

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° 7

Thème : La communication institutionnelle

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.
- Précisez pourquoi une entreprise d'hôtellerie-restauration cherche à s'engager dans des opérations de partenariat. Indiquez quelles sont les limites de ces actions.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - image,
 - mercatique sociétale,
 - stratégie de différenciation.

SESSION 2012	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 7	1/2

ANNEXE SUJET n° 7

Thème : La communication institutionnelle

Le Programme de Responsabilité Sociale de Accor Chine salué par l'OMT et ONU Femmes

Source : <http://www.fondation-accor.com> - 24 mars 2011

Fin 2009, Accor Chine lance le programme de la Chi Heng Foundation, « Empowerment Builds the Future », grâce au soutien de la Fondation Accor. Alors que la première étape du projet commence à porter ses fruits, ce programme est cité comme exemple par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) et l'ONU Femmes dans leur « Global Report on Women in Tourism 2010 », publié le 11 mars 2011 à Berlin.

L'Organisation Mondiale du Tourisme et ONU Femmes collaborent depuis 2008 dans le but de responsabiliser les femmes et de promouvoir l'égalité hommes-femmes dans l'industrie du tourisme. Leur rapport 2010 (« Global Report on Women in Tourism ») est une étude décisive dans le domaine de l'égalité dans le tourisme et sur la question de la participation des femmes à cette industrie.

Le programme de solidarité « Empowerment Builds the Future », porté par Accor Chine en partenariat avec la Chi Heng Foundation (ONG chinoise qui accompagne des adolescents et leurs familles touchées par le sida), a déjà des résultats probants. Plus de 45 000 € ont été collectés grâce à la vente de 20 000 sacs éco-responsables. Ils vont permettre l'éducation, l'autonomisation et l'insertion professionnelle de ces familles.

« (...) le programme novateur de Responsabilité Sociale de Accor en Chine est une preuve que le tourisme, en offrant un large choix de perspectives, peut être un levier de développement pour les femmes », déclare Marie-Caroline Bizet, Déléguée Générale de la Fondation Accor, qui a financé ce programme à hauteur de 20 000 €.

« Empowerment Builds the Future » : création d'une entreprise sociale

La Fondation Accor a soutenu la création d'une entreprise sociale dans la province du Henan (Chine) qui a pour but d'améliorer la qualité de vie de familles touchées par le virus du sida en facilitant leur réinsertion économique et sociale. Cinq jeunes femmes originaires du village de Xiaolizhuang (province du Henan) ont été recrutées pour produire des sacs éco-responsables.

Ces sacs sont ensuite vendus (2€) dans les hôtels du Groupe Accor en Chine. Les bénéfices dégagés permettent à ces femmes d'être autonomes et servent à financer des bourses d'étude pour des adolescents atteints du sida.

Robert Murray, Vice-President d'Accor et porteur de ce projet auprès de la Fondation Accor, témoigne : « Je suis heureux d'avoir vu mes collègues travailler ensemble avec succès pour fonder et diriger une entreprise sociale rentable. Nous avons aidé une communauté touchée par le sida à rompre le cycle de la pauvreté, et à vivre avec dignité et valeur personnelle. Mon engagement dans le projet m'a permis de prendre conscience de ce que nous pouvons faire pour aider les autres ».

Fondation ACCOR

SESSION 2012	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 7	2/2