

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° F5

Thème : La servuction

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 l'évolution de la place du client dans le système de servuction.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - personnel en contact,
 - gestion de l'espace,
 - mercatique sensorielle.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2010	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET F5	1/2

ANNEXE SUJET n° F5

Thème : La servuction

Cours de cuisine : la recette pour en faire un business

Source : L'entreprise.com 18/04/2008

Les Français aux fourneaux ! D'après un sondage réalisé par Unilever, 84 % se disent fiers de préparer un bon repas pour leurs proches ou leurs amis. Ils s'arrachent les livres de recettes, échangent leurs secrets de marmite sur les blogs culinaires et se montrent friands en cours de cuisine. La demande explose, au point que, pour participer à certains ateliers, il faut parfois attendre jusqu'à 3 mois !

On trouve sur le secteur tout à la fois :

- des chefs de grands restaurants réputés qui lancent leur école de cuisine (Alain Ducasse, Lenôtre, le Ritz),
- des traiteurs qui proposent de livrer à domicile ou de préparer tous les ingrédients (Les Dîners de Bérénice),
- des cours municipaux à des prix défiant toute concurrence (à Paris notamment),
- des cours de cuisine en ligne (www.marmiteon.org).

Reste à trouver le bon concept ! Le créateur doit avant tout définir le type de prestations qu'il souhaite créer : cours de cuisine dans un atelier, au domicile du client,... et aussi le type de cuisine qu'il va enseigner : gastronomique, exotique, pour les enfants, autour des épices, du chocolat...

Les cours de cuisine peuvent s'adresser à deux types de clientèle : les particuliers qui veulent apprendre la cuisine pour mieux recevoir leurs amis et les entreprises qui trouvent là un moyen convivial et fédérateur de motiver leurs équipes.

La clientèle des particuliers se décompose entre les personnes qui ont du temps et celles qui en ont moins. Il est donc judicieux de prévoir des horaires et des séances adaptés. « Pour les actifs pressés, nous proposons tous les midis une formule phare « l'encas », une demi-heure pour concevoir un plat, une demi-heure pour le manger. Pour ceux qui ont plus de temps, nous avons également des cours de 2 ou 3 heures. Les soirées sont réservées aux entreprises » poursuit François Bergerault.

Pour démarrer, plusieurs solutions s'offrent en fonction des fonds dont dispose l'entrepreneur. Avec moins de 50 000 euros, il est possible de démarrer au domicile des clients. Des ustensiles de cuisine, des caisses frigorifiques et un véhicule sont cependant nécessaires. Avec plus de 300 000 euros, le créateur peut offrir un espace dédié aux cours de cuisine, une zone de dégustation et une boutique pour la vente. « La vente d'ustensiles, de produits de petite épicerie et de livres représente entre 10 et 12 % de notre chiffre d'affaires. « Les clients apprécient de pouvoir trouver sur place du matériel de professionnel » précise François Bergerault dont la société affiche 4,8 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Les prix grimpent dès lors que la prestation est personnalisée ou réalisée au domicile du client. « Je prends 200 euros par personne quand j'interviens chez le client. Je passe la journée avec lui, depuis les courses au marché le matin jusqu'à la réalisation des plats et le service le soir ».

Sur ce marché, le bouche à oreille est indispensable. « Une hôtesse de maison qui explique à ses 6 convives que la recette qu'elle leur a servie lui a été enseignée dans un cours de cuisine, c'est 6 clients potentiels. Le bouche à oreille est énorme et la plupart de nos clients sont arrivés comme ça à nos cours » raconte François Bergerault.

Valérie Froger

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2010	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET F5	2/2