

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° 7

Thème : s'engager dans une démarche éco-responsable

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.
- Expliquez les raisons qui conduisent un hôtelier-restaurateur à demander une certification qualité. Vous mettrez en évidence les contraintes liées à cette certification.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - responsabilité sociétale,
 - besoin de sécurité,
 - fidélisation.

Session 2015	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 7		1/2

ANNEXE SUJET n° 7

Thème : s'engager dans une démarche éco-responsable

Source : <http://www.lhotellerie-restauration.fr/journal/gestion-marketing/2014-07-18/Le-Bio-d-Adam-et-Eve-un-restaurant-bio-original>.

Le Bio d'Adam et Eve, un restaurant bio original

Créé par Caroline Seguret en 2011, l'établissement déli-café / cantine est implanté dans le quartier de Châtelet-les-Halles (Paris 1er).

Le Bio d'Adam et Eve, implanté dans le quartier Châtelet-les Halles (1er), est un restaurant certifié bio, catégorie 3 - la plus élevée. Imaginé par **Caroline Seguret**, ce concept se présente sous forme de « déli-café / cantine ». Cette ancienne ingénieure agroalimentaire, spécialisée dans l'alimentation, s'occupait des achats et du marketing chez Bonneterre et Naturalia. En charge de développer la marque Monoprix Bio et des corners snacking, elle connaît parfaitement les producteurs bio, qu'elle a d'ailleurs décidé de mettre en avant dans son concept en raison de leur approche intégrée : ils sont à la fois éleveurs et producteurs, avec une traçabilité totale.

Un approvisionnement en direct

Le nom du restaurant le doit à sa dimension historique, authentique, originelle et sans compromis sur la qualité. Ce sont 40 producteurs qui approvisionnent ce lieu en direct : yaourts, fromages français (dont des fromages de brebis du Larzac), pain cultivé et moulu en Ile-de-France, saumon fumé en Ile-de-France.

Des produits bons pour la santé

Le restaurant fait en moyenne 200 couverts par jour, dans un espace restauration de 80 m² complété de 160 m² répartis sur deux niveaux pour la cuisine, les bureaux, le stockage, et les chambres froides.

La restauratrice ne travaille que des produits bruts : fruits, légumes, salades... lesquels sont bio et orientés "santé". Caroline Seguret associe aux légumes, des céréales, des épices bio non ionisés, de bonnes huiles et pour quelques plats des algues qui proviennent de productions françaises bios. Elle propose des produits qui répondent aux soucis d'intolérance (sans gluten, sans sucre, sans produits laitiers...). Il y a un grand choix de boissons, des smoothies à base de fruits bios, du lassi (*) avec du lait végétal et de fruits frais, des petites et grandes salades. Pour les plats chauds : il y en a à base de poulet, de saumon mais aussi des végétariens avec du tofu, des lasagnes ou à base d'algues pour ceux qui ont des intolérances et des allergies alimentaires.

Tout est à consommer sur place ou à emporter.

Une initiative pour limiter le gaspillage

Ces plats sont cuisinés sur place et présentés dans un bain marie où les clients se servent eux-mêmes dans des contenants (recyclés, recyclables) en fonction de leur appétit. La facturation se fait au poids. Ce qui réduit considérablement le gaspillage. De même le pain découpé dans de grosses miches de 2 à 3 kilos est payé au poids, tout comme les fruits secs. Les fruits frais sont vendus à la pièce.

Une cohérence totale

La préservation de l'environnement se retrouve dans tout l'établissement : tri des déchets, pas de jetables pour la consommation sur place mais de vraies tasses, verres et couverts, des sacs recyclables et couverts en bois pour la vente à emporter. Le mobilier est essentiellement issu de la récupération, comme les tables et les chaises par exemple qui proviennent d'un ministère. Le restaurant est éclairé par des LED et la chaleur dégagée par les vitrines réfrigérées suffit à chauffer la salle. Les produits d'entretien utilisés sont éco labélisés. L'eau qui est proposée en carafe est filtrée et alcaline.

Jean-Luc Fessard, « Transition Verte et Bleue » et Auteur du Blog des Experts

Source : www.lebiadameteve.com

(*) Boisson indienne à base de yaourt.

Session 2015	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 7	2/2