

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° 19

Thème : se développer en franchise

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.
- Présentez les intérêts de la franchise pour le franchiseur et pour le franchisé. Expliquez les limites de ce développement pour les deux partenaires.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - distribution,
 - réseau,
 - innovation produit.

Session 2017	EXAMEN		Durée	30 min
	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 19	1/2

ANNEXE SUJET n° 19

Thème : se développer en franchise

Basilic & Co : « Une enseigne leader par les idées »

Source : Les échosdelafranchise.com - 01 mars 2016



**Restauration rapide haut de gamme de pizzas 100% « faites maison »
cuisinées à partir d'ingrédients français artisanaux, et cuites au four à bois.**

Chez **BASILIC & CO**, la cuisine est ouverte, les produits sont préparés sous les yeux des clients et le service rapide. Les pizzas sont cuisinées à partir d'ingrédients artisanaux français labellisés (Bleu du Vercors AOC, mozzarella artisanale française, jambon sec d'Ardèche IGP, tome des Bauges AOC...). L'innovation produit est fondamentale chez **BASILIC & CO** qui renouvelle en permanence sa large gamme de pizzas.

Lancé en franchise en 2013, le réseau Basilic & Co développe son concept de pizzas « terroir » cuites au feu de bois depuis une dizaine d'années et compte aujourd'hui cinq établissements en France. Un développement lent mais maîtrisé, dans le but de limiter les risques d'échec.

« Notre enseigne est à forte valeur ajoutée : nous sommes leaders par les idées, les produits et les chiffres d'affaires développés par nos restaurants pilotes (en croissance de 20 % sur l'année 2015) », assure Laurent Bassi, son fondateur. Le dirigeant ne cache pas son envie de croissance et recherche de nouveaux candidats à la franchise.

Lyon, une opportunité forte

Le bassin lyonnais constitue pour Basilic & Co une place attractive : *« Lyon est la ville de la gastronomie et est très intéressante économiquement pour notre enseigne »*, commente Laurent Bassi. Des opportunités sont d'ailleurs à saisir pour des implantations en franchise dans l'hyper centre-ville, mais aussi en périphérie, *« voire même toute la région lyonnaise »*, précise le dirigeant.

Des ambitions nationales

Si Basilic & Co, né en Isère, s'est développé principalement dans la région Rhône-Alpes, ses ambitions s'étendent à l'échelle nationale – le premier franchisé de l'enseigne a ouvert à Nantes – voire internationale. *« Nous avons des projets sur le territoire suisse »*, confie notamment Laurent Bassi, rappelant toutefois que l'international n'est pas prioritaire et attendra que le réseau atteigne une taille plus importante. *« Nous ne sélectionnons que des projets qualitatifs [...] et visons une dizaine de restaurants ouverts courant 2016 »*, conclut Laurent Bassi. Soit un doublement du réseau d'ici un an.

L'objectif premier du réseau est la satisfaction de sa clientèle. Pour cela, l'enseigne développe son matériel et une organisation exclusive permettant d'assurer un service rapide lors des « rushs », de garantir une qualité optimum des produits et de privilégier le contact avec la clientèle.

La protection de l'environnement est également au cœur des préoccupations de **BASILIC & CO** : emballages recyclés et recyclables, ampoules basse consommation, produits nettoyants écologiques, tri sélectif des déchets, emploi de matériaux écologiques dans la conception des magasins...

Session 2017	EXAMEN		Durée	30 min
	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 19	2/2