

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° 8

Thème : Adaptation de l'offre

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. Votre exposé les traitera 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.
- Comparez le plan de marchéage (en montrant les points communs et les différences) d'un hôtel ou restaurant indépendant avec le plan de marchéage d'un établissement ayant adhéré à une chaîne intégrée.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - servuction,
 - notoriété,
 - commerce électronique (e-commerce).

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2012	BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière		Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 8	1/2

ANNEXE DU SUJET n° 8

Thème : Adaptation de l'offre

Au Ménuire, l'hôtellerie familiale fait de la résistance

Source : L'hôtellerie-Restauration du jeudi 5 mai 2011

Le chalet-hôtel 3 étoiles fait partie des rares établissements familiaux qui subsistent dans les grandes stations alpines françaises. Confrontés à la concurrence des résidences hôtelières, ses propriétaires ont su s'adapter pour capter et fidéliser leur clientèle.

Manuel et Roxanne Martinez sont les propriétaires du chalet-hôtel de 41 chambres : Le Ménuire. Travailler dans un domaine comme celui des trois des vallées exige bien des compétences. À commencer par la maîtrise de plusieurs langues étrangères, ce qui est le cas de Roxanne : *"Les clients sont ravis d'entendre un petit mot dans leur langue, explique-t-elle. Qu'ils soient Russes, Allemands ou Italiens, ça permet de fidéliser plus facilement. Nous avons des personnes en provenance aussi bien du Québec que du Japon, ainsi qu'une clientèle familiale ou de jeunes actifs."*

Les époux Martinez se soucient en permanence du confort de leurs clients. *"Il est important d'être disponible pour les clients, de répondre à leurs attentes. Ainsi, nous avons équipé l'hôtel d'un espace détente avec une salle de sport, un spa et un jacuzzi."* Pour fidéliser le client, l'hôtel propose également des services comme la vente du forfait, des réductions pour la location de skis...

Côté restauration, Le Ménuire fonctionne en demi-pension. *"Étant au sein du plus grand domaine skiable du monde, rappelle Roxanne, nos clients partent pour la journée. Les déjeuners se font le plus souvent en bas des pistes ou dans les restaurants d'altitude."* *"Nous ne travaillons qu'avec des produits frais et de qualité recherchée. Surtout qu'avec notre clientèle internationale, nous devons faire honneur à la réputation gastronomique de la France"*, ajoute-t-elle. Pour y parvenir les époux Martinez ont opté pour une formule comprenant une entrée, deux plats, fromage ou dessert. Sans oublier les soirées avec spécialités savoyardes, sans lesquelles *"les vacances au ski ne seraient pas tout à fait les mêmes"*.

Décoration chaleureuse et authentique

Avec plus d'une vingtaine de salariés, la charge administrative ne manque pas. *"À nous deux, nous arrivons à mener le combat sur tous les fronts, confie Manuel Martinez : la gestion des stocks et du personnel d'une part, l'accueil et les services aux clients de l'autre. Nous sommes très loin des 35 heures..."*

Les 41 chambres de l'hôtel ont toutes été récemment modernisées et décorées de façon chaleureuse et authentique. Chacune dispose de son téléviseur à écran plat avec chaînes satellitaires. Il ne manque rien *"sauf une piscine couverte, selon Manuel Martinez, d'ailleurs nous la faisons construire cet été, et dès l'hiver 2011-2012, nos clients pourront en bénéficier."*

A.J.A.

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2012	BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL	SUJET 8	2/2