

L'épreuve vise à évaluer les capacités du candidat à :

- maîtriser les connaissances relatives à
 - o la politique et/ou la stratégie de l'entreprise hôtelière ;
 - o l'analyse du marché hôtelier ;
 - o la connaissance du consommateur et son comportement ;
 - o l'ensemble des variables mercatiques, prises isolément ou intégrées au plan de marchéage ;
- mobiliser des 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 : Le plan de marchéage

A 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 les documents fournis en annexe et présentez-les de façon structurée, dans le cadre du thème proposé.
- À partir du plan de marchéage, présentez pour un hôtelier restaurateur les avantages et les inconvénients de l'adhésion à un réseau.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - notoriété assistée,
 - chaîne intégrée,
 - innovation.

SESSION 2010	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 13	1/2

ANNEXE SUJET n° 13
Thème : Le plan de marchéage
Source : communiqués de presse – Accor.com

Document A Suitehotel, une autre façon de vivre l'hôtel

Communiqué de presse

Accor, leader européen dans l'univers de l'hôtellerie et du tourisme, leader mondial dans les services, est présent dans près de 100 pays avec 166 000 collaborateurs. Il met au service de ses clients, particuliers et entreprises, le savoir-faire acquis depuis 40 ans dans ses deux grands métiers :

- l'hôtellerie, avec ses marques Sofitel, Novotel, Mercure, Suitehotel, Ibis, All Seasons, Etap Hotel, Formule 1 et Motel 6, représentant près de 3800 hôtels et 450 000 chambres dans 90 pays, ainsi que ses activités complémentaires, avec notamment Lenôtre ;
- les services aux entreprises et aux collectivités publiques : 23 millions de personnes bénéficient dans 35 pays des prestations de Accor Services (ressources humaines, services marketing, gestion des frais professionnels).

Document B Suitehotel lance une action de street marketing pas comme les autres...

Communiqué de presse Evry le 25 mai 2007,

Suitehotel, l'enseigne née en 1998 de la volonté de Accor d'anticiper et de s'adapter aux grandes mutations économiques et sociétales tendance du groupe Accor, met en place une opération de communication originale pour soutenir la promotion « SuiteDeals » qui va animer l'ensemble du réseau européen pendant tout l'été.

Début juin, dans 14 villes de 8 pays d'Europe, des équipes de distributeurs se font passer pour des touristes un peu particuliers. Ils vanteront les mérites et les services de l'enseigne habillés de peignoirs personnalisés Suitehotel et distribueront des flyers en déambulant dans les grandes villes européennes à des horaires et dans des lieux stratégiques : de 12h à 14h et le soir dans les quartiers d'affaires, l'après-midi dans les quartiers commerçants.

Une opération de street marketing insolite et moderne pour une communication de proximité qui correspond aux valeurs de Suitehotel : hospitalité, espace et plaisir.

Un flyer, sur le modèle des poignées de porte « ne pas déranger » pour recréer l'univers hôtelier, informera les passants de l'offre promotionnelle d'été de Suitehotel : « SuiteDeals ». Ce support est un moyen original et pratique que chacun pourra réutiliser par la suite.

Plus de 400 000 flyers seront distribués dans 14 villes d'Europe : Londres, Berlin, Hambourg, Munich, Düsseldorf, Cologne, Rotterdam, Dublin, Bruxelles, Rome, Madrid, Paris, Lille et Lyon, pour cibler une clientèle européenne et urbaine.

Cette opération de communication insolite met en avant l'offre promotionnelle d'été « SuiteDeals » qui propose la suite au prix exceptionnel de 239 € TTC les 4 nuits* et 389 € TTC les 7 nuits* (*hors petit déjeuner).

Document C Suitehotel lance la promotion « Suite deals »

Communiqué de presse Evry le 15 juillet 2008

Depuis le 1^{er} juillet 2008, Suitehotel propose la promotion « Suite deals ». Cette offre permanente permet d'obtenir des promotions pour les séjours de 4 à 7 nuits. La 4^{ème} nuit coûte 50% du prix standard et la 7^{ème} nuit est offerte.

L'objectif de cette opération est de promouvoir les suites de Suitehotel en faisant mieux connaître ce qui contribue à leur succès : un espace de 30m², la Suite box et les services 24h/24 offerts.

Les services illimités et gratuits de la Suite box offrent un accès internet haut débit filaire, des appels nationaux sur les téléphones fixes, vidéo et musique à la demande, jeux. L'offre de service en continu donne accès à la Boutique Gourmande et son offre de restauration haut de gamme, au e-corner et son accès Internet haut débit gratuit, à l'espace forme et à des massages * relaxants offerts tous les jeudis soirs.

SESSION 2010	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 13	2/2