

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° 16**

### **Thème : Le conditionnement**

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. Votre exposé les traitera 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.
- Précisez quelles sont les différentes fonctions de l'emballage. Évoquez les incidences du choix de l'emballage sur l'image d'entreprise citoyenne.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - communication institutionnelle,
  - identité visuelle,
  - image de marque.

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 16	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET n° 16**

### **Thème : Le conditionnement**

Source : Mc Donald's Eco Journal –2006

**Outil de marketing et de communication en apparence, l'emballage est d'abord chez McDonald's un outil pratique permettant la mise à disposition des produits au client.**

McDonald's France utilise deux types d'emballages. D'une part, les emballages de services et accessoires, utilisés par les restaurants pour la vente des produits de consommation : boîtes à sandwich, gobelets, serviettes, couverts en plastique, etc. ; ils représentent un poids global de 27 000 tonnes, dont 52 % sont fabriqués à partir de fibres recyclées. D'autre part, les emballages de transport, dont le rôle est d'assurer l'approvisionnement des restaurants dans les meilleures conditions ; parmi eux, les cartons, dont le poids global est d'environ 10 000 tonnes, sont à 90 % composés de matières recyclées. Optimiser la composition des premiers et réduire la quantité des seconds, tels sont les projets actuels de l'enseigne.

Boîte à sandwich, gobelet, sac en papier...les emballages McDonald's occupent un rôle-clé dans la relation entre le restaurant et le client. Mais, devenus déchets, ils introduisent une relation à l'environnement. Ils sont souvent perçus comme la principale source de nuisance « estampillée » McDonald's. « Les emballages qui traînent sont généralement le premier sujet évoqué avec le maire d'une commune dans laquelle est implantée l'un de nos restaurants », reconnaît Eric Gravier, vice-président des relations extérieures.

Si elle aborde le problème de l'abandon des emballages sur la voie publique, l'enseigne met aussi, en amont, un travail sur leur composition, leur matière, leur poids. Ce travail recherche le compromis entre le respect de l'environnement, l'information et le confort du client et la facilité d'usage pour l'équipier.

#### **Confort du client**

Le directeur du marketing rappelle les vertus d'un bon emballage du point de vue commercial : « *Nos emballages ont trois objectifs très complémentaires. D'abord, ils doivent préserver la qualité du produit- qu'il soit chaud ou froid- pour une durée aussi longue que possible, sachant que le délai avant la consommation est d'au moins cinq minutes. Ensuite, ils doivent nous permettre de communiquer avec le consommateur, c'est à dire à la fois de lui donner envie, de l'informer et de le rassurer ; il faut montrer sur la boîte le produit de la façon la plus appétente qui soit, et bientôt, donner une information nutritionnelle parfaitement déchiffrable.*

*Enfin, n'oublions pas que la moitié de nos produits sont vendus à emporter et que l'emballage doit idéalement permettre aussi une consommation déambulatoire.* »

#### **Respect de l'environnement**

Ces mêmes consommateurs font aussi l'objet de l'attention d'un autre service de McDonald's France, les opérations nationales. Manager du développement opérationnel des produits, Manuel Ruiz commente : « *notre rôle, c'est de faire en sorte que les emballages soient faciles à manier pour l'équipier, pratiques pour le client et bons pour le produit. Nous essayons toujours de trouver la meilleure solution, dans le compromis* ».

Le meilleur exemple est la suppression du polystyrène expansé, utilisé pour les boîtes sandwiches et les gobelets à café. « Le remplacement par du carton permet d'utiliser des ressources renouvelables à la place de ressources fossiles. Toutes nos boîtes à sandwich sont désormais fabriquées en carton contenant au minimum 72 % de fibres recyclées. Le carton a permis au service marketing d'utiliser ces boîtes comme vecteur de communication, ce qui était impossible avec le polystyrène expansé sur lequel nous ne pouvions pas imprimer ». Des avantages qui font oublier que le carton est bien plus cher que le polystyrène. Il faut avoir conscience que la recherche de ces compromis a des coûts plus élevés pour les emballages... ».

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2008	<b>BTS Hôtellerie - Restauration</b>	<b>Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière		ORAL	SUJET 16 <b>2/2</b>