

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 : Connaître son marché

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.

- Précisez l'intérêt pour un hôtelier ou un restaurateur de pratiquer la veille mercatique. Quels sont les outils qu'il peut utiliser ?

- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - fidélisation,
 - circuit de distribution,
 - gamme de produits.

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2012	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 : Connaître son marché

Boulangerie-traiteur : l'offre déjeuner à emporter

Source : site L'hôtellerie Restauration – 09/02/2011

Les enseignes de restauration rapide n'ont pas le monopole du snacking : nombre de commerçants plus "traditionnels" l'ont aujourd'hui adopté pour fidéliser leur clientèle. En développant une offre complémentaire, ils ont ainsi trouvé une nouvelle jeunesse. Pour preuve, 80 % des boulangeries et traiteurs proposent aujourd'hui une offre de sandwicherie (quiches, sandwiches, pizzas, glaces, etc.), et cette activité complémentaire ne cesse de se développer chaque année. Fort de ce constat, la prochaine édition du Sandwich & Snack Show porte cette thématique à l'honneur avec un programme dédié.

Le sandwich représente un chiffre d'affaires non négligeable de plus de 650 millions d'euros sur le circuit boulangerie-pâtisserie et assimilés. C'est ce que révèle la toute dernière étude nationale boulangerie-pâtisserie menée par CHD Expert. Pour rappel, le chiffre d'affaires du marché du sandwich s'est élevé à environ 6,33 milliards d'euros en 2009, pour près de 1,960 milliard de sandwiches consommés, tous circuits de distribution confondus. Du côté des boulangeries, on affiche un volume d'environ 131 millions de sandwiches, pour un chiffre d'affaires de 362 millions d'euros, soit près de 15 % de leur CA global (étude 2009 sur le marché du Sandwich en France, Gira Conseil pour le Sandwich & Snack Show).

La boulangerie-pâtisserie en mode snacking

L'étude CHD Expert 2010 révèle un certain nombre de points fondamentaux démontrant la nette progression de l'offre à déjeuner/emporter sur le segment boulangerie-pâtisserie et assimilés (boulangerie, terminal de cuisson et autres) :

- 81 % des établissements possèdent aujourd'hui une offre complémentaire à leur activité principale en 2010 (+ 6,8 pts vs 2009).
- Plus de la moitié des établissements possédant une activité complémentaire proposent une offre de sandwicherie (60 %). Cette activité complémentaire est en nette progression en 2010 par rapport à 2006 (+ 7,8 pts).

La quiche et le sandwich au top

- Les quiches constituent le produit salé le plus proposé en vente à emporter sur le circuit Boulangerie-Pâtisserie : 79,1 % des établissements les proposent.
- Le classique sandwich baguette se situe au deuxième rang avec un taux de proposition égal à 76 %.
- La pizza fait partie du top 3 des produits salés les plus proposés en vente à emporter même si elle est en baisse de proposition par rapport à 2009 (- 2,3 pts) et par rapport à 2006 (- 6,6 pts). 69 % des établissements concernés la proposent.
- 86 % des établissements qui proposent une offre à emporter proposent des pâtisseries en 2010. Il est à noter qu'il s'agit du produit sucré ayant le plus positivement évolué par rapport à 2006 (+4,2 pts) et 2009 (+3,4 pts).

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2012	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