

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° 5

Thème : Le marché à l'international

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 les spécificités mercatiques d'un développement international par rapport au développement national ? Présentez les limites de cette stratégie.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - étude documentaire,
 - franchise,
 - COFACE.

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 5	1/2

ANNEXE SUJET n° 5

Thème : Le marché à l'international

Formule 1 gagne du terrain au Brésil

Source : L'Hôtellerie-Restauration du 9 juin 2011

La marque très économique du groupe Accor lance un vaste plan de développement au Brésil

Avec onze établissements implantés dans les principales villes brésiliennes, Formule 1 a acquis une forte notoriété dans le pays en tout juste dix ans. Aujourd'hui, la marque donne un coup d'accélérateur à son développement. À l'horizon 2015, le réseau comptera 18 adresses dans les grosses agglomérations sous forme d'administration ou de location – « *un mode de détention réservé aux gros porteurs* », précise **Gilles Gonzalez**, directeur du développement d'Accor Amérique latine.

En parallèle, la chaîne s'attaque au réseau des villes secondaires (entre 100 000 et 500 000 habitants), via la franchise. Fin 2010, une tournée a d'ailleurs été organisée dans le nord-est du Brésil, en partenariat avec le Ministère du Tourisme, la banque de la région nord-est et l'Association pour le développement des projets immobiliers et du tourisme. « *Cette tournée est inédite : c'est la première fois au Brésil qu'un groupe hôtelier s'associe à une banque locale pour exposer les caractéristiques d'un tel projet et les conditions de financement qu'elle propose* », souligne-t-il.

...

Surfer sur l'essor de la classe moyenne brésilienne

L'objectif est d'ouvrir un minimum de 100 nouveaux établissements de 80 à 100 chambres d'ici 2018, soit un investissement global d'environ 220 millions d'euros. Le prototype d'hôtel Formule 1, qui équivaut au produit Etap Hotel en Europe, est en cours de construction à Piracicaba (dans l'Etat de Sao Paulo).

...

Ce vaste chantier surfe également sur la croissance soutenue du Brésil, sur l'essor de la classe moyenne – « *d'ici les cinq prochaines années, 20 millions de personnes supplémentaires devraient rejoindre les rangs de la classe moyenne brésilienne* », souligne-t-il – et sur l'absence d'une réelle concurrence. « *À part Formule 1, le Brésil ne compte pas d'hôtels internationaux ou standardisés sur ce segment. Il existe seulement des hôtels individuels qui n'offrent pas de garanties... C'est un peu le même schéma qu'en France en 1985, quand Accor a lancé le nouveau concept d'hôtellerie économique avec F 1, remplaçant les hôtels de préfecture* », observe le directeur du développement.

Violaine Brissard

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 5	2/2