

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° 9

Thème : lutter contre la concurrence

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.

- Présentez les différents moyens qu'un hôtelier restaurateur peut utiliser pour analyser la concurrence et y faire face. Précisez en quoi la concurrence peut représenter un frein potentiel au développement d'un établissement.

- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - méthode de vente,
 - étude de marché,
 - stratégie d'implantation.

Session 2018	EXAMEN		Durée	30 min
	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 9	1/2

ANNEXE SUJET n° 9

Thème : lutter contre la concurrence

Wrap The Food : le food truck 100 % wrap

Source : magazine l'Hôtellerie-Restaurant n°3533 - 12 janvier 2017

SAINT CYPRIEN

Pierre Gacon et Clément Lagrange concilient, dans leur camion de restauration, snacking et cuisine élaborée.

Le manque de moyens financiers n'a pas dissuadé **Pierre Gacon** et **Clément Lagrange** de conjuguer leurs talents pour se lancer dans l'aventure culinaire du food truck. Les deux professionnels, âgés respectivement de 27 et 24 ans, ont décroché un prêt de 30 000 € qui leur a suffi pour créer l'enseigne Wrap The Food (WTF) à Saint-Cyprien (Pyrénées-Orientales) : « *La spécificité de WTF, c'est notre produit, puisque nous proposons exclusivement des wraps* », explique le cuisinier Pierre Gacon. WTF s'affiche même comme « *le food truck spécialiste des wraps gastronomiques* ». « *On travaille les produits frais, de saison, et de petits producteurs locaux de Saint-Cyprien* ». Même les frites sont préparées à partir de pommes de terre bintje ou Béa du Roussillon, avec des assaisonnements maison. WTF propose des bières artisanales pour accompagner une carte d'une dizaine de wraps. « *Je pars de recettes que j'ai expérimentées dans des restaurants gastronomiques ou des recettes de grands chefs que je retravaille à ma façon* », ajoute Pierre Gacon.

La formule a trouvé sa clientèle, dans une station balnéaire où les deux associés doivent composer avec les variations de fréquentation, c'est-à-dire une clientèle de vacanciers très importante en été, et une clientèle locale le reste de l'année. « *Même si on s'attendait plutôt à toucher des jeunes, on s'aperçoit que nous avons beaucoup de familles et des gens de tous âges qui sont attirés par notre offre de fast good* » note Clément Lagrange.

Francis Matéo, www.lhotellerie-restauration.fr/publications/francis.mateo

Les food trucks ont-ils encore de l'avenir ?

Au début des années 2010, la vague des food trucks déferle sur l'Hexagone. Le cabinet Gira Conseil parle de 150 camions en circulation à travers la France entre 2011 et 2014. « *Aujourd'hui, les trois quarts ont déposé le bilan* » constate **Bernard Boutboul**, à la tête du cabinet Gira Conseil. La faute « *à un modèle économique qui ne fonctionne pas chez nous. La quantité embarquée est trop petite et le camion n'ouvre pas assez longtemps dans la journée.* » Résultat : pour un investissement estimé entre 60 000 € et 110 000 €, la rentabilité ne dépasse pas les 70 000 € à 80 000 € en moyenne.

« *Les food trucks qui survivent encore sortent midi et soir et font du privatif le week-end*, poursuit Bernard Boutboul.

« *En France, nous avons trois vents contraires au développement des food trucks : les syndicats de restaurateurs qui les voient comme une concurrence, les municipalités qui ne veulent pas de camions en centre-ville et la répression des fraudes qui tique sur les conditions d'hygiène.* »

Pour Bernard Boutboul, seuls les mobiles légers ont un avenir, « *car ils se déplacent et se garent facilement, et sortent plusieurs fois par jour avec des offres différentes le midi et le soir.* »

Anne Eveillard

Session	EXAMEN		Durée	30 min	
2018	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2	
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière		ORAL	SUJET 9	2/2