

L'épreuve vise à évaluer l'aptitude du candidat à :

- mobiliser des connaissances et savoir-faire commerciaux ;
- adopter une démarche méthodologique rigoureuse ;
- identifier une problématique à partir d'une documentation d'actualité fournie en français et éventuellement en anglais portant sur le domaine de l'hébergement dans des établissements hôteliers et para-hôteliers français et européens ;
- synthétiser les idées générales exprimées dans la documentation ;
- proposer des solutions et argumenter des choix pour traiter le problème posé ;
- communiquer oralement.

Le déroulement de l'épreuve ponctuelle comporte trois étapes :

- le candidat prépare le sujet national composé d'un ou plusieurs documents d'actualité et/ou professionnels correspondant au thème d'étude proposé, accompagné d'une question d'élargissement et/ou d'approfondissement ;
- il expose en français la problématique et sa résolution pendant 10 minutes maximum ;
- la commission mène un entretien en français de 20 minutes maximum à partir de la question posée et d'autres interrogations liées à la problématique initiale.

SUJET N° 7

Thème : La chaîne volontaire

Alain Ducasse fête le 10^{ème} anniversaire de Châteaux & Hôtels Collection

À l'aide de vos connaissances théoriques et pratiques, de la documentation fournie, de votre culture mercatique et de vos acquis professionnels, il vous est demandé de présenter en français un exposé structuré dans le cadre du thème proposé. Vous intégrerez dans votre exposé la réponse à la question suivante :

- Présentez les raisons qui peuvent pousser un hôtelier indépendant à adhérer à une chaîne volontaire et indiquez les contraintes auxquelles il devra se soumettre.

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2011	BTS Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	2
RHE4MCC	Epreuve E4 - Mercatique et culture commerciale	SUJET n° 7	1/2

ANNEXE SUJET n° 7

Thème : La chaîne volontaire

Alain Ducasse fête le 10^{ème} anniversaire de Châteaux & Hôtels Collection (CHC)

Source : L'hôtellerie - lundi 23 mars 2009 - Nadine Lemoine

Une offre de services décuplée, une commercialisation multicanaux, un saut technologique fulgurant, un réseau plus homogène, Châteaux & Hôtels Collection a fait son "trou".

Il y a dix ans, Laurent Plantier, directeur général du groupe Alain Ducasse, étudie le guide des Châteaux Hôtels Indépendants alors en vente et le soumet au chef. *“Tout de suite, il m’a dit : ‘C’est ce que veulent les gens, des maisons authentiques, être accueilli par le propriétaire’, et on ne parlait pas encore d’hôtellerie de charme. Alain a senti l’air du temps”,* raconte-t-il. [...]

En dix ans, le guide publicitaire du départ est devenu une chaîne volontaire très active. En 1999, Châteaux Hôtels Indépendants devient Châteaux Hôtels de France et regroupe 474 adhérents. En 2009, Châteaux Hôtels Collection lui succède, avec 537 membres figurant dans la dernière édition du guide. Selon Xavier Labrousse, directeur général de CHC, 30 % des adhérents initiaux de Châteaux Hôtels Indépendants sont encore présents. Plus parlant, 80 % de ceux qui les ont rejoints à la suite du rachat (Châteaux Hôtels de France) sont toujours là. Chaque année, une centaine de candidatures spontanées arrive au siège. Une trentaine a été acceptée en 2009, autant de départs plus ou moins volontaires sont comptabilisés. Après les deux premières années de lancement de la chaîne pendant lesquelles la nouvelle stratégie a été exposée à chaque membre, les outils se sont mis en place. (...) *“Nous avons aussi mis en place une centrale de référencement produits qui génère entre 5 et 20 % de remise sur les achats,* explique Xavier Labrousse. *Ça n’existait pas il y a cinq ans. Nous sommes une chaîne en devenir. Nous voulons être toujours plus efficaces. Nous demandons à nos adhérents ce qui va et ce qui doit être amélioré dans les services que nous leur rendons. (...)*

Création d’une marque

“Dès le départ, nous n’avons pas dérogé sur les standards de qualité que nous voulions dans la chaîne. Notre ligne de conduite a été un moteur pour aider les hôteliers à rénover leur maison”, ajoute Xavier Labrousse. En clair, on conseille ceux qui en ont besoin pour se mettre à niveau et s’ils font les efforts nécessaires, ils ont leur place dans CHC. Les autres non. *“Nous voulons un réseau en harmonie. Nous faisons attention aux implantations géographiques comme aux affinités ou inimitiés locales. Il faut que chacun soit heureux de faire partie du réseau et travaille dans le même sens”,* précise Laurent Plantier. Un choix qui valorise toute la chaîne et sa marque. Car l’idée est bien de créer une marque de référence pour la clientèle. Si la chaîne revendique 2 millions de visiteurs par an sur son site Internet, elle devrait faire encore mieux avec l’arrivée, dans quelques semaines, d’une nouvelle version *“encore plus ergonomique et intelligente avec un accès direct aux adresses par le biais d’une carte géographique, la vente de coffrets cadeaux en ligne et une valorisation des offres spéciales.”* En bonus : en cas d’indisponibilité aux dates demandées, le site suggèrera d’autres établissements de la chaîne et conseillera des itinéraires régionaux.

Les tables d’excellence

Inévitablement, avec un président qui se nomme Alain Ducasse et un engouement des clients pour la cuisine, la table est un support de communication tout trouvé. Le guide 2009 inaugure un nouveau label avec la création de ‘Table d’excellence’. *“Les tables d’excellence, c’est un réseau de chefs qui ont une mentalité de partenaires et dont la table est plus remarquable que d’autres,* explique Alain Ducasse. [...]

Dix ans après, la marque s’est installée. Rejoindre ce réseau peut-il aider à traverser la crise ? *“Oui, il est plus facile de passer la crise ensemble, mais nous sommes aussi là pour aider les hôteliers à anticiper ce qui va leur arriver comme les mises aux normes de sécurité. (...)*

Quelques chiffres : 537 établissements, 16 tables d’excellence, 140 euros de prix moyen en chambre double, 23 chambres en moyenne par établissement, 435 000 guides en français et 165 000 en anglais.

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2011	BTS Responsable de l’hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	2
RHE4MCC	Epreuve E4 - Mercatique et culture commerciale	SUJET n° 7	2/2