

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° 10**

### **Thème : gérer l'e-réputation**

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.
- Indiquez de quoi résulte l'e-réputation d'un établissement d'hôtellerie-restauration. Quels sont les outils à sa disposition pour la gérer ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - communication institutionnelle,
  - crise d'e-réputation (bad buzz),
  - mercatique sociétale.

Session	EXAMEN			Durée	30 min
2018	<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	<b>SUJET 10</b>		<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET n° 10**

### **Thème : gérer l'e-réputation**

#### **Document 1 : McDonald's France étrillé pour sa gestion des déchets**

Source : *Stratégies* - 15 mai 2017

#### **Document 2 : Le plan déchets de McDonald's**

Source : *Journal du développement durable de McDonald's France, Rapport de l'année 2016*

**Document 1 : McDonald's France étrillé pour sa gestion des déchets : L'ONG Zero Waste pointe du doigt la chaîne de restauration rapide pour sa production très importante de déchets d'emballage et son manque de transparence sur le sujet.**

Etre plus transparent, opter sur place pour de la vaisselle réutilisable et généraliser le tri des emballages et des déchets organiques : l'ONG Zero Waste interpelle McDonald's France et lui adresse des préconisations valables pour toute la restauration rapide. Dans un rapport publié mardi, Zero Waste pointe la « *responsabilité de McDonald's France, principale chaîne de restauration rapide (plus de 1 400 lieux de vente), un secteur en plein développement mais dont le modèle repose pour l'heure sur une production très importante des déchets d'emballage* ». [...]

#### **Un volume de déchets en hausse**

« Depuis 2016, les acteurs produisant plus de dix tonnes de biodéchets par an ont l'obligation de les trier et de les valoriser, mais McDonald's ne publie pas d'information sur ses restaurants et entretient le flou à ce sujet », a déclaré à l'AFP Flore Berlingen, directrice de Zero Waste France. L'association estime que « *la quantité totale de déchets produits est en augmentation entre 2013 et 2015 à rebours des messages de communication affichés par la société et des objectifs de réduction des déchets nationaux et européens* ». Autres griefs : la baisse de la part des fibres recyclées dans les emballages en carton entre 2011 et 2015, un taux de recyclage global faible (25%), une lutte insuffisante contre l'abandon des emballages à proximité des restaurants et contre le gaspillage lors de la gestion des commandes.

#### **Des huiles usagées transformées en biocarburant**

McDonald's n'a pas commenté ces critiques mais indique que ses restaurants « *trient et recyclent les cartons de livraisons et les huiles usagées* » qui servent de biocarburant. L'enseigne a aussi assuré que le tri sélectif se déployait « *progressivement* » et que 500 restaurants luttent contre « *les emballages abandonnés en partenariat avec les collectivités* ». « *McDonald's France met en avant le recyclage des huiles de frites, mais c'est une obligation légale, pour le reste, ils traînent les pieds, alors qu'ils font beaucoup mieux dans d'autres pays* » comme l'Allemagne, l'Autriche ou les Pays-Bas, estime Flore Berlingen. Parmi les mesures recommandées, l'ONG souligne aussi la nécessité de former les salariés aux enjeux de la réduction des déchets.

#### **Document 2 : Le plan déchets de McDonald's**

McDonald's accorde une importance particulière à la réduction de la quantité des impacts environnementaux des déchets produits par l'activité des restaurants. Le plan déchets regroupe l'ensemble des actions menées par l'enseigne pour agir à chaque étape de la filière, de la conception à la valorisation, sans oublier le problème de l'abandon des emballages aux alentours des restaurants. Chaque voie possible de progrès est testée avant d'être déployée. Cette volonté d'agir à chaque étape est reflétée par les trois axes du plan déchets. **Eco-concevoir les emballages** : réduire le nombre, le poids et le volume des emballages, sélectionner les matières d'origine renouvelable ou recyclées... **Lutter contre les emballages abandonnés sur la voie publique** en partenariat avec les collectivités locales. **Valoriser l'ensemble des déchets en matière et en énergie** : cartons de livraison, huiles de friture, emballages, déchets organiques...

**7 277 tonnes d'huiles de friture usagées collectées pour valorisation en biocarburant.**

**Plus de 13 400 tonnes de cartons de livraison recyclées en filière papetière.**

**15 restaurants ont mis en place le tri en salle fin 2016.**

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2018	<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	<b>SUJET 10</b>	<b>2/2</b>