

CONCOURS GÉNÉRAL DES LYCÉES

—  
SESSION 2025  
—

**SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE L'HÔTELLERIE  
ET DE LA RESTAURATION**

(Classes de terminale série sciences et technologies de l'hôtellerie et de la restauration)

ÉPREUVE D'ADMISSIBILITÉ

Durée : 4 heures  
—

**Consignes aux candidats**

- Ne pas utiliser d'encre claire
- N'utiliser ni colle, ni agrafe
- Ne joindre aucun brouillon
- Ne pas composer dans la marge
- Numéroté chaque page en bas à droite (numéro de page / nombre total de pages)
- Sur chaque copie, renseigner l'en-tête + l'identification du concours :

Concours / Examen : CGL    Epreuve : admissibilité    Matière : STHR    Session : 2025

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

## Sujet

### **L'hôtellerie-restauration face aux crises et aux fluctuations de la demande : comment assurer une résilience organisationnelle ?**

Les activités d'hôtellerie et de restauration sont soumises à de multiples facteurs imprévisibles comme les événements climatiques, les crises sanitaires, les fluctuations économiques et l'impact des événements internationaux.

Dans ce contexte, comment les entreprises de ce secteur peuvent-elles faire évoluer leurs pratiques pour s'adapter et assurer leur pérennité ?

À l'aide de vos connaissances, de votre expérience et du dossier documentaire joint, présenter votre réflexion dans un développement structuré.

### **Dossier documentaire**

Document 1 – La résilience organisationnelle

Document 2 – Un été décevant pour la restauration

Document 3 – Résilience et adaptabilité : l'hôtellerie de plein air face à ses défis

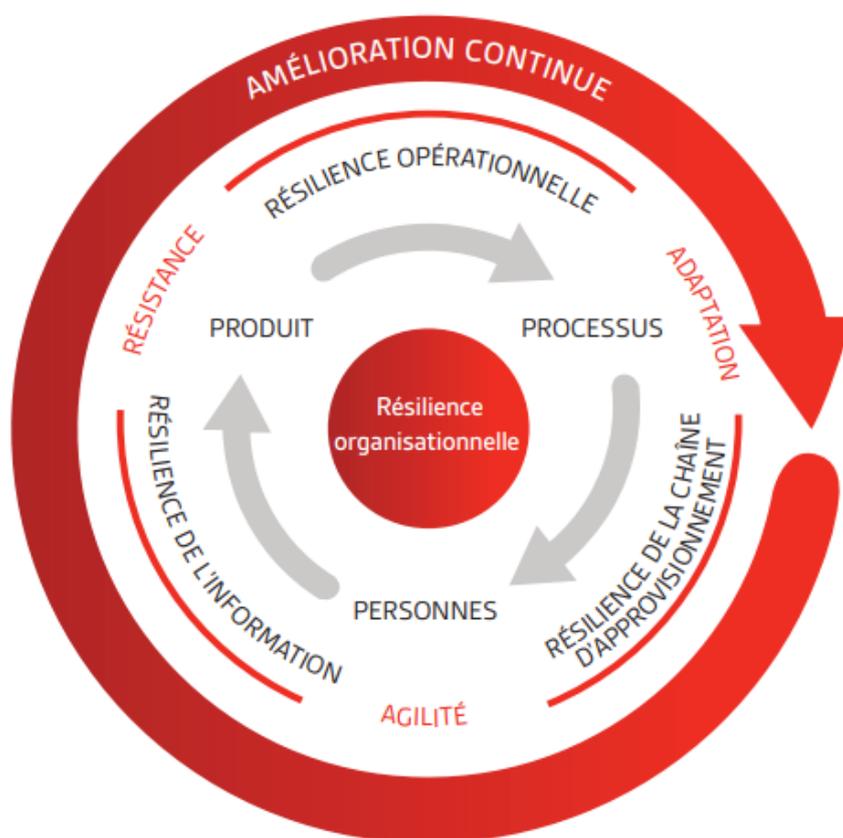
Document 4 – Tableau comparatif des stratégies de résilience dans l'hôtellerie restauration avant, pendant et après la crise COVID 19

Document 5 – L'Intelligence Artificielle pour l'hôtellerie

## Document 1 – La résilience organisationnelle

Par **résilience organisationnelle**, on entend la capacité d'une organisation, en l'occurrence une entreprise du secteur de l'hôtellerie-restauration, à, non seulement résister aux crises et perturbations (économiques, climatiques, sanitaires, etc.) mais aussi à s'adapter durablement à ces changements, tout en maintenant un équilibre économique. Ce concept va au-delà de la simple survie à court terme, en intégrant une vision à long terme où l'entreprise développe des pratiques et stratégies qui la rendent plus adaptable face à des aléas futurs.

Source : Livre blanc – La résilience organisationnelle, BSI. Group



## Document 2 – Un été décevant pour la restauration

Mauvaise météo, contexte politique et changements de comportements liés aux JO ont pesé sur l'activité. Les professionnels espèrent une meilleure fin de saison et un effet à plus long terme des Jeux.

### A quoi va ressembler la fin de l'été ?

C'est la question que se posent, parfois avec inquiétude, tous les professionnels de la restauration. Car les beaux jours n'ont pas été, jusqu'à présent, à la hauteur des attentes. « Juin et juillet ont été décevants pour la restauration commerciale. Si le ralentissement de l'inflation, la belle performance de la France, arrivée en demie finale, à l'Euro de football et le relais de la flamme olympique dans l'Hexagone avaient pu laisser espérer un beau dynamisme, il n'en est rien », observe Maria Bertoch, experte foodservice chez Circana.

### Cumul de facteurs

Durant ces deux mois, la fréquentation ainsi que les dépenses hors cantines et distribution automatique ont reculé de 1 %, selon le panel consommateur CREST de Circana, qui couvre les touristes français mais non les étrangers. Alors qu'en 2023, à cette même

période, le chiffre d'affaires progressait de 11 %. La restauration à table est plus pénalisée que les fast-foods.

Les facteurs défavorables se sont en effet accumulés. La météo bien maussade une partie de l'été n'a pas incité à sortir alors que le soleil de l'an dernier avait été porteur. « Les dépenses liées aux vacances d'été mais aussi aux billets des JO ont rendu le budget disponible pour les sorties plus réduit », ajoute Maria Bertoch.

La dissolution et les élections ont également pesé sur les départs et les comportements au quotidien. « Elles ont pétrifié les Français dans leur consommation. Les flux ont été réduits tandis que les états d'esprit ont aussi été touchés », remarque François Blouin, président fondateur de Food Service Vision. Il souligne, en outre, les effets liés à l'anticipation des JO avec le ralentissement des événements corporate dès juin. « Ce qui est frappant, c'est l'ampleur des disparités. Certains acteurs ont fait la saison de leur vie. D'autres, la pire », poursuit-il. (...)

Source : Les Échos, Publié le 30 août 2024,  
Par Clotilde BRIARD

### Document 3 - Résilience et adaptabilité : l'hôtellerie de plein air face à ses défis

[...] Suite à plusieurs années de sécheresse, l'hôtellerie de plein air, impactée, doit accepter pour certains établissements un accès restreint à la ressource qu'est l'eau. [...] Le dialogue avec les pouvoirs publics est en ce sens de la plus haute importance. Si l'on prend la question des piscines qui a fait parler d'elle en 2023 dans le département des Pyrénées-Orientales, le remplissage des bassins avait été au départ interdit dans le département suite à l'extrême sécheresse, puis finalement autorisée pour les campings.

52 % des campings, représentant les quatre cinquièmes de la fréquentation nationale, sont équipés d'une piscine. « Fermer les espaces aquatiques provoque un effondrement de la fréquentation touristique des campings ainsi que de l'activité touristique environnante », assure Nicolas Dayot, président de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air. Pour autant, les professionnels du secteur cherchent à limiter le gaspillage et économiser l'eau [...]

Source : ESPACE – Septembre - Octobre 2024

### Document 4 – Tableau comparatif des stratégies de résilience dans l'hôtellerie restauration avant, pendant et après la crise COVID 19

Stratégies	Avant la crise (2019)	Pendant la crise (2020)	Après la crise (2021-2022)
<b>Diversification des services</b>	Peu présente	Service de livraison, room-service étendu	Continuation des services à distance
<b>Gestion des ressources humaines</b>	Politiques de recrutement standard	Chômage partiel, réduction du personnel	Formation continue, développement des compétences
<b>Digitalisation</b>	Réservation classique (téléphone, site)	Réservations en ligne, check-in sans contact	Transformation numérique : outils de gestion, CRM
<b>Offre alimentaire</b>	Offre de restauration standard	Take-away, adaptation des menus	Fusion d'offres physiques et en ligne
<b>Marketing</b>	Publicité traditionnelle	Marketing de crise, communication rassurante	Focus sur la durabilité, écoresponsabilité
<b>Partenariats</b>	Partenariats locaux faibles	Partenariats renforcés (livraison, fournisseurs locaux)	Coopération accrue avec les écosystèmes locaux

Source : Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), Impact of COVID 19 on global tourism and recovery

### Document 5 – L'Intelligence Artificielle pour l'hôtellerie

L'Intelligence Artificielle (IA) a transformé en profondeur de nombreuses industries à travers le monde. À l'ère où la satisfaction client est primordiale, l'IA ne se contente pas d'être une simple avancée technologique, elle s'impose comme un levier stratégique incontournable pour les entreprises qui souhaitent non seulement survivre, mais prospérer dans un environnement en constante évolution. L'industrie hôtelière n'échappe pas à cette dynamique. Face à des exigences croissantes en matière de personnalisation des services et d'efficacité opérationnelle, les acteurs du secteur se tournent de plus en plus vers l'IA pour transformer leurs process, enrichir l'expérience client, et optimiser la gestion de leurs établissements. L'adoption de l'IA dans l'hôtellerie n'est plus une simple option, mais une nécessité pour rester à la pointe de l'innovation et répondre aux attentes des clients de demain.

Source : Rapport HiJiffy, solution d'IA pour les hôtels