

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° 1

Thème : Mettre en œuvre une 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.
- Expliquez pourquoi une entreprise de l'hôtellerie-restauration a intérêt à être « labellisée ». Vous présenterez les avantages et les inconvénients de cette labellisation pour le client.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - besoin de sécurité,
 - qualité perçue,
 - fidélisation.

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 1	1/2

ANNEXE SUJET n° 1

Thème : Mettre en œuvre une démarche qualité

Label « fait maison » : les restaurateurs restent sur leur faim, les clients savourent

Source : le Monde.fr (04.07.2013)

Dans la cuisine exiguë du restaurant Itinéraires, dans le 5^e arrondissement de Paris, il est 15 heures et la brigade s'active toujours. Dans des effluves de sucre chaud, une jeune pâtissière dispose une boule de glace à la vanille maison sur un entremet de chocolat, réglisse, fruits rouges. Au menu aujourd'hui, des *"anchois marinés, gelée de citron, fleur de poireau de M. Yamashika"* (un maraîcher japonais des Yvelines), ou de la *"pintade rôtie, petits pois au jus de viande, lard de M. Duler"* (un éleveur de cochons sauvages du Lot).

Sur la carte, ni l'étoile Michelin ni le label francilien de produits locaux ("Produits d'ici, cuisinés ici") ne sont mentionnés, mais plutôt l'identité des producteurs – qui sont au centre de la démarche du chef, Sylvain Sendra, et dictent, au gré des saisons et des légumes du jour, les plats créés chaque matin. Autant dire que le nouveau label "fait maison", voté mercredi 3 juillet en première lecture à l'Assemblée dans le cadre d'une vaste loi sur la consommation, ne bouleversera pas les habitudes de la maison. Ce logo devra obligatoirement accompagner les plats entièrement cuisinés sur place à base de produits bruts, les distinguant ainsi des plats ou ingrédients tout faits, simplement réchauffés ou assemblés.

ACCUEIL MITIGÉ CHEZ LES RESTAURATEURS

Si le syndicat de la restauration Synhorcat a salué *"une avancée"*, pour Sylvain Sendra, ce nouveau logo – un de plus dans un "maquis de labels" –, ne viendra pas chambouler une pratique généralisée dans le secteur. Selon le Synhorcat, près d'un tiers des restaurateurs déclarent utiliser des produits industriels, un chiffre probablement sous-estimé. *"Sur les 150 000 restaurants français, les trois quarts ne font que de l'industriel"*, assure quant à lui le chef Alain Ducasse. Comme le relève un lecteur, Alain Grimiaux, qui a répondu à notre appel à témoignages, *"il suffit d'avoir fréquenté un spécialiste comme Métro pour voir l'infinité de produits industriels mis à disposition de ceux qui veulent restaurer sans trop se fatiguer"*.

Si tant de restaurateurs se contentent aujourd'hui de faire du réchauffé, c'est bien sûr pour des questions de coût – questions d'autant plus pressantes à l'heure où la restauration est touchée de plein fouet par la crise. *"Pour baisser ses prix, il est plus judicieux d'acheter un paquet de carottes râpées plutôt que d'embaucher quelqu'un pour laver, éplucher et râper des carottes"*, résume M. Bézénat, du SNARR, le syndicat de la restauration rapide. Sylvain Sendra, qui emploie huit personnes en cuisine, pointe aussi du doigt les charges salariales : *"Peugeot délocalise sa main d'œuvre à l'étranger. Dans la restauration, on délocalise sur les produits de l'industrie agroalimentaire"*, explique-t-il.

Non loin des Itinéraires (où les menus gastronomiques coûtent entre 29 et 35 euros le midi), ce que le chef appelle *"sa cantine"*, le 58 Quality Street, propose des plats à moins de 10 euros et des sandwiches à moins de 5 euros, prouvant toutefois qu'il est possible de cuisiner maison à des prix abordables. Si *"on accepte de réduire ses marges"*, précise Sylvain Sendra.

Le jeune homme défend aussi le principe de payer le juste prix – celui qui rémunère le producteur, la qualité, et auquel ne s'ajoute pas l'invisible mais bien réel coût écologique des produits industriels. Accepter de revoir un petit peu le coût de sa nourriture, en somme, alors que selon l'INSEE, la part du budget des Français dévolue à l'alimentation est passée de 38 % à 25 % entre 1960 et 2007 (dans la même période, leur consommation a pourtant triplé).

Angela Bolis
Journaliste au Monde

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 1	2/2