Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV©

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
www.formav.co/explorer

Éléments de corrigé SUJET n° F5

Thème : Le prix

Cuisine anglaise à petits prix.

Seules les réponses aux questions sont proposées. Le plan de l'exposé est à apprécier par la commission d'interrogation. Un candidat dont l'exposé suivrait l'ordre des questions, ne peut en aucun cas être pénalisé.

Analyse structurée du document

- Produit : différents produits de restauration avec formules complètes incluant dessert et boissons (sandwiches, plats chauds, assiettes pour apéritif, petits déjeuners,...)
- Prix : différents prix selon la formule choisie. De 4 à 8 euros (hors sandwiches) ;
- Distribution : Café BHV à Paris et combinaison « restauration-librairie-fleuriste », d'où effet de synergie possible pour capter la clientèle.
- Communication : assistance commerciale avec BHV, Partenariat avec le glacier Dammann's

Présentez les différentes méthodes de fixation des prix utilisées en restauration

- en fonction de la demande : élasticité demande/prix, prix d'acceptabilité, happy hours, variabilité selon la saison, (yield ?), prix internet, principe d'Omnès, ...
- selon la concurrence (veille concurrentielle) : alignement, écrémage, pénétration, ...
- en fonction des coûts : coût-cible ou target-costing, menu engineering, coefficient multiplicateur et coût-matière, seuil de rentabilité, économie d'échelle, ...

Explications : il conviendra d'accepter toute explication précise et illustrée

Interrogation

Quelques pistes en plus des points de l'exposé non abordés par le candidat ou pour lesquels la commission lui demande d'approfondir, par exemple, ses réponses :

- comportement du consommateur
- stratégie de prix
- gamme des produits

Éléments de corrigé SUJET n° F11

Thème : la distribution-commercialisation

Kyriad étend son réseau en franchise

Seules les réponses aux questions sont proposées. Le plan de l'exposé est à apprécier par la commission d'interrogation. Un candidat dont l'exposé suivrait l'ordre des questions, ne peut en aucun cas être pénalisé.

Exposé :

Analyse structurée du document

La chaîne Kyriad du groupe Louvre hôtels recherche, par le biais d'un encart presse, de nouveaux franchisés.

Notoriété et image de Kyriad et de son groupe

- Produit 2 et 3 étoiles (+ forte progression pour son segment)
- Réseau de 210 hôtels
- 2ème groupe hôtelier européen.

Solutions apportées par Louvre hôtels (Envergure)

- Préserver l'indépendance
- Augmenter le CA
- Bénéficier d'un service commercial et de la parution guide
- Communication médiatique

⇨ développement du réseau pour Louvre hôtels et sécurité pour le franchisé.

NB : Envergure s'est rapproché de Concorde en été 2004 pour donner naissance à Louvre Hôtels.

Autres plans : AIDA ou accroche, visuel, rédactionnel, signature.

Franchise et chaîne volontaire

Franchise : Standardisation du produit, actions de masse, réservations de l'enseigne, appartenance à un réseau souvent plus important en nombre, droit d'entrée et redevance élevés…

Chaîne volontaire : typicité et authenticité des produits, autonomie plus importante, redevance et droit d'entrée moins élevés.

Dans les 2 cas, contrôles opérés par le franchiseur ou la chaîne volontaire.

Explications : il conviendra d'accepter toute explication précise et illustrée.

Interrogation :

Quelques pistes en plus des points de l'exposé non abordés par le candidat ou pour lesquels la commission lui demande d'approfondir, par exemple, ses réponses :

- Stratégies de croissance,
- Portefeuille de produits,
- Conquête de nouvelles clientèles.

SESSION 2005	EXAMEN **BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière**	Durée Coefficient	30 min 2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL	Corrigé F11	**1/1**

Éléments de corrigé SUJET F22

Thème : La segmentation

Multisite, Multimarque

Seules les réponses aux questions sont proposées. Le plan de l'exposé est à apprécier par la commission d'interrogation. Un candidat dont l'exposé suivrait l'ordre des questions, ne peut en aucun cas être pénalisé.

Exposé :

Analyse structurée du document

Le rapprochement Maeva / Orion / Pierre et Vacances ne signifie pas une offre globale mais exprime une approche différenciée.

Des clients différents

- Maeva : vacanciers seniors, demandeurs d'informations, aimant échanger, appréciant la convivialité.
- Pierre et Vacances : C.S.P +, attendent qualité et confort, apprécient le professionnalisme et sont indépendants.

Des offres différentes

- Maeva : Qualités relationnelles
- Pierre et Vacances : Rigueur horaire quant à la disponibilité des locations
  Service professionnel

⇨ La clientèle n'est pas la même. Cela suppose une approche commerciale différente d'où l'importance de la segmentation

Expliquez pourquoi et comment l'entreprise hôtelière peut segmenter la demande . La segmentation de la demande débouche-t-elle systématiquement sur une segmentation de l'offre.

Justifiez votre réponse.

Intérêts : Connaître la demande pour choisir une stratégie (différenciée, concentrée, adaptée.....) et adapter ensuite les différentes variables du plan de marchéage.

Méthodes : Segmentation traditionnelle (détails de la méthode : choix des critères...)
Typologie

Non, dans une stratégie mercatique indifférenciée ou concentrée, l'offre n'est pas segmentée (offre unique pour le segment pour la stratégie mercatique concentrée – offre unique quelque soit le segment)

Explications : il conviendra d'accepter toute explication précise et illustrée.

Interrogation

Quelques pistes en plus des points de l'exposé non abordés par le candidat ou pour lesquels la commission lui demande d'approfondir, par exemple, ses réponses :

- évolution de la demande
- comportement du consommateur
- études quantitatives / qualitatives

SESSION 2005	EXAMEN **BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière**	Durée Coefficient	30 min 2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL	Corrigé F22	**1/1**

Éléments de corrigé SUJET n° F33

Thème : La qualité

Label Altho

Seules les réponses aux questions sont proposées. Le plan de l'exposé est à apprécier par la commission d'interrogation. Un candidat dont l'exposé suivrait l'ordre des questions, ne peut en aucun cas être pénalisé.

Exposé :

Analyse structurée du document

Historique:
Provenant de la CCI de Toulouse, l'initiative a été vite reprise par des hôteliers indépendants qui, pour mettre en place ce label, se sont fédérés en association.

Bases de l'association :
- sur le volontariat
- avec exigences de certains critères de qualité pour pouvoir rester dans l'association.

But de l'association :
- assurer de meilleurs services aux clients
- échanger des informations entre hôteliers
- se soumettre aux normes en vigueur de la catégorie et se conformer au protocole de déontologie et qualité

Précisez les enjeux de la qualité pour un hôtelier ou un restaurateur puis présentez la démarche à mettre en œuvre pour y parvenir.

Enjeux
- permet de conserver ou accroître sa part de marché (bouche à oreille)
- qualité = gain de temps (cinq zéros)
- qualité = relation basée sur la confiance, de là naît la fidélité
- qualité = facteur de motivation pour le personnel (savoir faire professionnalisme)
- qualité = renforce une bonne image donnée par l'entreprise

Démarche : prendre appui, par exemple, sur le modèle théorique de la qualité.

Explications : il conviendra d'accepter toute explication précise et illustrée.

Interrogation

Quelques pistes en plus des points de l'exposé non abordés par le candidat ou pour lesquels la commission lui demande d'approfondir, par exemple, ses réponses :
- chaînes intégrées, chaînes volontaires
- commercialisation d'un hôtel indépendant
- outils d'évaluation de la qualité

SESSION 2005	EXAMEN **BTS Hôtellerie - Restauration** **Option A : Mercatique et gestion hôtelière**	Durée Coefficient	30 min 2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL	Corrigé F33	**1/1**

Éléments de corrigé SUJET n° F44

Thème : Le plan de marchéage

Libre au sens propre et au figuré

Seules les réponses aux questions sont proposées. Le plan de l'exposé est à apprécier par la commission d'interrogation. Un candidat dont l'exposé suivrait l'ordre des questions, ne peut en aucun cas être pénalisé.

Exposé :

Analyse structurée du document

Possibilité de présentation à partir du plan de marchéage :

- Produit/Concept :

Cuisine classique française avec produits frais, carte originale
Décoration, segmentation du lieu en différents espaces
Animation musicale

- Prix :

Prix très compétitifs

- Distribution – commercialisation

Des propositions à consommer à toute heure
Ouverture sans interruption du matin au soir

- Communication : non évoquée dans le texte

Présentez les actions de communication à mettre en œuvre pour faire connaître un établissement

- Actions de publicité : presse, affichage, radio, site Internet (supports cohérents par rapport à la cible et aux moyens financiers de l'établissement)

- Communication institutionnelle et évènementielle (relations presse par exemple)

Explications : il conviendra d'accepter toute explication précise et illustrée.

Interrogation

Quelques pistes en plus des points de l'exposé non abordés par le candidat ou pour lesquels la commission lui demande d'approfondir, par exemple, ses réponses :

- les éléments du plan de marchéage
- l'innovation
- les stratégies produit

SESSION 2005	EXAMEN **BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière**	Durée Coefficient	30 min 2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL	Corrigé F44	**1/1**

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.