

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° 4**

### **Thème : personnaliser son offre**

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.
- Comment un réseau de restauration s'adapte-t-il à la clientèle locale tout en standardisant son offre ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - glocalisation,
  - longueur de gamme,
  - mercatique « one to one ».

|         |   |   |                |             |        |
|---------|---|---|----------------|-------------|--------|
| 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 4</b> | <b>1/2</b>  |        |

## **ANNEXE SUJET n° 4**

**Thème : personnaliser son offre**

**Les burgers Five Guys : pourquoi ça marche**

*Source : L'express / L'expansion - 19 juin 2017*

**Chez Five Guys, nul besoin de manger deux fois le même repas (sauf si vous le voulez)**

*Extraits du site internet FIVE GUYS*

*<https://www.fiveguys.fr/about#tab-customisation>*

**Un menu personnalisable presque à l'infini, le choix du « fait maison avec des aliments frais » et des restaurants implantés en centre-ville... Les secrets du succès de Five Guys.**

Avec un chiffre d'affaires de 1,6 milliard de dollars au niveau mondial, la chaîne de restauration rapide préférée des Américains a de grandes ambitions en France. Après Bercy Village, Disney Village et les Champs-Élysées, Five Guys a choisi le boulevard des Capucines (Paris 11e) pour ouvrir son quatrième établissement dans l'Hexagone.

### **Le choix du haut de gamme**

Five Guys lorgne un marché stratégiquement important. En effet, les Français avalent chaque année 1,2 milliard de burgers pour un budget estimé à 9,5 milliards d'euros. La marque a fait le pari du « fait maison avec des aliments frais ». Elle s'approvisionne chaque jour, au gré des saisons, chez différents producteurs réputés. Mais la concurrence d'enseignes comme Big Fernand, King Marcel ou encore French Burgers, dans le burger haut de gamme est redoutable.

### **Menu personnalisable**

Les cuisines, ouvertes derrière le comptoir, attirent des jeunes consommateurs, qui composent leur sandwich à partir de 9 euros, et peuvent y ajouter l'un des 15 ingrédients dont la provenance est affichée. Au total, 250 000 combinaisons sont possibles.

### **Des emplacements stratégiques**

Avec seulement 1441 restaurants dans le monde, contre 35000 établissements McDonald's et 13 000 Burger King, Five Guys a choisi de s'installer dans le centre-ville des grandes agglomérations. Pour preuve, le fast-food XXL des Champs-Élysées, le plus grand au monde avec 1 200 mètres carrés, est le n°1 de la chaîne en termes de fréquentation et de chiffre d'affaires, devant Dubaï, Londres et New York. La marque ambitionne d'ouvrir 40 restaurants en France d'ici à 2020. Le prochain est prévu à Lille à la fin de l'été.

## **Chez Five Guys, nul besoin de manger deux fois le même repas (sauf si vous le voulez)**

C'est votre repas. Donc, nous pensons que vous devez manger exactement ce que vous désirez. Entre les hamburgers, les hot dogs, les sandwiches et une multitude de garnitures, vous pouvez choisir parmi plus de 250 000 combinaisons de garnitures possibles (sans parler des 1 000 combinaisons de milkshake).

Cela dit, nombreux sont nos clients qui se régaler à l'idée de manger leur repas préféré habituel à chacune de leurs visites. Tout ce qui peut chatouiller vos papilles. Liberté totale !

Le saviez-vous ? Si vous mangiez chez Five Guys une fois par an, il vous faudrait 684 ans pour goûter toutes nos combinaisons de burgers et de garnitures.

Mais il n'y a pas que nos burgers que vous pouvez personnaliser. Chacun de nos restaurants dispose de sa propre machine Coca-Cola® Freestyle, vous donnant le choix parmi plus de 125 boissons ! De l'Orange Coke® au Raspberry Sprite®.

|                 |   |   |                |            |
|-----------------|---|---|----------------|------------|
| Session<br>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 4</b> | <b>2/2</b> |