

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 F3**

### **Thème : Le marché**

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 pourquoi et comment un hôtelier doit mettre en oeuvre la veille mercatique.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - servuction,
  - motivation,
  - label.

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	SUJET F3	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET F3**

### **Thème : Le MARCHÉ**

Source TGV Magazine – avril 2007

#### CHAMBRES D'HÔTES

#### BONS PLANS AUTHENTI-CITÉ

**Longtemps cantonnées aux seules régions rurales, les chambres d'hôtes investissent les villes. Et pas les moindres : Paris, Lyon et Marseille en comptent plusieurs centaines.**

Les touristes sont volages. Toujours en quête de nouvelles expériences, d'autres découvertes, de regards nouveaux. Tant mieux. Ces dernières années, ils sont de plus en plus nombreux à s'intéresser aux villes. Tout en gardant en tête l'une des notions les plus sacro-saintes du tourisme depuis l'invention des congés payés : l'authenticité. Restait donc à inventer le tourisme urbain authentique. Facile : il a suffi d'adapter à la ville une formule qui connaît déjà un réel succès dans nos vertes campagnes, la chambre d'hôtes.

Discrètement installées à Paris, Lyon ou Marseille depuis une quinzaine d'années, elles font l'objet, aujourd'hui, d'un nouvel engouement. On estime leur nombre à environ cinq cents, à Paris, à près d'une centaine à Marseille, et à quelques dizaines à Lyon.

Secret de la recette ? « Accueillir les visiteurs d'une façon conviviale, pas seulement en leur proposant un lit, explique Hervé Bouvant, président de l'association Fleurs de soleil qui offre une sélection de chambres chez l'habitant en France. Mais aussi leur donner des conseils d'un Marseillais, c'est quand même mieux qu'en se fondant sur ce que l'on peut en lire dans la presse, ironise Hervé Bouvant, avant d'ajouter que la formule « séduit aussi des voyageurs d'affaires qui fuient la solitude ». Autre atout des chambres d'hôtes urbaines : une touche d'originalité. A Marseille, l'une d'elles est installée au 14<sup>ième</sup> étage d'un immeuble surplombant le Vieux-Port. À Lyon, on peut, par exemple, dormir sur une péniche amarrée sur les quais de la Saône. Tout cela à des prix comparables à ceux des hôtels, conversation et accueil dignes de ce nom, en prime. Longtemps à la traîne, la capitale a pris le train en marche. Paname propose désormais une belle offre par le biais de plusieurs agences, et s'est dotée d'un label. nous souhaitons rendre cette offre plus visible, car elle s'intègre bien dans notre volonté de faire découvrir « le Paris des Parisiens », commente Marie-Christine Bouilly, de l'office du tourisme et des congrès de Paris. D'où la création du label Hôtes qualité paris, qui définit des critères de qualité pour les chambres d'hôtes parisiennes.

Ce premier pas dans l'encadrement de l'offre parisienne sera bientôt suivi d'un deuxième, national. Une loi votée en avril dernier s'intéresse, en effet, aux chambres d'hôtes. Elle prévoit que ces dernières, que l'on peut actuellement créer dans la plus parfaite liberté en dessous de certains seuils de revenus, soient à l'avenir soumises à déclaration obligatoire en mairie. Les hôteliers pourront ainsi prendre la mesure de cette concurrence en herbe. À défaut de s'en approprier la clientèle : « à la campagne, on peut penser que les gens vont parfois chez l'habitant parce qu'il n'y a que cela, estime Hervé Bouvant. En ville, ce n'est pas à cause d'un manque d'hôtel, mais bel et bien un choix. Pour ces visiteurs là, certes encore minoritaires, la Tour Eiffel, les Champs Elysées, le Vieux Port, la Cannebière, les traboules et les pentes de la Croix-Rousse ne sont pas suffisantes. En plus, ils veulent des Lyonnais, des Marseillais et même des Parisiens... Formidable, non ?

**Olivier Cirendini**

SESSION 2008	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 F3
				<b>2/2</b>