

SESSION 2026



**CAPET**  
**(BAC +3)**  
Concours externe

Section  
**HÔTELLERIE – RESTAURATION**

Option  
**Sciences et technologies des services en hôtellerie et restauration**

### Épreuve d'admissibilité 1

*L'épreuve consiste en l'exploitation d'une étude de cas mobilisant les compétences et connaissances du candidat en matière de culture professionnelle. Le dossier documentaire de l'étude de cas aborde les domaines relevant de :*

- l'économie et de la gestion hôtelière ;
- la production de services en hôtellerie restauration dans le champ disciplinaire choisi lors de l'inscription : STC ou STS.

*L'épreuve a pour objectif de vérifier les connaissances disciplinaires du candidat dans les disciplines qui relèvent d'une part, de l'option choisie, et d'autre part de l'économie et de la gestion hôtelière (économie, droit, management opérationnel des équipes d'hôtellerie, mercatique des services, gestion des activités d'hôtellerie-restauration, tourisme).*

**Durée : 5 heures**

L'usage de la calculatrice est autorisé dans les conditions relevant de la nouvelle circulaire du 17 juin 2021 BOEN du 29 juillet 2021.

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

Il appartient au candidat de vérifier qu'il a reçu un sujet complet et correspondant à l'épreuve à laquelle il se présente.

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

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

**Le fait de rendre une copie blanche est éliminatoire.**

**Tournez la page S.V.P.**

## INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en tête de votre copie. Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

### CAPET EXTERNE – HÔTELLERIE RESTAURATION

Option

#### Sciences et technologies des services en hôtellerie et restauration

► Concours externe du CAPET de l'enseignement public :

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
LDE	8520E	101	4061

► Concours externe du CAPET de l'enseignement privé :

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
LDF	8520E	101	4061





Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet. L'énoncé est composé de deux parties comprenant chacune deux dossiers. Pour une meilleure compréhension du cas, il est conseillé de les traiter dans l'ordre de présentation.

	<b>Dossiers à traiter</b>	<b>Pages</b>
Dossier 1	Menu d'oreillers	3
Dossier 2	Parcours dégustation « MY Bulle'time »	3
Dossier 3	Évolution de la stratégie	3

	<b>Dossier documentaire</b>	<b>Pages</b>
Document 1	Fiche de l'établissement « La Caserne Chanzy »	4
Document 2	Données commerciales et économiques	5
Document 3	Profil de la clientèle - La Caserne Chanzy	6
Document 4	Étude concurrentielle du marché rémois	7
Document 5	Organisation du service des étages	8
Document 6	Extrait de la facture d'achat des oreillers	8
Document 7	Mille Oreillers : un vrai menu d'oreillers au Peninsula Paris	9
Document 8	Extrait du catalogue Mille Oreillers	9
Document 9	Extrait du catalogue professionnel Richard	10
Document 10	Offre « MY Bulle'time »	11
Document 11	Le sans alcool : une réponse aux nouvelles envies des clients	12
Document 12	Un produit né du savoir-faire français – L'équilibre French Bloom	13
Document 13	Les moments de consommation au restaurant	13
Document 14	Les grandes mutations de l'hôtellerie de luxe en France : tendances et innovations 2025	14

Le sujet est librement inspiré d'une entreprise réelle. Pour les besoins de l'épreuve, les données ont été modifiées, complétées et adaptées. De ce fait, elles ne correspondent plus à la réalité même si elles restent cohérentes.

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 1 sur 14

## « LA CASERNE CHANZY »

La Caserne Chanzy, installée à Reims dans le département de la Marne en région Grand-Est est une des adresses Autograph Collection du groupe Marriott. Cette marque hôtelière regroupe 340 hôtels haut de gamme, sélectionnés sur leur histoire, leur singularité et profondément ancrés dans le tissu local.

La caserne Chanzy est un hôtel et spa 4 étoiles, situé sur la place du parvis de la cathédrale Notre-Dame (inscrite à la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO).

Le bâtiment est un lieu chargé d'histoire. Inauguré en 1926, il hébergeait la caserne des pompiers de la ville de Reims qui fut transférée à l'extérieur de la ville en 1993. La bâtisse, héritage architectural Art Déco qui marque la reconstruction de Reims dans les années 1920, est devenue en 2019 La Caserne Chanzy - hôtel et spa. La façade extérieure a été restaurée à l'identique et le bas-relief « sapeurs-pompiers », situé sur la devanture, conservé.

Un soin particulier a été apporté à la décoration intérieure, en cohérence avec l'histoire du bâtiment. Les services proposés, l'aménagement des chambres et les équipements ont été conçus pour être à la hauteur des exigences de la clientèle du groupe Marriott.

Le restaurant gastronomique de l'établissement, « La Grande Georgette », propose des plats « Fait Maison » à base de produits frais, locaux et de saison.

La Caserne Chanzy est également dotée d'un bar à champagne avec 450 références, d'un jardin d'hiver et d'un espace bien-être.

L'établissement propose ainsi un séjour unique en Champagne, dans un cadre haut de gamme qui jusqu'à ce jour séduit la clientèle.

Cependant l'arrivée d'un nouvel hôtel sous l'enseigne TRIBE (marque lifestyle du groupe Accor), situé à moins de 15 minutes à pied de l'hôtel « La Caserne Chanzy », modifie l'intensité concurrentielle dans le centre-ville de Reims.

Pour défendre leur place sur le marché, les dirigeants souhaitent déployer une nouvelle stratégie de ciblage fondée sur la personnalisation de l'expérience client.

Deux axes sont à l'étude : la création d'un « menu d'oreillers » dans les étages ; et d'un parcours de dégustation « MY Bulle'time » au bar de l'hôtel.

Vous êtes chargé(e) de les conseiller en traitant les trois dossiers suivants :

Dossier 1 – Menu d'oreillers

Dossier 2 – Parcours dégustation « MY Bulle'time »

Dossier 3 – Évolution de la stratégie

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 2 sur 14

## Dossier 1 – Menu d'oreillers

Afin de renforcer l'expérience client, les dirigeants souhaitent personnaliser les services en chambre, à travers la mise en place d'un menu d'oreillers. La gouvernante s'est intéressée à la proposition commerciale de la société « Mille Oreillers ». Elle retient comme hypothèse un taux de prise de 25%.

- 1.1. Réaliser et justifier une sélection qualitative et quantitative des oreillers à intégrer dans ce menu.
- 1.2. Présenter l'organisation à mettre en place pour intégrer ce menu dans le parcours client.
- 1.3. Indiquer l'impact de ce menu sur le coût de revient d'une chambre.
- 1.4. Discuter le choix de proposer gratuitement ce menu à la clientèle.
- 1.5. Expliquer en quoi ce menu d'oreillers peut constituer un avantage concurrentiel pour la Caserne Chanzy.

## Dossier 2 – Parcours dégustation « MY Bulle'time »

Les dirigeants veulent également dynamiser l'activité du Bar à Champagne et mettre en valeur l'ensemble de la carte des boissons. Ils ont l'idée de commercialiser un parcours de dégustation personnalisé, appelé « MY Bulle'time », matérialisé par un carnet de dégustation de trois références de boissons.

- 2.1. Concevoir le contenu du carnet permettant de guider le client dans ses dégustations.
- 2.2. Proposer et justifier un prix de vente pour cette nouvelle offre.
- 2.3. Expliquer le rôle du personnel en contact dans l'expérience de dégustation vécue par le client détenteur de ce carnet.

## Dossier 3 – Évolution de la stratégie

Les membres du conseil d'administration de la Caserne Chanzy vous demandent de leur présenter une synthèse de votre étude afin d'éclairer leur prise de décision stratégique.

- 3.1. Discuter la pertinence de personnaliser ces services au regard des nouvelles tendances de consommation et de la segmentation actuelle de la Caserne Chanzy.
- 3.2. Présenter d'autres moyens concrets permettant à l'hôtel de tendre vers une hyperpersonnalisation de ses services.

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 3 sur 14

## Document 1 – Fiche de l'établissement « La Caserne Chanzy »

### LE LOBBY

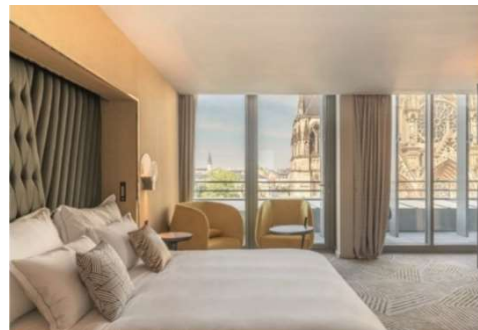
Dès l'entrée de l'hôtel, on retrouve dans le lobby des matériaux tels que le bois, le béton et la pierre. Un ensemble design et épuré, où un camaïeu de verts s'invite par endroits et rappelle le domaine viticole. Le champagne se distingue à travers différentes touches d'or, qui apportent de la lumière et vont venir réveiller les sens des hôtes.

### LES CHAMBRES ET SUITES

L'hôtel compte 89 chambres, réparties en quatre catégories :

- 62 chambres Deluxe,
- 17 chambres Executive,
- 3 chambres en Duplex,
- 7 Suites.

La moitié d'entre elles offre une vue imprenable sur la cathédrale.



La décoration des chambres et suites a été pensée pour s'accorder avec la thématique du lieu : une moquette avec des motifs en ligne brisée évoque les vues aériennes des vignes, des luminaires suspendus en verre représentent des bouteilles de champagne, une palette d'or, de vert et de beige pour rappeler celle de la région. Le lit est niché dans une alcôve qui accueille en son fond la tête de lit capitonnée.



### LE BAR À CHAMPAGNE

Dans le lobby de l'hôtel, résidents et visiteurs peuvent déguster un verre au Bar à Champagne. La carte des vins et champagnes propose un choix unique de plus de 1000 références, dont 450 uniquement pour les champagnes, disponible à toute de la journée. Parmi cette sélection figurent des champagnes d'exception, rares et inédits, à découvrir dans le cadre raffiné de La Caserne Chanzy.

### SE RESTAURER À LA GRANDE GEORGETTE

Le restaurant gastronomique avec cuisine ouverte peut accueillir jusqu'à 80 couverts et est ouvert à la clientèle extérieure. Il est ouvert midi et soir toute l'année. Son nom "La Grande Georgette" fait référence à la tradition qui existait à la fin des années 20 : donner à la grande échelle le prénom de l'épouse du capitaine de la caserne.

### UN SPA DEEP NATURE

La Caserne Chanzy s'est associée à la marque française Deep Nature pour proposer aux hôtes et rémois un espace bien-être de 450 m<sup>2</sup> en partenariat avec la marque de cosmétique Vinésime, qui représente toute la magnificence de la vigne et du travail de l'homme et met cette richesse du végétal et du savoir-faire au service de la beauté

### SALLE MODULABLE PRIVATISABLE

Une grande salle modulable de 70 m<sup>2</sup> peut être privatisée pour organiser des séminaires, des réunions d'entreprises et des événements privés.

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 4 sur 14

## Document 2 – Données commerciales et économiques

Départements opérationnels	2025	2024
<b>Hébergement<sup>1</sup></b>		
Chiffre d'affaires HT (K€)	5 840	4 953
Coûts directs Hébergement (ratios en % du Chiffre d'affaires)		
Produits d'accueil	5%	5%
Frais de personnel	37%	39%
Energie	5%	5%
Linge et literie (remplacement, amortissement)	5%	6%
Sous-traitance (Blanchisserie)	2%	2%
Autres charges directes (Commission OTA's, groupe Marriott...)	12%	13%
<b>Marge directe Hébergement</b>	<b>34%</b>	<b>30%</b>
<b>Indicateurs de performance département hébergement</b>		
Taux occupation	75%	71%
Prix Moyen Chambre HT	€ 310,00	€ 279,00
REVPAR HT	€ 232,50	€ 198,09
Indice de fréquentation	1,8	1,9
<b>Coût de revient</b> moyen par nuitée HT (Coûts directs + coûts indirects)	€ 284,64	€ 300,68
<b>Restauration<sup>2</sup></b>		
Chiffre d'affaires HT(en K€)	5 156	4 427
La Grande Georgette (Nourriture et Boissons)	92%	89%
<b>Indicateurs de performance département restauration</b>		
Nombre de couverts moyen par service	68,40	62,04
Ticket moyen HT	95 €	87 €
Bar à Champagne	8%	11%
Ticket moyen HT par personne et par jour	25,00 €	28,00 €
<b>Total Chiffre d'affaires (K€)</b>	<b>10 996</b>	<b>9 380</b>

- 1- Le secteur de l'Hébergement comprend les chambres, les salles de séminaires et l'activité SPA
- 2- Le secteur restauration comprend les petits-déjeuners, l'activité du restaurant La Grande Georgette et du bar à champagne

### Information complémentaire - Amortissement comptable des oreillers.

L'expert-comptable de la Caserne Chanzy a validé les modalités suivantes :

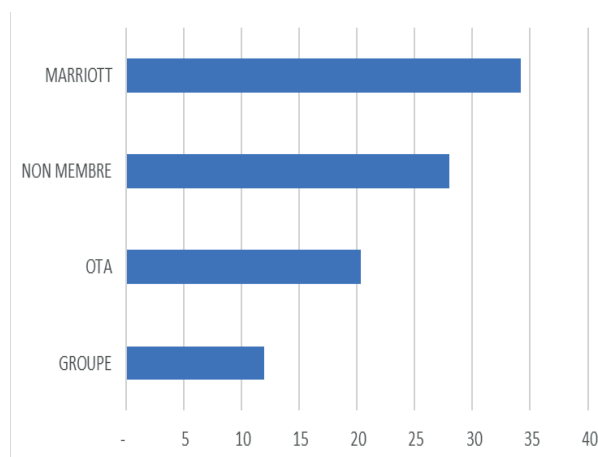
- Oreillers standard (synthétique, fibre creuse, plume basique) : amortissement linéaire en 2 ans.
- Oreillers haut de gamme (plume d'oie, mémoire de forme, hypoallergéniques...) : amortissement linéaire en 4 ans.

Source : document interne

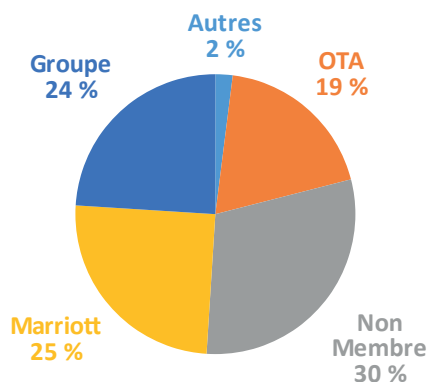
CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 5 sur 14

## Document 3 – Profil de la clientèle – La Caserne Chanzy

### Évolution du PMC 2025/2024



### Répartition des ventes



### Répartition de la clientèle

2025	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
France	72%	70%	69%	57%	56%	56%	52%	46%	59%	58%	63%	58%
Europe Hors France	13%	13%	11%	13%	13%	10%	15%	22%	13%	9%	12%	17%
United States	15%	15%	18%	25%	25%	25%	26%	24%	21%	22%	19%	20%
International hors US	0%	2%	2%	5%	6%	9%	7%	8%	7%	11%	6%	5%

### Données démographiques et touristiques - Reims

Population de 15 ans ou plus par sexe, âge et groupe socioprofessionnel en 2022

Groupe socioprofessionnel	Hommes	Femmes	Part en % de la population âgée de		
			15 à 24 ans	25 à 54 ans	55 ans ou +
<b>Ensemble</b>	68 858	80 816	100	100	100
Agriculteurs exploitants	146	59	0	0,2	0,1
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	2 609	1 049	0,4	4,1	1,5
Cadres et professions intellectuelles supérieures	8 543	7 017	3,7	17,7	5
Professions intermédiaires	9 503	11 220	9,8	22	5,4
Employés	6 974	17 782	15,4	24,3	6,6
Ouvriers	13 525	3 646	7,9	17,7	5,4
Retraités	13 374	19 840	0	0,1	67,7
Autres personnes sans activité professionnelle	14 184	20 203	62,9	13,8	8,1

### > ZOOM SUR LE PROFIL DES VISITEURS

> ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

● National  
● Etranger



Source : ot-reims/ septembre 2025

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 6 sur 14

## Document 4 – Étude concurrentielle du marché rémois

### La concurrence locale – Compset – 2025

Le Compset (Competitive Set) est le regroupement des hôtels concurrents aux caractéristiques similaires à celles de l'établissement, répondant à la même demande (clients/segments), avec lesquels il partage le marché.

Le Compset de La Caserne Chanzy est composé des hôtels 4 étoiles suivants :

Hôtels	Emplacement	Caractéristiques
Best Western Hôtel de la Paix	Centre-ville de Reims/ proximité de la Cathédrale	163 chambres Bar à cocktail et champagne
Golden tulip Reims Bezannes	15 mn de Reims Proximité de la gare TGV Champagne -Ardenne	77 chambres Piscine Vue sur le vignoble
Loisium wine & spa Hotel Champagne	40 mn de Reims Dans le vignoble champenois	101 chambres Bar à champagne "Les Bulles"

### Indicateurs commerciaux

Indicateurs	La Caserne Chanzy	Évolution 2024-2025	Compset	Évolution 2024-2025
Taux d'occupation	75 %	+ 4 (pts)	69 %	+ 4 (pts)
Prix Moyen Chambre	310 €	+ 12 %	241 €	+ 9 %
REVPAR	232,50 €	+ 18 %	166,29 €	+ 16 %

Source : données internes

### Reims : le futur hôtel Tribe annoncé pour la fin de l'année

Le projet de transformation de l'ancien hôtel L'Univers, situé boulevard Foch à Reims, vient de franchir une étape importante avec l'achèvement des travaux de gros œuvre. Le futur Tribe Reims, filiale lifestyle du groupe Accor, fait l'objet depuis juin 2023 d'une restructuration complète. Ces travaux porteront la capacité d'accueil à 91 chambres, contre 42 précédemment sur une surface totale de 3 363 m<sup>2</sup>. Le projet inclut aussi un restaurant, des salles de séminaires et des espaces de coworking, conformément à l'esprit de la marque TRIBE : « des lieux de vie design où style rime avec confort et prix abordables. »

Source : Ihotellerie-restauration.fr. 4 Juillet 2025

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 7 sur 14

## Document 5 – Organisation du service des étages

L'établissement dispose de petits offices à chaque étage permettant le stockage :

- Des produits d'accueil de la marque Vinésime et papeterie permettant de faire chaque étage à blanc
- De ½ bouteilles de champagne pour le mini bar et autres boissons permettant le renouvellement d'1/3 des chambres de l'étage
- D'une petite quantité de linge plat et éponge pour le renouvellement des chambres à blanc pour 50 % de l'étage

L'établissement a fait le choix de sous-traiter son linge grâce à une blanchisserie extérieure

Éléments du contrat de blanchisserie, partenaire de l'hôtel

Tarifs :

Type de linge	Facturation	Coût
Taie d'oreillers taille standard	à la pièce	0,55 €
Taie d'oreillers grande taille ( à partir de 65x65)	à la pièce	0,60 €

Livraisons :

Le linge est livré deux fois par semaine (les lundis et jeudis)

## Document 6 – Extrait de la facture d'achat des oreillers

Date :14/11/2019

Réf. / Produit	Description	P.U. HT (€)	Quantité	Total HT (€)
ORE-LES-50x70	Oreiller Lestra "Fjord Microdux" — enveloppe coton satiné blanc — 50x70	42,50	368	15 640,00
ORE-LES-65x65	Oreiller Lestra "Fjord Microdux" — enveloppe coton satiné blanc — 65x65	44,50	198	8 811,00
ORE-OPA-50x70	Oreiller Opale — duvet de canard (90% duvet / 10% plumette) — satin coton extrafin — 50x70	149,00	28	4 172,00

Total HT : 28 623,00 €

TVA (20%) : 5 724,60 €

Total TTC à payer : 34 347,60 €

Source : document interne

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 8 sur 14

## Document 7 – Mille Oreillers : un vrai menu d'oreillers au Peninsula Paris



La Nature Rêvée

**La signature Mille Oreillers, gage de naturalité et de qualité française** L'hôtel Peninsula Paris compte désormais dans son menu d'oreillers : une sélection particulièrement intéressante des meilleurs modèles fabriqués par Mille Oreillers à Roubaix.

Avec les oreillers à la lavande, en balles de sarrasin, en laine vierge, en liège des Landes et en balles de grand épeautre, l'offre de confort est plus diversifiée que jamais et permet de

répondre à toutes les attentes clients. Un véritable confort personnalisé à la hauteur des attentions de l'hôtellerie de luxe aujourd'hui vis-à-vis de ses hôtes. Rien de plus personnel en effet qu'un oreiller, et c'est d'abord une affaire de propriétés mécaniques, dont la diversité réelle ne peut résider que dans le choix de matériaux naturels et bio.

Du confort douillet et moelleux en duvet d'oie au calage stable et précis du sarrasin, l'éventail de possibilités de confort est très large et chaque modèle a ses adeptes inconditionnels, y compris avec l'ajout de plantes aromatiques au cœur même de l'oreiller. Un code couleur spécifique au niveau du passepoil permet à l'équipe de service en chambre de distinguer facilement les différents confort.

Parmi ceux-ci, on se doit de citer l'oreiller à la lavande de Provence bio, devenu un modèle incontournable aujourd'hui dans un menu d'oreillers, au point que certains clients le réclament à l'avance avant leur arrivée en séjour.

Source : [www.journaldespalaces.com](http://www.journaldespalaces.com)  
1<sup>er</sup> juillet 2022

## Document 8 – Extrait du catalogue Mille Oreillers

Produits	Description	Prix unitaire HT	Prix unitaire HT dès 10 oreillers
Oreiller à la lavande bio	Coussin doux et apaisant 50 X 70 cm	89,90	80,90
Oreiller en balles de grand épeautre bio	Coussin souple et bien aéré 60 X 60 cm	79,90	71,90
Oreiller crétois	Coussin compact et odorant 40 X 25 cm	59,90	53,90
Oreiller en laine vierge	Coussin aéré et respirant 60 X 60 cm	139,90	125,90
Oreiller à la fleur de liège des Landes	Coussin mémoire de forme 50 X 70	99,90	89,90
Oreiller en balles de sarrasin bio	Coussin dense et stable 40 X 30 cm	55,90	50,30
Taie d'oreiller	Coton bio Différentes dimensions	11,90	10,00

Source : [www.milleoreillers.com](http://www.milleoreillers.com)  
Date de consultation : septembre 2025

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 9 sur 14

## Document 9 – Extrait du catalogue professionnel Richard

		37,5cl	75cl
<b>Champagne</b>			
<b>Brut</b>			
● Amadéo - Brut	△		15,98 €
● Gremillet - Brut Ambassadeur	△		18,98 €
● Devaux - Grande Réserve	△		19,40 €
● Philippe Gonet - Grande Réserve	△		19,90 €
● Nicolas Feuillatte - Brut Réserve Exclusive <b>MAG</b>		13,30 €	△ 20,48 €
● Mercier	△		22,44 €
● Devaux - Cuvée D	△		26,00 €
● Ayala Brut Majeur	△		26,30 €
● Drappier Brut Premier Cru	△		29,90 €
● Pommery - Brut Royal	△		30,90 €
● Deutz Brut Classic	△		31,90 €
● Moët & Chandon - Brut Impérial <b>MAG</b>	△		34,13 €
● Roederer Brut Collection 243	△		34,70 €
● Bollinger Special Cuvée	△		38,90 €
● Veuve Clicquot - Brut	△		39,90 €
● R de Ruinart Brut	△		43,80 €
● Dom Pérignon	△		202,90 €
● Louis Roederer - Cristal - Millésimé	△		228,00 €
<b>Blanc de Noirs millésimé</b>			
● Rémy Massin - Cuvée Tradition 100% Pinot Noir	△		20,60 €
● EPC - Brut Blanc de Noirs	△		23,98 €
<b>Blanc de Blancs</b>			
● Gremillet - Brut Blanc de Blancs	△		23,70 €
● Philippe Gonet - Signature Blanc de Blancs Brut	△		24,45 €
● EPC - Blanc de Blancs <b>Brut Nature</b>	△		27,00 €
● EPC - Brut Blanc de Blancs	△		27,00 €
● Nicolas Feuillatte - Collection Vintage Blanc de Blancs	△		31,30 €
● Champagne AOC Deutz Blanc de Blancs - Millésimé	△		64,52 €
<b>Brut Rosés millésimé</b>			
● Nicolas Feuillatte - Brut Réserve Exclusive Rosé	△		26,50 €
● EPC Rosé	△		27,00 €
● Ayala Rosé Majeur	△		40,10 €
● Moët & Chandon - Brut Impérial Rosé	△		43,05 €
● Deutz - Brut Rosé	△		46,30 €
● Veuve Clicquot - Brut Rosé	△		47,90 €
● Ruinart - Brut Rosé	△		69,40 €
<b>Sur Glace</b>			
● Moët & Chandon - Ice Impérial	△		47,70 €

■ Nouveauté △ Carton de 6 □ Carton de 12 ▲ Caisse bois de 6 MAG, DMAG, LITRE, BIB = Existe en magnum, double-magnum, litre

<b>Magnums, Jéroboams, Mathusalems</b>	
● Nicolas Feuillatte - Brut Réserve Exclusive Magnum 1,5L	Unité 46,50 €
● Moët & Chandon - Brut Impérial Magnum 1,5L	△/3 78,70 €
● Nicolas Feuillatte - Brut Réserve Exclusive Jéroboam 3L	Unité 123,00 €
● Nicolas Feuillatte - Brut Réserve Exclusive Mathusalem 6L	Unité 261,00 €
<b>Quarts 20 cl</b>	
● Nicolas Feuillatte - Brut Réserve Exclusive	△/24 8,76 €
● Moët & Chandon - Brut Impérial	△/24 12,30 €

## Bulles Alternatives

<b>Méthode Traditionnelle</b>	
● Crémant d'Alsace AOP - Maison Jean Biecher Brut	△ 6,99 €
● Crémant de Loire AOP - Bouvet Ladubay	△ 7,30 €
● Saumur AOP - Bouvet Ladubay - Cuvée Saphir	△ 7,40 €
● Crémant de Bourgogne AOP - Caves Bailly Lapiere - Brut Réserve	△ 7,98 €
<b>Mousseux</b>	
● Minerve Carte Rouge Brut	△ 2,80 €
● Soirs de Fête - Blanc de Blancs	△ 3,98 €
● Café de Paris - Héritage - Blanc de blancs Brut	△ 4,80 €
● Chandon Garden Spritz	△ 12,90 €
<b>Prosecco Spumante</b>	
● Prosecco DOC - De Angeli - Extra Dry	△ 4,70 €
● Prosecco DOC - Rocca dei Forti	△ 4,98 €
● Prosecco DOC - Riccadonna - Signature	△ 5,98 €
● Prosecco DOC - Ca' Bolani Brut	△ 5,98 €
● Prosecco DOC - Martini	△ 6,80 €
● Prosecco DOC - Fratelli Cosmo - Extra Dry - Millésimé	△ 6,98 €
<b>Autres spumante Italiens</b>	
● Vino Spumante - Corvezzo - Diamas Blanc de Blancs Extra Dry	△ 4,98 €
● Moscato d'Asti DOCG - Ricossa - Antica Casa 2023/24 (Frizzante dolce)	△ 6,80 €
● Reggiano Lambrusco DOC - Medici Ermete - Quercioli Rosato Dolce	△ 4,40 €
● Reggiano Lambrusco DOC - Medici Ermete - Quercioli Rosso Secco	△ 4,40 €
● Reggiano Lambrusco DOC - Medici Ermete - Quercioli Rosso Dolce	△ 4,40 €

Source : Extrait du catalogue professionnel Richard  
Edition 2024

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 10 sur 14

## Document 10 – Offre « MY Bulle'time »

### Projet de couverture du carnet de dégustation « MY Bulle'time »



### Contenu de l'offre « MY Bulle'time »

- Dégustation de 3 coupes de boissons effervescentes choisies par le client dans une sélection proposée par le barman :
  - Une coupe dans les références « Brut »
  - Une coupe dans les références « Rosés »
  - Une coupe « Autres bulles »
- Un carnet personnel de dégustation : à compléter librement par le client pour garder trace de ses dégustations.
- Prix de vente de l'offre : à déterminer.

### Coût d'impression d'un carnet personnalisé : (estimations)

Type de carnet	Prix unitaire HT	Détails
Basique	2 – 5 €	Papier standard, couverture souple, impression numérique, 5-15 pages
Milieu de gamme	5 – 15 €	Papier épais, couverture rigide ou veloutée, impression offset, 5-15 pages
Haut de gamme	15 – 50 €+	Papier premium, reliure artisanale, dorures, gravure, nombre de page non fixé

Source : interne

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 11 sur 14

## Document 11 – Le sans alcool : une réponse aux nouvelles envies des clients

Au-delà de simplement suivre une tendance qui tend vers une diminution de la consommation d'alcool, l'introduction d'une offre sans alcool représente une opportunité pour les établissements de restauration de s'adapter aux besoins changeants des consommateurs.

### Un accord complet sans alcool

« Les clients qui ne boivent pas d'alcool sont un peu oubliés. Ils finissent souvent par boire de l'eau. » Chez Nectar, le restaurant de l'hôtel Maison-Mère (Paris, IX<sup>e</sup>), la mixologue Alix Duchaud est allée jusqu'à créer un accord entièrement pensé sans alcool. Une innovation qui lui permet aussi de vendre à ceux qui ne consomment pas d'alcool ne serait-ce que pour accompagner ceux qui prennent un accord avec alcool : « Environ 10 % de nos clients prennent cet accord. Ça plait beaucoup à la clientèle, ils le trouvent original », explique-t-elle. Il offre un « côté expérientiel pour tout le monde », y compris pour les familles avec enfants. [...]

### Comment fixer ses prix

Chez Nectar, l'accord sans alcool, sur le menu cinq services, est à 28 €. "Ce n'est pas évident de justifier le même prix pour du sans alcool que pour une boisson avec alcool. Pourtant, la bouteille de spiritueux sans alcool se paye parfois le même prix que celle avec alcool", explique Alix Duchaud. Parmi les astuces de la jeune mixologue : ne pas utiliser que des spiritueux sans alcool mais proposer aussi des jus concentrés, des sirops fait maison. "Cela prend du temps mais ça baisse les coûts et c'est plus frais. Ça permet aussi de s'amuser et d'être plus créatif."

Chez Chocho, le prix de l'accord sur le menu cinq temps a été fixé à 24 €. Ici, les boissons sont faites maison, ce qui coûte moins cher et permet des marges plus importantes. Mais cela prend du temps. "On ne tient pas à dénigrer tout le travail réalisé en fixant un prix trop bas", justifie Thomas Chisholm. [...]

### Les chiffres

Selon une étude effectuée par Businesscoot, spécialiste des études de marché, « la catégorie des spiritueux sans alcool a connu une hausse de 32,7 % en 2020 au niveau mondial. » L'étude relève par ailleurs que « le marché du no-low<sup>1</sup>, comprenant les boissons sans alcool ou très peu alcoolisées, devrait connaître une croissance annuelle en volume de 8 % d'ici à 2025 dans les principaux pays consommateurs d'alcool. En France, le marché des spiritueux sans alcool a augmenté de 13 % en 2021, et devrait connaître une croissance annuelle autour de 10 % jusqu'à 2025. »

Source : [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

10 avril 2024

### Ces boissons sans alcool à déguster comme du vin

Un distillat rappelant l'amertume du Campari, un kéfir acidulé vieilli en cuve, une limonade raffinée comme un saké pétillant... Inspirées de l'univers des vins et des spiritueux, ces boissons sans alcool ont l'audace de proposer une palette de saveurs, une complexité et une émotion du même niveau.

Obis, Viviane : Cet apéritif à base de raisins blancs (sémillon), de verjus et d'extraits de plantes (géranium, lavande, genévrier, pin) offre de jolies notes acidulées et florales, avec une pointe d'amertume en fin de bouche. A déguster allongé d'un tonic, d'une ginger beer ou en cocktail, en remplacement du Lillet blanc. 14,95 € les 75 cl.

Source : Le Monde – 18 Septembre 2025

<sup>1</sup> no-low : terme issu de la contraction de « no alcohol » et « low alcohol », et désignant le fait de boire moins ou pas d'alcool

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 12 sur 14

## Document 12 – Un produit né du savoir-faire français - L'équilibre French Bloom

Fruit d'années de recherche et de développement, ce pétillant sans alcool récompensé, allie innovation technique et savoir-faire traditionnel. Fabriqué à partir de chardonnay français désalcoolisé et d'ingrédients naturels et biologiques tels que le citron, French Bloom est à la fois végétal, sans sucre ajouté ni sulfites, et faible en calories. Idéales pour célébrer et déguster, les cuvées sans alcool French Bloom Blanc et Rosé offrent un goût frais et sophistiqué.

Brut Blanc 29 € TTC - Brut Rosé 34 € TTC - Extra Brut 49 € TTC

Source : [www.frenchbloom.com](http://www.frenchbloom.com) Date de consultation : septembre 2025



## Document 13 – Les moments de consommation au restaurant

L'alimentation des Français évolue avec les nouvelles générations de consommateurs, aussi bien à leur domicile qu'en dehors.

Bien que le modèle alimentaire français reste très traditionnel étant donné l'attachement de la population à son patrimoine gastronomique et culturel, on assiste depuis plusieurs années à une déstructuration des repas et à une montée des prises alimentaires alternatives. En effet, le consommateur est de plus en plus pressé, consomme plus vite et recherche, en restauration, à consommer « *où il veut, quand il veut et comme il veut* ».

Les offres à partager présentent justement une alternative recherchée par les consommateurs, désireux de convivialité et de liberté. [...]

Gira a recensé les différents moments de consommation en restauration hors domicile, sur lesquels les restaurateurs peuvent travailler pour diversifier leurs chiffres d'affaires, ou faire vivre un lieu de restauration tout au long de la journée :

- **Le déjeuner et le dîner** sont les moments historiques sur lesquels travaillent principalement les restaurateurs. Le traditionnel entrée-plat-dessert a été supplanté par entrée-plat ou plat-dessert, voire par un plat unique. Cette déstructuration peut varier selon le moment de la journée, mais c'est sur les repas du midi en semaine qu'elle prend le plus d'ampleur. Un repas à trois items est, en effet, devenu trop lourd et trop long à consommer pour un client actif. [...]
- **Le petit déjeuner et l'encas du matin** sont des moments de consommation qui prennent de l'ampleur notamment dans les grandes agglomérations. À l'instar des pays anglosaxons, les Français commencent à s'intéresser à ce type d'offre, qui se tourne généralement vers des produits type coffee shop, cafés, boissons gourmandes et produits sucrés.
- **La pause gourmande** est une offre sucrée d'après-midi qui peut être consommée dans des établissements spécialisés comme des salons de thé mais aussi dans des cafés-restaurants ouverts tout au long de la journée. Cette offre doit être attractive pour attirer le consommateur sur un moment alternatif. [...]
- **L'encas de nuit** est un moment de consommation bien spécifique, c'est un marché de niche à destination d'une clientèle loisirs, en sortie de cinéma ou de concert par exemple. La restauration rapide thématifiée type tacos ou kebab est particulièrement adaptée à ce moment de consommation.
- **L'afterwork** est quant à lui un moment de consommation hybride qui se situe entre le frigo vide et le dîner. [...] C'est un repas alternatif généralement festif et propice à la consommation de produits à partager (planches, tapas...).

Source : [Giraconseil.fr](http://Giraconseil.fr) actualisé 2025

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Epreuve 1	Page 13 sur 14

## Document 14 – Les grandes mutations de l'hôtellerie de luxe en France : tendances et innovations 2025

### Évolution de la consommation luxe post-2024

La nouvelle génération de voyageurs redéfinit les codes du luxe hôtelier français. Le marché du luxe s'adapte à ces attentes inédites : personnalisation poussée des séjours, intégration des technologies dernier cri et engagement environnemental marqué. Les établissements misent sur des concepts novateurs comme les espaces de co-living luxe ou les retraites bien-être exclusives.

Un phénomène émerge particulièrement : la recherche d'authenticité locale. Les palaces revisitent leur offre autour du terroir, des artisans régionaux et des expériences culturelles uniques. Cette tendance transforme les hôtels en véritables destinations lifestyle, où le luxe se marie harmonieusement avec l'art de vivre à la française.

### L'hyperpersonnalisation des services

La personnalisation de l'expérience client atteint un niveau sans précédent dans l'hôtellerie de luxe française. L'analyse approfondie des données permet aux établissements d'anticiper les moindres désirs de leurs hôtes avant même leur arrivée.

*Source : [esg-luxe.com/ressources/tendances-hotellerie/](https://esg-luxe.com/ressources/tendances-hotellerie/) publié le 11 Juin 2025*

CAPET EXTERNE	Section hôtellerie-restauration	Session 2026
Option STS	Sujet Épreuve 1	Page 14 sur 14