RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Concevoir des préparations culinaires adaptées aux évolutions du secteur et aux attentes d'une clientèle mondiale.			
Conception et élaboration de menus équilibrés et innovants répondant aux tendances du marché • Préparation et assemblage des produits • Réalisation des cuissons adaptées aux qualités nutritionnelles des aliments • Dégustation des préparations et ajustement des assaisonnements • Elaboration de plats en suivant les recettes et en appliquant les techniques adaptées • Conception de menus variés répondant aux exigences du marché • Adaptation des recettes aux principes de diététiques et aux exigences spécifiques des clients • Expérimentation de recettes originales en mobilisant des techniques culinaires avancées • Description et présentation des réalisations devant Jury et en clientèle • Intégration des principes de saisonnalité et de RSE dans la sélection des produits	Produire des plats équilibrés en maitrisant les techniques culinaires pour garantir une harmonie nutritionnelle et gustative tout en appliquant des pratiques responsables telles que la réduction du gaspillage, l'approvisionnement durable, la gestion efficace des ressources et le respect des conditions de travail Élaborer des menus variés et équilibrés, adaptés à une clientèle mondiale en tenant compte des contraintes alimentaires spécifiques de chacun, tout en appliquant des pratiques responsables visant à réduire le gaspillage, privilégier des produits durables et locaux, et garantir des conditions de travail éthiques. Concevoir, tester et évaluer des recettes innovantes en mobilisant des techniques avancées et principes de diététique, afin de proposer des créations différenciantes.	MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE INDIVIDUELLE PRATIQUE de PRODUCTION DE PLATS L'étudiant réalise et présente devant un jury une production culinaire. En un temps déterminé, sous l'observation permanente d'un Chef, l'étudiant produit une entrée et un plat en utilisant des techniques et des produits à la fois imposés, et libres et en respectant le cahier des charges et la fiche technique. Durant toute la phase de production, l'étudiant applique rigoureusement les règles d'hygiène et de sécurité alimentaire. Une fois réalisées, l'étudiant présente ses productions devant un jury de dégustation. L'étudiant doit ainsi : • Se présenter et présenter ses plats • Décrire les produits et les techniques utilisés • Justifier ses choix de produits et de techniques • Analyser ses difficultés et proposer des axes d'amélioration • Valoriser ses atouts. MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE EN GROUPE de CREATION D'UN MENU Conception et réalisation d'un menu équilibré, à partir d'un cahier des charges précis, mobilisant des techniques culinaires avancées et intégrant les contraintes liées à la diététique, aux allergies, aux régimes spécifiques ou aux cultures alimentaires. Un dossier écrit et une présentation orale devant jury accompagnent la production. Les choix techniques et nutritionnels sont argumentés, et les propositions sont ajustées en fonction des retours reçus.	Les consignes sont appliquées, les fiches techniques et le cahier des charges sont respectés. Le poste de travail est bien organisé et le protocole des règles d'hygiène et sécurité alimentaire est rigoureusement respecté. Les techniques de base en cuisine sont correctement appliquées et maitrisées dans le respect des règles d'hygiène et de sécurité. L'équilibre nutritionnel est respecté et la présentation est soignée, assurant ainsi une harmonie gustative et visuelle. Le choix des produits et la gestion des ressources témoignent d'une démarche responsable, intégrant les principes de RSE : réduction du gaspillage alimentaire, approvisionnement durable et local, utilisation rationnelle des ressources, respect des conditions de travail. Le menu proposé présente une structure équilibrée et une diversité des plats. Les contraintes alimentaires (diététiques et culturelles) sont prises en compte dans les propositions de menus tout en étant équilibrés. Les choix nutritionnels sont cohérents avec les recommandations diététiques et favorisent la santé des consommateurs. Les principes de durabilité sont intégrés dans la conception du menu, incluant : la réduction du gaspillage alimentaire, un approvisionnement responsable, une gestion rationnelle des ressources (énergie, eau), le respect des conditions de travail et des pratiques éthiques en cuisine. La recette expérimentée fait appel à des techniques culinaires avancées, adaptées au résultat recherché. Les principes de diététique sont respectés dans la composition et l'exécution du plat. L'originalité de la proposition est justifiée et adaptée aux attentes du public ciblé. Les ajustements réalisés tiennent compte des retours et visent à améliorer le goût, l'équilibre et la présentation.

Valorisation des mets par une présentation esthétique et innovante au service de l'expérience client • Dressage esthétique et structuré des mets, conforme aux règles de présentation culinaire • Service professionnel en salle, valorisant les mets et respectant les usages • Justification des choix esthétiques, en lien avec les composants du plat • Mise en récit du plat, pour enrichir l'expérience client et renforcer l'impact émotionnel • Veille sur les tendances culinaires, et intégration dans les styles de présentation • Création de concepts visuels originaux, alignés sur l'identité de l'établissement	Concevoir, adapter et déployer des présentations esthétiques et narratives des mets, en intégrant tendances contemporaines et identité culinaire afin de valoriser la créativité culinaire et renforcer l'attractivité de l'établissement. Adapter la présentation des mets en s'inspirant des styles contemporains et des tendances culinaires actuelles, tout en développant la capacité à expliquer le lien entre la présentation, les ingrédients et les inspirations créatives afin de relier visuellement et symboliquement le plat à ses ingrédients et à son histoire pour enrichir l'expérience du client. Imaginer des concepts de présentation uniques et impactants qui valorisent l'identité visuelle de l'établissement, et maîtriser l'art de raconter l'histoire du mets pour renforcer l'expérience client et la notoriété de l'établissement.	MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE INDIVIDUELLE PRATIQUE de PRODUCTION DE PLATS L'étudiant réalise et présente devant un jury une production culinaire. En un temps déterminé, sous l'observation permanente d'un Chef, l'étudiant produit une entrée et un plat en utilisant des techniques et des produits à la fois imposés, et libres et en respectant le cahier des charges et la fiche technique. Durant toute la phase de production, l'étudiant applique rigoureusement les règles d'hygiène et de sécurité alimentaire. Une fois réalisées, l'étudiant présente ses productions devant un jury de dégustation. L'étudiant doit ainsi : • Se présenter et présenter ses plats • Décrire les produits et les techniques utilisés • Justifier ses choix de produits et de techniques • Analyser ses difficultés et proposer des axes d'amélioration • Valoriser ses atouts. MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE EN GROUPE de CREATION D'UN MENU Conception et réalisation d'un menu équilibré, à partir d'un cahier des charges précis, mobilisant des techniques culinaires avancées et intégrant les contraintes liées à la diététique, aux allergies, aux régimes spécifiques ou aux cultures alimentaires. Un dossier écrit et une présentation orale devant jury accompagnent la production. Les choix techniques et nutritionnels sont argumentés, et les propositions sont ajustées en fonction des retours reçus. PROJET CREATIF « CAPSTONE » d'un CONCEPT DE RESTAURANT EPHEMERE En projet de fin d'études, en groupe, les étudiants conçoivent et exploitent un concept de restaurant éphémère, en situation réelle de clientèle. Ils réalisent un dossier bilan intégrant une analyse financière et le soutiennent devant un jury en justifiant les résultats. Ce projet mobilise l'ensemble des connaissances acquises durant le bachelor. Ainsi, les étudiants : • Elaborent collectivement un concept original avec une identité de marque forte, incluant la création d'un plat ou menu innovant • Evaluent la faisabilité du concept sur le marché cible • Planifient et organisent les étapes du projet • Définissent et mettent en œuvre une stratégie de promotion • Préparent et budgétisent la production et le service • Pilotent l'équipe projet et répartissent les missions • Mettent en place une démarche d'amélioration continue • Réalisent un dossier complet incluant un bilan du projet et de son exploitation	La présentation respecte les principes fondamentaux de l'esthétique culinaire (équilibre, proportions, harmonie des couleurs et volumes). Le dressage met en valeur les éléments constitutifs du mets (ingrédients principaux, garnitures, sauces). Les explications données sur les choix de présentation sont claires, précises et permettent de valoriser la composition du plat. Le service du plat est réalisé avec soin, dans le respect des pratiques professionnelles. Le dressage reflète une inspiration issue des tendances actuelles (gastronomie visuelle, influence street-food, végétalisation, design culinaire…). Les éléments visuels (couleurs, formes, textures) sont cohérents avec les ingrédients utilisés et l'identité du plat. Le lien entre la forme, le fond et l'intention créative est clairement formulé. La présentation reste fonctionnelle et respecte les standards d'hygiène et de service. La présentation met en œuvre un concept créatif, fort et identifiable, en cohérence avec l'image ou les valeurs de l'établissement. L'ensemble visuel (mise en assiette, support, décor, ambiance) crée un impact sensoriel et émotionnel. Le récit associé au mets (histoire, origine, démarche, inspiration) est intégré, structuré et valorise l'expérience client. L'approche contribue à la différenciation et à la notoriété de l'établissement.
Application des normes d'hygiène et de sécurité pour garantir un environnement de travail sain et conforme • Identification des types de contamination et des risques associés • Respect des bonnes pratiques d'hygiène personnelle • Mise en œuvre sécurisée des procédures de nettoyage et de désinfection avec les équipements de protection • Application des normes et règlementations en hygiène alimentaire • Organisation de la traçabilité alimentaire et suivi des denrées	Identifier les risques de contamination et appliquer les bonnes pratiques d'hygiène, de nettoyage et de désinfection pour garantir un environnement de travail sûr et conforme aux règles professionnelles et réglementaires en restauration Mettre en œuvre les normes d'hygiène alimentaire (Paquet Hygiène, HACCP, GBPH) et organiser la traçabilité et le suivi des denrées afin d'assurer la sécurité sanitaire et la conformité réglementaire en restauration		Les sources de contamination sont identifiées et les règles d'hygiène, de nettoyage et de désinfection sont rigoureusement appliquées. Le poste de travail reste propre et organisé, la contamination croisée est évitée, et une attitude autonome, rigoureuse et justifiée est maintenue tout au long de la production. Les règles et normes d'hygiène alimentaire (Paquet Hygiène, HACCP, GBPH) sont respectées tout au long de la production. La traçabilité des denrées est assurée (réception, stockage, préparation), les contrôles sanitaires sont appliqués, et les produits non conformes sont identifiés et traités. Les procédures et enregistrements garantissent la sécurité alimentaire et la conformité réglementaire, dans une démarche autonome et rigoureuse.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Créer de la valeur par l'innovation dans une démarche entrepreneuriale.			
Réalisation d'une veille et analyse stratégique des innovations culinaires et technologiques • Recherche et analyse des tendances culinaires, des innovations techniques et des nouvelles pratiques professionnelles. • Identification des opportunités d'innovation dans les procédés, équipements et techniques culinaires. • Veille sur les expérimentations sensorielles et technologiques pertinentes pour la R&D culinaire. • Synthèse des informations pour alimenter la créativité et orienter les expérimentations	Conduire une veille stratégique et technique sur les tendances culinaires, procédés innovants et technologies émergentes, en utilisant des sources spécialisées, outils numériques et échanges professionnels pour détecter des opportunités d'innovation. Analyser et synthétiser les informations collectées afin de les valoriser pour orienter la conception des prototypes, les expérimentations sensorielles et le développement de nouveaux concepts culinaires.	SITUATION D'EVALUATION INDIVIDUELLE de PRODUCTION ET ANALYSE D'UNE VEILLE CULINAIRE L'étudiant produit un journal de veille culinaire sous une forme numérique. Celui-ci fait partie intégrante de son portfolio numérique. Ce journal présente plusieurs parties imposées : • une introduction qui explique les principes et les objectifs de la veille • la présentation des outils et des sources utilisés • les fiches de veille pour chaque innovation étudiée précisant les apports, les limites et l'analyse personnelle • le bilan global de la veille • les annexes	La veille est conduite de manière régulière et structurée, mobilisant des sources spécialisées, outils numériques et échanges professionnels. Les informations collectées sont pertinentes, actualisées et exploitables pour identifier des opportunités d'innovation et orienter le développement de concepts culinaires. Les données issues de la veille sont analysées avec rigueur et synthétisées clairement. Les synthèses permettent de prendre des décisions éclairées pour la conception de prototypes et l'orientation des expérimentations sensorielles et technologiques.
Conception et prototypage culinaire innovant • Élaboration et test de prototypes culinaires intégrant de nouvelles techniques ou procédés. • Réalisation d'expérimentations sensorielles pour ajuster goût, texture, arômes et présentation. • Intégration de technologies innovantes (équipements, cuisson, conservation, digitalisation) dans les prototypes. • Collecte de retours qualitatifs et sensoriels pour améliorer les innovations	Concevoir et développer des prototypes culinaires innovants intégrant des techniques et procédés modernes, durables et sécurisés, adaptés aux besoins identifiés et apportant une valeur ajoutée mesurable. Mener des expérimentations sensorielles et technologiques pour tester, ajuster et optimiser les recettes, textures, arômes et procédés, en recueillant et analysant les retours qualitatifs.	ETUDE DE CAS INDIVIDUELLE d'ANALYSE D'UNE TECHNOLOGIE CULINAIRE L'étudiant réalise un dossier écrit qui présente une technologie culinaire innovante. Ce dossier intègre : • la description de la technologie et son fonctionnement • l'analyse de son impact sur la qualité du produit • l'évaluation de l'efficacité • la comparaison avec une méthode traditionnelle • l'analyse des contraintes	Les prototypes intégrant des techniques et procédés modernes sont développés de manière structurée, sécurisée et durable. Les concepts proposés répondent à un besoin identifié et apportent une valeur ajoutée mesurable sur le plan technique et sensoriel. Les expérimentations sont planifiées et réalisées avec rigueur. Les tests sensoriels et technologiques sont documentés, les retours analysés et utilisés pour ajuster et optimiser les recettes, textures, arômes et procédés.
Déploiement et expérimentation collaborative • Organisation et pilotage des sessions d'innovation et d'expérimentation culinaire en équipe. • Mobilisation et coordination des ressources matérielles et humaines pour tester de nouvelles techniques et technologies. • Suivi et analyse des résultats des expérimentations pour optimiser les prototypes et procédés. • Documentation des expérimentations et synthèse des enseignements pour les itérations suivantes.	Piloter l'innovation culinaire et sensorielle de manière structurée et collaborative, en coordonnant les ressources humaines et matérielles pour réaliser des expérimentations fiables et reproductibles. Suivre, analyser et valoriser les résultats des expérimentations pour améliorer les prototypes et procédés, et documenter les enseignements pour les itérations futures	PROJET CREATIF « CAPSTONE » EN GROUPE d'un CONCEPT DE RESTAURANT EPHEMERE En projet de fin d'études, en groupe, les étudiants conçoivent et exploitent un concept de restaurant éphémère, en situation réelle de clientèle. Ils réalisent un dossier bilan intégrant une analyse financière et le soutiennent devant un jury en justifiant les résultats. Le plat ou le menu créé intègre une innovation culinaire, que l'étudiant présente et documente, en expliquant en quoi cette innovation apporte une valeur ajoutée au concept et à l'expérience client.	Le projet est organisé de manière claire et coordonnée. Les ressources humaines et matérielles sont mobilisées efficacement, les étapes de l'expérimentation sont respectées, et le travail en équipe favorise la créativité et la reproductibilité des résultats. Les résultats des expérimentations sont systématiquement suivis et documentés. L'analyse permet d'identifier les points forts, les axes d'amélioration et de proposer des itérations pour optimiser les prototypes et les procédés culinaires.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Piloter l'excellence opérationnelle pour garantir la qualité des prestations.			
Organisation de la production culinaire visant l'excellence, par l'optimisation des ressources, la coordination d'équipe et la qualité des mets • Analyse de la fiche technique et estimation des besoins pour organiser la production. • Planification des étapes de préparation et de cuisson • Gestion anticipée des quantités et des stocks en appliquant les règles de conservation • Optimisation des matières premières pour limiter le gaspillage. • Répartition des tâches et coordination de l'équipe selon les compétences et les priorités. • Gestion des imprévus pour garantir la continuité de service • Contrôle de la qualité des productions • Communication et animation d'équipe pour maintenir la cohésion et viser l'excellence • Maitrise des outils de gestion de production, suivi des stocks, planification et traçabilité	Structurer les étapes de production en respectant les délais en maitrisant la fiche technique Optimiser l'utilisation des ingrédients en intégrant des principes de gestion des stocks, en limitant le gaspillage alimentaire et en collaborant avec les membres de l'équipe pour garantir l'efficacité Superviser une équipe en planifiant et coordonnant les tâches, en ajustant les processus et en maintenant la qualité des plats, tout en adaptant l'organisation et les postes pour favoriser l'inclusion des collaborateurs en situation de handicap Savoir utiliser les outils nécessaires au pilotage de l'organisation de la production (logiciel Economat / Suivi inventaire / créations de fiches techniques…)	MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE PRATIQUE INDIVIDUELLE de PRODUCTION DE PLATS L'étudiant réalise et présente devant un jury une production culinaire. En un temps déterminé, sous l'observation permanente d'un Chef, l'étudiant produit une entrée et un plat en utilisant des techniques et des produits à la fois imposés, et libres et en respectant le cahier des charges et la fiche technique. MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE PRATIQUE INDIVIDUELLE d'ORGANISATION, DE SUIVI ET DE SUPERVISION DES DENREES (A L'ECONOMAT DE L'INSTITUT) L'étudiant est mis en situation réelle durant une rotation de 5 jours permettant de tester la planification, les commandes et la gestion des stocks. L'étudiant alterne des missions : • au poste de réception et contrôle de la quantité et la qualité des marchandises • au poste de préparation des chariots en vue d'une production en laboratoire. Il produit un rapport qualitatif et quantitatif sur les denrées réceptionnées et dresse un inventaire. Lors de la phase de supervision, l'étudiant contrôle le travail effectué par d'autres étudiants dans la préparation des matières premières et justifie de la conformité des protocoles.	La fiche technique est maîtrisée, garantissant la conformité, la qualité et la présentation du plat, et utilisée pour organiser une production structurée et cohérente. La planification est efficace, intégrant les temps de réalisation et le respect des délais. Les ressources sont mobilisées de façon optimale, assurant un rythme de production régulier. Une autonomie rigoureuse est démontrée, y compris en cas d'imprévu. La gestion des ingrédients intègre des principes rigoureux de contrôle des stocks et de limitation du gaspillage. Les quantités sont ajustées avec précision, en anticipant les besoins réels. L'équipe collabore activement. L'optimisation des ressources et l'efficacité globale de la production sont assurées. La planification des tâches est adaptée et claire et prend en compte les besoins spécifiques des collaborateurs. Les ajustements face aux imprévus sont immédiats, efficaces et inclusifs. La qualité des plats est constante et conforme aux normes. La supervision favorise la coordination, la motivation et l'inclusion de tous les membres de l'équipe. Le leadership observé assure un service fluide, organisé et accessible à tous. Les outils de gestion sont maîtrisés avec rigueur et fiabilité. Les données sont correctement saisies et actualisées. Le pilotage de la production est assuré de manière claire et efficace.

Mise en œuvre des audits, procédures et démarches qualité, hygiène et sécurité pour améliorer la prévention des risques • Réalisation d'audits internes et de contrôle d'hygiène et sécurité • Elaboration et mise à jour de procédures adaptées • Formation et sensibilisation des équipes	Elaborer et mettre en œuvre des protocoles avancés de nettoyage, de conservation et de traçabilité incluant le choix des produits appropriés afin d'assurer la conformité et la sécurité alimentaire dans un cadre professionnel. Superviser les pratiques d'hygiène en élaborant des procédures adaptées et en formant les équipes pour garantir une application rigoureuse des normes	MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE (EN GROUPE) D'ORGANISATION COLLABORATIVE DE L'HYGIENE ET DE LA TRACABILITE DES DENREES • Les étudiants organisent une zone de stockage ou un espace de production en prenant en charge : • le choix, la préparation et l'utilisation appropriée des produits de nettoyage et de désinfection, • la mise en œuvre des techniques de conservation adaptées aux denrées alimentaires, • la tenue rigoureuse des documents de traçabilité, tels que fiches, étiquettes et registres, • le respect strict des normes HACCP tout au long de la procédure. • Ils produisent une trace écrite sous forme de fiche de traçabilité, relevés de températures, fiche de poste nettoyée ou tableau de rotation des produits MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE PRATIQUE INDIVIDUELLE d'ORGANISATION, DE SUIVI ET DE SUPERVISION DES DENREES (A L'ECONOMAT DE L'INSTITUT) Tout au long de cette mise en situation, les étudiants mettent en œuvre les protocoles de traçabilité en conformité avec la réglementation en vigueur. ETUDE DE CAS INDIVIDUELLE et MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE SIMULEE OU REELLE de SUPERVISION ET MANAGEMENT D'UN PROTOCOLE D'HYGIENE L'étudiant se place en position de superviseur (posture managériale) et assure ainsi plusieurs tâches professionnelles complémentaires : • Il conçoit un protocole d'hygiène clair conforme et adapté à un contexte professionnel donné • Il réalise un support pédagogique et communique ces consignes à un groupe (équipe simulée) • Il observe leur mise en pratique simulée par les pairs et répond à leurs questions et relève les écarts • Il rédige un bilan avec analyse des écarts et des propositions d'amélioration	Les produits et protocoles de nettoyage et de désinfection sont sélectionnés de manière appropriée et mis en œuvre conformément aux normes professionnelles et réglementaires. Les techniques de conservation sont appliquées conformément aux exigences sanitaires (températures, durées, conditionnements), et les procédures de traçabilité sont correctement appliquées à chaque étape (étiquetage, enregistrement, suivi des lots et DLC), assurant ainsi la conformité réglementaire. Le protocole est clair, adapté au contexte et conforme aux normes en vigueur. Le support pédagogique est structuré, précis et exploitable. La transmission des consignes est claire, pédagogique et interactive. Des réponses aux questions sont apportées. Le suivi de l'application des consignes est rigoureux, avec une identification des écarts et la proposition d'actions correctives. Une attitude professionnelle managériale de superviseur est observée.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Concevoir et déployer une expérience client durable et responsable.			
Analyse du marché de la restauration et définition du positionnement • Réalisation d'une veille concurrentielle et des tendances de consommation • Analyse de la zone de chalandise et segmentation de la clientèle • Définition du positionnement stratégique du restaurant	Identifier et collecter les données clés du marché de la restauration (concurrence, tendances, évolution des pratiques alimentaires) en utilisant des outils de veille marketing, afin d'anticiper les opportunités et menaces Analyser la zone de chalandise et segmenter la clientèle cible (critères socio-démographiques, culturels, comportementaux), pour adapter l'offre culinaire et les services proposés Définir un positionnement différenciant (concept culinaire, gamme de prix, ambiance, valeurs) en cohérence avec la stratégie de développement de l'entreprise et les attentes du marché Élaborer et formaliser une proposition de valeur innovante et durable, alignée sur les attentes clients et la stratégie économique de l'établissement, permettant d'attirer et fidéliser une clientèle spécifique.	ETUDE DE CAS INDIVIDUELLE ECRITE d'ANALYSE ET DE POSITIONNEMENT L'étudiant analyse un marché de restauration (données fournies : statistiques, tendances, études consommateurs). Il identifie les opportunités/menaces, délimite la zone de chalandise, segmente la clientèle et propose des pistes de positionnement PROJET CREATIF EN GROUPE « CAPSTONE » d'un CONCEPT DE RESTAURANT EPHEMERE En projet de fin d'études, en groupe, les étudiants conçoivent et exploitent un concept de restaurant éphémère, en situation réelle de clientèle. Ils réalisent un dossier bilan intégrant une analyse financière et le soutiennent devant un jury en justifiant les résultats Ce projet mobilise l'ensemble des connaissances acquises durant le bachelor. Ainsi, les étudiants : • Elaborent collectivement un concept original avec une identité de marque forte, incluant la création d'un plat ou menu innovant • Evaluent la faisabilité du concept sur le marché cible • Planifient et organisent les étapes du projet • Définissent et mettent en œuvre une stratégie de promotion • Préparent et budgétisent la production et le service • Pilotent l'équipe projet et répartissent les missions • Mettent en place une démarche d'amélioration continue • Réalisent un dossier complet incluant un bilan du projet et de son exploitation	La collecte d'informations est en lien avec le sujet, diversifiée et s'appuie sur des sources fiables. Les tendances de consommation et évolutions du marché sont correctement identifiées et finement analysées. Les opportunités et menaces sont mises en évidence avec clarté et justesse. L'analyse est structurée et utilisable pour orienter la stratégie marketing. La zone de chalandise est clairement délimitée et argumentée à partir de données. La segmentation client repose sur des critères cohérents (démographiques, culturels, comportementaux). Les profils clients sont détaillés et illustrés par des personas. Les résultats de l'analyse permettent d'orienter l'adaptation de l'offre culinaire et des services. Le positionnement est clair, différenciant et cohérent avec les besoins identifiés. Les choix stratégiques (concept culinaire, gamme de prix, ambiance, valeurs) sont justifiés et argumentés. Le positionnement est réaliste et en adéquation avec le développement de l'entreprise. La stratégie met en avant un avantage compétitif distinctif. La proposition de valeur est formulée de manière claire, concise et convaincante. Les bénéfices clients sont mis en avant et adaptés à la clientèle cible. La cohérence avec le positionnement et la segmentation est démontrée. La proposition de valeur contribue à l'attractivité et à la fidélisation de la clientèle ciblée.
Etude du comportement des consommateurs et ajustement de l'offre culinaire • Identification et analyse des besoins et attentes des consommateurs • Étude des comportements d'achat et de leur évolution • Ajustement de l'offre culinaire et proposition de ventes additionnelles	Réaliser et utiliser des enquêtes terrain et digitales (questionnaires, focus groups, réseaux sociaux, avis clients) pour comprendre les besoins explicites et implicites des consommateurs Étudier et interpréter les comportements d'achat (fréquence, panier moyen, choix alimentaires, habitudes culturelles) en utilisant les outils de l'analyse marketing afin d'identifier les leviers d'influence Ajuster l'offre culinaire (menus, plats signatures, options végétariennes ou sans allergènes) en fonction des résultats de l'analyse pour maximiser la satisfaction et la fidélisation Concevoir et proposer des ventes additionnelles (accords mets-vins, menus thématiques, offres spéciales) afin d'augmenter la valeur moyenne par client et la rentabilité de l'activité	ETUDE DE CAS INDIIVDUELLE ECRITE sur L'ANALYSE DES DONNEES CLIENTS ET LEUR COMPORTEMENT D'ACHAT Sur la base d'un dossier comprenant des données consommateurs, enquêtes existantes, avis clients et statistiques de vente, l'étudiant réalise une analyse complète des besoins clients et des comportements d'achat. Il identifie les leviers d'influence et propose des conclusions opérationnelles. PROJET DE GROUPE de REALISATION D'UNE ENQUETE CLIENTS AVEC RECOMMANDATIONS OPERATIONNELLES • En groupe, les étudiants conçoivent et mettent en œuvre une enquête (questionnaires, focus groups, réseaux sociaux) pour collecter des données sur les besoins et attentes clients. • À partir des résultats, ils ajustent l'offre culinaire (menus, plats signatures, options spécifiques) et proposent des ventes additionnelles (accords mets-boissons, offres thématiques). • Ils rédigent un compte rendu structuré avec des recommandations concrètes. • Ils présentent et justifient leurs choix stratégiques et opérationnels devant un jury, avec supports visuels et exemples illustrés.	Les besoins et attentes des consommateurs sont clairement identifiés à partir de données appropriées. Les facteurs influençant le comportement d'achat (culture, habitudes alimentaires, budget, tendances) sont bien analysés. Les méthodes utilisées (questionnaires, entretiens, analyse de données) permettent de dégager des éléments opérationnels pour adapter efficacement l'offre du restaurant. Les ajustements proposés pour les plats, menus ou services sont cohérents avec les analyses réalisées et favorisent la satisfaction et la fidélisation de la clientèle. Les solutions tiennent compte des contraintes opérationnelles et sont justifiées de manière claire et argumentée. Les outils de mesure de satisfaction sont adéquats et inclusifs. L'analyse des retours clients met en évidence des points forts et des axes d'amélioration. Les actions correctives proposées sont réalistes et démontrent une démarche d'amélioration continue. L'étudiant conçoit des offres complémentaires appropriées (accords mets-boissons, menus thématiques, promotions) et intégrées de manière cohérente à l'offre principale. Les propositions visent à augmenter la valeur moyenne par client et la rentabilité, tout en respectant les contraintes opérationnelles. Les choix sont justifiés et mesurables.

Création d'une stratégie marketing et communication de marque • Élaboration du business plan marketing et commercial intégrant stratégie de communication et distribution • Conception et déploiement de l'identité de marque et du storytelling du restaurant • Exploitation des canaux numérique et physiques intégrant l'accessibilité et l'inclusivité	Élaborer un business plan marketing et commercial intégrant stratégie de communication et de distribution afin d'assurer la viabilité économique et commerciale du restaurant. Concevoir et déployer l'identité de marque et le storytelling du restaurant afin de renforcer la différenciation, la visibilité et l'expérience client. Exploiter les canaux numériques et physiques, en intégrant les principes d'accessibilité et d'inclusivité, afin de promouvoir la marque, mesurer l'efficacité des actions et ajuster la stratégie commerciale.	PROJET ECRIT INDIVIDUEL OU EN GROUPE de REALISATION D'UN BUSINESS PLAN MARKETING ET COMMERCIAL • Les étudiants élaborent un business plan complet intégrant l'analyse de marché, le positionnement stratégique, la stratégie marketing, le plan de financement et les prévisions de chiffre d'affaires. • Ils justifient leurs choix et les relient à la viabilité économique et commerciale du projet. PROJET INDIVIDUEL de CONCEPTION DE L'IDENTITE DE MARQUE ET STRATEGIE DE COMMUNICATION AVEC PRESENTATION DEVANT JURY • L'étudiant conçoit l'identité visuelle complète du restaurant (logo, charte graphique, univers narratif) et développe un storytelling cohérent avec les valeurs et l'ADN du restaurant, en lien avec l'expérience client et la différenciation sur le marché. Sur la base de la conception réalisée, l'étudiant rédige un dossier présentant : • Le concept de la marque, la justification des choix graphiques et narratifs.la stratégie de communication (plan média, campagnes locales et digitales) et la stratégie de distribution multicanale (sur place, à emporter, click & collect, livraison, plateformes numériques). • L'étudiant démontre l'usage approprié des outils numériques et physiques (réseaux sociaux, CRM, applications de fidélité, plateformes de réservation, événements, partenariats), en intégrant les principes d'accessibilité et d'inclusivité. L'étudiant présente et défend ses choix stratégiques devant un jury.	Le business plan est complet et structuré, intégrant une analyse de marché appropriée et une stratégie marketing cohérente. Le plan financier est réaliste et justifié, et la stratégie de distribution est adaptée aux objectifs commerciaux et aux segments ciblés. L'ensemble des éléments démontre la viabilité économique du projet. L'identité visuelle et le storytelling sont cohérents et reflètent fidèlement les valeurs et l'ADN du restaurant. Les supports de communication sont harmonisés et attractifs, et l'expérience client proposée est mémorable et différenciante. Les choix narratifs et graphiques démontrent une stratégie de communication réfléchie et alignée avec la marque. Les canaux numériques et physiques sélectionnés sont appropriés et exploitent efficacement les outils marketing. L'analyse des indicateurs de performance permet d'ajuster la stratégie et de renforcer l'efficacité des actions. Les communications intègrent les principes d'accessibilité et d'inclusivité, garantissant une portée élargie et une démarche responsable.
Conception et pilotage d'une expérience client mémorable • Conception d'une expérience culinaire et sensorielle • Collecte et analyse des retours clients • Amélioration continue de l'expérience client	Créer une expérience culinaire combinant dimension gustative, sensorielle, esthétique et narrative afin de renforcer l'attachement à la marque Mettre en place des outils de collecte de feedback (questionnaires, QR codes, plateformes digitales) pour mesurer la satisfaction client Analyser les retours clients pour identifier les points d'amélioration et mettre en œuvre des actions correctives concrètes Développer des dispositifs de fidélisation (programmes de récompense, événements exclusifs, clubs clients) afin de renforcer l'attachement des clients à l'établissement et rendre chaque visite personnalisée et inoubliable.		L'étudiant crée une expérience culinaire mémorable en intégrant les dimensions gustative, sensorielle, esthétique et narrative. Les choix réalisés renforcent l'attachement à la marque et génèrent un impact positif sur la perception globale de l'expérience client. L'étudiant met en place des outils de collecte adaptés (questionnaires, QR codes, plateformes digitales) permettant de mesurer la satisfaction client de manière fiable et représentative. Les données collectées sont structurées et exploitables pour l'analyse. L'étudiant conduit une analyse rigoureuse des retours clients mettant en évidence les points forts et les axes d'amélioration. Les actions correctives proposées sont réalistes, argumentées et s'inscrivent dans une démarche d'amélioration continue de l'expérience client. L'étudiant conçoit des dispositifs de fidélisation performants (programmes de récompense, événements exclusifs, clubs clients) adaptés à la cible. Les actions préconisées renforcent la récurrence des visites et la relation durable avec la clientèle.
Valorisation de l'offre culinaire et du restaurant/point de vente • Création d'un menu et d'un plat signature • Conception de packaging et de supports de restauration • Mise en valeur des produits et de l'espace de restauration	Mettre en valeur un plat ou un menu via une présentation culinaire soignée et un design attractif afin d'augmenter son impact commercial. Concevoir des packagings pratiques, esthétiques et respectueux de l'environnement, adaptés aux nouvelles formes de consommation (livraison, click & collect) et prenant en compte l'accessibilité pour les clients et collaborateurs en situation de handicap. Aménager l'espace de restauration (décor, vitrine, mise en lumière des plats) pour renforcer l'expérience client et la cohérence de la marque et assurer l'accessibilité à tous, y compris aux personnes en situation de handicap. Intégrer les enjeux de la RSE (réduction du gaspillage, sourcing durable, accessibilité) dans la valorisation de l'offre culinaire et du restaurant/point de vente	PROJET PRATIQUE EN GROUPE – d'AMÉNAGEMENT d'UN RESTAURANT ET DE PACKAGING Dans le cadre d'une mise en situation au sein de l'Institut Lyfe, les étudiants : • Proposent des solutions d'aménagement de l'espace de restauration (décor, vitrine, mise en lumière des plats) renforçant l'expérience client et la cohérence de la marque. • Préparent une mise en scène culinaire (dressage, présentation visuelle des plats, association sensorielle) • Conçoivent des packagings pratiques, esthétiques et respectueux de l'environnement, adaptés aux nouvelles formes de consommation (livraison, click & collect). • Exposent devant un jury leurs choix de design, l'impact commercial et l'intégration des principes de RSE (sourcing, durable, lutte contre le gaspillage, packaging écoresponsable) • Réalisent et remettent au jury un dossier présentant le concept et justifiant les choix esthétiques, commerciaux et durables	L'étudiant conçoit des packagings adaptés aux besoins fonctionnels, aux nouvelles formes de consommation et aux exigences d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap, tout en respectant l'esthétique et l'environnement. Les solutions proposées sont pratiques, cohérentes avec l'image de marque et valorisent le produit. L'étudiant aménage l'espace de restauration ou la vitrine de manière à valoriser les produits, renforcer l'expérience client et garantir l'accessibilité à tous. La disposition, la décoration, la mise en lumière et l'organisation sont en adéquation avec l'identité de la marque et le concept culinaire. L'étudiant prend en compte les enjeux de RSE dans toutes les actions de valorisation : réduction du gaspillage, sourcing durable, accessibilité et inclusion. Les choix effectués sont justifiés et démontrent la capacité à concilier performance commerciale et responsabilité sociale et environnementale.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Manager de façon éthique et responsable dans un environnement international.			
Management d'une équipe multiculturelle pour atteindre la performance • Organisation d'une équipe selon les compétences individuelles et collectives • Recrutement, et intégration d'un collaborateur et/ou une équipe multiculturelle dans le développement de ses compétences • Fédération, animation et motivation d'une équipe multiculturelle • Gestion des conflits et des émotions en situations de travail	Analyser les besoins en compétences et organiser une équipe en tenant compte des profils individuels et collectifs en utilisant des outils digitaux de RH afin d'optimiser les ressources humaines et la performance opérationnelle Encadrer et impulser la dynamique d'une équipe multiculturelle en adaptant ses pratiques managériales pour garantir la motivation des collaborateurs et la réalisation des objectifs collectifs Piloter le processus de recrutement et d'intégration d'un collaborateur ou d'une équipe multiculturelle, en utilisant les outils digitaux pour formaliser les profils, planifier les étapes et suivre le développement de leurs compétences Identifier, prévenir et gérer les conflits au sein d'une équipe afin de maintenir un climat de travail favorable à la performance collective	ETUDE DE CAS ECRITE INDIVIDUELLE de RECRUTEMENT et d'ORGANISATION d'EQUIPE L'étudiant analyse une situation donnée de management RH (réelle ou fictive) en identifiant les besoins en compétences, en évaluant les profils existants, puis propose une organisation d'équipe optimisée visant à améliorer la performance opérationnelle. L'étudiant produit un rapport d'analyse détaillant : • Les besoins en compétences spécifiques au contexte • Une cartographie des profils actuels avec leurs compétences et leurs limites. • Une proposition d'organisation d'équipe claire et justifiée, incluant la répartition des rôles et responsabilités. • Une définition de processus de recrutement et d'intégration adapté (profil de poste, plan d'intégration et d'accompagnement) • Une analyse critique avec pistes d'amélioration MISE EN SITUATION INDIVIDUELLE de MANAGEMENT d'EQUIPE MULTICULTURELLE En situation réelle dans un des restaurants d'application de l'Institut Lyfe, ou simulée, l'étudiant : • Prépare et anime une réunion d'organisation d'équipe multiculturelle. • Définit les objectifs collectifs et répartit les rôles et précise les objectifs individuels. Il crée un cadre respectueux. • Communique, anime et motive son équipe en adaptant son management aux divers profils culturels • Anticipe les tensions et gère un conflit éventuel en s'appuyant sur des techniques de dialogue, médiation, négociation, gestion des émotions. L'étudiant consigne son expérience dans son portfolio : il établit un bilan réflexif sur son management, les résultats produits et les actions correctives à mener.	Le diagnostic des compétences individuelles et collectives est réalisé avec précision. Les écarts entre les compétences disponibles et les besoins sont clairement identifiés et en découle une analyse. La répartition des tâches est cohérente et l'organisation est ajustée selon les contraintes opérationnelles. Des actions appropriées sont proposées en réponse aux besoins identifiés. Les pratiques managériales et la communication sont adaptées à la diversité culturelle de l'équipe. La répartition des rôles est équitable et tient compte des compétences et contextes culturels. Les objectifs sont définis, suivis et ajustés de manière collaborative. Les leviers de motivation sont personnalisés et culturellement appropriés. Les tensions ou incompréhensions interculturelles sont détectées et gérées efficacement. Les profils recherchés prennent en considération les compétences nécessaires au poste ainsi que les particularités culturelles. Le processus d'intégration est établi, planifié et communiqué à l'équipe. Des formations et opportunités adaptées aux profils culturels et professionnels sont mises en place. Les outils digitaux utilisés facilitent le suivi des étapes, le stockage des informations et l'évaluation des compétences développées. Les signes de conflits sont rapidement identifiés et les situations à risque anticipées par des actions préventives. Les conflits sont gérés de manière factuelle, en privilégiant le dialogue, la médiation et la recherche de solutions constructives. Le climat de travail est régulièrement évalué pour prévenir de nouveaux conflits et maintenir la cohésion et la performance collective.

Pilotage des ressources humaines de son activité et élaboration de la politique sociale • Conception d'une stratégie RH et planification, budgétisation des besoins en effectif dans un objectif d'amélioration de la productivité • Déploiement d'un système d'évaluation et définition d'une politique salariale et sociale • Fidélisation et développement des talents • Utilisation des outils de pilotages de gestion RH digitaux	Définir les besoins en effectifs de son activité en tenant compte de la saisonnalité, de la stratégie de développement de l'entreprise et des contraintes de l'environnement en intégrant l'accessibilité, l'inclusivité et la diversité des profils (handicap, multilinguisme…). Concevoir et mettre en œuvre une politique de rémunération, d'évaluation et d'avantages sociaux équitables, motivante et inclusive, afin de fidéliser et de mobiliser l'ensemble des équipes, y compris les collaborateurs en situation de handicap. Élaborer et déployer une stratégie de fidélisation intégrant développement des compétences, perspectives de carrière et qualité de vie au travail, en veillant à l'accessibilité et à l'inclusion de tous les collaborateurs, y compris ceux en situation de handicap.	ETUDE DE CAS ECRITE INDIVIDUELLE de DEFINITION DE STRATEGIE RH L'étudiant travaille sur un cas global réel ou fictif de gestion des RH soit : • Analyse les besoins en effectifs selon la saisonnalité et les contraintes environnementales (accessibilité, inclusion…) • Elabore un plan des effectifs aligné avec la stratégie de développement de l'entreprise • Budgète les besoins en personnel avec projection des impacts sur la productivité • Etablit un rapport structuré avec des recommandations stratégiques. MISE EN SITUATION INDIVIDUELLE de CONCEPTION DE POLITIQUE SOCIALE L'étudiant, dans un contexte réel ou simulé : • Déploie un système d'évaluation des collaborateurs. • Définit et communique une politique de rémunération et d'avantages sociaux motivante et équitable. • Élabore et applique des actions de fidélisation et de développement des compétences (formation, plan de carrière, QVT). • Rédige un bilan réflexif sur l'impact des mesures et leur adaptation • Déploie un système d'évaluation des collaborateurs. • Définit et communique une politique de rémunération et d'avantages sociaux motivante et équitable. • Élabore et applique des actions de fidélisation et de développement des compétences (formation, plan de carrière, QVT). • Rédige un bilan réflexif sur l'impact des mesures et leur adaptation	Les besoins en effectifs sont identifiés de manière précise et exhaustive, en tenant compte de la saisonnalité, des variations d'activités et des contraintes spécifiques de l'environnement, incluant l'accessibilité, l'inclusion et la diversité des profils (handicap, multilinguisme). Le plan des effectifs est réaliste et aligné avec la stratégie de développement de l'entreprise. Les choix sont justifiés et argumentés, et les impacts sur la productivité sont anticipés et finement analysés. La politique de rémunération, d'évaluation et d'avantages sociaux est réaliste, conçue de manière équitable, motivante et inclusive, adaptée aux besoins de tous les collaborateurs, y compris ceux en situation de handicap, et cohérente avec les objectifs de performance de l'activité. Le système d'évaluation est clair, opérationnel et compréhensible par tous. Les actions mises en œuvre sont communiquées en toute transparence et respectent les contraintes légales, culturelles et d'accessibilité, et sont ajustées selon les retours et résultats obtenus. La stratégie de fidélisation est élaborée et déployée en intégrant le développement des compétences, les perspectives de carrière et la qualité de vie au travail, en veillant à l'inclusion et à l'accessibilité pour tous les collaborateurs, y compris ceux en situation de handicap. Les leviers de fidélisation sont adaptés aux profils et aux besoins des collaborateurs. Les actions mises en place sont suivies et évaluées régulièrement pour mesurer leur impact sur l'engagement et la motivation des équipes. Les ajustements nécessaires sont anticipés et communiqués de manière claire et constructive.

Management administratif des RH en conformité avec le contexte local et les évolutions des métiers en s'appuyant sur les outils digitaux • Connaissance et application du droit du travail d'un lieu d'activité • Gestion administrative et légale des ressources humaines • Veille professionnelle pour anticiper les évolutions du métier	Intégrer et appliquer le droit du travail du lieu d'activité pour manager son équipe dans le respect de la règlementation applicable, en utilisant les outils digitaux pour centraliser et organiser les dossiers légaux et contractuels Gérer les relations sociales et assurer un dialogue social constructif en s'appuyant sur les outils digitaux pour planifier les réunions, suivre les accords et formaliser les décisions et partager l'information avec l'équipe Effectuer une veille professionnelle active afin d'anticiper les évolutions du métier et partager les connaissances avec son équipe, en utilisant les outils digitaux pour collecter, synthétiser et diffuser les informations sélectionnées	ETUDE DE CAS INDIVIDUELLE ECRITE sur L'ANALYSE ET LA FORMALISATION DES PROCEDURES RH L'étudiant travaille sur un cas simulé ou réel portant sur la gestion administrative d'une équipe (contrats, conformité légale, relations sociales). Il doit : • Identifier les obligations légales et les appliquer correctement • Décrire comment il gérerait les relations sociales et le dialogue constructif • Proposer un plan de veille pour anticiper les évolutions du métier et adapter les pratiques RH MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE SIMULEE ou REELLE INDIVIDUELLE sur LA GESTION DE LA REGLEMENTATION ET DU RELATIONNEL L'étudiant est placé en situation simulée ou réelle afin de démontrer ses capacités à : • Gérer un dossier administratif ou contractuel (ex. intégration d'un salarié, suivi d'un dossier disciplinaire). • Participer à une réunion ou négociation avec les représentants du personnel ou collaborateurs (dialogue social). • Utiliser les outils digitaux pour documenter et suivre les décisions TRAVAUX PRATIQUES INDIVIDUELS et EN GROUPE sur la MAITRISE des OUTILS DIGITAUX L'étudiant utilise des outils digitaux RH pour : • Créer et suivre des contrats ou dossiers administratifs. • Planifier et documenter les actions de dialogue social. • Collecter, synthétiser et partager des informations de veille professionnelle.	La réglementation locale est respectée dans toutes les pratiques de management et de gestion RH. Les dossiers administratifs et contractuels sont gérés de manière rigoureuse, avec l'aide des outils digitaux pour assurer traçabilité, exactitude et accessibilité. Les décisions sont argumentées et conformes aux obligations légales. Le dialogue social est constructif et régulier. Les outils digitaux utilisés permettent de planifier et de documenter les réunions, de suivre les engagements et de communiquer efficacement avec les collaborateurs. Les relations sociales sont gérées de manière proactive pour prévenir les tensions et favoriser la cohésion d'équipe. La veille professionnelle est effectuée de manière systématique et partagée avec l'équipe. Les outils digitaux sont utilisés pour collecter et synthétiser les informations sélectionnées, anticiper les évolutions du métier et proposer des actions adaptées pour le développement des compétences et l'adaptation des pratiques RH.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Piloter une business unit et optimiser sa performance financière pour assurer son développement et sa pérennité.			
Pilotage de la gestion financière et des coûts en cuisine • Identification et analyse des documents comptables de base • Réalisation d'exercices pratiques d'enregistrement comptable • Calcul du coût de revient d'un plat ou d'un menu • Utilisation d'outils de suivi financier • Étude de cas pratiques de gestion de la production en cuisine • Analyse de mises en situation liées à la sécurité alimentaire	Exploiter les documents comptables et suivre les coûts de production afin de garantir un contrôle budgétaire efficace et la rentabilité des activités culinaires Structurer le flux de travail et la mise en place en cuisine pour maîtriser le temps, contrôler les coûts et réduire les impacts environnementaux liés à la production. Garantir la sécurité alimentaire et adopter des pratiques responsables pour prévenir les coûts liés aux non-conformités, limiter le gaspillage et optimiser l'efficacité économique et durable de la cuisine	ÉTUDE DE CAS INDIVIDUELLE sur L'ANALYSE FINANCIÈRE ET LA RENTABILITÉ EN CUISINE L'étudiant travaille sur un cas simulé ou réel portant sur les documents comptables et la rentabilité d'une cuisine ou d'un projet gastronomique. Il doit : • Identifier et enregistrer les opérations courantes (achats, coûts de main-d'œuvre, pertes). • Calculer les coûts de revient, marges et établir les prix de vente. • Comparer les prévisions et les résultats réels, analyser les écarts et proposer des recommandations pour optimiser la rentabilité. • Construire un business plan ou une synthèse financière intégrée avec recommandations adaptées à une cuisine haut de gamme. DOSSIER PRATIQUE INDIVIDUEL sur L'OPTIMISATION OPÉRATIONNELLE ET LE PILOTAGE L'étudiant élabore un plan de mise en place et d'organisation de la production à partir d'un scénario réel ou simulé. Il doit : • Structurer le flux de travail pour maîtriser le temps et les coûts. • Mettre en place et exploiter des outils de suivi (tableaux de bord, logiciels) pour piloter la brigade. • Optimiser la gestion des stocks et intégrer des technologies innovantes pour réduire les pertes et améliorer l'efficacité opérationnelle et durable. MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE SIMULÉE OU RÉELLE sur LA SÉCURITÉ, LA CONFORMITÉ ET LA DURABILITÉ L'étudiant est placé en situation simulée ou réelle afin de démontrer ses capacités à : • Identifier et corriger les risques de non-conformité en matière d'hygiène et sécurité alimentaire. • Mettre en œuvre des pratiques visant à limiter le gaspillage et optimiser l'efficacité économique et durable. • Intégrer les contraintes fiscales et juridiques dans les décisions financières et opérationnelles. • Réagir de manière appropriée à un incident ou une situation critique en cuisine. PROJET EN GROUPE de GESTION DE CONCEPT DE RESTAURATION Ce projet fait partie intégrante du PROJET CREATIF EN GROUPE « CAPSTONE » d'un CONCEPT DE RESTAURANT EPHEMERE En projet de fin d'études, en groupe, les étudiants conçoivent et exploitent un concept de restaurant éphémère, en situation réelle de clientèle. Ils réalisent un dossier bilan intégrant une analyse financière et le soutiennent devant un jury en justifiant les	Les documents comptables sont assimilés et contrôlés et les opérations financières sont conformément enregistrées. L'analyse des coûts de production est précise et permet de justifier des décisions visant la rentabilité et le contrôle budgétaire. Le flux de travail et la mise en place sont organisés de manière logique et efficace. La planification permet de maîtriser le temps, de réduire les coûts et d'intégrer des pratiques respectueuses de l'environnement. Les normes d'hygiène et de sécurité alimentaire sont conformément appliquées. Les pratiques mises en œuvre démontrent une prévention efficace des coûts liés aux non-conformités, une réduction du gaspillage et une optimisation de l'efficacité économique et durable.
Optimisation de la production et de la rentabilité • Élaborer un budget prévisionnel intégrant charges de personnel et coûts matières. • Analyser la rentabilité des menus à l'aide d'indicateurs financiers (food cost, marge brute, coût de revient). • Contrôler et justifier les écarts entre prévisions et résultats réels, et proposer des ajustements pour achats et production. • Mettre en place des outils de suivi (tableaux de bord, logiciels) pour piloter l'activité de la brigade et optimiser la performance opérationnelle.	Élaborer un budget prévisionnel en intégrant les charges de personnel et le coût des matières premières, tout en contrôlant les écarts entre prévisions et résultats pour assurer la rentabilité et limiter les gaspillages Analyser la rentabilité des menus en mobilisant des indicateurs financiers et opérationnels pour ajuster les choix de production et optimiser l'efficacité économique et durable. Mettre en place et exploiter des outils de suivi pour piloter efficacement l'activité de la brigade, contrôler les coûts, améliorer la performance et réduire l'impact environnemental de la production		Le budget prévisionnel intègre correctement les charges de personnel et le coût des matières premières. Les écarts entre prévisions et résultats sont identifiés, analysés et justifiés. Les ajustements proposés permettent d'assurer la rentabilité et de limiter les gaspillages. Les indicateurs financiers et opérationnels sont correctement sélectionnés et utilisés pour évaluer la rentabilité des menus. L'analyse identifie des leviers concrets permettant d'ajuster la production et d'optimiser la gestion économique et durable de la cuisine. Les outils de suivi sont correctement mis en place et utilisés pour collecter et analyser les données de production et de performance. L'exploitation de ces outils permet de contrôler les coûts, améliorer l'efficacité de la brigade et réduire l'impact environnemental de la production.
Pilotage de la performance globale et de la qualité	Définir une stratégie marketing culinaire en analysant le marché, la concurrence et les attentes des clients, afin		La stratégie marketing est clairement définie et cohérente, intégrant les éléments essentiels du marché, de la concurrence et des attentes clients. Le positionnement et l'offre proposés sont adaptés à l'activité culinaire et

• Définir une stratégie marketing adaptée au marché et au positionnement du projet • Construire et ajuster le business plan financier pour garantir viabilité et rentabilité. • Optimiser la gestion des stocks et des approvisionnements pour limiter les pertes et maîtriser les coûts. • Exploiter les technologies innovantes pour améliorer l'efficacité et la durabilité des opérations. • Évaluer l'impact des choix fiscaux et juridiques et proposer des ajustements. • Mettre en place et suivre des indicateurs de performance et de qualité. • Recommander des stratégies financières cohérentes avec la stratégie globale du projet.	d'orienter le positionnement, l'offre et les choix financiers du projet. Construire un business plan financier et recommander des stratégies financières adaptées aux exigences d'une cuisine haut de gamme afin de garantir la viabilité et la rentabilité du projet. Optimiser la gestion des stocks et des approvisionnements et exploiter les technologies innovantes (automatisation, systèmes pilotés par l'IA) pour réduire les pertes, maîtriser les coûts et améliorer l'efficacité économique et durable de la cuisine. Évaluer l'impact des choix fiscaux et juridiques sur la rentabilité et intégrer ces paramètres dans les décisions financières et opérationnelles pour sécuriser le projet et optimiser les résultats économiques.	résultats Ce projet mobilise l'ensemble des connaissances acquises durant le bachelor. L'étudiant réalise un projet complet intégrant toutes les dimensions d'analyse de rentabilité. Il doit : • Élaborer un business plan et un budget prévisionnel intégrant toutes les charges et prévisions de recettes. • Organiser la production et le flux de travail pour maîtriser coûts, temps et performance de la brigade. • Optimiser les stocks, utiliser des technologies innovantes et intégrer les pratiques responsables. • Identifier et intégrer les contraintes légales, fiscales et réglementaires. • Proposer des ajustements stratégiques pour assurer la rentabilité, la durabilité et la conformité du projet.	permettent de guider efficacement les décisions financières et opérationnelles du projet. Le business plan financier est construit de manière complète et cohérente, intégrant tous les postes de dépenses et revenus prévisionnels. Les recommandations financières sont appropriées et adaptées aux exigences d'une cuisine haut de gamme, démontrant la capacité à assurer la rentabilité et la viabilité du projet. La gestion des stocks et des approvisionnements est organisée pour limiter les pertes et maîtriser les coûts. Les technologies innovantes sont correctement utilisées pour améliorer l'efficacité opérationnelle et optimiser la performance économique et durable de la cuisine. Les choix fiscaux et juridiques sont correctement évalués et leur impact sur la rentabilité clairement identifié. Les décisions financières et opérationnelles intègrent ces contraintes pour sécuriser le projet et optimiser les résultats économiques.