

Brevet de Technicien Supérieur

MANAGEMENT EN HÔTELLERIE RESTAURATION

Toutes options (A, B et C)

E4 – Mercatique des services en hôtellerie restauration

Durées :

- *Temps de préparation : 60 minutes*
- *Présentation du candidat : 10 minutes*
- *Entretien avec le jury : 20 minutes*

Coefficient : 3

**SUJET 2
LUNDI 07 SEPTEMBRE 2020
APRÈS-MIDI**

Aucun document et matériel autorisé.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet se compose de 7 pages, numérotées de 1/7 à 7/7.

ATTENTION : Le sujet devra être intégralement remis à la commission d'interrogation à l'issue de l'épreuve.

Le sujet est librement inspiré d'une entreprise réelle. Pour les besoins de l'épreuve, les données ont été modifiées, complétées et adaptées. De ce fait, elles ne correspondent plus à la réalité même si elles restent cohérentes.

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)	Session 2020
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 2 Page 1/7

L'Hôtel de la Côte



L'Hôtel de la Côte, 3 étoiles, est situé à Leucate-La Franqui dans l'Aude. Équipé de 30 chambres climatisées, il dispose de l'Écolabel européen.

L'offre d'hébergement est composée : d'un camping 2 étoiles, de locations de particuliers et de l'Hôtel de la Côte, unique établissement sur La Franqui. L'Hôtel de la côte est dirigé par monsieur et madame Laurent depuis 5 ans, ils emploient 10 salariés à l'année.

L'offre de restauration est présente avec cinq restaurants se trouvant à proximité de l'hôtel.

Situé au pied de la falaise, l'hôtel est bordé de pins centenaires et offre une vue splendide sur la plage qui s'étend sur 8 km. Celle-ci est classée 4^{ème} plus belle plage de France et séduit par son atmosphère familiale.



C'est sur ce superbe espace de sable que se déroulent, tous les ans, le Mondial du Vent et diverses compétitions de glisse où les plus grands champions de kitesurf, windsurf et char à voile viennent jouer avec le vent !

Soleil toute l'année, proximité de la mer et ambiance chaleureuse, tout respire la Méditerranée.

Afin de se diversifier et d'atteindre un taux d'occupation de 70 %, les époux Laurent envisagent de créer une nouvelle offre : espace bien être et SPA.

Néanmoins, ils se posent un certain nombre de questions et vous sollicitent pour leur donner un avis sur leur projet. Ils s'interrogent sur l'attractivité de leur établissement et les moyens de séduire de nouveaux clients au travers de cette nouvelle offre.

En vous appuyant sur vos connaissances mercatiques, sur les documents joints et sur votre culture professionnelle, répondre aux questions suivantes :

1. Évaluer l'opportunité pour l'entreprise de réaliser cette nouvelle offre « espace bien être et SPA ».
2. Préciser si celle-ci est compatible avec l'Écolabel Européen.
3. Proposer d'autres moyens d'action mercatique pour améliorer le taux d'occupation de l'établissement.

Dossier documentaire :

Document 1	Leucate Méditerranée, 1 village, 5 univers à explorer !
Document 2	Les spas des hôtels sont en plein bouillonnement
Document 3	Le marché du spa est en pleine expansion
Document 4	L'hôtel & SPA des Gorges du Verdon, 'presque zéro énergie'
Document 5	Définition et critères de l'Écolabel Européen

Document 1 - Leucate Méditerranée, 1 village, 5 univers à explorer !

Imaginez 18 km de plage au milieu d'un espace naturel.
Imaginez des plages de sable fin et une eau turquoise.
Fermez les yeux et vous y êtes !
Découvrez une station où tout est prévu pour les familles, où votre confort passe avant tout.

Nichée au pied du Canigou entre terre et mer, dans le sud de la France,

Leucate vous propose le meilleur de la Méditerranée !

Cette station de caractère vous enchante par la multitude de ses paysages, la qualité de son offre et la dynamique de ses activités !

Au cœur du Parc Naturel Régional de la Narbonnaise, venez randonner entre falaise et plateau, pour profiter d'un panorama unique sur la Méditerranée. Adeptes de sports extrêmes, Leucate vous proposera les meilleurs spots de France pour la pratique du kitesurf, du char à voile et du windsurf. Tous les ans, La Franqui accueille le Mondial du vent, coupe du monde de kitesurf (PKRA).

Tout au long de l'année, profitez d'animations exceptionnelles à la renommée mondiale pour vous divertir et vous amuser. En plus de son côté festif, Leucate a su garder le charme, l'authenticité et le caractère des villages méditerranéens... flâner dans les rues n'aura jamais été aussi agréable !



LEUCATE VILLAGE, les couleurs apprivoisées

On tombe tout de suite sous le charme de ce village traditionnel de pêcheurs et de vigneron, au riche passé historique. Dominé par son château et un vaste plateau, sa place centrale animée, ses jolies façades et ses rues bariolées d'ombres et de soleil, en font le village méditerranéen par excellence !

PORT LEUCATE, vue imprenable sur la mer

1 500 anneaux sur une lagune de sable entre mer et étang, voici un des plus grands ports de plaisance d'Europe en Méditerranée. Point de départ vers la Sardaigne, les Baléares, l'Afrique, on ne se lasse pas d'arpenter son quai d'honneur et son immense plage !

LEUCATE PLAGE, le sable plus que parfait

Bien abritées des caprices de la Tramontane par la falaise, ses petites criques préservées, comme son immense plage sauvage au sable fabuleusement fin attirent depuis des générations les familles. Pour un séjour nature à l'état pur !

LES VILLAGES NATURISTES, la liberté naturellement

En bord de mer, entre le Grau et les jetées de Port Leucate, un espace naturel protégé aux magnifiques paysages que se partagent plusieurs résidences, en font une référence française et européenne.

LA FRANQUI, source d'inspiration

Nichée dans une pinède, la plus ancienne station du littoral languedocien, La Franqui et son charme rétro, abrite la fabuleuse Plage des Coussoules, 8 km de sable fin et doré, où mouillaient les galères phéniciennes. Ce site vous offre la possibilité de pratiquer stand up paddle, windsurf et char à voile au pied de la falaise.

Source : www.tourisme-leucate.fr

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)	Session 2020
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 2
	Page 3/7

Document 2 (1/2) - Les spas des hôtels sont en plein bouillonnement

Les établissements investissent davantage dans les spas et innovent pour donner envie à une clientèle plus large d'y faire des soins.

Le spa de l'Hôtel du Castellet est passé à la vitesse supérieure en se dotant, outre sauna et hammam, d'une fontaine de glace et d'une grotte de sel.

Revisité de fond en comble, le spa de l'Hôtel du Castellet dans le Sud de la France s'est doté, au-delà des classiques sauna et hammam, d'un canal de Kneipp pour une marche revigorante, d'une fontaine de glace pour se frictionner après un moment passé dans la chaleur et d'une grotte de sel où se régénérer en respirant un air iodé.

L'établissement cinq étoiles voulait en effet passer à la vitesse supérieure à la fois pour la clientèle de ses chambres mais aussi pour un public local. « *Le spa devait correspondre à l'image de l'hôtel et du restaurant* », relève Alexandra Bacquié, sa directrice générale. L'investissement a représenté 2,8 millions d'euros auxquels s'ajoutent 250.000 euros pour la rénovation de l'espace fitness. Et la création du nouvel ensemble a conduit à étendre la période d'ouverture de l'établissement. [...]

Un enjeu croissant

Ces démarches reflètent l'ébullition régnant dans le secteur. « *Dorénavant, les clients recherchent une expérience hôtelière, pas seulement une chambre* », relève Mélanie Joyez, la directrice de l'hôtel Nolinski, récemment ouvert non loin de l'Opéra de Paris et doté d'un spa by La Colline.

« *Aujourd'hui, une partie de la clientèle fait du spa un élément clé au moment de choisir un hôtel. Même si, au final, certains ne s'offriront pas de soins* », renchérit Alexandra Bacquié à l'Hôtel du Castellet.

Le mouvement devrait encore s'accélérer. « *Pour les hôteliers, le spa représente ce qu'était la piscine il y a dix ans. Pour les clientèles étrangères, il est encore plus important d'afficher qu'il existe* », estimait Florence Houpert Le Rolland, chef de produit Bien-être et Tourisme chez Atout France lors du dernier salon EquipHôtel.

Diversifier les propositions

Les pistes suivies par les établissements passent notamment par la privatisation de certaines parties. À Montmartre, le Terrass' Hotel s'est doté d'un spa Nuxe dont l'espace bien être est entièrement privatisable. À Courchevel, le spa du tout récent Hôtel Barrière Les Neiges propose une suite pour deux avec hammam et sauna privé. Car la demande pour bénéficier de soins en duo progresse. Le palace Les Sources de Caudalie dans les vignes du Bordelais l'a bien compris puisqu'il a développé l'offre de cabines doubles lors du récent agrandissement de son spa Vinothérapie qui s'est aussi accompagné d'un nouvel espace jacuzzi.

Les soins capillaires deviennent un axe d'extension. Le Peninsula Paris a inauguré La Suite, un « hair salon » où le cuir chevelu peut bénéficier de différents traitements avec la marque Biologique Recherche. Le Nolinski propose, lui, une détox capillaire avec les produits de Christophe-Nicolas Biot.

S'ouvrir sur l'extérieur

L'un des enjeux est de donner l'idée aux clients de l'hôtel de faire un soin. Au Burgundy près de la Madeleine à Paris, un mot personnalisé, associé à une petite attention, invite les clients à découvrir le spa.

Ces espaces de bien-être s'ouvrent aussi de plus en plus sur l'extérieur. Selon le Baromètre du spa 2016 de SRHC Hospitality Consulting, en quatre ans, la part de la clientèle ne dormant pas sur place est passée en moyenne de 41 à 52 %.

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)		Session 2020
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 2	Page 4/7

Document 2 (2/2) - Les spas des hôtels sont en plein bouillonnement

Il s'agit notamment de séduire les clients venant au restaurant. En juin, le Burgundy organisait une escapade détox associant un soin et un menu jouant sur les légumes et les fruits. Chaque premier dimanche du mois, Le Peninsula propose, lui, un spa brunch. L'hôtel du Castellet a développé une offre à la journée associant par exemple un déjeuner et un accès au spa, avec ou sans soin. Il propose même d'en devenir membre. Quant à la Villa Loiseau des Sens, elle aura une entrée directe pour le public venant de l'extérieur.

Par Clotilde Briard - Publié le 27 février 2017

Source : www.lesechos.fr

Document 3 - Le marché du spa est en pleine expansion

L'institut de recherche de Stanford vient de dévoiler les résultats d'une étude sur le marché mondial du spa. Le marché est en pleine expansion, et il fonctionne particulièrement bien en France. Plus intéressant encore : il représente un levier de croissance pour l'activité des hôtels de luxe.

En l'espace de quelques années seulement, le marché du spa s'est hissé parmi les plus gros rapporteurs dans le monde du luxe. Le Stanford Research Institute a publié, début mai, une étude pour mesurer l'essor du marché mondial du spa. Il en résulte que le marché mondial du bien-être a atteint 3 400 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2018. Ce qui le place directement devant le marché des produits pharmaceutiques. Cette performance est largement portée par les bons chiffres du marché du spa. Cette activité pèse à elle seule pour 94 milliards de dollars.

150 millions d'euros de CA pour les spas hôteliers en France

On observe la même tendance haussière en France. Dans l'Hexagone, les spas et centres de soins assimilés ont représenté 2,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2018. Et avec plus de 2 millions de clients en une année, le marché enregistre une progression constante. Les consommateurs sont d'autant plus nombreux à se laisser séduire que le nombre d'installations n'a cessé d'augmenter. La France compte désormais plus de 9 000 spas, ce qui en fait le quatrième marché mondial. Les trois premiers pays en tête du classement sont les États-Unis, l'Allemagne et le Japon.

L'étude menée par l'institut de recherche de Stanford met en lumière que les spas sont devenus un levier de développement économique dans l'hôtellerie haut de gamme. [...] La présence d'un spa est devenue un critère de qualité, et une prestation incontournable pour assurer l'attractivité d'un établissement auprès de la clientèle. [...]

Emilie Besse - 23 mai 2019

Source : www.carnetsduluxe.com

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)		Session 2020
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 2	Page 5/7

Document 4 - L'Hôtel & Spa des Gorges du Verdon, 'presque zéro énergie'

[...] Deuxième établissement pilote en France du projet européen Nezeh (Nearly Zero Energy Hotel) après le Best Western Ajaccio Amirauté, l'Hotel & Spa des Gorges du Verdon vise l'excellence énergétique. « *Nous sommes engagés dans une démarche environnementale depuis nos débuts, il y a trente ans, indique Hélène Bogliorio, propriétaire de l'établissement. On monte les marches l'une après l'autre, l'objectif étant de devenir la référence dans le domaine du développement durable.* » La localisation de l'hôtel, en plein coeur du parc national du Verdon, permet aux propriétaires de bénéficier du soutien des autorités locales. « *Il est dommage que de tels projets ne puissent pas recevoir de subventions, car ils sont profitables à tous* », déplore malgré tout l'hôtelière.

L'hôtel de 70 chambres est déjà un exemple en matière de gestion de sa consommation énergétique : Écolabel européen, label Clef Verte... Plusieurs titres lui ont permis d'illustrer l'ampleur de l'implication de ses propriétaires dans le respect de l'environnement. « *Même lors de la création de notre spa, nous avons tenu à investir dans des machines très peu énergivores.* »

Isolation et panneaux photovoltaïques

Reste aujourd'hui à attendre le retour de l'audit énergétique de Nezeh afin d'engager les travaux nécessaires pour atteindre l'excellence énergétique. « *D'ores et déjà, nous savons que nous devons investir dans une isolation supplémentaire de notre plus ancien bâtiment qui date de 1972. Nous allons également installer des panneaux photovoltaïques sous forme d'ombrières dans notre parking* », explique Hélène Bogliorio.

Preuve de son action environnementale, l'hôtel vient d'être récompensé du trophée RSE Provence Alpes Côte d'Azur.

Vanessa Guerrier Buisine - 5 novembre 2015
Source : www.lhotellerie-restauration.fr

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)	Session 2020
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 2 Page 6/7

Document 5 - Définition et critères de l'Écolabel Européen

Définition

L'Écolabel européen est un label fiable et officiel créé en 1992 par la Commission Européenne.

Signes d'excellence, les écolabels garantissent un niveau d'exigence élevé en termes de limitation des impacts des produits et services sur l'environnement et la santé, tout en maintenant leur niveau de performance.

Critères de l'Écolabel Européen

Eau

Changement des serviettes et des draps	Ce critère s'applique pour les établissements fournissant des serviettes ou des draps : obligation d'information du client concernant le changement des draps et des serviettes sur demande ou, à défaut, selon la fréquence établie par la politique de protection de l'environnement de l'établissement ou exigée par les lois et règlements nationaux.
--	---

Débit d'eau des robinets et des douches (1,5 point)	Le débit moyen des robinets et des pommeaux de douche, à l'exclusion des robinets de baignoire, est limité à 8 litres/minutes. Possibilité d'installer des mousseurs
---	--

Débit d'eau des robinets et des douches	Le débit moyen des robinets et des pommeaux de douche, à l'exclusion des robinets de cuisine et de baignoire, ne doit pas dépasser 9 litres par minute.
---	---

Environnement

Détergents	Au moins 80 % des détergents concernant le lavage de la vaisselle, les textiles, les nettoyeurs universels, les nettoyeurs pour sanitaires et/ou les savons et shampooings doivent bénéficier d'un label écologique ISO de type I (1 point est attribué pour chacune des catégories de détergents avec un maximum de 3 points).
------------	---

Formation du personnel en matière de substances chimiques	Sensibilisation du personnel aux comportements responsables d'un point de vue environnemental. Concernant les substances chimiques, le personnel doit apprendre à ne pas dépasser la quantité de détergent ou de désinfectant recommandée sur l'emballage
---	---

Source : www.shmile2.eu

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)	Session 2020
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 2 Page 7/7