

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° 12

Thème : Mener une étude avant implantation

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.
- Indiquez les objectifs à atteindre lors du choix d'une implantation d'un établissement. Présentez les différentes étapes d'une étude avant implantation.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - profondeur de gamme,
 - zone de chalandise,
 - stratégie de maillage.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2014	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 12	1/2

ANNEXE SUJET n° 12

Thème : Mener une étude avant implantation Léon de Bruxelles crée Léon B avec une réponse snacking

Source : Portail internet Snacking.fr - 15 mai 2013

Le spécialiste et ambassadeur de la Moule-Frites et des produits de la mer en France a fini par répondre aux sirènes de la restauration rapide. Il ouvrira fin mai à Lyon, un premier établissement d'un nouveau genre baptisé Léon B. Le président du directoire Michel Morin explique à France Snacking pourquoi il a décidé de s'intéresser aussi à ce secteur

Comment va la chaîne et pourquoi la création de ce nouveau concept ?

Léon de Bruxelles est un concept de restauration à thème avec service à table implanté surtout en périphérie et unique par son positionnement et son offre : des moules fraîches et un large assortiment de produits de la mer. Si l'année 2012 a été particulièrement difficile dans un contexte de crise (...), le premier trimestre n'est pas très réjouissant avec une activité qui souffre dans un marché en recul global de 6.1%. J'ai l'intime conviction que le retour en centre-ville est incontournable pour des marques comme la nôtre mais il doit se fonder sur un autre modèle et une offre différenciée autrement adaptée à l'urbain pressé. D'où la création de Léon B, un concept de centre-ville, qui se veut plus moderne et orienté vers une clientèle plus jeune. Un nom que nous avons voulu différent et identitaire pour éviter la confusion mais suffisamment proche de Léon de Bruxelles pour reconnaître l'affiliation.

En quoi va-t-il se différencier ?

Léon B ouvrira à l'angle des rues Tupin et Mercière dans le 1er arrondissement aux alentours du 26 mai. Cet établissement gardera un cœur de restauration traditionnelle avec 140 places assises et un service à table avec une offre plus courte mais fortement inspirée de celle de Léon de Bruxelles. Dans un décor vert, blanc et noir aux couleurs de crustacé, de grandes tables en bois permettront de se restaurer en toute convivialité face à une cuisine ouverte qui permettra de garder un œil sur la restauration. Mais la particularité de l'endroit, c'est son ouverture directe sur la rue et la mise en place d'une offre dédiée à la vente à emporter inspirée par les baraques à frites du nord. Nous y proposerons d'ailleurs des frites fraîches servies en cornet avec 4 à 5 sauces associées mais aussi une fricadelle et des Fish&chips.

La restauration avec service à table est-elle appelée à évoluer ?

Léon de Bruxelles reste un modèle économique gagnant qui a toute sa légitimité en périphérie comme restaurant de destination le midi, le soir et le week-end. En centre-ville, d'une part les consommateurs sont pressés et d'autre part un restaurant doit faire du volume et du CA pour dégager une rentabilité. Et l'équation est de plus en plus serrée si l'on se limite au créneau 12-14h et 19h-23h. On doit pouvoir aller chercher de l'activité sur les autres plages horaires, ce qui est encore plus vrai lorsqu'on est situé sur de forts flux de passage. D'où cette nouvelle piste de Léon B qui rappelons-le est un test qui, en cas de succès peut faire naître d'autres ambitions pour cette enseigne et pourquoi pas au sein des restaurants Léon de Bruxelles traditionnels.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2014	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 12	2/2