services de restauration :

La planification et organisation des menus :

La planification et l'organisation des menus nécessitent une analyse des besoins et des attentes des clients, la sélection des ingrédients frais et de qualité, ainsi que la création de menus équilibrés et adaptés aux différents repas de la journée.

Le service à table et service en chambre :

Le service à table implique que les clients soient servis dans un restaurant, tandis que le service en chambre implique que les repas sont livrés directement dans la chambre du client.

4. Gestion de la sécurité :

La surveillance des entrées et sorties de l'établissement :

La surveillance des entrées et sorties de l'établissement permet de contrôler les flux de personnes dans l'établissement et d'assurer la sécurité des clients et du personnel.

Des systèmes de sécurité tels que des caméras de surveillance et des contrôles d'accès peuvent être utilisés pour surveiller les entrées et sorties de l'établissement.

Le contrôle de la sécurité des équipements et des installations :

Le contrôle de la sécurité des équipements implique de s'assurer que tous les équipements et installations sont en bon état de fonctionnement, de procéder à des inspections régulières, de faire des réparations et des mises à jour au besoin, et de mettre en place des mesures de sécurité appropriées pour prévenir les accidents ou les incidents.

La formation et sensibilisation du personnel à la sécurité :

La formation et la sensibilisation du personnel à la sécurité assure la sécurité des clients et du personnel, ainsi que pour éviter les accidents et les incidents.

Cette formation doit inclure :

- Des procédures de sécurité de base ;
- Des protocoles d'urgence ;
- Des pratiques sûres pour manipuler les équipements et les installations.

5. Gestion du personnel :

Le recrutement et sélection du personnel :

Le recrutement et la sélection du personnel nécessite de trouver des candidats qualifiés, de les évaluer pour s'assurer qu'ils correspondent aux exigences du poste, et de les intégrer dans l'équipe.

La formation et développement professionnel :

Les employés doivent être formés pour maîtriser les compétences requises pour leur poste, mais aussi pour être prêts à s'adapter aux changements technologiques et aux nouvelles méthodes de travail.

6. Évaluation de la performance :

L'établissement d'objectifs de performance :

L'établissement d'objectifs de performance permet de définir clairement les attentes en termes de résultats pour chaque employé, en lien avec les objectifs stratégiques de l'entreprise.

L'évaluation périodique de la performance :

L'évaluation périodique de la performance permet :

- De mesurer les résultats et le comportement des employés par rapport aux objectifs fixés ;
- De fournir des commentaires sur les forces et les faiblesses des employés ;
- D'identifier les besoins en formation et en développement professionnel.

La planification de la carrière :

La planification de la carrière peut inclure :

- Des programmes de formation et de développement ;
- Des plans de succession pour les postes clés ;
- Des rotations de poste pour acquérir de l'expérience ;
- Des opportunités de mentorat et de coaching.

La planification de la carrière doit être alignée sur les objectifs stratégiques de l'entreprise et les aspirations des employés.

7. Rémunération et avantages sociaux :

L'élaboration de politiques de rémunération :

Ce processus consiste à définir les salaires et les avantages sociaux offerts aux employés de l'entreprise. Il s'agit de créer des politiques qui garantissent que les employés sont rémunérés équitablement pour leur travail.

L'évaluation des salaires du marché :

Elle consiste à analyser les données du marché pour déterminer le salaire concurrentiel pour chaque poste.

La gestion des bonus et des primes :

La gestion des bonus et des primes vise à récompenser les employés qui ont réalisé des performances exceptionnelles pour permettre de motiver les employés et à maintenir un niveau de performance élevé.

La gestion des congés payés :

La gestion des congés payés et des autres avantages sociaux implique de gérer les demandes de congé et de veiller à ce que les avantages soient conformes aux politiques de l'entreprise.

Chapitre 4 : Entrepreneuriat en hôtellerie-restauration

1. Importance de choisir la bonne forme d'entreprise :

Les implications sur le fonctionnement de l'entreprise

Le choix de la forme d'entreprise aura également des implications sur le fonctionnement de l'entreprise.

- Les entreprises individuelles sont généralement plus simples à gérer, car il n'y a qu'un seul propriétaire à prendre des décisions ;
- Les entreprises sociétaires nécessitent une gouvernance plus complexe, car plusieurs actionnaires ont leur mot à dire dans la gestion de l'entreprise.

Les implications sur la gouvernance de l'entreprise :

Les entreprises individuelles sont régies par les lois et règlements qui s'appliquent aux entrepreneurs individuels, tandis que les entreprises sociétaires sont régies par les lois et règlements qui s'appliquent aux sociétés.

2. Les différentes formes d'entreprises en HR :

Les formes d'entreprises individuelles :

Les entreprises individuelles sont des entreprises créées par une seule personne. Dans le domaine de l'hôtellerie-restauration, il existe deux types d'entreprises individuelles : l'entreprise individuelle et l'auto-entrepreneur.

Les formes d'entreprises sociétaires :

Les entreprises sociétaires sont des entreprises créées par plusieurs personnes. Dans le domaine de l'hôtellerie-restauration, il existe plusieurs types d'entreprises sociétaires :

- La société à responsabilité limitée (SARL) : la SARL est une société créée par au moins deux personnes qui ont des responsabilités limitées au montant de leur apport. La SARL est la forme juridique la plus répandue dans l'hôtellerie-restauration ;
- La société par actions simplifiée (SAS) : la SAS est une société créée par au moins deux personnes qui ont des responsabilités limitées au montant de leur apport. La SAS est une forme juridique flexible qui permet de définir librement les règles de gouvernance de l'entreprise.

Chapitre 5 : Marketing en hôtellerie-restauration

1. Les bases du marketing en HR :

Le rôle du marketing dans l'industrie :

Le marketing joue un rôle crucial dans l'industrie de l'hôtellerie-restauration en aidant les entreprises à promouvoir leurs produits et services auprès de leur public cible et à se démarquer de la concurrence.

Les efforts de marketing comprennent généralement des activités telles que :

- La publicité ;
- La promotion des ventes ;
- Le marketing direct ;
- Les relations publiques.

Les stratégies marketing courantes utilisées dans l'industrie :

Dans l'industrie de l'hôtellerie-restauration, les stratégies marketing courantes comprennent :

- La publicité traditionnelle, telle que les spots télévisés ;
- Les annonces dans les journaux et les magazines ;
- Ainsi que le marketing numérique, qui comprend le marketing par e-mail, le référencement, la publicité en ligne et les réseaux sociaux.

Les entreprises utilisent également des promotions et des offres spéciales pour attirer les clients, ainsi que des programmes de fidélité pour les encourager à revenir.

L'identification du marché cible :

Les entreprises peuvent utiliser des outils tels que les études de marché, les analyses de données et les commentaires des clients pour obtenir une meilleure compréhension de leur marché cible.

En identifiant clairement leur marché cible, les entreprises peuvent créer des offres de produits et de services plus adaptées à leurs besoins et concevoir des stratégies de communication plus efficaces pour atteindre leur public cible.

2. Création d'une stratégie marketing :

Créer une stratégie marketing efficace :

Pour créer une stratégie marketing efficace pour votre entreprise, vous devez d'abord analyser votre marché et votre public cible.

Comprendre les besoins et les tendances de votre public cible vous aidera à développer des stratégies marketing adaptées pour atteindre de nouveaux clients et fidéliser les clients existants. En utilisant des canaux de marketing tels que la publicité imprimée, la publicité télévisée, le marketing des médias sociaux et le marketing par e-mail, vous

pouvez différencier votre entreprise de la concurrence et atteindre vos objectifs de vente et de croissance.

Identifier les avantages concurrentiels :

Les avantages concurrentiels sont les caractéristiques de votre entreprise qui la rendent plus attrayante pour les clients que les offres de vos concurrents.

Pour identifier les avantages concurrentiels, vous analyser des facteurs tels que :

- La qualité des produits ou services ;
- La réputation de l'entreprise ;
- La tarification ;
- La localisation ;
- La créativité ;
- L'innovation.

Créer un plan d'action :

Définissez des objectifs clairs, des stratégies spécifiques pour atteindre ces objectifs, et des mesures pour évaluer la réussite de votre plan.

Vous pouvez utiliser une variété de canaux de marketing, tels que :

- La publicité imprimée ;
- La publicité télévisée ;
- Le marketing des médias sociaux ;
- Le marketing par e-mail.

3. Communication avec les clients :

Communiquer de façon efficace avec les clients :

Communiquer de façon efficace avec les clients est un élément clé de la réussite de toute entreprise, en particulier dans le secteur de l'hôtellerie-restauration.

Cela peut inclure la communication avec les clients avant, pendant et après leur visite, en utilisant une variété de canaux tels que les appels téléphoniques, les e-mails et les messages texte.

Utiliser les réseaux sociaux :

Les plateformes sociales telles que Facebook, Instagram et Twitter offrent des moyens efficaces pour les entreprises de se connecter avec leurs clients, de promouvoir leur marque et de partager des informations importantes sur les offres et les événements.

Gérer les commentaires et les critiques en ligne :

Gérer les commentaires et les critiques en ligne est une autre compétence importante pour les entreprises d'hôtellerie-restauration.

Les clients peuvent laisser des commentaires positifs ou négatifs sur une variété de sites en ligne tels que Yelp, TripAdvisor ou Google.

Il est important de répondre rapidement et de manière professionnelle à ces commentaires pour maintenir une bonne réputation en ligne et encourager les clients à revenir.

4. Tarification :

Déterminer les prix pour vos produits et services :

Il existe différentes stratégies de tarification, notamment :

- La tarification basée sur les coûts ;
- La tarification basée sur la valeur perçue ;
- La tarification basée sur la concurrence.

Les entreprises peuvent également utiliser des stratégies de tarification dynamique qui impliquent de modifier les prix en fonction de la demande du marché et des conditions économiques.

Utiliser la tarification dynamique :

La tarification dynamique permet de maximiser les revenus en fixant des prix plus élevés lorsque la demande est forte et des prix plus bas lorsque la demande est faible.

Elle peut être particulièrement utile dans l'industrie de l'hôtellerie-restauration où la demande fluctue souvent en fonction des saisons et des événements locaux ou nationaux.

Gérer les rabais et des promotions :

Les rabais et les promotions peuvent stimuler les ventes, attirer de nouveaux clients et fidéliser les clients existants.

L'une des meilleures pratiques consiste à offrir des rabais et des promotions ciblées à des moments spécifiques pour atteindre des objectifs spécifiques. Par exemple, offrir une réduction aux clients qui réservent directement sur votre site Web peut encourager les clients à utiliser cette option plutôt que de réserver via un tiers.

5. Gestion de la relation client :

Les étapes pour fidéliser les clients :

- **Offrir une expérience exceptionnelle** : Il est important de s'assurer que les clients ont une expérience mémorable lorsqu'ils visitent l'entreprise. Cela peut être réalisé grâce à un service exceptionnel, une nourriture de qualité, une ambiance agréable ;
- **Récompenser la fidélité** : Les clients réguliers devraient être récompensés pour leur fidélité. Des programmes de fidélisation peuvent être mis en place pour offrir des réductions, des cadeaux, des points de récompense ;
- **Communiquer régulièrement** : Il faut rester en contact avec les clients réguliers en leur envoyant des newsletters, des promotions exclusives, des événements spéciaux, etc.

Gérer les plaintes et les réclamations des clients :

Pour gérer efficacement les plaintes, il faut répondre rapidement et de manière appropriée aux problèmes soulevés par les clients.

Les membres du personnel doivent être formés pour écouter les clients, comprendre leurs préoccupations et offrir des solutions raisonnables et équitables pour résoudre les problèmes.

6. Gestion de la marque :**Gérer une marque forte pour votre entreprise :**

Il faut développer une identité visuelle cohérente et reconnaissable et maintenir une image positive à travers toutes les interactions avec les clients.

Développer une identité visuelle :

Développer une identité visuelle forte peut inclure la création d'un logo, d'une charte graphique, d'un design d'emballage...

Votre identité visuelle doit être utilisée dans tous les supports de communication de votre entreprise, y compris votre site web, vos réseaux sociaux, vos publicités et vos emballages de produits.

Protéger la marque :

Pour protéger votre marque, vous pouvez déposer une demande de marque auprès des autorités compétentes, telles que l'Office de la propriété intellectuelle.

Chapitre 6 : Les enjeux et les défis

1. Enjeux de l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration :

La concurrence :

Dans l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration, la concurrence est un enjeu majeur. Les clients ont de plus en plus de choix, ce qui signifie que les établissements doivent être créatifs pour se démarquer et attirer de nouveaux clients.

Les propositions des établissements pour attirer de nouveaux clients :

- Des offres exclusives ;
- Des services personnalisés ;
- Une qualité de service irréprochable ;
- Une expérience client unique.

L'évolution des demandes et des attentes des clients :

Les clients cherchent à vivre des expériences de plus en plus uniques et personnalisées, ce qui oblige les établissements à s'adapter et à offrir des services de qualité en permanence.

Ils sont également de plus en plus soucieux de leur santé et de leur bien-être, ce qui peut conduire les établissements à proposer des offres adaptées, telles que des menus santé ou des équipements de fitness.

La réglementation :

L'industrie de l'hôtellerie et de la restauration est soumise à de nombreuses réglementations en matière de santé, de sécurité, de normes sanitaires ou encore de fiscalité.

Les établissements doivent se conformer à ces réglementations pour éviter des sanctions et des amendes, mais également pour garantir la satisfaction et la sécurité de leurs clients.

La gestion des coûts

La gestion des coûts est un enjeu majeur dans l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration.

Les établissements doivent veiller à maintenir leur rentabilité tout en offrant une qualité de service irréprochable.

Pour cela, ils peuvent mettre en place :

- Des politiques d'achat efficaces ;
- Optimiser leur gestion des stocks ;
- Ou encore réduire les coûts de fonctionnement.

2. Défis de l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration :

Le recrutement et fidélisation du personnel qualifié :

Les établissements doivent être en mesure d'attirer et de retenir des employés compétents pour offrir une qualité de service optimale. Pour cela, ils peuvent mettre en place des politiques de recrutement efficaces, en ciblant les canaux de recrutement les plus pertinents et en proposant des offres attractives.

La gestion de la qualité de service :

Les établissements doivent être en mesure de fournir un service de qualité en permanence, en veillant à la satisfaction des clients et en répondant à leurs demandes, grâce à la mise en place des procédures de contrôle de qualité, des programmes de formation pour le personnel et des outils pour suivre et analyser la satisfaction des clients.

L'adaptation aux nouvelles technologies :

Les établissements doivent être en mesure d'utiliser les dernières technologies pour améliorer à la fois leur efficacité, leur communication avec les clients et leur expérience client.

La gestion de la durabilité environnementale :

Les établissements doivent être en mesure de réduire leur impact environnemental en adoptant des pratiques durables, telles que la gestion des déchets, l'utilisation d'équipements économes en énergie ou encore la promotion du transport durable.

E4 : Mercatique des services en hôtellerie restauration

Présentation de l'épreuve :

S'effectuant sous la forme d'une épreuve ponctuelle orale d'une durée de 30 minutes, l'épreuve E4 « Mercatique des services en hôtellerie restauration » dispose d'un coefficient de 3, ce qui représente 9 % de la note finale.

Conseil :

L'épreuve E4 est capitale pour la réussite du BTS MHR. En effet, bien qu'elle représente « seulement » 9 % de la note finale, il peut s'agir des points qui te feront obtenir le BTS. Il ne faut donc surtout pas la négliger et avoir les bonnes clés entre les mains te permettra d'obtenir une excellente note sans trop de difficulté.

De plus, il s'agit d'une épreuve « pilier » : L'ensemble des notions vues dans cette épreuve seront réutilisées pour les autres épreuves, d'où son importance. Enfin, il s'agira surtout d'une capacité de réflexion et d'improvisation à l'oral. L'apprentissage par cœur de manière « scolaire » n'est donc pas important.

Accès au dossier E4

En vue de l'importance de l'épreuve E4 dans la moyenne finale du BTS et de la facilité à gagner les points lorsqu'on a les bonnes méthodes, nous avons décidé de créer une formation complète à ce sujet : www.btsmhr.fr/dossier-e4.

Contenu du Dossier E4 :

1. **Vidéo 1 – Étude de marché** : 19 minutes de vidéo abordant toutes les informations à connaître à ce sujet.
2. **Vidéo 2 – Marketing mix** : 12 minutes de vidéo pour évoquer toutes les notions à maîtriser et être 100% prêt pour le jour J.
3. **Vidéo 3 – Gestion de la relation client** : 17 minutes de vidéo pour t'expliquer toutes les subtilités sur les anémies, un sujet abordé chaque année.
4. **Fichier PDF – 15 Fiches de Révision** : E-Book de 15 Fiches de Révision pour avoir toutes les clés en main pour l'épreuve E4 🚀

Découvrir le Dossier E4

E5 (Option A) – Management d'une unité de restauration

Présentation de l'épreuve :

L'épreuve E5 "Management d'une unité de restauration" (Option A) est une épreuve spécifique à l'option choisie en BTS MHR. Si tu as choisi une autre option que l'option A, tu peux sauter cette partie.

De plus, cette épreuve se subdivise en 2 sous-épreuves :

- Conception et production de services en hôtellerie restauration : Coefficient 3, durée de 2 heures ;
- Management d'une unité de restauration (Option A) : Coefficient 12, épreuve pratique de 6 heures.

Enfin, cette épreuve dispose d'un coefficient de 15, soit 45 % de la note finale à elle seule.

Conseil :

Tout comme l'épreuve E3, cette épreuve E5 représente une part considérable de la note finale. En effet, il s'agit de l'épreuve ayant le coefficient le plus élevé du BTS MHR, d'où son importance.

Le fait de réussir ou d'échouer cette épreuve représente un enjeu crucial car, si tu échoue cette épreuve, il y a de grands risques que tu n'obtiennes pas le diplôme et inversement.

Ayant choisi cette option A, je n'ai personnellement pas trouvé cette épreuve très compliquée ou piège. Tu dois alors bien réviser l'ensemble des notions vues dans la partie ci-dessous sans négliger quelconque détail.

Une fois l'ensemble des concepts maîtrisés sur le bout des doigts, tu peux t'entraîner grâce à des annales d'épreuves

Table des matières

Chapitre 1 : Gérer la restauration (postes, équipe, risques...)	44
1. Management des coûts	46
2. Les différents postes	46
3. Gérer l'équipe	47
4. Gérer les risques	47
5. L'assurance multirisque	48
Chapitre 2 : Acquérir de nouveaux prospects	49
1. Les animations	49
2. Les communications	49

Chapitre 3 : Les différents types de boissons	51
1. Les boissons sans alcool	51
2. Les boissons alcoolisées	51
3. Les licences pour boissons	52
4. La culture viticole en France	52
5. Le vin bio.....	53
Chapitre 4 : Les denrées alimentaires	54
1. Le fromage	54
2. Les fruits et légumes	54
3. Les charcuteries	55
4. Les fruits de mer	56
Chapitre 5 : Labels de qualité & réglementation	57
1. Les labels de qualité.....	57
2. La réglementation en restauration.....	57
Chapitre 6 : Autres dispositions	59
1. L'art de table.....	59
2. La carte du restaurant.....	59

Chapitre 1 : Gérer la restauration (postes, équipe, risques...)

1. Management des coûts :

Quels sont les coûts en restauration ?

Un restaurant possède des coûts spécifiques divisés en 3 catégories :

- Le coût du personnel ;
- Le coût des matières ;
- Les frais généraux.

Selon le type de restauration (traditionnelle, gastronomique, fast-food, collective, etc.) les coûts des 3 catégories peuvent être radicalement différents.

Dans le cadre d'un fast-food, le client effectue les actions par lui-même (libre-service), ce qui économise les coûts du personnel. Pour les restaurants gastronomiques, c'est l'inverse.

Naturellement, lorsque les coûts augmentent, l'addition facturée au client augmente aussi, c'est ainsi que les fast-foods peuvent proposer des prix très concurrentiels.

2. Les différents postes :

Introduction :

Le management en restauration est une activité très diversifiée. Un manager doit accueillir et placer les clients à table.

Les postes de management :

- Chef de room service ;
- Maître d'hôtel ;
- Responsable des petits-déjeuners ;
- Premier maître d'hôtel ;
- Assistant maître d'hôtel ;
- Second maître d'hôtel ;
- Responsable de salle ;
- Responsable des banquets ;
- Maître d'hôtel sommelier.

L'accès à l'emploi :

Pour accéder aux emplois de la restauration, un CAP (ou BEP) en hôtellerie et restauration sera exigé. En ce qui concerne les postes de management en restauration, un BAC technologique / BTS en hôtellerie restauration est nécessaire. La pratique d'une ou plusieurs langues étrangères est indispensable.

Les conditions d'exercice :

Le manager est en contact avec les clients, le directeur et le personnel de cuisine et de restauration. Il peut travailler le week-end, les jours fériés et en soirée.

Les activités et compétences :

- Organiser et gérer le planning du personnel de restauration ;
- Enregistrer les réservations ;
- Mettre à jour le plan d'occupation des tables ;
- Accueillir les clients, les installer à une table et leur présenter la carte en les conseillant ;
- Prendre la commande des clients ;
- Gérer le service en salle (dressage des tables, vérification du dressage des plats, liaison entre la salle et la cuisine, etc.).

De plus, il doit savoir utiliser un logiciel de réservation, connaître les règles d'hygiène et de sécurité alimentaire et maîtriser 2 langues étrangères (l'anglais et l'espagnol).

3. Gérer l'équipe :

Les salariés composant un restaurant :

- Des serveurs ;
- Des chefs de rang ;
- Des chefs de salle ;
- Un barman ;
- Un commis ;
- Un cuisinier ;
- Un pâtissier ;
- Un sommelier.

Attention : Le gestionnaire d'un restaurant, lorsqu'il doit recruter, doit s'intéresser fondamentalement aux critères d'expérience, d'intégration et de compétence d'un candidat.

Les techniques pour manager une équipe :

Le gestionnaire doit être discipliné mais ne pas faire preuve d'autorité lors de sa gestion de l'équipe.

Il doit s'appuyer sur plusieurs techniques, comme :

- S'assurer du cadre de travail des salariés ;
- Instaurer le sens de la coopération ;
- Assurer le rôle de médiateur en cas de conflits.

Comment motiver une équipe de restauration ?

Il faut créer une atmosphère intégratrice pour tous les salariés. De plus, il doit les informer des projets à venir.

4. Gérer les risques :

La risques à prendre en compte :

- Les brûlures ;
- Les glissades ;
- L'incendie ;
- Les agressions chimiques ;
- Les intoxications alimentaires d'un client ;
- Les insécurités dues aux vols, aux agressions et à la détérioration du matériel.

Comment anticiper les risques liés à la restauration ?

Premièrement, pour anticiper ces risques, les managers peuvent veiller au respect des normes de sécurité pour faire face aux incendies.

Ils peuvent également veiller à ce que le sol reste sec et propre pour éviter les glissades. En ce qui concerne la sécurité extérieure, ils peuvent installer un système de vidéosurveillance.

5. L'assurance multirisque :

Qu'est-ce que c'est ?

L'assurance multirisque est l'assurance qui permet de recouvrir à la fois la responsabilité civile, le local et les équipements qui s'y trouvent.

Chapitre 2 : Acquérir de nouveaux prospects

1. Les animations :

Définition :

Une animation commerciale et une opération visant à faire la promotion du restaurant afin d'acquérir plus de clients, résultant d'une augmentation du chiffre d'affaires.

Les flyers :

Beaucoup d'animations sont possibles pour acquérir de nouveaux clients, et les fidéliser. Il peut s'agir de distribution de flyers permettant d'obtenir une offre promotionnelle.

Les soirées à thème particulier :

Il peut également s'agir d'organiser des soirées à thèmes lors d'occasions particulières telles que Noël ou la Saint-Valentin, en mettant ainsi en place un menu/ une décoration en accord avec la thématique.

Les invitations d'artistes reconnus :

Pour les restaurants plus hauts de gamme, inviter des artistes peut être intéressant : des concerts peuvent être mis en place, des ateliers de peinture ou encore demander au chef de cuisine de donner des cours pour apprendre à cuisiner.

Les réseaux sociaux / partenariats :

Bien sûr, il est également possible de mettre en place une stratégie de marketing via les réseaux sociaux pour acquérir de nouveaux prospects.

2. Les communications :

La publicité "traditionnelle" :

La publicité traditionnelle signifie la publicité faite via la presse, la radio, la télévision locale ou encore via la distribution de flyers.

Les supports touristiques :

Des applications telles que TripAdvisor peuvent augmenter la visibilité du restaurant chez une certaine partie de la clientèle, notamment les plus jeunes.

Google My Business :

Google My Business permet d'afficher une fiche de votre restaurant lors d'une recherche Google du nom de votre restaurant, permettant au client de savoir les horaires, le lieu, les avis et avoir un aperçu du restaurant en quelques secondes.

Site internet :

Un site internet permet au potentiel nouveau prospect de voir plus de photos à la fois du restaurant mais aussi des plats proposés (qui peuvent être mis en valeur). Il peut afficher

des avis clients, une carte des plats ou peut permettre de réserver en ligne ou de commander à emporter.

Les réseaux sociaux :

Le canal de communication le plus d'actualité sont les réseaux sociaux, notamment Instagram et Facebook, qui permettent de publier des photos et des informations concernant le restaurant, certaines offres / évènements. Ils permettent également une communication directe avec le client.

Les programmes de fidélité et newsletter :

Une fois le lien établi avec le client, le restaurateur peut mettre en place une stratégie visant à faire acquérir des avantages (cadeaux ou réductions) aux clients, permettant de les fidéliser.

Le restaurant peut alors communiquer avec les clients à travers la mise en place d'un programme de newsletter les informant des dernières nouveautés.

Chapitre 3 : Les différents types de boissons

1. Les boissons sans alcool :

Introduction :

L'avantage des boissons sans alcool est qu'elles ne nécessitent pas de licence pour être vendues. Néanmoins, elles sont primordiales car elles sont de plus en plus demandées dans les restaurants et les bars.

Les boissons fraîches :

Les boissons fraîches sans alcool seront souvent plus vendues que les boissons chaudes sans alcool. Elles peuvent évoquer le bien-être, l'exotisme ou encore la vivacité. Elles proviennent généralement de grandes marques bien connues.

Ces boissons ont beaucoup de succès durant la saison estivale.

Exemples de boissons fraîches :

- Jus de fruits (classiques, bio, naturels, etc.) ;
- Sodas ;
- Eau minérale plate, gazeuse ou aromatisée ;
- Cocktails maison sans alcool.

Les boissons chaudes :

Les boissons chaudes sans alcool seront probablement plus vendues que les boissons fraîches lors de la saison hivernale. Elles évoquent l'amitié, la détente, la communication, le partage...

Il peut s'agir de café, de cappuccino, de chocolat chaud, de thé...

L'élaboration d'une carte des boissons sans alcool :

L'élaboration d'une carte des boissons sans alcool est primordiale, car elle cible un large public que ce soit chez les moins de 18 ans, les conducteurs, les personnes ne buvant pas d'alcool...

PS : Les cartes trop classiques ne donnent pas envie de consommer, il faut trouver un fil conducteur original pour se démarquer de la concurrence.

Il est indispensable cependant de proposer une carte claire et lisible. Les clients doivent pouvoir commander facilement en lisant la carte.

2. Les boissons alcoolisées :

Définition :

Incontournables de la gastronomie, les boissons alcoolisées sont des éléments essentiels pour satisfaire les clients. Elles nécessitent l'obtention d'une licence 3 ou 4 en fonction de leur groupe.

Les différents groupes de boissons alcoolisées :

- **1er groupe :** Boissons sans alcool, eaux ;
- **2ème groupe :** Il n'existe plus, ces boissons sont désormais classées dans le 3ème groupe ;
- **3ème groupe :** Boissons fermentées non distillées, vins, bières, cidres, crèmes, jus de fruits ou de légume fermentés, vins doux, vins de liqueur, apéritifs à base de vin, ne contenant pas plus de 18 degrés d'éthanol ;
- **4ème groupe :** Rhums, tafias, alcools de vins, cidres, poirés et fruits ne comportant aucune addition d'essence ainsi que les liqueurs édulcorées au moyen de sucre, de glucose ou de miel, ne contenant pas plus de 50° d'éthanol par litre ;
- **5ème groupe :** Il contient toutes les autres boissons alcoolisées autorisées en France.

3. Les licences pour boissons :

Introduction :

Vendre des boissons alcoolisées est une activité réglementée en France, qui nécessite une licence.

Les conditions d'obtention :

Pour obtenir une licence, il n'y a pas de condition en nature de nationalité. Cependant, la loi impose d'être majeur et de n'avoir commis aucune peine pour obtenir la licence. De plus, une commune ne peut délivrer qu'une quantité limitée de licences par an, en fonction du nombre d'habitants.

Comment obtenir une licence ?

L'obtention d'une licence n'est possible que si 3 éléments sont respectés :

- La déclaration préalable de l'activité (bar, restaurant, etc.) ;
- Le suivi d'une formation spécifique conditionnant l'obtention du permis d'exploitation (autorisation valable sur une période de 10 ans) ;
- La détention d'un permis d'exploitation délivré par un centre de formation.

La licence nécessaire pour vendre les boissons alcoolisées :

- **Licence I :** Licence pour des boissons sans alcool, groupe 1 (désormais optionnel) ;
- **Licence II :** N'existe plus ;
- **Licence III :** Licence permettant de vendre les groupes 2 et 3 ;
- **Licence IV :** Licence permettant de vendre les groupes 4 et 5.

4. La culture viticole en France :

Un secteur important :

La culture viticole connaît une amélioration permanente depuis de nombreuses années. Les vignobles français s'étendent sur plus de 872 000 hectares.

Néanmoins, la viticole française est aujourd'hui fragilisée par la diminution des exportations, par la diminution de la consommation et par la concurrence extrêmement rude.

De nombreux pays producteurs, tels que le Chili, l'Australie, la Californie, l'Argentine ou encore l'Afrique du Sud mettent en place une stratégie de plantation de vignobles sur leurs territoires.

De nouveaux défis :

Le succès des producteurs de vignobles dans ces différents pays réside principalement sur ces différents domaines :

- L'accessibilité ;
- La simplicité de cultivation ;
- La qualité ;
- Et l'existence d'un nom de marque leur permettant d'être reconnu.

Ce succès est également explicable par les conditions de production favorables (climat, faible salaire, cadre légal plus souple).

5. Le vin bio :

Introduction :

Le vin bio est également important à mettre en place car il prend une place de plus en plus conséquente lors du choix de l'achat de la boisson chez les clients du restaurant.

Il faut différencier les vins classiques, les vins produits par la biodynamie et les vins biologiques (aussi dits "naturels").

La différence entre le vin bio et le vin traditionnel :

Le vin traditionnel est produit à partir des techniques de viticulture classiques qui comprennent des traitements synthétiques et des insecticides.

En ce qui concerne le vin bio, le cadre légal de ce vin n'existe seulement que depuis 2012. Il interdit sa production via un traitement synthétique ou via des insecticides. C'est la raison pour laquelle les vins bio coûtent généralement plus cher que les vins dits "traditionnels".

Le marché du vin bio :

Le vin biologique a des contraintes moins importantes dans les traitements autorisés durant la viticulture que le vin traditionnel.

De plus, il existe une diminution significative de consommation des vins classiques, contrairement au vin bio dont la consommation augmente significativement. Le marché du vin bio est un secteur porteur à l'avenir.

Chapitre 4 : Les denrées alimentaires

1. Le fromage :

Introduction :

Produit alimentaire qui s'obtient à partir de la coagulation du lait, le fromage est un produit typique de l'alimentation française. La majorité des fromages sont faits à partir de lait de vache, mais il peut également être produit à partir du lait de chèvre, de brebis, de chamelle, de bufflonne, de jument...

La place du fromage dans la restauration :

Le fromage est à 80% l'aliment préféré des Français, consommé à hauteur d'environ 25 kg par an. La plupart des restaurants en proposent dans leur menu, dont la préparation de ces plats nécessite un temps supplémentaire.

La place du fromage ne s'arrête pas qu'aux Français : les étrangers et touristes fréquentent les restaurants Français pour découvrir la saveur de notre fromage.

Le procédé de fabrication :

- La caillage (processus permettant la solidification du lait via la présure) ;
- L'égouttage, consistant à purifier le fromage de l'eau superflue ;
- Le salage permettant de faire ressortir la texture du fromage ;
- Le moulage qui permet de donner au fromage une forme voulue grâce à un moule ;
- Le pressage (étape importante effectuée sur certains fromages seulement) ;
- Et le lavage.

Les différents types de fromage :

- Les fromages pressés cuits (emmental et Beaufort) ;
- Les fromages pressés non-cuits (cantal, reblochon) ;
- Les fromages à pâte molle et à croûte lavée (le maroilles) ;
- Les fromages à pâte molle et croûte fleurie (camembert, brie) ;
- Les fromages à pâte persillée (roquefort) ;
- Les fromages fondus ;
- Et les fromages à pâte fraîche.

2. Les fruits et légumes :

Contexte :

Les fruits & légumes sont des parties consommables des plantes ou végétaux récoltés à l'état naturel ou peu modifiées. Leur consommation est privilégiée en raison de leurs qualités nutritionnelles. De plus, ils peuvent éliminer certaines douleurs intestinales, sont bons pour le système cardiovasculaire, l'obésité et même la constipation.

Ils peuvent être présents aussi bien dans le domaine des entrées qu'aux plats ou aux desserts.

Les légumes les plus utilisés en restauration :

- L'Ail ;
- La laiterie ;
- Les oignons ;
- Les tomates ;
- Les choux ;
- Les concombres ;
- Les pommes de terre.

Les fruits les plus utilisés en restauration :

- Les pommes ;
- Les abricots ;
- Les raisins ;
- Les ananas ;
- Les figues ;
- Et les citrons.

Les conditions de production et d'exportation des fruits & légumes :

En France, la production de fruits et légumes bio est en hausse depuis de nombreuses années. Près de 10 000 exploitations en produisent sur le territoire.

Mais leur production est régie par des règles strictes car ils doivent avant tout participer au bien être des consommateurs.

3. Les charcuteries :

Qu'est-ce que la charcuterie ?

Il s'agit de l'ensemble des spécialités alimentaires obtenues en transformant la viande de porc crue ou cuite.

Originellement, elle est faite à partir de viande de porc, mais la viande de gibier ou de volaille est également utilisée de nos jours.

Les principaux types de charcuteries :

- Les salaisons (produits de charcuterie sans cuisson tel que les chorizos, les saucissons, le jambon) ;
- Les produits cuits tels que les rillettes, les andouilles, les pâtés et les boudins.

Chaque région française possède sa propre spécialité : Bayonne pour le jambon, Le Mans pour ses rillettes, Montbéliard pour ses saucisses... La charcuterie est très appréciée par les Français, et leur découverte est souvent l'une des préoccupations des touristes étrangers.

La place de la charcuterie dans la restauration :

La charcuterie française n'exporte que 5% de sa production mais détient 3% de part de marché du commerce mondial. Ces chiffres prouvent les opportunités en matière d'exportation.

En France, la charcuterie est présente dans plus de 95% des restaurants. On en retrouve une spécialité dans chacun de ces restaurants.

4. Les fruits de mer :

Introduction :

Les fruits de mer sont des organismes marins comestibles (à l'exception de poissons et de mammifères). Le mot "fruit" est utilisé pour désigner les espèces marines qui se cueillent.

Les grands groupes de fruits de mer :

- Les bivalves (amande, huître, moules, palourde) ;
- Les céphalopode (calamar, seiche, pieuvre) ;
- Les échinodermes (oursin, concombre de mer, étoile de mer) ;
- Les crustacés (crevettes, crabe, homard, langouste) ;
- Et les gastéropodes (buccin, conque, escargots).

Les principaux fruits de mer :

- Le calamar ;
- Le crabe, les moules ;
- Les huîtres ;
- Les crevettes ;
- Et le homard.

Tous ces fruits de mer sont disponibles dans la plupart des restaurants français et constituent une attraction majeure pour attirer de nouveaux prospects.

Chapitre 5 : Labels de qualité & réglementation

1. Les labels de qualité :

Définition :

Un label est une certification de conformité. Les labels suivent certaines règles détaillées dans un cahier de charge. Ils permettent de mettre en avant la qualité d'un établissement.

Les différents types de labels en restauration :

Beaucoup de labels existent permettant d'affirmer la qualité de certains secteurs du restaurant.

Le label bio :

Le label bio est réservé aux restaurants utilisant des ingrédients biologiques dans toutes leurs préparations.

Le label "fait maison" :

Le label "fait maison" signifie que le restaurant lutte contre les restaurants qui servent des plats achetés sous vide simplement réchauffés.

Le label "Maître Restaurateur" :

Le label "Maître Restaurateur" permet de signifier que le restaurant est une référence culinaire et que les préparations sont faites maison.

Le label "Restaurant de qualité" :

Le label "Restaurant de qualité", créé par le Collège culinaire de France, vise à promouvoir la gastronomie française.

Le label "La Clef Verte" :

Et enfin, le label "La Clef Verte" récompense les restaurants qui luttent pour la protection de l'environnement.

2. La réglementation en restauration :

Les conditions d'ouverture d'un restaurant :

Certaines règles et normes importantes à connaître doivent être respectées avant l'ouverture d'un restaurant. Il s'agit de règles permettant une sécurité des différentes personnes présentes, ou bien de règles hygiéniques.

Pour lancer un restaurant, le promoteur doit mener les démarches nécessaires pour l'obtention d'un permis d'exploitation de restaurant.

Toute personne désirant ouvrir un restaurant doit écrire une déclaration à la mairie 15 jours avant l'ouverture. Elle doit également faire une déclaration d'existence auprès de la préfecture.

Les règles sécuritaires :

Les restaurants sont obligés de respecter certaines règles préétablies. Toute la clientèle doit avoir accès au restaurant, permettant d'empêcher la discrimination.

En matière de sécurité, le restaurant doit être bien éclairé et les installations électriques doivent être faites conformément aux normes en vigueur.

L'établissement doit intégrer les dispositifs de chauffage adaptés au bâtiment.

La mise en place d'issues de sécurité et d'extincteurs :

Tout restaurateur a la responsabilité de prévoir des issues de sécurité et des extincteurs ainsi qu'une boîte à pharmacie pour les premiers secours en cas d'incendie ou d'accident.

Les normes hygiéniques :

- La séparation des différentes pièces (cuisine, salle à manger) ;
- Le nettoyage régulier de toutes les surfaces ;
- La sensibilisation et la formation du personnel aux règles d'hygiène.

Chapitre 6 : Autres dispositions

1. L'art de table :

Définition :

L'art de table signifie l'ensemble des méthodes et techniques utilisées en restauration pour présenter et servir des mets, dresser la table, servir de la vaisselle...

Il est primordial de bien servir les couverts, l'image du restaurant en dépend.

Les implications de l'art de table :

- Connaître les mets et les boissons à présenter ;
- Avoir des aptitudes à disposer la vaisselle ;
- Savoir poser des étiquettes ;
- Être en mesure de placer les clients ;
- Avoir les qualités morales requises pour servir des repas et présenter des menus ;
- Etc.

Les tendances :

L'art de table se distingue par plusieurs volets. Les principaux concernent la vaisselle et la façon de servir et de manger.

2. La carte du restaurant :

Principe :

Comme vu précédemment, la carte du restaurant est capitale pour les restaurateurs. Ils s'en servent pour présenter les plats, que ce soit uniquement avec du texte ou avec des images. Elles servent à guider le consommateur dans ses choix.

La carte d'un restaurant doit pouvoir attirer le client au premier regard. Elle doit être attrayante et donner goût afin d'optimiser les recettes. Elle doit comporter l'ensemble des plats, menus et produits que propose le restaurateur, à partir de l'entrée jusqu'au dessert, en passant par les boissons.

Les différentes formes de cartes :

Les restaurateurs ont le choix sur plusieurs types de formats (A4, A3, A5...) et sur plusieurs matières : carton, PVC, etc.

La plupart du temps, les cartes sont au format panoplie, mais elles se font généralement en fonction du type de restaurant.

E5 (Option B) – Management d'unité de production culinaire

Présentation de l'épreuve :

L'épreuve E5 "Management d'une unité de production culinaire" (Option B) est une épreuve spécifique à l'option choisie en BTS MHR. Si tu as choisi une autre option que l'option B, tu peux sauter cette partie.

De plus, cette épreuve se subdivise en 2 sous-épreuves :

- Conception et production de services en hôtellerie restauration : Coefficient 3, durée de 4 heures ;
- Management d'unité de production culinaire (Option B) : Coefficient 12, épreuve pratique de 6 heures.

Enfin, cette épreuve dispose d'un coefficient de 15, soit 45 % de la note finale à elle seule.

Conseil :

Tout comme l'épreuve E3, cette épreuve E5 représente une part considérable de la note finale. En effet, il s'agit de l'épreuve ayant le coefficient le plus élevé du BTS MHR, d'où son importance.

Le fait de réussir ou d'échouer cette épreuve représente un enjeu crucial car, si tu échoue cette épreuve, il y a de grands risques que tu n'obtiennes pas le diplôme et inversement.

Ayant personnellement choisi l'option A, je n'ai pas eu à passer cette épreuve mais le retour. Les fiches de révision ci-dessous proviennent d'étudiants ayant choisi l'option B et ayant obtenu une excellente note.

Une fois l'ensemble des concepts maîtrisés sur le bout des doigts, tu peux t'entraîner grâce à des annales d'épreuves

Table des matières

Chapitre 1 : La gestion des stocks, coûts et postes	62
1. Les différents postes	62
2. L'administration des stocks	63
3. La gestion des coûts	63
Chapitre 2 : Les interactions avec les clients.....	65
1. Comment accueillir le client ?	65
2. L'animation au sein d'un hôtel.....	65
3. L'expérience client.....	66

Chapitre 3 : Les standards et les procédures	67
1. Les standards de qualité	67
2. La réglementation en hôtellerie	67
3. La réglementation liée à l'urbanisme	68
4. Comment satisfaire les procédures hygiéniques ?	68
5. Comment satisfaire les procédures sécuritaires ?	69

Chapitre 1 : La gestion des stocks, coûts et postes

1. Les différents postes :

Le management en hôtellerie :

Le management en hôtellerie s'exerce dans un restaurant ou d'un hôtel. Le manager est en contact avec les clients et les différents services.

Les postes de management :

- Hôtelier ;
- Restaurateur ;
- Responsable ;
- Directeur ;
- Gérant ;
- Exploitant.

L'accès à l'emploi :

Le métier est accessible à partir d'un BTS MHR, commerce ou encore gestion. Le CAP peut être suffisant pour accéder à un poste, complété par une expérience professionnelle en hôtellerie. La pratique des langues étrangères, notamment Anglais et Espagnol est obligatoire.

Les environnements de travail :

- Les fast-foods ;
- Les hôtels économiques ;
- Les hôtels non classés ;
- Les restaurants gastronomiques ;
- Etc.

Les missions du manager en hôtellerie :

- Définir un budget ;
- Contrôler les résultats ;
- Gérer les actions de la promotion ;
- Définir la politique commerciale de l'établissement ;
- Contrôler les normes "Qualité, Hygiène, Sécurité et Environnement".

Les compétences du manager en hôtellerie :

- La communication ;
- Le management ;
- L'analyse ;
- Les normes ;
- Le marketing ;
- Le recrutement ;
- La finance ;
- L'administration.

2. L'administration des stocks :

Les éléments nécessitant un stockage en hôtellerie :

Plusieurs éléments nécessitent un stockage, ils peuvent être divisés en 2 catégories :

- Le jeu de linge pour les chambres : Le linge des chambres est constitué de draps, taies d'oreillers, couettes et housses, serviettes, etc. ;
- Les éléments indispensables au service de restauration :
 - **Les aliments** : Ils doivent être parfaitement conservés, y compris les boissons (notamment les alcools tel que le vin et le champagne) ;
 - **Les produits non consommables** : Ils ont aussi besoin d'être stockés. Il s'agit des serviettes, torchons, nappes, mais également des couverts, assiettes, etc.

Comment sont calculés les stocks ?

Le stock pour fonctionner dépend d'abord de son type, de sa taille et des services qu'il propose.

Les critères de calcul du stock en ligne :

- Le type d'établissement ;
- Le nombre de chambres ;
- La durée du séjour ;
- La fréquence de changement du linge.

Le stock pour le service alimentaire :

En ce qui concerne le stock pour le service alimentaire, il faut tenir compte du nombre de plats que sert le restaurant par jour et de la durée du stock. 2 données sont importantes dans la gestion des stocks d'un restaurant : la durée moyenne de stockage et le taux de rotation des stocks.

Le TRS :

Le TRS (taux de rotation des stocks) signifie le nombre de fois où le stock a été renouvelé, calculé comme suit :

$$\text{TRS} = \text{Stock utilisé sur une période donnée} / ((\text{Stock de début} + \text{stock de fin}) / 2)$$

$$\text{Durée moyenne} = \text{Nombre de jour de la période donnée} / \text{le taux de référence du stock}$$

3. La gestion des coûts :

Les différents coûts en hôtellerie :

Un hôtel doit faire face à une multitude de dépenses, distinguant 2 types de coûts : les coûts fixes et les coûts variables.

Les coûts fixes :

Les coûts fixes signifient les coûts qui peuvent changer de façon périodique, mais en aucun cas quotidiennement.

Liste des coûts fixes :

- **Le loyer :** Pour créer un hôtel, il est nécessaire de disposer d'une propriété adéquate (sauf si le promoteur est aussi propriétaire) ;
- **Les charges du personnel :** Avant tout, pour qu'un hôtel fonctionne au mieux, il doit disposer d'une main d'œuvre qualifiée (personnel de chambre, personnel de sécurité, bagagiste, réceptionniste, etc.) ;
- **Les factures mensuelles fixes :** Il peut s'agir des factures concernant le câble et internet ;
- **Les dépenses liées à la sécurité :** Un hôtel doit être doté d'un système de sécurité performant afin d'assurer la protection de ses clients (système de vidéosurveillance, alarme sonore, etc.) ;
- **Les impôts / assurances :** Pour se protéger en cas de sinistre, l'établissement doit aussi disposer d'un certain nombre d'assurances.

Les coûts variables :

Les coûts variables sont distincts des coûts fixes par leur nature variée selon une demande.

Liste des coûts variables :

- **Le travail horaire :** L'hôtel peut avoir recours à de la main d'œuvre horaire lorsque la demande est forte ;
- **Les factures variables :** Il s'agit notamment des factures énergétiques (électricité, chauffage, gaz, eau, etc.), des frais de paiement, des factures téléphoniques, etc. ;
- **Les dépenses en blanchisserie :** Achat de produits de lessivage, entretien des machines ;
- **Les dépenses liées au nettoyage de la chambre :** Achat des produits ménager, consommation d'eau ;
- **Les dépenses liées à la restauration :** Ces dépenses peuvent comprendre les coûts des boissons et des aliments.

Chapitre 2 : Les interactions avec les clients

1. Comment accueillir le client ?

Préambule :

Un accueil de qualité au client est indispensable pour faire bonne figure. Le processus d'accueil des clients est presque toujours identique.

L'importance du sourire :

Le réceptionniste est la première personne qui accueille le client. Il doit demander ce qu'il peut faire pour lui dès son entrée.

L'écoute du client :

Le client doit se sentir écouté lors de sa prise de parole. Le réceptionniste doit le regarder dans les yeux, ne pas utiliser son smartphone ou faire autre chose pendant qu'il parle.

Si une attente est nécessaire (par exemple pour réserver) il est nécessaire de demander poliment au client de patienter.

Une fois l'enregistrement terminé, le réceptionniste informe le client en lui remettant les clés et en lui souhaitant un agréable séjour.

Les différents types d'accueils :

En fonction du nombre d'étoiles de l'hôtel, l'accueil est souvent différent. Les hôtels de qualité supérieure emploient du personnel à l'entrée (voituriers, portiers, bagagiste...).

Par conséquent, le client reçoit un accueil généralement plus chaleureux avant même d'entrer dans la pièce.

Bonnes pratiques en matière d'accueil :

- Faire preuve de cordialité ;
- Avoir une attitude positive ;
- Se montrer serviable et souriant ;
- S'habiller en uniforme distinct (pour permettre au client de le repérer plus facilement).

2. L'animation au sein d'un hôtel :

Introduction :

L'animation en hôtellerie est un ensemble d'activités (culturel, sportif ou éducatif) permettant de divertir les clients.

Comment sont animés les hôtels ?

Les hôtels proposent habituellement un grand nombre de divertissements et d'animations.

Dans la plupart des hôtels, des jeux sont proposés (casino, loterie) ou des jeux entre clients.

De plus, les animations éducatives sont parfois proposées dans les hôtels haut de gamme (salle de fitness, natation, yoga, activités en groupe, etc.).

Pourquoi mettre en place des animations ?

L'animation en hôtellerie permet de développer la communication entre les clients et / ou l'établissement. Il permet de donner une bonne image à l'établissement, et de fidéliser les clients.

3. L'expérience client :

Définition :

L'expérience client peut signifier le sentiment qu'un client ressent lors de son séjour dans un établissement hôtelier, qu'il s'agisse de satisfaction ou d'insatisfaction face aux services qui lui sont proposés.

Comment l'évaluer ?

Il est important de bien évaluer l'expérience client afin d'ajuster et d'améliorer la qualité de l'hôtel. Cette évaluation passe généralement par la communication orale avec le client. Il peut également s'agir de questionnaire de satisfaction papiers ou envoyés par mail.

L'importance de l'expérience client :

Une bonne expérience client est capitale, dans la mesure où les clients peuvent parler à leurs membres d'entourage encourageant, ou au contraire en portant préjudice à l'établissement.

De plus, les clients peuvent laisser des avis et des commentaires.

Comment améliorer l'expérience client ?

Pour l'améliorer, il est nécessaire de prendre en compte l'expérience client déjà acquise et de voir quels points sont améliorables.

Chapitre 3 : Les standards et les procédures

1. Les standards de qualité :

A quoi correspondent les standards de qualité ?

Les standards de qualité sont des documents qui fournissent des exigences, des spécifications garantissant la qualité globale de l'établissement.

Le personnel :

L'hôtel doit proposer une qualité d'accueil adéquate lors de la réception des clients. Il doit également se tenir disponible à tout moment pour le client.

Les services :

La qualité des services et prestations doit être parfaite : service rapide et bien fait pour les clients sont plus que conseillées.

Le confort :

Le confort constitue un indispensable pour tous les hôtels. Cependant, en fonction du nombre d'étoiles, le confort doit s'ajuster.

La sécurité :

L'hôtel se doit de s'assurer de la sécurité des affaires personnelles des clients. Il ne doit y avoir en aucun cas de vols.

2. La réglementation en hôtellerie :

Introduction :

En France, les hôtels doivent suivre une réglementation bien spécifique, nommée ERP (Etablissement recevant du public). Cette réglementation suit 6 critères.

Les règles de sécurité :

Un hôtel doit s'assurer de la propreté hygiénique du personnel pour garantir la santé des clients. Il doit mettre en place toutes les procédures de sécurité nécessaires.

Les assurances :

En cas d'incident, les hôteliers sont toujours tenus responsables. Il est important que l'hôtel soit couvert par différentes assurances.

Les règles d'accessibilité :

Les hôtels se doivent de rendre leurs installations accessibles aux personnes handicapées. Toutes les personnes doivent pouvoir profiter des prestations d'un hôtel.

L'affichage des prix :

Les hôtels ont la nécessité d'être totalement transparents avec les prix. Les tarifs pour chaque prestation ou frais supplémentaires doivent être affichés de façon transparente dans l'enceinte de l'établissement et sur le potentiel site web.

Les annulations et les remboursements :

Le client doit pouvoir annuler dans les 14 jours sans avoir à se justifier et sans avoir à payer de pénalités. Cependant, si le client a déjà entamé son séjour, l'hôtel n'est pas en obligation de rembourser le client s'il en fait la demande.

Les refus :

Les hôteliers ont la stricte interdiction de discriminer en fonction du profil des clients (famille, couple, célibataire, etc.). Il peut seulement refuser l'accès aux animaux de compagnie.

3. La réglementation liée à l'urbanisme :

Introduction :

La notion d'urbanisme est importante à anticiper, en fonction du lieu où se situe l'hôtel, certaines règles peuvent changer.

Les hôteliers peuvent consulter le cadastre, document mis à disposition par la commune recensant généralement l'ensemble des propriétés et du territoire foncier.

Que contient le cadastre ?

Il contient plusieurs informations, tel que :

- Les informations légales et fiscales (coût de la taxe foncière) ;
- Le plan local d'urbanisme.

4. Comment satisfaire les procédures hygiéniques ?

L'hygiène pour les clients :

L'hygiène est une notion clé pour les hôtels. Propreté, ordre, bonne odeur, brillance : tous ces éléments sont indispensables pour garantir la santé et le confort du client et du personnel.

Les procédures à suivre :

- Utiliser les bons produits et les bons dosages en fonction des matériaux ;
- Porter des gants lors du nettoyage ;
- Nettoyer les surfaces au moins 1 fois par semaine (couloirs, chambres, hall d'entrée) ;
- Nettoyer le matériel de façon récurrente ;
- Trier les déchets ;
- Etc.

L'hygiène chez les employés :

Il faut mettre en place tout ce qu'il faut pour convenir à l'hygiène des employés : Douches, lavabos, toilettes, etc.

5. Comment satisfaire les procédures sécuritaires ?

Entretien des installations :

Tous les composants de l'hôtel nécessitant une sécurité (ascenseur, électricité, chauffage...) doivent être vérifiés et entretenus régulièrement.

Tous les deux ans, un professionnel doit contrôler les installations (sauf pour les installations électriques qui doivent être contrôlées chaque année).

L'hôtel doit également mettre à disposition les consignes de sécurité à chaque employé et dans le hall d'entrée de l'établissement.

Comment former les employés en matière de sécurité ?

Les employés doivent avoir conscience de la sécurité de l'établissement. Tous les 6 mois, ils devront participer à des cours et des entraînements dans lesquels ils apprendront à maîtriser une situation dangereuse (incendie, ascenseur en panne...).

Le système d'alarme et de vidéosurveillance :

Les alarmes doivent être elles-mêmes opérationnelles à tout moment. Elles ne doivent pas dépendre des autres câbles électriques pour fonctionner.

Les locaux disposant d'une caméra doivent être surveillés en permanence par un employé.

Les autres mesures sécuritaires :

Chaque local doit disposer de portes pare-flammes. De plus, les hôtels doivent disposer de détecteurs de fumée dans chaque pièce présentant un risque (y compris les escaliers).

E5 (Option C) – Management d'unité d'hébergement

Présentation de l'épreuve :

L'épreuve E5 "Management d'unité d'hébergement" (Option C) est une épreuve spécifique à l'option choisie en BTS MHR. Si tu as choisi une autre option que l'option B, tu peux sauter cette partie.

De plus, cette épreuve se subdivise en 2 sous-épreuves :

- Conception et production de services en hôtellerie restauration : Coefficient 3, durée de 2 heures ;
- Management d'unité d'hébergement (Option C) : Coefficient 12, épreuve pratique de 6 heures.

Enfin, cette épreuve dispose d'un coefficient de 15, soit 45 % de la note finale à elle seule.

Conseil :

Tout comme l'épreuve E3, cette épreuve E5 représente une part considérable de la note finale. En effet, il s'agit de l'épreuve ayant le coefficient le plus élevé du BTS MHR, d'où son importance.

Le fait de réussir ou d'échouer cette épreuve représente un enjeu crucial car, si tu échoue cette épreuve, il y a de grands risques que tu n'obtiennes pas le diplôme et inversement.

Ayant personnellement choisi l'option A, je n'ai pas eu à passer cette épreuve mais le retour. Les fiches de révision ci-dessous proviennent d'étudiants ayant choisi l'option B et ayant obtenu une excellente note.

Une fois l'ensemble des concepts maîtrisés sur le bout des doigts, tu peux t'entraîner grâce à des annales d'épreuves.

Table des matières

Chapitre 1 : Gérer et manager la cuisine	72
1. Comment gérer l'équipe ?.....	72
2. Comment gérer les stocks ?	72
3. Bien gérer les coûts	73
4. Gérer les priorités	73
Chapitre 2 : Zoom sur les variétés d'aliments	74
1. Volailles.....	74
2. Poisson.....	74
3. Viandes	75
4. Produits laitiers.....	76
	70

5.	Les maraîchers.....	76
Chapitre 3 : Divers (techniques culinaires, production, etc.)		78
1.	Techniques culinaires en cuisine et restauration	78
2.	La cuisine végétarienne	78
3.	Conseils pour respecter les normes sanitaires dans les restaurants	79

Chapitre 1 : Gérer et manager la cuisine

1. Comment gérer l'équipe ?

Introduction :

La cuisine est une pièce indispensable d'un restaurant. Sa gestion adéquate est primordiale pour maintenir un certain niveau de qualité. Le manager doit motiver son équipe pour bien la gérer.

La composition salariale d'une cuisine :

- Le chef cuisinier ;
- Les sous-chefs places ;
- Les cuisiniers préparateurs (se chargeant du nettoyage et de la coupe des aliments) ;
- Les chefs de partie (s'assurant de tâches spécifiques tel que la friture) ;
- Et les plongeurs.

Il faut s'assurer que les employés travaillent de façon synchronisée pour assurer la meilleure qualité des plats que l'établissement peut offrir.

Comment le manager doit gérer ?

- Tenter de maintenir l'engouement de son équipe (les encourager, les interroger) ;
- Maintenir sa posture de chef (en évitant toute familiarité, en faisant preuve d'autorité) ;
- Continuellement être discipliné et ne jamais baisser les bras (même face à l'afflux de nouveaux clients dans certaines plages horaires).

2. Comment gérer les stocks ?

Les enjeux de la gestion des stocks :

Gérer les stocks est une compétence indispensable pour les managers. Ils assurent le suivi des entrées / sorties de stocks de marchandises.

Les stocks sont primordiaux, étant donné qu'un aliment manquant pourrait empêcher la préparation de plusieurs plats.

Comment suivre les stocks en cuisine ?

Les restaurateurs doivent se doter d'outils permettant une maîtrise complète des stocks. Il peut y avoir la nature et la qualité des produits, la quantité de produits utilisés au quotidien, les produits avariés ou inutilisables...

Pour gérer les stocks, il peut définir un seul système de sécurité à ne pas dépasser (auquel cas, il devra racheter les produits).

Les obligations à respecter :

Il doit également veiller au bon conditionnement des produits. En effet, les produits se détériorent rapidement s'il y a un trou d'air sur le carton. De plus, la température doit être idéale en fonction du type de produit.

3. Bien gérer les coûts :

Introduction :

Une bonne gestion des coûts est indispensable au bon fonctionnement d'une cuisine de restaurant. Elle doit s'axer sur 3 points :

- Bien estimer les coûts avant les achats ;
- Bien contrôler les coûts afin de vérifier qu'il n'y a pas d'erreur ou de vol ;
- Déterminer la méthode idéale pour suivre les dépenses.

Les sources de coûts fixes en cuisine :

- Rémunération du personnel ;
- Frais de déplacement et d'hébergement ;
- Chargé de maintenance du matériel de cuisine.

Les sources de coûts variables :

- Acquisition de produits ;
- Coûts de transport de marchandises ;
- Factures (gaz, électricité, eau).

Comment bien maîtriser les coûts ?

Il est important de mettre l'accent sur l'organisation pour optimiser au mieux les coûts de la cuisine. En ce sens, le manager peut :

- Établir des normes pour les quantités de produits ;
- Réduire au maximum les pertes en cuisine ;
- Négocier avec les fournisseurs.

4. Gérer les priorités :

Introduction :

Pour satisfaire les clients, il est indispensable de bien gérer les priorités et de rationaliser les tâches. Gérer les priorités permet d'atteindre les objectifs de la cuisine, en évitant au maximum le stress et les erreurs humaines.

Les étapes à suivre pour bien définir les priorités :

- Lister les tâches à effectuer (nettoyage, maintenance, approvisionnements) ;
- Identifier les tâches les plus importantes ;
- Trier les tâches ;
- Les classer selon leur degré d'importance ;
- Attribuer les tâches à différents membres du groupe ;
- Attribuer de potentiels deadlines.

Chapitre 2 : Zoom sur les variétés d'aliments

1. Volailles :

Introduction :

Les normes d'élevage n'ont cessé d'évoluer au cours des 50 dernières années, à la fois pour la cause animale, mais également pour la qualité de la viande. Il est important de connaître les normes.

Les normes obligatoires :

- La directive européenne 2008/43/CE (assurant un niveau minimum de bien être pour les poulets) ;
- La directive européenne 1999/74/CE (encadrant les règles minimales de la protection des poules pondeuses).

Les conditions d'élevage :

- **Élevage en plein air** : Forme d'élevage offrant le droit aux volailles de sortir dans une certaine plage horaire ;
- **Élevage au sol** : Possibilité pour les volailles de sortir, évitant de rentrer en contact avec les bactéries
- **Élevage en cage** : Vise à obtenir un rendement maximal via les chaînes de production industrielles, ;
- **Élevage biologique** : Permet une totale liberté aux volailles pour un meilleur goût de viande.

2. Poissons :

Comment conserver le poisson ?

Tous les types de poisson ne sont pas conservés de la même façon. La plupart sont placés dans un réfrigérateur à glace permettant de garder l'humidité du poisson.

Les critères de fraîcheur du poisson :

- Éclat métallique et brillant ;
- Ouïes bien rouges ;
- Corps arqué ;
- Œil brillant et clair ;
- Odeur légère et agréable.

Les poissons les plus consommés :

- Cabillaud ;
- Saumon ;
- Colin ;
- Bar ;
- Merlu ;
- Dorade.

3. Viandes :

Introduction :

Lorsqu'on parle de viande bouchère, il y a différentes parties de l'animal à prendre en compte.

Les principales parties de la viande :

- **Cuisses et dos (postérieurs et lombaires) :** Permet d'obtenir les morceaux de viandes les plus tendres à cuisson rapide (grill, rôti, etc.) ;
- **Épaules et régions costales (antérieures) :** Parties plus ou moins tendres selon l'âge et la musculature de l'animal. La cuisson est plus longue que pour la première partie ;
- **Abdominaux et extrémités :** Offre le moins de tendresse aux morceaux de viandes qui en proviennent. Les cuissons doivent être longues et humides.

En plus de ces trois parties, il y a les abats, représentant entre 10 % et 20 % du poids de l'animal. Plus l'animal est jeune, plus ses abats ont de la valeur. Voici quelques abats les plus courants : langue, foie, cœur, joues, cerveau, queue, rognon, etc.

Les animaux bouchers (domestiqués pour élevage) :

Les animaux bouchers (domestiqués pour l'élevage) peuvent être divisés en cinq catégories : bovins (exemple : bœuf), ovins (exemple : mouton), caprins (exemple : chèvre), équidés (exemple : cheval) et porcins (exemple : cochon).

Les animaux bouchers (gibiers) :

Les animaux bouchers (gibiers) sont divisés en trois catégories : animaux à poil (lapins, chevreuils, sangliers, etc.), animaux à plumes (canard, poule, faisan, etc.) et animaux exotiques (kangourou, renne, bison, etc.).

Les critères qualitatifs :

- **L'aspect :** Couleur et quantité de graisse ;
- **L'odeur :** Légère ou forte ;
- **La texture :** Ferme ou flasque.

Les critères pouvant entraîner une viande de mauvaise qualité :

- Animal trop âgé ;
- Race non destinée à la viande bouchère ;
- Mauvaises conditions d'élevage ;
- Mauvaises conditions d'abattage ;
- Mauvaise alimentation.

Les critères pour l'abattage de l'animal :

- Durée d'entreposage en chambre froide ;
- Température du stockage et conservation.

Des normes de conformation existent, comme l'appréciation officielle de la qualité (cotation EUROP) pour les bovins et les ovins, qui se matérialise par un marquage par tampon sur les carcasses.

4. Produits laitiers :

La place des produits laitiers au sein des restaurants :

Les produits laitiers sont très appréciés en France, et les restaurants ne font pas exception. Les restaurateurs doivent donc proposer une variété de produits laitiers pour répondre à la demande de leurs clients.

Les différentes formes de produits laitiers :

La gamme des produits laitiers est large et comprend notamment le lait liquide, le beurre, le fromage, le lait concentré, le lait évaporé, la caséine et le lait en poudre. Les produits laitiers les plus demandés dans les restaurants sont le fromage et le lait liquide.

La production laitière en France :

La production laitière en France est florissante, avec une moyenne de 6 800 litres de lait par an pour vache laitière. Les producteurs laitiers français sont également présents dans le top 25 des leaders mondiaux de la production de produits laitiers.

La collecte de lait est effectuée tous les deux jours, avec une majorité (54%) gérée par des coopératives.

En raison de leur valeur nutritive, les produits laitiers sont régulièrement servis dans les plats et les boissons, ce qui en fait un élément important de l'univers de la restauration en France.

5. Les maraîchers :

Définition du maraîchage :

Le maraîchage, aussi appelé horticulture ou agriculture maraîchère, consiste en une culture professionnelle et intensive de végétaux ou légumes comestibles.

Les maraîchers travaillent soit en plein air, soit sous abri, en fonction des légumes et des résultats attendus. Cette activité est soumise à des règles administratives et professionnelles.

Zoom sur le marché des maraîchers en France :

En France, le marché des maraîchers propose des fruits et légumes de toutes sortes de variétés et d'origines diverses.

La France est le quatrième producteur européen de légumes frais issus du maraîchage, avec plus de 30 000 producteurs à travers tout le pays. L'emploi maraîcher est estimé à 24 780 Unités de Travail Annuel (UTA). Les principales régions où le maraîchage est bien implanté sont la Bretagne, la Nouvelle-Aquitaine et les Hauts de la France.

Les principaux légumes et fruits produits en France :

- La pomme de table ;
- La pêche-nectarine ;
- Le raisin ;
- Le kiwi ;
- La cerise ;
- Les fruits tropicaux ;
- Les agrumes.

Chapitre 3 : Divers (techniques culinaires, production, etc.)

1. Techniques culinaires en cuisine et restauration :

Introduction :

Les techniques culinaires sont l'ensemble des méthodes utilisées en cuisine pour préparer et réussir des mets avec habileté et finesse.

Elles prennent en compte les différentes méthodes de transformation des condiments, de conservation des aliments et de présentation des mets.

La maîtrise de ces techniques permet d'apprécier le savoir-faire du chef en matière d'art culinaire.

Exemples de techniques culinaires en restauration :

En restauration, les techniques culinaires varient d'un restaurant à un autre, mais les fiches techniques de cuisine permettent de conserver les bonnes pratiques culinaires et de les pérenniser.

Un chef expérimenté est capable de faire les dosages en fonction du nombre de personnes et de la qualité des ingrédients.

Pour préparer du riz pilaf, par exemple, il faut suivre des étapes précises.

2. La cuisine végétarienne :

Définition :

La cuisine végétarienne exclut la chair animale, mais peut tolérer certains produits d'origine animale tels que le lait, le fromage, les œufs et le miel.

Comment évolue la cuisine végétarienne ?

Le végétarisme a commencé à prendre de l'ampleur en occident vers le 18e siècle, mais les premiers livres de cuisine végétarienne n'apparaissent qu'à la fin du 19e siècle.

Aujourd'hui, de nombreuses personnes se réclament végétariennes, ce qui a conduit à une évolution fulgurante de la cuisine végétarienne avec la création de nombreux plats sains et délicieux.

Les chiffres et tendances du végétarisme :

Près de 22 % de la population mondiale (soit 1,5 milliard de personnes) est végétarienne. L'Inde est le pays comptant le plus de végétariens. Un régime végétarien pourrait sauver d'ici 50 ans 7,3 millions de vies en réduisant le risque de décès par maladie cardiaque et de développer un diabète de type 2.

Les recettes phares de la cuisine végétarienne :

La cuisine végétarienne propose des plats purement végétariens (falafels, rouleaux de printemps, etc.) ainsi que des plats traditionnels non végétariens adaptés (pizzas, kebabs, hamburgers).

Les enseignes de restaurants végétariens phare :

De nombreuses enseignes de restaurants et fast-food proposent aujourd'hui une grande variété de plats végétariens. Certaines enseignes végétariennes ont acquis une renommée internationale, telles que Govinda's Restaurant, Adyar Ananda Bhavan, et Annalakshmi.

3. Conseils pour respecter les normes sanitaires dans les restaurants :

L'obligation de résultat ou de moyens : laquelle s'applique en matière sanitaire ?

Les établissements de restauration ont une obligation de résultat en matière d'hygiène, ce qui signifie qu'ils doivent tout mettre en œuvre pour atteindre le résultat escompté.

Les normes en matière d'hygiène :

- Le nettoyage ;
- Le revêtement des sols, murs et plafonds ;
- La désinfection ;
- L'utilisation de matériel de cuisine résistant et inoxydable ;
- Le conditionnement des aliments ;
- La propreté de l'emplacement où sont entreposés les déchets ;
- L'installation de systèmes d'aération, de ventilation, d'éclairage et d'évacuation d'eaux usées adaptés à la manipulation des aliments.

Zoom sur le plan de maîtrise sanitaire (PMS) :

Le plan de maîtrise sanitaire est un outil qui permet aux professionnels de la restauration d'être sûrs qu'ils se sont bien conformés aux règles sanitaires et aux normes de sécurité alimentaire.

Il se base sur trois piliers : Les bonnes pratiques d'hygiène, l'analyse des risques de contamination, et la traçabilité pour prouver l'origine des aliments.

Les conseils pour respecter les normes sanitaires :

- Elaborer un plan de nettoyage et de désinfection quotidienne de la cuisine ;
- Choisir des équipements professionnels en inox ;
- Utiliser des conditionnements hermétiques pour les matières premières et ingrédients ;
- Respecter la chaîne du froid et du chaud ;
- Choisir des équipements frigorifiques appropriés ;
- Installer un bon système d'aération et de ventilation ;
- Privilégier les sols antidérapants et les revêtements des murs, sols et plafonds imputrescibles, non toxiques et faciles à laver ;
- Installer un local pour stocker les déchets conformément aux règles.

La réglementation en matière de sécurité :

La réglementation en matière de sécurité est détaillée dans le guide des bonnes pratiques d'hygiène pour les restaurateurs, disponible au Ministère de l'Agriculture.

L'obligation de résultats et choix des équipements :

Les professionnels de la restauration restent libres du choix des matériaux et équipements utilisés. L'impératif reste de rassurer lors des contrôles que les règles en vigueur sont respectées et qu'il n'existe donc aucun risque sanitaire.

Le « paquet hygiène » :

Le principe de la marche en avant reste incontournable dans le processus d'aménagement d'une cuisine professionnelle.

Il est également impératif que les murs, sols et plafonds soient revêtus de sorte à être imputrescibles, non toxiques et faciles à laver.