

Brevet de Technicien Supérieur

MANAGEMENT EN HÔTELLERIE RESTAURATION

Toutes options (A, B et C)

E4 – Mercatique des services en hôtellerie restauration

Durées :

Coefficient : 3

- *Temps de préparation : 60 minutes.*
- *Présentation du candidat : 10 minutes.*
- *Entretien avec le jury : 20 minutes.*

SUJET 2

Mardi 25 mai 2021 - Après-midi

L'Auvergne Hâte

Aucun document et matériel autorisé.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

ATTENTION : Le sujet devra être intégralement remis à la commission d'interrogation à l'issue de l'épreuve.

Le sujet est librement inspiré d'une entreprise réelle. Pour les besoins de l'épreuve, les données ont été modifiées, complétées et adaptées. De ce fait, elles ne correspondent plus à la réalité même si elles restent cohérentes.

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)	Session 2021
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 2 Page 1/5

L'Auvergne Hâte

Situé à deux pas de la place de Jaude, au cœur du centre-ville de Clermont-Ferrand, dans une rue dédiée à la restauration, le restaurant « l'Auvergne Hâte » a ouvert ses portes le 17 mai 2017.

Claire Dupuy, la Cheffe cuisine des produits du terroir avec simplicité. Touristes ou habitués, les clients apprécient cet « amusant bistrot aux tables bien alignées et dont l'enseigne constitue un programme clair. »

Claire et son équipe accueillent les clients avec chaleur et convivialité et proposent des planches à partager, carpaccio, burgers, cocotte de truffade au jambon de pays, magret du domaine de la Limagne au miel et romarin [...] la petite terrasse sur la rue est accueillante et la formule du jour est à 16 €. La carte change au fil des saisons, et en parallèle, une formule du midi est revue chaque jour, adaptée au budget et au timing de tous, en terrasse ou en intérieur.

Le restaurant refuse du monde tous les midis. Claire envisage de développer l'activité de son restaurant en augmentant le nombre de services par semaine. Actuellement, le restaurant réalise un service midi et soir du mardi au samedi, soit 10 services par semaine. Claire souhaite proposer un service supplémentaire le dimanche midi et étudie la possibilité de réaliser deux services le midi les autres jours.

En vous appuyant sur vos connaissances mercatiques, sur les documents joints et sur votre culture professionnelle, répondre aux questions suivantes :

1. Expliquer l'intérêt de développer l'activité de l'établissement et préciser les risques encourus.
2. Indiquer si le nom commercial est adapté à ce nouveau mode d'organisation. Justifier.
3. Proposer des actions dans le cadre de la mercatique opérationnelle permettant d'accompagner le développement de l'activité du restaurant.

Dossier documentaire :

Document 1	Extrait du site Tripadvisor
Document 2	La métropole clermontoise : 4 ^{ème} position des villes les plus attractives et dynamiques
Document 3	Gastronomie clermontoise
Document 4	Page d'accueil du restaurant Chez Guy
Document 5	La nouvelle collaboration entre Instagram et LaFourchette

Document 1 - Extrait du site TripAdvisor

●●●●● 1 028 avis | N° 7 sur 523 restaurants à Clermont-Ferrand | €€-€€€, Française, Européenne

Notes et avis

4,5 ●●●●● 1 028 avis

N° 7 sur 277 Française à Clermont-Ferrand
N° 7 sur 523 Restaurants à Clermont-Ferrand

Travellers' Choice

NOTES

- Cuisine ●●●●●
- Service ●●●●●
- Rapport qualité-prix ●●●●●
- Ambiance ●●●●●

Détails

CUISINES

Française, Européenne

REPAS

Déjeuner, Dîner

FONCTIONNALITÉS

Réservations, Terrasse, Chaises hautes disponibles, Wi-Fi gratuit, Places assises, Sert de l'alcool, Accepte les cartes bancaires, Service de table

Voir tous les détails
Fonctionnalités

Avis (1 028)

Écrivez un avis

Contrôle des avis

Note attribuée



Type de voyageur

- En famille
- En couple
- Voyage solo
- Affaires
- Entre amis

Période de l'année

- Mars-mai
- Juin-août
- Sept.-nov.
- Déc.-fév.

Langue

- Toutes les langues
 - français (991)
 - anglais (32)
 - allemand (5)
- Plus de langues ▼

Source : <https://www.tripadvisor.com>

Document 2 (1/2) - La métropole clermontoise se classe en 4ème position des villes les plus attractives et dynamiques

Première pour ses performances économiques. Première, également, pour son potentiel d'innovation, son offre culturelle et son offre d'enseignement supérieur. Deuxième dans la catégorie connectivité, capital humain et innovation. Cinquième pour sa qualité de vie... La métropole clermontoise figure encore dans le haut du tableau.

Cette année, le Baromètre la classe en 4e position des métropoles intermédiaires (de 200 000 à 500 000 habitants) les plus attractives et dynamiques, derrière Dijon, Nancy et Tours. Conçu par le réseau de conseil en immobilier d'entreprise Arthur Loyd, auquel s'est associé le magazine Challenges, cette grille de lecture analyse le potentiel et la croissance économique des métropoles en prenant en compte 75 indicateurs statistiques répartis en 4 grandes thématiques. Au total, 45 aires urbaines ont été passées en revue.

Les résultats, publiés en novembre par le magazine, montrent que la métropole clermontoise a presque toutes les clés de la réussite. « Sa pole position pour les performances économiques provient d'une première place pour la résilience et la dynamique économique. Autres points forts, le premier rang pour la sous-catégorie potentiel d'innovation ainsi que pour celle concernant l'offre culturelle et l'enseignement supérieur », écrit Challenges.

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)	Session 2021
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 2
	Page 3/5

Document 2 (2/2) - La métropole clermontoise se classe en 4ème position des villes les plus attractives et dynamiques

Des emplois dans les secteurs stratégiques

Le Baromètre relève aussi une progression de 1,5 % des emplois dans les Activités métropolitaines supérieures (AMS) sur la métropole, entre 2009 et 2017. Soit, entre 1 000 et 5 000 créations de postes dans les secteurs stratégiques que sont les services aux entreprises à forte intensité en croissance, les services aux entreprises de haute technologie, les services financiers et les industries de haute technologie. « Un score bien supérieur à celui de ses concurrentes ».

De la même manière, le territoire comptabilisait 2 566 emplois salariés dans le secteur privé en 2017, soit un taux de croissance de +1,9 % par rapport 2016. Et, 40 à 50 % de sa population serait diplômé de l'enseignement supérieur.

www.lecourrierdesentreprises.fr - novembre 2019

Document 3 - La gastronomie clermontoise

Clermont-Ferrand et sa métropole concentrent un grand nombre de bonnes adresses où le « fait maison », les circuits courts et les labels de qualité tiennent le haut du pavé.

Généreuse, la cuisine auvergnate fait partie du patrimoine culturel local. La tomme fraîche et les pommes de terre sont les ingrédients de base de la truffade, qui résonne comme une récompense de choix après une journée au grand air (avec la potée auvergnate, bien sûr).

L'Auvergne est également (re)connue pour ses cinq AOP fromagères (saint-nectaire, bleu d'Auvergne, Cantal, Salers et fourme d'Ambert), sa charcuterie, ses vins volcaniques en plein renouveau (voir par ailleurs) et ses bières artisanales de qualité. Les amateurs de viande se régaleront d'une pièce de bœuf Aubrac ou Salers ou d'une volaille fermière d'Auvergne. À moins que vous n'optiez pour un omble chevalier ? Un vent d'originalité, d'audace et de créativité souffle dans les cuisines des restaurants clermontois. Comme souvent dans cette ville discrète, les meilleures adresses se découvrent par le bouche-à-oreille ou au gré d'une balade. Il y en a pour tous les goûts et pour toutes les bourses.

Dîner gastronomique en amoureux, assiette de tapas locales entre amis, déjeuner dans une auberge, brunch en famille le dimanche... Tout le monde y trouvera son compte.

Source : www.clermontauvergneturisme.com

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)	Session 2021
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 2
	Page 4/5

Document 4 - Page d'accueil du restaurant Chez Guy



Source : site internet chez Guy

Document 5 - Réseaux sociaux : la nouvelle collaboration entre Instagram et LaFourchette

Qui aurait pu penser qu'un jour le géant Instagram et l'application la Fourchette allaient collaborer ? En effet, LaFourchette a annoncé il y a quelques mois la nouvelle par le biais de son site internet. Cette collaboration consiste en la création d'un raccourci sur le réseau social qui mènera les utilisateurs directement sur le profil LaFourchette du restaurant sélectionné.

Une opportunité pour les restaurateurs.

Ce partenariat entre deux géants que sont Instagram et LaFourchette représente une belle opportunité pour les restaurateurs qui gagneraient en visibilité. En effet, les restaurants sont de plus en plus présents sur les réseaux sociaux. Que ce soit des fast-foods, des restaurants étoilés (Paul Bocuse) ou des restaurants locaux, tous ont su tirer parti d'Instagram. Et c'est notamment parce que bon nombre de leurs clients et futurs clients sont aussi présents sur ces mêmes réseaux sociaux.

En effet, la variété des publications plaît aux abonnés qui peuvent, de ce fait, retrouver des photos du cadre dans lequel ils souhaitent passer un bon moment, ils ont également accès aux différents plats proposés mis en valeur par des photos, aux cartes qui se renouvellent selon les saisons, etc. Les restaurants locaux peuvent aussi mettre en avant leurs collaborations avec des producteurs locaux ainsi que l'utilisation de produits frais. Les réseaux sociaux sont devenus de véritables outils marketing.

L'objectif de ce partenariat.

Instagram donne la possibilité aux restaurateurs d'insérer dans leurs biographies un bouton de réservation relié à l'application LaFourchette. Cette dernière donne accès à un calendrier avec des dates disponibles pour effectuer la réservation. Une fois la date sélectionnée, il faut choisir l'heure de réservation ainsi que le nombre de personnes qui seront présentes.

Cette collaboration est une première dans le secteur de la restauration. Elle aide un peu plus les restaurateurs à réussir leur transformation digitale. Grâce à cet outil, les restaurants ont une image plus moderne et innovante. Les restaurants ont donc tout intérêt à mettre en place ce bouton d'autant qu'il est gratuit pour les restaurateurs partenaires de LaFourchette et qu'il favorise la conversion.

De même, ce nouveau canal de réservation, qui augmente la visibilité des restaurants, contribue à attirer de nouveaux clients.

Source : www.powertrafic.fr, octobre 2018

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)	Session 2021
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 2
	Page 5/5