

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 F4**

### **Thème : Le produit**

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 comment un restaurateur peut informer sa clientèle des transformations apportées à son produit.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - besoin,
  - élasticité,
  - couple marché - produit.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2008	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET F4	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET F4**

### **Thème : Le produit**

Source : extrait d'un communiqué de presse – Le Bien Public juin 2006

Né avec le centre commercial et Repris en 2005 par des Dijonnais propriétaires de cinq établissements dans la région, l'hôtel Holiday Inn de la Toison d'or s'est offert un véritable lifting pour ses 17 ans. Les nouveaux propriétaires se donnent pour objectif de faire de l'Holiday Inn un trois étoiles de référence en l'adaptant aux demandes d'une clientèle légitimement exigeante et en valorisant ses atouts.

C'est à un homme d'expérience qu'a été confié ce challenge. Formé à la restauration et à la sommellerie à Saint Bénigne et Simone Veil (1), Thierry Pruvot fait ses preuves dans de prestigieuses maisons (entre autres Lasserre et Lucas Carton à Paris, au côté d'Antoine Munoz à l'hôtel De La Cloche à Dijon).

Un ambitieux programme de travaux et de lourds investissements ont été engagés pour restructurer les lieux. Un pari audacieux, mais judicieux si l'on considère le formidable dynamisme des quartiers Nord de Dijon : implantation du Zénith, joignable à pied depuis l'hôtel, environnement verdoyant, au cœur d'une zone en plein essor, à proximité immédiate d'un centre commercial attractif, d'un parc aquatique et de nombreuses entreprises.

Entamée il y a dix huit mois, la rénovation sera totalement achevée début 2009. Pas question pour autant de s'arrêter là. Sont déjà en projet : la création d'un centre de séminaire intégré de 500 m<sup>2</sup>, d'une salle de petit déjeuner, l'agrandissement du restaurant et de l'hôtel.

À cette heure, la réception, le restaurant et la grande majorité des chambres ont été refaits dans un esprit design. « Les clients attendaient ces changements », confie Thierry Pruvot. « l'hôtel et le restaurant ne répondaient plus aux besoins. ». Des propos confirmés par les chiffres puisque le taux de remplissage a déjà augmenté de 10 points en un an et que le restaurant a vu son nombre de couverts doubler ! Hommes d'affaires, touristes, artistes en tournée au Zénith (et leurs fans) profitent ici d'une halte de choix pour se détendre ou travailler.

Les transformations sont il est vrai, spectaculaires. Les chambres (catégorie standard, supérieur, exécutives) ont été rinnovées dans un style chaleureux et contemporain. L'élégant mobilier de bois sombre signé Ligne Roset est éclairé par des notes de couleurs vives. Le minibar, le coffre fort, l'écran plat, la minichaîne, le plateau de courtoisie, wi-fi gratuit ajoutent au confort. Dans les nouvelles salles de bains, on appréciera le luxe discret d'une robinetterie signée Starck et d'un pèse personne intégré au carrelage. Cinq salles de réunion modulables, dotées des dernières technologies, accueillent les séminaires jusqu'à soixante-dix personnes et permettent l'organisation de repas de vingt à cinquante personnes.

### ***Gallery 412* : Le Restaurant à (re)découvrir**

*Gallery 412* est le nouveau restaurant de l'Holiday Inn. Un endroit unique par sa décoration et par sa carte, jouant la modernité en harmonie. Les colonnes et tableaux lumineux aux couleurs changeantes, les lustres design composent une atmosphère très cosy.

À la tête d'une nouvelle équipe, le jeune chef Philippe Legrand (ancien de chez Marc Meneau, de l'hôtel de la Poste à Saulieu et du Castel Très Girard) fait preuve d'une belle ingéniosité contemporaine. Sa cuisine créative enchante le palais et les yeux avec des saveurs et des présentations inédites. L'assortiment de tartares de bœuf, le subtil burger de Saint-Jacques et la version *new look* du baba au rhum sont déjà des best-sellers.

Plusieurs formules sont proposées. Et lors des finales de foot, retransmises sur grand écran, le chef n'hésite pas à sortir une étonnante carte de croque-monsieur « gastronomiques.

#### **FORMULES**

**« Express en moins d'1 h »**  
**19€**

**« Dinner 412 »**  
**25€**  
*le soir*

**« Gallery découverte »**  
**40€**  
*menu dégustation*

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2008	<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>2/2</b>