

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° 24**

### **Thème : choisir l'international**

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.
- Quelles peuvent être les raisons, pour un hôtelier et un restaurateur, d'aller s'installer à l'étranger ? Vous indiquerez les étapes nécessaires à la réussite de son installation à l'étranger.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - étude de marché,
  - COFACE,
  - la marque.

|              |   |   |                 |            |
|--------------|---|---|-----------------|------------|
| Session 2018 | EXAMEN  |   | Durée           | 30 min     |
|              | <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 24</b> | <b>1/2</b> |

## **ANNEXE SUJET n° 24**

### **Thème : choisir l'international**

#### **Ohlala French Bistro, le pari d'un Français à Las Vegas**

Source : l'Hôtellerie-Restauration n°3541 - 9 mars 2017

#### **Ohlala French Bistro, le pari d'un Français à Las Vegas**

**Las Vegas (ÉTATS-UNIS)** Richard Terzaghi est installé aux États-Unis depuis seize ans. Après plusieurs ouvertures réussies à San Francisco, il a posé ses valises dans le Nevada. Il s'adresse à une clientèle locale à la recherche d'une cuisine française simple et accessible.

Seize années passées à San Francisco (États-Unis) ont permis à **Richard Terzaghi** de passer d'un job de *busboy* (celui qui débarrasse les tables) à celui de chef autodidacte, copropriétaire de plusieurs affaires, parmi lesquelles L'Osteria del Forno. La pression foncière que connaît cette ville voisine de la Silicon Valley l'a poussé à chercher une nouvelle terre d'accueil. Las Vegas (Nevada) réunit le plus de critères positifs : facilités d'installation et loyers modérés au croisement de toutes les attractions de l'Ouest américain. « *Monter un établissement à Las Vegas peut se faire avec seulement 160 000 \$ [environ 150 550 € NDLR] quand il en coûtera 500 000 \$ [environ 470 490 €] à San Francisco. Pour un loyer équivalent de 6 000 \$ [environ 5 640 €] par mois, mon établissement de San Francisco fait 70 m², alors qu'ici, je dispose de 180 m².* » Richard Terzaghi et son associé ont choisi un quartier excentré mais habité par de grosses fortunes de la ville, pour développer un bistrot français de quartier, car il n'y a pas ou peu de concurrence sur ce créneau à Las Vegas « *Il y avait une carte à jouer* », souligne-t-il. Ohlala French Bistro a ainsi ouvert ses portes en septembre dernier.

**Adapter les techniques et savoir-faire** : pour investir dans sa première affaire, Richard Terzaghi a dû obtenir, il y a seize ans, un visa de type E2. Dans son cas, l'investissement s'est élevé à 100 000 \$ (environ 94 000 €). Il renouvèle ce visa tous les cinq ans, en passant par l'ambassade des États-Unis à Paris, plus les frais d'un avocat en immigration, soit entre 2 000 \$ et 3 000 \$ (entre 1 880 € et 2 820 € environ). Parmi les avantages du système américain, le premier est la souplesse des contrats. Celui-ci peut être tacite et une poignée de main suffit à sceller une embauche. Si le salarié ne convient pas, il suffira d'un préavis de quinze jours pour le licencier. En revanche, la réciprocité existe et si un employé est insatisfait, il peut quitter son poste sans justification. Par ailleurs, « *les besoins en personnel sont plus importants aux États-Unis qu'en France* », mais il est trop coûteux pour Richard Terzaghi d'embaucher un Français, car les frais liés au permis de travail sont souvent à la charge de l'employeur. Lors des recrutements, il a reçu des dizaines de candidatures, plus ou moins qualifiées : « *Mes quatre premiers cuisiniers ne savaient pas faire une mayonnaise !* » Mais il croit plus au potentiel qu'aux compétences techniques pour réussir et évoluer très vite dans l'entreprise. « *Les cuisiniers américains ne font pas de la cuisine comme nous la connaissons en France. Il a fallu adapter mes techniques et mon savoir-faire pour proposer une offre qualitative mais en adéquation avec la manière de travailler des Américains, comme la préparation à l'avance de certains mets ou sauces pour gérer le débit.* »

Richard Terzaghi souhaite transmettre ce qu'il a appris, à l'image de ce que ses chefs lui ont inculqué. Il souhaiterait accueillir dans son équipe un jeune diplômé français sur du long terme en lui offrant un visa E2 dépendant. Avec la volonté de démocratiser la cuisine française aux États-Unis, en proposant des plats populaires à des prix accessibles, Ohlala French Bistro a vite démarré. Reste une difficulté à surmonter : le Strip - le long boulevard où se concentrent les hôtels-casinos les plus vastes et les plus récents - concentre les plus grands restaurants de Las Vegas, et les fournisseurs s'y précipitent. Difficile pour un indépendant de trouver les bons fournisseurs, de qualité et disponibles. « *À San Francisco, les restaurateurs bénéficient d'une pléthore d'offres de fournisseurs qui proposent des produits frais, comme les poissons fraîchement pêchés ou les fruits et légumes de Californie. Nous n'avions aucune difficulté à trouver des produits frais et à nous approvisionner. À Las Vegas, le marché est cannibalisé par le Strip et les fournisseurs de qualité ne sont pas accessibles. La ville se trouve en plein désert du Nevada et il est donc difficile de trouver des produits locaux, constate-t-il. J'ai dû retirer les moules marinières de la carte car pour le moment je n'ai pas réussi à en trouver.* »

Malgré ces contraintes, Richard Terzaghi voit toujours plus loin. « *Les États-Unis offrent de formidables opportunités pour investir et une heure suffit à créer une activité. Si vous avez une bonne idée, les investisseurs suivent très facilement* », conclut-t-il.

Vanessa Guerrier-buisine

|              |   |                 |            |
|--------------|---|-----------------|------------|
| Session 2018 | EXAMEN  | Durée           | 30 min     |
| ÉPREUVE      | <b>BTS Hôtellerie-Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b><br>Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL | Coefficient     | 2          |
|              |   | <b>SUJET 24</b> | <b>2/2</b> |