

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° 16**

### **Thème : L'image de marque**

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. Votre exposé les traitera 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.
- Comment une entreprise d'hôtellerie restauration peut-elle modifier son image et mesurer les résultats des actions entreprises ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - groupe de pression,
  - notoriété,
  - parrainage.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2012	<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 16	<b>1/2</b>

**ANNEXE SUJET n° 16**  
**Thème : L'image de marque**  
**Ronald McDonald va-t-il disparaître ?**

Source : FRANCE SOIR .FR – MAI 2011

**Des médecins américains souhaitent faire interdire la mascotte du géant des fast-food, McDonald's.**

La mascotte qui officie depuis plus de 50 ans va-t-elle disparaître ?

Ronald McDonald va-t-il disparaître? C'est en tout cas le souhait d'une centaine de médecins américains regroupés dans une lettre ouverte, publiée mercredi dans les grands quotidiens outre-atlantique. Le groupe de médecins reproche à la firme de favoriser l'obésité infantile. Véritable fléau aux États-Unis - l'obésité touche 15% des enfants - , les médecins mobilisés souhaitent alerter l'opinion publique à la veille d'une réunion annuelle des dirigeants de McDonald's à Chicago.



Mais les médecins américains ne demandent pas que la tête du clown Ronald McDonald. Dans la lettre ouverte, ils appellent McDonald's à cesser de proposer des jouets dans le « Happy Meals », le menu enfant ultra-calorique, trop riche en sel, en graisse et en sucre. Cette mesure a déjà été prise dans la ville de San Francisco (Californie), où les menus dédiés aux enfants, dont le contenu calorique est supérieur à 600 calories, sont désormais prohibés.

La campagne, lancée par l'organisation à but non lucratif Corporate Accountability International, vient se greffer à la demande d'un groupe de religieuses qui a déjà proposé que l'entreprise publie à l'occasion de sa réunion de jeudi, un rapport évaluant sa réponse aux « inquiétudes du grand public concernant les liens entre fast-food et obésité infantile ».

McDonald's, dans un communiqué, est venu à la rescousse de sa mascotte. « *En tant que visage de Ronald McDonald House Charities (la branche chargée des activités caritatives du groupe, ndlr), Ronald est un ambassadeur au service du bien et délivre aux enfants des messages importants sur la sécurité, l'apprentissage de la lecture et un mode de vie équilibré et actif* », écrit le groupe. Ses menus seraient pour leur part vantés par « *les parents (qui) nous disent apprécier les choix offerts par les Happy Meals* », ajoute la firme américaine.

**McWorld**

Les médecins américains ont encore de quoi s'attaquer au géant du Fast-Food. Le groupe a récemment mis en ligne un nouveau site à l'adresse des enfants. McWorld, c'est son nom, sponsorisé par McDonald's, est un monde virtuel où les visiteurs ont la possibilité de créer des personnages, des cabanes... La subtilité marketing est que la marque McDonald's n'apparaît à aucun moment sur le site.

Par **M. T**

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2012	<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 16	<b>2/2</b>