

L'épreuve vise à évaluer l'aptitude du candidat à :

- mobiliser des connaissances et savoir-faire commerciaux ;
- adopter une démarche méthodologique rigoureuse ;
- identifier une problématique à partir d'une documentation d'actualité fournie en français et éventuellement en anglais portant sur le domaine de l'hébergement dans des établissements hôteliers et para-hôteliers français et européens ;
- synthétiser les idées générales exprimées dans la documentation ;
- proposer des solutions et argumenter des choix pour traiter le problème posé ;
- communiquer oralement.

Le déroulement de l'épreuve ponctuelle comporte trois étapes :

- le candidat prépare le sujet national composé d'un ou plusieurs documents d'actualité et/ou professionnels correspondant au thème d'étude proposé, accompagné d'une question d'élargissement et/ou d'approfondissement ;
- il expose en français la problématique et sa résolution pendant 10 minutes maximum ;
- la commission mène un entretien en français de 20 minutes maximum à partir de la question posée et d'autres interrogations liées à la problématique initiale.

SUJET N° 2

Thème : Le comportement du consommateur

Hôtels et villages-clubs, du bonheur pour tous

À l'aide de vos connaissances théoriques et pratiques, de la documentation fournie, de votre culture mercatique et de vos acquis professionnels, il vous est demandé de présenter en français un exposé structuré dans le cadre du thème proposé. Vous intégrerez dans votre exposé la réponse à la question suivante :

- Les nouveaux comportements du consommateur font que celui-ci change de type d'hébergement en fonction de ses attentes.

Expliquez, pour chaque forme d'hébergement touristique, quels sont les besoins et attentes à satisfaire.

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2009	BTS Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	2
RHE4	E4 - Mercatique et culture commerciale	SUJET n° 2	1/2

ANNEXE SUJET n° 2

Thème : Le comportement du consommateur Hôtels et villages-clubs, du bonheur pour tous

Source : Vacances pratiques (Mai 2006)

« Quand reviennent les beaux jours, une semaine dans un club, c'est un entraînement avant les vacances d'été » explique Anne, jeune responsable de communication dans une entreprise de BTP et mère de deux enfants. « On part refaire le plein de soleil, d'animations. On sort les maillots de bain et les T-shirt. C'est presque l'été à un prix généralement attractif ».

Loin ? Pas vraiment, car pour ce rodage d'été, Anne choisit le Maroc et plus particulièrement Agadir. Une station construite autour de deux mots-clés : la plage et une température qui, aux beaux jours, atteint ou dépasse les 24° dans la journée.

Loin d'être isolée, la réaction d'Anne correspond assez bien au profil type des consommateurs de clubs de vacances. Premier constat : le club n'a pas une image élitiste. Au contraire et c'est dommage. Il se présente souvent comme une offre d'entrée de marché avec de belles prestations pour un prix raisonnable. Autre point fort, le club est familial. Les animations souvent présentes pendant les vacances permettent à chaque membre de la famille de « vivre ses loisirs » comme il l'entend. Enfin, et c'est la force du produit : une vision sécuritaire de l'environnement. Gardes et accès réservés souvent doublés d'un mur ou d'un grillage qui

en délimite bien les contours. Plutôt rassurant quand on vient avec de jeunes enfants.

Si l'hébergement, souvent standardisé, est souvent d'assez bon niveau, la taille du club et le type de construction proposée sont des éléments-clés du choix. Certains clubs sont de véritables monstres de plusieurs milliers de chambres éparpillées sur des dizaines d'hectares où il faut compter près d'un quart d'heure pour retourner à sa chambre depuis le restaurant ou la réception. Pour les personnes se déplaçant avec des difficultés, avec une poussette ou de très jeunes enfants, le paradis des vacances peut vite se transformer en cauchemar. À vérifier également la distance entre l'hôtel et la mer, voir s'il n'y a pas de routes à traverser, si la plage est privée ou publique... (...)

Les seniors n'ont pas non plus été oubliés et les tour opérateurs commencent à proposer des tarifs plus qu'intéressants (4^{ème} semaine gratuite...) sur des séjours longue durée qui peuvent aller de plusieurs semaines à plus d'un mois. Un élément à prendre en compte lorsque l'on souhaite partir en basse saison où cette offre est mise en place par les voyagistes. Le risque : se retrouver avec des clients qui pourraient être nos grands-parents, aussi charmants soient-ils....

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2009	BTS Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	2
RHE4	E4 - Mercatique et culture commerciale	SUJET n° 2	2/2