

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° 23**

### **Thème : Adhérer à un réseau hôtelier**

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 questions ci-dessous ; Votre exposé traitera ces questions 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
- Précisez les caractéristiques des chaînes intégrées et des chaînes volontaires.  
Quel est l'intérêt pour un hôtelier indépendant d'adhérer à un réseau ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - gamme,
  - centrale de réservation,
  - notoriété.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2014	<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>SUJET 23</b>	<b>1/2</b>

**ANNEXE SUJET n°23**  
**Thème : Adhérer à un réseau hôtelier**  
**La SEH a le vent en poupe**  
 Source : L'hôtellerie restauration-février 2013

Un réseau de plus de 19 000 chambres

Avec quatre marques clairement positionnées et un fonctionnement coopératif, le premier groupement européen d'hôteliers indépendants se renforce et continue sa marche en avant.

# La SEH a le vent en poupe

L'année 2012 aura été importante pour la Société européenne d'hôtellerie (SEH) avec 51 nouveaux établissements. Véritable coopérative, la SEH est aujourd'hui le premier groupement européen multimarque d'hôteliers indépendants. L'équipe dirigeante, composée d'hôteliers élus et présidée par **Jean Lavergne**, revendique un "état d'esprit fondé sur la solidarité, la transparence et la confiance". Le groupement fonctionne par mutualisation des moyens et le réseau appartient à ses membres, qui sont donc tous bel et bien indépendants. Quatre marques constituent le groupe dont Inter-Hôtel, enseigne historique datant de 1967 et qui compte 287 hôtels répartis sur l'ensemble du territoire. Ses atouts : un positionnement milieu de gamme de bon niveau, un excellent rapport qualité-prix et une offre business judicieusement étudiée. L'an dernier, la marque a renforcé son maillage national avec 22 nouvelles unités. Autre signature du groupement, Relais du silence, le "luxe dans la simplicité", qui compte 127 hôtels en France et 68 à l'étranger, avec de belles infrastructures situées dans des lieux naturels privilégiés. Ajoutez à cela l'arrivée de fort jolies tables dont certaines sont étoilées *Michelin*. L'enseigne propose désormais une formule "étape business au calme" pour les voyageurs d'affaires "ce qui n'était pas le cas il y a encore trois ans", rappelle **Stéphane Barrand**, directeur général chargé de la marque. La SEH regroupe également les établissements P'tit Dej-Hôtel, enseigne créée en 2009. Son positionnement : un petit prix (à partir de 39 €), des chambres avec douche et toilettes privatives et une formule tout inclus (chambre, petit déjeuner à volonté et wifi). Ces établissements sont plutôt installés en périphérie. Il existe 45 unités à ce jour, chacune comptant entre 30 et 40 chambres en moyenne. L'an dernier, six établissements ont ouvert, à Toulon, Royan, Agen, Valence, Millau et Nîtry. Créée en 2009 également, Qualys-Hôtel est "la chaîne qui monte".



De gauche à droite : **Stéphane Barrand**, directeur général de Relais du Silence ; **Philippe Marguet**, directeur général chargé des enseignes P'tit Dej-Hôtel, Inter-Hôtel et Qualys-Hôtel ; **Roland Héguy**, président confédéral de l'Umih, dont l'hôtel Windsor est passé sous enseigne Qualys-Hôtel ; et **Jean Lavergne**, président de la SEH.

À vocation business et urbaine, elle est composée d'établissements aux prestations haut de gamme. Sa griffe : élégance et caractère. Dernière inauguration en date, celle du Windsor, hôtel situé sur la grande plage de Biarritz (64) et propriété de **Roland Héguy**, président confédéral de l'Umih, qui est passé d'Inter-Hôtel à Qualys-Hôtel. Une montée en puissance après une rénovation complète des chambres, engagée il y a quatre ans.

## DES OUTILS ADAPTÉS

Le groupement croit dans la fidélisation du client. "Mais pour qu'un programme de fidélité fonctionne, il faut qu'il soit simple", rappelle Jean Lavergne. Chez SEH, la carte Accent est multimarque et c'est l'hôtelier qui remet un cadeau - obtenu par cumul de points. La

SEH dénombre 85 000 porteurs de carte, dont 26 200 supplémentaires en 2012. Depuis avril, un programme fidélité "groupe" a également été mis en place. SEH, c'est aussi une centrale de référencements (100 fournisseurs en France et en Europe, six familles de produits : alimentation, boissons, entretien, hygiène, équipements et décoration, produits siglés et services) et un centre de formation agréé proposant des modules sur le management, le social, les métiers (femme de chambre) ou encore internet. "Les formations sont adaptées aux besoins actuels. Nous voulons des choses très pratiques", souligne Jean Lavergne. Autre chantier de l'année 2013 : le lancement en septembre d'un site internet SEH grand public et multimarque. Le groupement met la priorité sur internet et la maîtrise de la distribution en ligne. "Ce site viendra en complément de ceux de chaque marque. Nous voulons également que les clients puissent bénéficier du programme de fidélité dès la réservation", précise **Philippe Marguet**, directeur général chargé des marques P'tit Dej-Hôtel, Inter-Hôtel et Qualys-Hôtel. Dans la visée encore, la déclinaison du site en version mobile, une carte Accent relookée et déployée en Europe et le renforcement de l'offre corporate et B to B.

SYLVIE SOUBES

## CHIFFRES 2012

- 45 P'tit Dej-Hôtel
- 287 Inter-Hôtel
- 21 Qualys-Hôtel
- 197 Relais du silence
- 10 pays d'implantation
- Plus de 19 000 chambres
- CA consolidé des quatre réseaux : 450 M€ (dont 55 M€ centralisés pour 711 000 nuitées)
- CA de la centrale de réservations : 23,3 M€
- CA du programme de fidélité Accent : 30,4 M€

SESSION	EXAMEN			Durée	30 min
2014	<b>BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>			Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL			<b>SUJET 23</b>	<b>2/2</b>



# ANNEXE SUJET n° 23

## Thème : Adhérer à un réseau hôtelier

### La SEH a le vent en poupe

Source : L'hôtellerie Restauration - février 2013

Un réseau de plus de 19 000 chambres

Avec quatre marques clairement positionnées et un fonctionnement coopératif, le premier groupement européen d'hôteliers indépendants se renforce et continue sa marche en avant.

## La SEH a le vent en poupe

L'année 2012 aura été importante pour la Société européenne d'hôtellerie (SEH) avec 51 nouveaux établissements. Véritable coopérative, la SEH est aujourd'hui le premier groupement européen multimarque d'hôteliers indépendants. L'équipe dirigeante, composée d'hôteliers élus et présidée par **Jean Lavergne**, revendique un *"état d'esprit fondé sur la solidarité, la transparence et la confiance"*. Le groupement fonctionne par mutualisation des moyens et le réseau appartient à ses membres, qui sont donc tous bel et bien indépendants. Quatre marques constituent le groupe dont Inter-Hôtel, enseigne historique datant de 1967 et qui compte 287 hôtels répartis sur l'ensemble du territoire. Ses atouts : un positionnement milieu de gamme de bon niveau, un excellent rapport qualité/prix et une offre business judicieusement étudiée. L'an dernier, la marque a renforcé son maillage national avec 22 nouvelles unités. Autre signature du groupement, Relais du Silence, le 'luxe dans la simplicité', qui compte 127 hôtels en France et 68 à l'étranger, avec de belles infrastructures situées dans des lieux naturels privilégiés. Ajoutez à cela l'arrivée de fort jolies tables dont certaines sont étoilées *Michelin*. L'enseigne propose désormais une formule 'étape business au calme' pour les voyageurs d'affaires *"ce qui n'était pas le cas il y a encore trois ans"*, rappelle **Stéphane Barand**, directeur général chargé de la marque. La SEH regroupe également les P'tit Dej-Hôtel, enseigne créée en 2009. Son positionnement : un petit prix (à partir de 39 €), des chambres avec douche et toilettes privatives et une formule tout inclus (chambre, petit déjeuner à volonté et wifi). Ces établissements sont plutôt installés en périphérie. Il existe 45 unités à ce jour, chacune comptant entre 30 et 40 chambres en moyenne.



De gauche à droite : **Stéphane Barand**, directeur général de Relais du Silence ; **Philippe Marguet**, directeur général chargé des enseignes P'tit Dej-Hôtel et Qualys-Hôtel ; **Roland Héguy**, président confédéral de l'Umih, dont l'hôtel Windsor est passé sous enseigne Qualys-Hôtel ; et **Jean Lavergne**, président de la SEH.

L'an dernier, six établissements ont ouvert, à Toulon, Royan, Agen, Valence, Millau et NiTRY. Créée en 2009 également, Qualys-Hôtel est 'la chaîne qui monte'. À vocation business et urbaine, elle est composée d'établissements aux prestations haut de gamme. Sa griffe : élégance et caractère. Dernière inauguration en date, celle du Windsor, hôtel situé sur la grande plage de Biarritz (64) et propriété de **Roland Héguy**, président confédéral de l'Umih, qui est passé d'Inter-Hôtel à Qualys-Hôtel. Une montée en puissance après une rénovation complète des chambres, engagée il y a quatre ans.

### DES OUTILS ADAPTÉS

Le groupement croit dans la fidélisation du client. *"Mais pour qu'un programme de fidélité fonctionne, il faut qu'il soit simple"*, rappelle Jean Lavergne. Chez SEH, la carte Accent est multimarque et c'est l'hôtelier qui remet un cadeau - obtenu par cumul de points. La SEH dénombre 85 000 porteurs de carte, dont 26 200 supplémentaires en 2012.

Depuis avril, un programme fidélité 'groupe' a également été mis en place. SEH, c'est aussi une centrale de référencements (100 fournisseurs en France et en Europe, six familles de produits : alimentation, boissons, entretien, hygiène, équipements et décoration, produits siglés et services) et un centre de formation agréé proposant des modules sur le management, le social, les métiers (femme de chambre) ou encore internet. *"Les formations sont adaptées aux besoins actuels. Nous voulons des choses très pratiques"*, souligne Jean Lavergne. Autre chantier de l'année 2013 : le lancement en septembre d'un site internet SEH grand public et multimarque. Le groupement met la priorité sur internet et la maîtrise de la distribution en ligne. *"Ce site viendra en complément de ceux de chaque marque. Nous voulons également que les clients puissent bénéficier du programme de fidélité dès la réservation"*, précise **Philippe Marguet**, directeur général chargé des marques P'tit Dej-Hôtel, Inter-Hôtel et Qualys-Hôtel.

Dans la visée encore, la déclinaison du site en version mobile, une carte Accent relookée et déployée en Europe et le renforcement de l'offre corporate et B to B.

SYLVIE SOUBES

### CHIFFRES 2012

- 45 P'tit Dej-Hôtel
- 287 Inter-Hôtel
- 21 Qualys-Hôtel
- 197 Relais du silence
- 10 pays d'implantation
- Plus de 19 000 chambres
- CA consolidé des quatre réseaux : 450 M€ (dont 55 M€ centralisés pour 711 000 nuitées)
- CA de la centrale de réservations : 23,3 M€
- Ca du programme de fidélité Accent : 30,4 M€

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2014	<b>BTS Hôtellerie - Restauration</b>	<b>Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière		<b>SUJET 23</b>	<b>2/2</b>