

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° 15**

### **Thème : La communication événementielle**

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 le document fourni en annexe et présentez-le de façon structurée, dans le cadre du thème proposé.
- Proposez des actions de communication envisageables par des hôteliers-restaurateurs dans un contexte de crise économique. Privilégiez les actions utilisant des technologies nouvelles.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - parrainage (« sponsoring »),
  - blog de marque,
  - mercatique virale.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2010	<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 15	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET n° 15**

**Thème : La communication événementielle**

**Le groupe ACCOR et le sponsoring**

Source : [www.accor.com/fr/groupe](http://www.accor.com/fr/groupe) avril 2009

Dans le cadre des stratégies marketing internationales de ses marques, Accor développe des actions de parrainage dans le monde du Sport et du Divertissement. Des plateformes de sponsoring sont mises en œuvre, avec les équipes marketing des pays, pour contribuer à développer la notoriété et l'image des marques du groupe, à créer de nouvelles opportunités commerciales et de relations publiques.

**SOFITEL** : complice d'un certain art de vivre, Sofitel, la marque d'hôtellerie de luxe du groupe Accor, présente dans 51 pays, partage les valeurs du golf : la passion de la précision, un esprit de convivialité et la recherche de la perfection.

Ainsi, Sofitel est partenaire officiel de l'Evian Masters, deuxième tournoi professionnel féminin le plus important au monde, diffusé dans 100 pays. La marque soutient également des événements professionnels, comme l'Oméga Chine Tour, circuit national en Chine, et amateurs, comme la « So Cup » et la « Jamaï Cup » au Maroc.

Sofitel invite les amateurs de swing dans des lieux privilégiés, rencontres singulières entre des endroits uniques et des greens exceptionnels. Le golf est un moyen original de découvrir de fabuleuses destinations et de profiter différemment de l'expérience Sofitel.

**MERCURE** : les hôteliers Mercure soutiennent des activités et des disciplines originales et vivantes dans deux domaines :

- Les sports de « personnalités » en lien avec l'identité, la culture d'une région, d'un pays,
- Le divertissement « vivant » : comédie musicale, festivals de musique, théâtre.

Par exemple, en France, Mercure est le fournisseur officiel de la ligue nationale de rugby, illustrant les valeurs du professionnalisme, de l'esprit d'équipe, de la convivialité et de l'ancrage régional.

Dans le divertissement, les hôtels Mercure soutiennent des projets dans différents pays : les comédies musicales « Miss Saïgon » et « Mary Poppins » en Australie...

[www.accor.com/fr/groupe/partenariats/sportifs.asp](http://www.accor.com/fr/groupe/partenariats/sportifs.asp)

SESSION 2010	EXAMEN		Durée	30 min
	<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 15	<b>2/2</b>