

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° F5

Thème : choisir son mode de distribution

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 une entreprise de l'hôtellerie-restauration peut-elle développer son réseau de distribution ?
Quelles sont les contraintes d'un développement en franchise ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - réseau de distribution,
 - innovation,
 - notoriété spontanée.

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2018	BTS Hôtellerie-Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET F5	1/2

ANNEXE SUJET n° F5

Thème : choisir son mode de distribution TENDANCES À SUIVRE

Source : L'Express n°40 du jeudi 2 mars 2017 par Valérie FROGER

Bye Bye Nits, Miss Cookies, Frites Alors, Persillé, Nitrogénie, La Vignery... Des dizaines de réseaux se lancent chaque année avec des concepts originaux et prometteurs. Décryptage.

Libéralisation des marchés, ubérisation des activités, flexibilité du travail... Le monde change et transforme les modèles économiques des entreprises. La franchise n'échappe pas à cette lame de fond. « *Nous voyons apparaître des concepts très innovants qui surfent sur des tendances jusqu'alors inexploitées en franchise.* » [...]

« *Tout concept est franchisable dès lors que son modèle économique répond à un besoin identifié et s'appuie sur un marché porteur* », renchérit Sylvain Bartolomeu, dirigeant associé chez Franchise Management.

Seulement voilà... un marché prometteur ne suffit pas à garantir la réussite d'une jeune franchise. L'idée de départ peut être bonne mais si derrière, le franchiseur ne fait pas correctement son travail, le réseau n'ira pas loin. « *Il faut s'assurer du sérieux du franchiseur, avertit Laurent Delafontaine, associé au sein du cabinet Axe Réseaux. [...] Propose-t-il un avantage concurrentiel qui permet de gagner du temps ? S'est-il fait accompagner dans la construction de son projet en franchise ? Ces questions sont indispensables quand on rejoint une enseigne.* » [...]

RESTAURATION, LA QUALITÉ ET LE GOÛT A L'HONNEUR

Comme toujours, les nouveaux concepts pullulent dans ce secteur. La saga des burgers se poursuit avec l'arrivée d'enseignes comme 213 East Street, Road Side ou Urbun. Leur mot d'ordre : la qualité et le goût. Cette tendance du premium domine d'ailleurs dans la restauration rapide.

Les concepts de bars à salades (Nostrum, Pur Etc, Eat Salad...) et de boulangeries-café (Feuillette, Boréa...) parient sur la dimension du « fast good ». La petite restauration gourmande (glaces, cookies, milkshakes...) n'est pas en reste avec des modèles aboutis. Tout juste franchisé, Sweet'Shake (quatre ouvertures prévues) propose des smoothies et des milkshakes personnalisables à l'envie avec des friandises. Son credo : « *You choose it, we shake it.* » Miss Cookies joue, de son côté, la carte de l'authenticité avec des cookies faits maison dont la recette est jalousement gardée secrète. Le réseau table sur une poignée d'ouvertures en 2017.

Même tendance chez les glaciers : Ice Roll et Nitrogénie se lancent. Le premier propose des glaces artisanales en forme de rouleaux, le second des glaces refroidies à l'azote liquide.

Du côté de la restauration à thème, plusieurs entrants prétendent à un déploiement en franchise. Parmi eux : Lucien et La Cocotte (poulets cuisinés en cocotte), Nachos Mexican Grill (cuisine mexicaine), La Côte et l'Arête (grillades au feu de bois et poisson à la plancha) ou encore Framboise (crêperie). A noter aussi, le grand retour de la « frite ». Le belge Bintje & Zoet et le québécois Frites Alors! arrivent en France. Hugo Cerf, master franchisé de Frites Alors! à Lyon, entend accompagner l'ouverture de trois à quatre restaurants en 2017. [...]

LA « BURGER MANIA »

Big Fernand, King Marcel, Urbun, 213 East Street, Road Side... On ne compte plus les concepts de burgers développés en franchise. Mais combien survivront ? « *La bulle va finir par exploser. Seuls ceux qui sont capables de proposer de la qualité dans la duplication de leurs recettes et de leur modèle s'en sortiront* », prévient Gérard Boutboul, directeur général du cabinet Gira Conseil. Sans compter que l'arrivée en masse sur notre territoire d'enseignes américaines comme Steak'n Shake, Shake Shack ou Five Guys risque de porter un coup aux jeunes réseaux français qui n'ont pas la même force de frappe que ces géants du burger. À étudier avec prudence donc.

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2018	BTS Hôtellerie-Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET F5	2/2