

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° 14**

### **Thème : La politique de produit**

À 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 travaux à faire ci-dessous. Vous les traiterez 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.
- Expliquez pourquoi et comment une entreprise de l'hôtellerie-restauration doit prendre en compte l'évolution du marché pour améliorer son offre.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - besoin du consommateur,
  - qualité perçue,
  - veille concurrentielle.

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	<b>SUJET 14</b>	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET n° 14**

### **Thème : La politique de produit L'hôtellerie low-cost a la cote**

Source : HôtelRestau Hebdo – 10 février 2009

**[...] Finie l'idée reçue selon laquelle la chambre économique est seulement fonctionnelle et sans relief. Aujourd'hui elle prend de la couleur, s'ouvre à la technologie et s'autorise le design [...]**

**Q**ue ce soit dans le domaine de l'aérien, des voyages, des biens de consommation courante ou même de l'alimentation (hard discount), le low-cost a la cote. Il n'est plus réservé aux seuls petits budgets. Aujourd'hui consommer moins cher, c'est avant tout consommer malin. L'hôtellerie n'y échappe pas, même si, bien avant l'heure, elle a su déceler le potentiel du segment très économique. Car si les hôtels de cette catégorie restent traditionnellement l'un des modes d'hébergement privilégiés par le personnel de chantiers et les commerciaux en déplacement, ils séduisent d'autres clientèles, celles du tourisme d'agrément (couple, famille, amis ...), à la recherche de bons plans pour leur week-end ou RTT.

L'image « paupérisante » de l'hôtellerie très économique a vécu, comme le remarquait Georges Sampeur, président du directoire du groupe B&B Hôtels, lors du dernier Global Lodging Forum.

B&B justement fut la première chaîne sur ce créneau à revendiquer, tout en jouant sur le paradoxe, le concept « Econochic ». Un concept imaginé en 2006, que la chaîne a fait récemment évoluer, gravitant autour d'un « carré de valeurs » : la simplicité (des endroits malins et fonctionnels), le bien-être (féminité, harmonie sécurité), la convivialité (proximité, ancrage local, générosité) et l'actualité (esthétisme, fraîcheur, dynamisme).

Exit les chambres d'hôtel tristounettes, fades, à la décoration minimaliste et sans âme. Aujourd'hui, les nouveaux concepts économiques jouent la carte de la couleur, du design attrayant. Les fondamentaux sont ainsi tous revus à la hausse. On ne se contente plus de répondre aux besoins essentiels, on redéfinit les basiques pour aller plus loin dans les prestations en offrant une meilleure literie, un téléviseur à écran plat, la climatisation généralisée, une salle de bain privative et même, pour la plupart, l'accès wi-fi gratuit dans la chambre. Une métamorphose de l'hôtellerie très économique qui a été rendue possible grâce, notamment, à la présence de département R&D dans la plupart des grands groupes hôteliers et aux importantes innovations technologiques en matière de construction et de design.

En donnant, il y a trois ans un coup de jeune à son concept, B&B a lancé un véritable mouvement de fond. L'année dernière, ce fut au tour de l'ex-enseigne Formule 1, rebaptisée hotelF1, de revoir sa copie. L'enseigne la moins chère du marché a ainsi revu totalement l'architecture intérieure de ses établissements et propose désormais deux types de chambres : celle, historique, pour 3 personnes avec un lit double plus un couchage simple en mezzanine, et une nouveauté, une chambre duo avec deux lits twins. L'innovation se situe également du côté des équipements technologiques. Désormais, chacune des chambres du nouveau concept est équipée de TV LCD avec connectique faciale pour console, MP3, lecteur DVD et casque audio. Quant au wi-fi, 20% d'entre elles (au minimum) en sont équipées. La convivialité - un nouveau cheval de bataille de la catégorie économique - n'est pas en reste avec des chambres plus gaies et colorées, plus spacieuses, dotées d'une table mobile pour les chambres twins et d'espaces de rangement plus nombreux. La douche et les commodités en revanche sont toujours situées sur le palier.

Le relookage des établissements de l'enseigne hotelF1 en cours, c'est au tour des Etap Hotel d'être reliftés. Annoncé l'année dernière, le nouveau concept Etap Hotel sera dévoilé fin mars dans l'établissement de Toulouse Blagnac. Il devrait faire la part belle au design et à l'éco-responsabilité.

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	<b>SUJET 14</b>	<b>2/2</b>