

L'épreuve vise à évaluer les capacités du candidat à :

- maîtriser les connaissances relatives à :
 - . la politique et/ou la stratégie de l'entreprise hôtelière ;
 - . l'analyse du marché hôtelier ;
 - . la connaissance du consommateur et son comportement ;
 - . l'ensemble des variables mercatiques, prises isolément ou intégrées au plan de marchéage ;
- mobiliser ses connaissances pour exploiter le ou les documents qui lui sont fournis ;
- illustrer ses connaissances par des exemples récents tirés de l'environnement professionnel hôtelier et touristique ;
- communiquer avec la commission d'interrogation.

Le déroulement de l'épreuve ponctuelle comporte les phases suivantes :

- remise au candidat d'un ou plusieurs documents d'actualité et/ou professionnels correspondant au thème d'étude proposé, accompagné de questions d'élargissement et/ou d'approfondissement ;
- exposé sur le thème d'étude (15 minutes maximum) ;
- interrogation.

SUJET n° 5

Thème : La démarche qualité

À l'aide de vos connaissances théoriques et pratiques, de votre culture mercatique, de vos acquis professionnels et de la documentation jointe, il vous est demandé de présenter un exposé structuré répondant aux travaux à faire ci-dessous. Vous les traiterez dans l'ordre qui vous convient. Les explications de vocabulaire seront, dans la mesure du possible, intégrées à votre exposé.

- Exploitez le document fourni en annexe et présentez-le de façon structurée dans le cadre du thème proposé.
- Après avoir rappelé les enjeux d'une démarche qualité, vous préciserez quels sont les moyens dont dispose un hôtelier restaurateur pour mettre en valeur sa démarche auprès du consommateur.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - charte qualité,
 - logo,
 - client-mystère.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2008	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 5	1/2

ANNEXE SUJET n° 5
Thème : La démarche qualité
Source : HTR n° 140 de novembre 2006

Lieu populaire par excellence, les cafés-brasseries traversent une période difficile. Pour enrayer la baisse de fréquentation, les cafés et les cafés-brasseries se dotent d'une charte de qualité. Un programme ambitieux, qui doit le plus vite possible séduire le consommateur.

« Le "petit noir" est un produit populaire qui ressemble aux endroits où l'on peut le déguster », s'enthousiasme Bernard Quartier, président de l'IDCCB (Institut pour le développement des Cafés et Cafés-brasseries), un organisme qui a été créé pour relancer la consommation dans les cafés et cafés-brasseries. (...)

La filière s'inquiète car le nombre d'établissements diminue de manière inquiétante, avec moins de 40 000 unités en 2005 (alors qu'on en comptabilisait 200 000 en 1960). Entre 1980 et 1990, un tiers du parc a disparu et, actuellement, deux bistrots ferment chaque jour. Sur trois bars qui ferment, un change d'activité, un devient restaurant, et un disparaît. Sur un potentiel de 45 millions de consommateurs, seulement 15 millions fréquentent les cafés et cafés-brasseries ! (...)

Mais, comment faire pour dynamiser le secteur ?

« Il faut des prestations de qualité, un accueil convivial, une attente réduite, tant à la prise de commande qu'au moment de l'addition, une propreté irréprochable de l'établissement, entre autres pour aider les clients à retrouver le chemin des bistrots. Chaque détail compte ! », insiste Bernard Quartier. À chacun de proposer des boissons et des plats simples, mais qui ont belle allure et bon goût ! Le président de l'IDCCB s'est entouré des différents acteurs du marché (industriels, distributeurs CHD et CHR) pour engager une action collective en profitant de la tenue d'Equip'Hôtel pour initier un certain nombre d'actions communes. (...)

Des séances de formation ainsi que des conférences et tables rondes sur une série de thématiques (l'accueil, la qualité, la nouvelle législation, déco-ambiance, l'avenir des cafés) seront animées par Bernard Quartier qui y présentera la Charte de Qualité. Mise au point par l'IDCCB avec Qualité Tourisme, la Charte Qualité est destinée à redonner à la profession ses lettres de noblesse. Elle décline les critères à respecter (147 points de contrôle regroupés au sein de 14 grands thèmes tels que l'accueil, le service, l'hygiène, la préservation de l'environnement, la présentation des produits, l'animation...). Dans cette démarche, exigeante, mais facile à mettre en œuvre, l'IDCCB bénéficie du soutien de toute la filière et du Ministère du Tourisme. Les adhérents de la Charte bénéficieront d'un soutien avec des aides, des outils, des suggestions. « Un panneau distinguera les établissements qui respecteront ces engagements et attirera l'attention des consommateurs qui pourront les identifier facilement », précise Bernard Quartier. Par ailleurs, un label "Cafés-brasseries de qualité" permettra aux professionnels de se positionner face aux logos et autres sigles largement utilisés par certaines enseignes. Les professionnels disposeront de conseils d'experts, grâce notamment à la création d'un site Internet, dont une partie sera ouverte au public pour faire connaître la Charte de qualité. À ce jour, 325 demandes d'adhésion ont été enregistrées et les audits vont bon train. Trente établissements ont d'ores et déjà été labellisés. « Mais à tout moment, les engagements pris par les adhérents pourront être contrôlés à l'improviste », insiste Bernard Quartier.

Marie France Kayser.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2008	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière		ORAL	2/2