

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° F3

Thème : La distribution

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
- Présentez les actions possibles pour communiquer et commercialiser les prestations d'une entreprise hôtelière indépendante.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - marque ombrelle,
 - centrale de réservation,
 - canaux de distribution.

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 F3	1/2

ANNEXE SUJET n° F3

Thème : La distribution

Cerise Hôtel, une nouvelle approche de la gestion hôtelière

Source : Hôtel restau – 10 mars 2009

- **Fondateur de Mister Bed dans les années 90 et animateur du pôle hôtelière français de Lone Star au début des années 2000, Yannick Auré revient sur le devant de la scène à travers sa nouvelle société Exhore.**
- **Société de gestion d'hôtels et de résidences, Exhore développe une nouvelle enseigne ombrelle, plutôt surprenante, Cerise, qui veut apporter une dimension plus ludique à l'hébergement hôtelier en regroupant des établissements indépendants.**
- **Yannick Auré veut ouvrir la palette de l'aide à l'exploitation ou la gestion classique jusqu'à la prise de bail pour les murs d'un établissement.**

Bref rappel : Yannick Auré a imaginé, il y vingt ans, un nouveau concept hôtelier économique, Mister Bed, qu'il développe en France jusqu'à avoir une vingtaine d'établissements et près de 2 000 chambres. Le groupe intéresse les fonds d'investissement en quête d'expansion et tombe dans le giron de l'Américain Lone Star. Il en fait le noyau dur d'un patrimoine que Yannick Auré, maintenu en place, est chargé de développer et d'exploiter pour gagner en plus-value. C'est chose faite quand Lone Star cède ses actifs à Blackstone, autre fond américain. Yannick Auré est désormais libre de poursuivre sa propre voie, ce qu'il fait en créant Exhore, début 2007. Il appelle autour de lui deux anciens collaborateurs, qui cumulent une longue expérience de la gestion hôtelière, Jean-Louis Chassagnette, directeur des opérations et associé, et Béatrice Hervé, directrice commerciale.

Exhore arrive comme un nouvel acteur sur le marché de l'hébergement, en développant son métier d'exploitant et sa force commer-

ciale, sans se fixer de limites exclusives sur la nature des établissements. *"Si nous considérons aujourd'hui l'ensemble du marché de l'hébergement en France et en Europe, constitué à la fois par l'offre hôtelière et l'offre des résidences de tourisme, nous constatons que quatre opérateurs français - Accor, Pierre & Vacances, Louvre Hôtels et B&B - dominent ce marché, mais ne regroupent qu'une faible part de l'hébergement proposé"*, analyse Yannick Auré qui s'adresse en priorité au 15 000 hôtels encore indépendants. Il leur propose sa propre enseigne, Cerise, mais va bien au-delà de la franchise. Pour les adhérents de Cerise, Exhore prend en charge le recrutement, la formation du personnel, la sélection des fournisseurs, l'entretien du bâtiment et la mise en place des procédures opérationnelles. Il s'attaque aussi à la satisfaction client s'occupant du processus de la démarche Qualité. Et s'il le souhaite, Yannick Auré propose à tout

propriétaire d'établissement hôtelier ou de résidence de signer un mandat de gestion, et même une prise à bail pour les murs.

Pour couvrir un panorama assez large, Exhore a fait appel à l'agence TBWA pour définir une marque qui aurait comme caracté-

Cerise Hôtels ambitionne de couvrir un spectre large du 1* au 3* - hôtels et résidences de tourisme

ristique d'être : "dynamique, jeune, innovante, familiale, souriante, féminine, sensuelle, craquante, élégante, écologique, high-tech, rare, déclinable... Cerise s'imposait parmi toutes les marques présentées par l'agence TBWA", résume Yannick Auré. *"C'est une marque ombrelle qui répond au middle market prêt à payer entre 40 et 300 euros selon les besoins. Notre positionnement va du 1*+ au 3*+. Les premiers hôtels Cerise seront d'anciens*

Mister Bed qui passeront, après rénovation, d'un prix moyen de 32-33 euros à 40 euros. Pour le 2, notre prix moyen se situera entre 70 et 120 euros. Nous visons la reprise de fonds de commerce d'hôtels de centre ville dans les grandes métropoles comme Lyon ou Marseille ou dans des périphéries attractives. Mais nous évitons les périphéries à proximité des grands axes. Avec les GPS, il n'est plus nécessaire d'être facile d'accès"*.

Pour les outils de gestion et la plate-forme de commercialisation, Exhore a fait le pari du développement en propre, un travail confié à Mental Works, qui élabore à la fois le site Internet Cerise, la centrale de réservation et le PMS de gestion (full web), qui ne sera définitivement opérationnel qu'à la fin de l'année. La plate-forme est reliée naturellement au site propre avec accès direct au stock disponible, mais également aux sites partenaires et aux plus importants canaux de distribution hôtelier habituels. Exhore veut garder la maîtrise totale sur l'outil pour assurer de nouveaux développements si nécessaires.

"Seuls les grands groupes hôteliers possèdent à ce jour un tel outil qui permet de repositionner le produit selon la demande et d'être donc très performant". A travers Cerise et sa technologie, Yannick Auré fait le pari avec ces outils et son enseigne de projeter les hôteliers indépendants sur la même planète que les groupes intégrés.

■ B.C

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		SUJET F3	2/2