

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 15

Jeudi 9 juin 2022 – Matin

Le Vieux Lyon

Aucun document et matériel autorisé.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

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 2022
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 15 Page 1/5

Le Vieux Lyon

Le Vieux Lyon est un hôtel restaurant certifié 4* situé dans le quartier historique du 5^{ème} arrondissement de Lyon. D'une capacité de 50 chambres de style florentin, il offre un panorama exceptionnel sur la ville des lumières. Un espace bien être avec une piscine intérieur et extérieure ainsi qu'un institut spa viennent compléter une offre de services importante (WIFI gratuit, salle de remise en forme, parking intérieur, salles de réunion, salles de jeux pour les enfants, salons de lecture). Les réservations clients se font directement au téléphone ou sur le site internet de l'établissement.



Un restaurant de 40 couverts ouvert tous les midis et soirs du mardi au dimanche invite la clientèle à faire une pause dans un havre de douceur grâce à la verrière panoramique. Les événements sanitaires de ces derniers mois ont conduit l'établissement à une fermeture prolongée et l'ont obligé à repenser son offre. Les dirigeants de l'établissement ont profité de cette période pour développer leur nouveau projet : transformer deux vans en hôtel roulant. Les clients posent leurs valises dans les véhicules au confort digne d'un établissement 4 étoiles puis partent faire un « vinotrip », un « gdftrip » et sont accueillis à chaque halte dans des établissements partenaires où ils peuvent ainsi prendre leurs petit déjeuner et repas. Ainsi, il y a un mariage entre l'esprit de liberté du van et l'art de vivre à la française.

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

1. Présenter l'intérêt pour l'établissement le Vieux Lyon de diversifier son offre.
2. Déployer une stratégie de communication pour lancer le nouveau projet de « vans hôtel ».
3. Proposer et justifier de nouveaux partenaires de distribution pour cette offre spécifique.

Dossier documentaire :

Document 1	Comment les hôteliers lyonnais surmontent la crise
Document 2	Exemple d'offres proposées par l'établissement
Document 3	Opération séduction pour Le Bon Coin Hôtel

Document 1 - Comment les hôteliers lyonnais surmontent la crise

Si à Lyon l'activité redémarre, les hôteliers doivent toutefois adapter leur communication et mettre en place un protocole sanitaire afin de rassurer la clientèle, tout en réorganisant leurs équipes. Exemple avec MiHotel un groupe indépendant à l'implantation locale.

« Malgré le contexte incertain, on ne va pas s'arrêter de vivre ! Il faut plus que jamais aller de l'avant, car il y a toujours des perspectives dans nos métiers. » Nathalie Grynbaum, cogérante de MiHotel a choisi la voie de l'optimisme... Il faut dire que leur concept se démarque de l'hôtellerie classique, puisque MiHotel propose des suites haut de gamme au design contemporain réparties dans des immeubles de standing au cœur de la Presqu'île et du Vieux-Lyon. Ici, pas de desk ni de clef, car tout est digitalisé. De plus, la réservation se fait en ligne pour obtenir son code afin d'accéder à l'une des 40 suites du groupe. Les clients peuvent également personnaliser leur séjour (plateaux repas, cours de yoga, box thématiques...). Si les touristes, notamment étrangers, font aujourd'hui défaut, le concept séduit toutefois bon nombre de Lyonnais pour une staycation. « Beaucoup de couples viennent pour décompresser après cette période stressante. Mais on a aussi récupéré la clientèle business qui apprécie notre concept. Au final, on affiche 70 % de taux d'occupation, même si on a dû baisser nos prix.

Source : L'hôtellerie-restauration.fr

Document 2 - Exemple d'offres proposées par l'établissement

Offre Vans Hôtel Vinotrip

Expérience « Au cœur des Vignes » : Le Van se gare au cœur des Vignes, dégustation de vins, balade & farniente seront au rendez-vous !

RDV à l'hôtel Le Vieux Lyon à 14h00/ Départ pour les vignes à 14h30/Check in sur site à l'arrivée/Un Chauffeur privé est disponible sur demande.



L'expérience comprend :

Expérience oenotouristique (visite des vignes et dégustations 2h)

Petit-déjeuner, Terres de Café, Thé

Kodama, Gourmandises Les Petites

Françaises, La Mère Mimosa

Apéro, Funky Veggie

Déjeuner & Dîner, plats cuisinés par le

Restaurant le Grand Vignoble

Vins La Winerie

Barbecue Cookut

Produits bien être Respire

Serviettes, peignoirs, chaussons Le Vieux Lyon

Tapis de yoga Baya

Cours de Yoga online

Box méditation Morphée

iPad et vidéoprojecteur, accès Netflix,

Amazon Prime

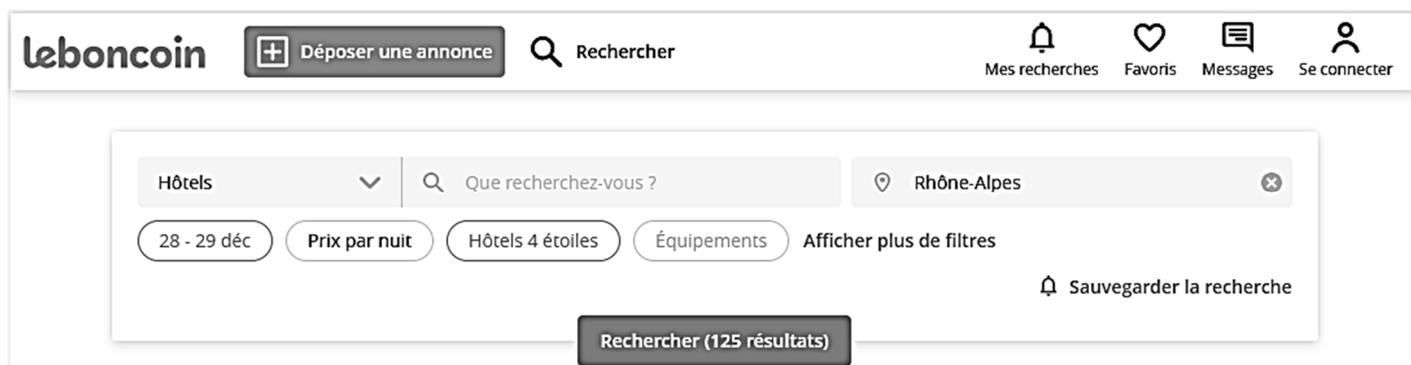
Enceinte connectée

Source : site internet le Vieux Lyon

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)	Session 2022
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 15 Page 3/5

Document 3 (1/2) - Opération séduction pour Le Bon Coin Hôtel

La plateforme de petites annonces entre particuliers se positionne désormais comme un acteur à part entière de la distribution hôtelière. Elle a attiré l'attention des leaders de l'hôtellerie française, à commencer par Logis Hôtels et Accor.



The screenshot shows the Leboncoin search interface. At the top left is the 'leboncoin' logo, followed by a '+ Déposer une annonce' button and a search bar with 'Rechercher' text. On the top right are icons for 'Mes recherches', 'Favoris', 'Messages', and 'Se connecter'. The main search area includes a dropdown menu set to 'Hôtels', a search input field with the placeholder 'Que recherchez-vous?', and a location dropdown set to 'Rhône-Alpes'. Below these are filter buttons: '28 - 29 déc', 'Prix par nuit', 'Hôtels 4 étoiles', and 'Équipements', along with a link 'Afficher plus de filtres'. A 'Sauvegarder la recherche' button is on the right. At the bottom center is a large 'Rechercher (125 résultats)' button.

Le Bon Coin Hôtel comptabilise déjà plus de 4500 hôtels 'actifs'

Après les annonces de Logis Hôtels et d'Accor d'un accord de distribution avec Le Bon Coin Hotel, plateforme de réservation hôtelière créée par le site de petites annonces, des institutions comme le CRT (Comité Régional du Tourisme) Côte d'Azur ont largement communiqué sur l'attrait de ce nouveau partenaire. Commission à 0 % jusqu'au 31 décembre, hôtelier qui reste propriétaire des données clients, site de confiance, repère de consommation et commission acceptable, autant de facteurs qui ont séduit les hôteliers, à commencer par Karim Soleilhavoup, directeur général de Logis Hôtels.

Ce dernier, qui avait exhorté les OTA à accompagner les hôteliers durant la crise, à réduire leurs taux de commission en 2020, à jouer le jeu de la solidarité, a choisi de confier sa distribution au Bon Coin. *« Les équipes d'Antoine Jouteau, CEO du Bon Coin, sont très orientées vers le digital, et leur trafic leur confère un potentiel extraordinaire. Le Bon Coin pourrait être un contre-pouvoir face à d'autres acteurs digitaux comme Booking et Expedia. »*

Et de préciser : *« Nous voulons récupérer la data clients et sortir du modèle dans lequel les OTA nous ont spolié notre capacité à développer notre clientèle. Ce partenariat va dans le sens de notre volonté de reprendre la main sur nos réservations, sur nos données clients et de renouer le lien avec NOS clients. »*

Un partenaire à prix raisonnable

Le Bon Coin semble avoir pris le parti de cette idée de contre-pouvoir et se positionne comme un partenaire à prix raisonnable. Contre une visibilité exceptionnelle liée à sa base de données de clients français, la plateforme propose une commission aux alentours des 10 %. Il devrait séduire les nombreux hôteliers lassés des pratiques des OTA spécialisées dans le voyage mais qui ne cessent de faire évoluer leurs commissions, même en temps de coronavirus et d'activité en berne.

Du côté du Bon Coin, Antoine Jouteau, directeur général du groupe, évoque un *« acte engagé et responsable pour soutenir la filière. »*

BTS Management en Hôtellerie Restauration - Toutes options (A, B et C)	Session 2022
E4 - Mercatique des services en hôtellerie restauration	SUJET 15 Page 4/5

Document 3 (2/2) - Opération séduction pour Le Bon Coin Hôtel

Un « geste de solidarité » qui a même séduit le groupe Accor, qui a annoncé également en début d'été un accord avec Le Bon Coin Hôtel pour distribuer ses 1 550 établissements français. L'audience, la marque et l'ancrage français du Bon Coin ont été des arguments de poids pour convertir Accor en partenaire de la première heure. Convaincus que la reprise se fera par le marché français, les dirigeants se sont laissés tentés, en attendant de pouvoir travailler le modèle économique pour 2021.

Le Bon Coin Hôtel avait déjà dessiné les contours d'une stratégie de positionnement sur le créneau de la réservation hôtelière courant janvier, lors de l'annonce du rachat de Pilgo, une start-up connectée aux systèmes de réservation des hôtels. La crise du Covid-19 semble avoir accéléré le déploiement de cette nouvelle stratégie. Fort de ses 28 millions de visiteurs uniques mensuels et déjà bien positionné sur le marché immobilier et de la location de vacances, le Bon Coin pourrait rapidement attirer les voyageurs français, habitués à consommer sur le site.

Source : le bon coin hôtel