

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° 18

Thème : Mettre en œuvre son plan de marchéage

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 pourquoi un hôtelier-restaurateur décide de lancer un nouveau concept en impliquant le client dans la prestation de service. Citez les différentes étapes à suivre pour créer un nouveau concept.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - concept de restauration,
 - mercatique expérientielle,
 - franchise.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2014	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 18	1/2

ANNEXE SUJET n° 18

Thème : Mettre en œuvre son plan de marchéage Une barbecue-party au restaurant

Source : BRA - Tendances Restauration N°347 Juin-Juillet 2013 (extrait)

Pendant que le segment grill continue de se développer en France, Laurent Moulin fait mûrir un concept original à Caen. [...] Lorsque le client entre au Sans Gêne, il s'insère dans un protocole particulier. Il est prévenu dès l'extérieur, par les panneaux et par l'équipe du restaurant : « *N'hésitez pas, vous allez vivre une expérience originale.* » S'il accepte le défi, le client est accueilli et installé comme il se doit et se voit offrir une sangria blanche maison. Puis, on lui explique en moins de 3 minutes la particularité du lieu et ce qu'il doit y faire.

En résumé, le client est invité à se lever pour se servir et préparer son plat. Il réalise son assiette, surveille la cuisson de sa viande et se sert même ses boissons. « *Le nom du restaurant fait référence au fait que nous, patrons et serveurs, sommes sans gêne vis-à-vis des clients.* »

Les réactions? Certains n'apprécient pas vraiment l'idée de devoir tout faire. « *Le concept est ainsi fait, et nous ne faisons pas d'exception. Chacun est libre de venir ou de ne pas venir chez nous* », lance Laurent Moulin.

D'autres clients pensent que le nom de l'établissement les autorise à tout faire.

« *Ils se trompent : ce sont les serveurs qui sont sans gêne, pas les clients! Ces derniers doivent rester corrects et je n'hésite pas à sortir ceux qui se comportent mal. Je préfère perdre 5 clients et en conserver 40* », continue l'entrepreneur.

Sans gêne, le client peut par contre l'être pour se resservir : tout y est à volonté, boissons, légumes et viande! Nous recevons de grands mangeurs, cela fait partie du concept. Mais il y a un équilibre naturel avec les petits estomacs. Globalement, nous encourageons nos clients à aller se resservir pour qu'ils puissent goûter à d'autres produits. »

Le cœur du concept, c'est l'esprit barbecue. Plus de 20 types de mini-saucisses et de morceaux de viande sont proposés en libre-service. « *Les viandes sont préparées, marinées et découpées par des spécialistes* ». [...]

Après avoir fait leur choix, les clients se rendent au barbecue et gèrent le temps de cuisson comme ils le souhaitent. « *Autour du barbecue, les gens discutent, font connaissance, boivent un verre... C'est un vrai moment de convivialité. Nos clients sont détendus, ils prennent le temps de composer et de préparer le repas dont ils ont envie, et de le déguster au rythme qui leur plaît* ». [...]

Comme pour la viande, les accompagnements se présentent sous forme de buffet. Quelques 25 fruits et légumes différents sont proposés préalablement coupés par les cuisiniers. [...]

En offre complémentaire, les clients peuvent aussi profiter de fromages, de salades et de quelques desserts maison comme un tiramisu banane-Nutella, une mousse au chocolat blanc ou encore de la teurgoule, du riz au lait cru entier à la cannelle cuit au four pendant 8h. Entrées, plats, desserts, boissons... tout est en libre-service et inclus dans une formule unique à 25 € par personne.

« *Notre offre est souvent considérée comme anti-crise, ce qui explique en partie le fait que nous n'ayons pas souffert de la crise. Notre chiffre d'affaires est en croissance permanente depuis l'ouverture il y a 6 ans et nous avons fait + 9% de 2011 à 2012 (385 000 €)* ». Le fonctionnement du lieu impose des charges et des coûts moins importants que pour un restaurant traditionnel. La main d'œuvre n'a par exemple pas besoin d'être qualifiée en restauration. Le Sans Gêne emploie 7 personnes (4 équivalents temps plein), pour une capacité d'accueil de 120 places. Ouvert du lundi au samedi, avec des services pouvant aller jusqu'à minuit le week-end, il réalise des pics à 160 clients par service le samedi.

Conscient que son concept est unique et attractif, Laurent Moulin a déposé depuis plusieurs années déjà le nom et le logo du Sans Gêne. Il a aussi pris le soin de s'envoyer dans une enveloppe solo avec A/R une plaquette explicative du concept. Le patron n'a, cependant, pas voulu faire trop de bruit pour le moment. « *Nous sommes restés simples et n'avons pas spécifiquement cherché à communiquer. Le bouche à oreille nous suffit pour remplir notre établissement. Nous recevons, ainsi, des clients intéressés par notre concept.* »

Pour l'instant, le patron travaille encore au développement de son établissement. « *Nous améliorons notre programme de fidélisation et communiquons auprès de nos 10 000 clients par SMS. Nous leur fournissons certains services comme des informations sur le stationnement autour de notre restaurant. Nous faisons tout pour que leur expérience soit la meilleure possible.* » Laurent Moulin pense à déménager son concept vers un bâtiment plus spacieux et mieux agencé. « *Il s'agirait de réaliser une belle vitrine du concept.* » La franchise ? L'entrepreneur y songe.

Il nous faudra responsabiliser les franchisés pour que les clients puissent retrouver la même ambiance et le même état d'esprit dans les différents établissements » Laurent Moulin est déjà très sollicité, par des clients et des professionnels. « *Nous sommes ouverts à toute discussion, mais rien ne presse* », résume-t-il, collant ainsi à la philosophie de son établissement.

Anthony Thiriet

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2014	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 18	2/2