

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° 13

Thème : La qualité

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.
- Après avoir présenté les avantages pour un hôtelier restaurateur de proposer des produits labellisés, indiquez les étapes nécessaires à la mise en place d'une politique de qualité dans une entreprise.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - innovation,
 - écolabel,
 - certification.

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 13	1/2

ANNEXE SUJET n° 13

Thème : La qualité

Source : Hôtel Restau Hebdo – N° 263 – 06 juin 2006

- **En France, la labellisation environnementale des hôtels commence à fleurir, avec une trentaine d'établissements estampillés « verts ».**
- **Les principaux labels, La Clef Verte, l'Ecolabel européen et Hôtels au Naturel sont devenus de véritables arguments marketing.**
- **Plus visibles que les certifications ISO, ils répondent aux besoins d'un nouveau cœur de cible : les consommateurs éco-sensibles.**

Des réglementations toujours plus nombreuses, la sensibilisation accrue aux problématiques écologiques, le besoin grandissant des professionnels de communiquer sur leurs démarches environnementales ont conduit à la multiplication des certificats et des labels verts. Le secteur de l'hôtellerie ne déroge pas à la règle. La norme ISO 14 001 qui assure la mise en place d'un système de management environnemental est une certification de système, surtout reconnue par les professionnels, impliquant un management global qui concerne à la fois l'organisation, la planification, les pratiques et les ressources pour mettre en place, réaliser et maintenir la politique environnementale. En comparaison, les labels verts, véritables arguments marketing pour des cibles de clientèles "éco-sensibles", garantissent une meilleure visibilité auprès des consommateurs. En France, cette labellisation reste encore timide. La plus connue sur l'hexagone est La Clé Verte, une marque qui - outre 170 campings et 6 gîtes, résidences et chambres d'hôtes - ne concerne pour l'instant que 9 hôtels sur l'hexagone. L'autre réseau vert, Hôtel au naturel, compte quant à lui 19 hôtels labellisés. Ses critères restent néanmoins restrictifs, avec des hôtels essentiellement situés dans des Parcs Naturels Régionaux.

« Réutiliser, réduire et recycler, la règle des 3 « R » des hôtels verts

Créée en 1994 au Danemark avant d'être adaptée en France, La Clef Verte est délivrée chaque année par la Fondation pour l'Education à l'Environnement en Europe (FEEE) après avis d'un jury national de spécialistes privés et publics dans le domaine de l'hôtellerie et de l'environnement. Pour être labellisés, les établissements doivent remplir 129 critères variables - 39 critères impératifs, 27 essentiels et 26 optionnels - liés à l'éducation, à l'environnement et à la règle des trois "R"

- Réutiliser, Réduire et Recycler : utiliser des matériaux et énergies renouvelables, limiter sa consommation d'électricité et d'eau, optimiser et trier ses déchets pour un meilleur retraitement.

Les frais de participation au dossier sont de 110 euros pour un hôtel de moins de 30 chambres et de 150 euros pour un hôtel de 30 chambres et plus pour les hôteliers membres de l'Umih, partenaire du label, et de 230 euros pour les non affiliés au syndicat. La labellisation est attribuée pour une année et les candidats doivent apporter des améliorations, d'une année sur l'autre pour conserver le label.

Créé en 1997 par la Fédération Française des Parcs Naturels Régionaux (FFPNR), le label Hôtel au Naturel récompense quant à lui les établissements qui mettent en place un programme sur le long terme intégrant la protection de l'environnement à la gestion journalière et aux activités de l'hôtel : réduction de la consommation d'énergie et d'eau, traitement des déchets, utilisation de produits respectueux de l'environnement et de produits locaux. Le label a été repris depuis 2005 par le Groupement des Hôtels au Naturel, dont l'objectif est d'être reconnu en dehors des Parcs Naturels avec à l'étude une adhésion de l'ensemble du réseau à La Clé Verte.

Adapté depuis avril 2003 à l'hôtellerie, l'Ecolabel européen "EU Flower", initié en 1992, a été délivré pour la première fois en France à l'hôtel Les Orangeries dans la Vienne par Afaq Afnor Certification. Il est attribué selon 84 critères de performance environnementale dont 37 sont optionnels. L'obtention du label s'effectue en remplissant tous les critères obligatoires et un seuil minimum de points sur les critères optionnels. Parmi les obligations à respecter : l'utilisation de 22 % d'électricité venant de sources d'énergies renouvelables. Le coût d'entrée varie entre 300 et 1 300 euros, selon le pays d'origine du demandeur, avec des réductions pouvant aller jusqu'à 25% pour les petites et moyennes structures. Système de reconnaissance unique, indépendant, valable du Nord au Sud de l'Europe, il a l'avantage, contrairement à La Clé Verte qui est l'émanation d'une fondation, d'être un label officiel encadré par un règlement communautaire.

Céline Jacquot

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 13
				2/2