

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° 2**

### **Thème : La mercatique environnementale**

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.
- Précisez pourquoi un hôtelier ou un restaurateur intègre dans ses décisions mercatiques les préoccupations actuelles de la société. Proposez des actions pouvant concrétiser cette orientation.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - mercatique éthique,
  - image de marque,
  - communication institutionnelle.

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

## **ANNEXE SUJET n° 2**

### **Thème : La mercatique environnementale**

#### **Action environnementale : Pour une mobilisation générale !**

Source : sites internet Mc donald's et consoglobe

Mc DONALD'S FRANCE S'EST ENGAGÉ À RÉDUIRE SES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DE 8% AVANT 2010. IL RELÈVERA CE DÉFI AMBITIEUX SI CHACUN S'IMPLIQUE DANS LA PRÉSERVATION DE LA PLANÈTE, DANS CHAQUE RESTAURANT QUOTIDIENNEMENT.

Depuis longtemps, l'environnement fait l'objet d'une attention particulière chez McDonald's France. En la matière, trois axes de progression structurent la démarche de l'entreprise. Elle s'engage dans la lutte contre le réchauffement climatique et fait de cet objectif la clé de voûte de sa stratégie ; ainsi, pour participer à son échelle aux engagements internationaux du protocole de Kyoto, McDonald's France se fixe pour objectif de réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 8 % avant 2010. Parallèlement, elle agit pour maîtriser les nuisances occasionnées par l'activité de ses restaurants (intégration architecturale, déchets sur la voie publique, confort sonore et acoustique) et préserver les ressources naturelles (économie d'eau, valorisation des déchets...). Des efforts qu'elle s'impose bien au-delà de ses obligations réglementaires.

#### **Mc Donald's n'aime pas les déchets**

*«Les consommateurs qui laissent ces déchets sur la voie publique ne se comportent pas en éco-citoyens. Ce n'est pas esthétique et cela pose un problème aux collectivités locales qui doivent les collecter», a déclaré Nelly Olin, le ministre chargée de l'environnement.*

#### **Mc Donald's agit en faveur de l'environnement**

McDonald's France l'a bien compris et a mis en place des plans destinés à promouvoir la propreté : ses employés vont ramasser les déchets qui sont jetés autour des restaurants.

- Selon Jean-Pierre Petit, le président de McDonald's France, aucune solution ne répond vraiment au problème, et la solution doit être globale en mobilisant des éléments techniques et commerciaux. Il insiste sur le fait que seule une évolution des comportements des clients permettra de vraiment progresser.



*«Nous déployons de nombreuses actions visant à réduire nos déchets à la source en optimisant nos emballages» déclare-t-il. Mc Do utilise chaque année **27.000** tonnes de serviettes, gobelets, , couverts..., à 90% en papier et carton et à 52% fabriqués à partir de fibres recyclées.*

#### **Valorisation et recyclage des déchets**

En 3 ans, la réduction des emballages a permis d'économiser 5.000 t. de carton et 200 t. de plastique. L'optimisation du stockage de sirop de Coca-cola a permis d'éviter l'utilisation et la vente de 5.000 cannettes.

- *«A l'aval de la chaîne, nous travaillons sur tous les chantiers possibles de valorisation et de recyclage de nos déchets», a ajouté Jean-Pierre Petit. 7.300 tonnes d'huile de friture usagée sont collectées dans 95% des restaurants McDonald's, puis transformées en biodiesel.*

- chaque année **50%** des restaurants collectent 5.000 tonnes de cartons

d'emballage, destinés à l'industrie papetière. D'autres magasins travaillent avec les services municipaux pour recycler leurs cartons.

- Autre initiative, une expérience de compostage à Évreux, qui sert de test pour les autres régions.

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