

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° 6

Thème : L'innovation

Club Med, innover pour étonner

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 :

- Après avoir rappelé les objectifs de l'innovation, vous présenterez les conditions de sa mise en place pour limiter la prise de risque.

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2008	BTS Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	2
E4RHMCC	E4 - Mercatique et culture commerciale	SUJET n° 6	1/2

ANNEXE SUJET n° 6

Thème : L'innovation

Club Med, innover pour étonner

Source : www.vacancespratiques.net du 11 juin 2007

Fort d'un potentiel annoncé de quelques 60 millions de clients dans le monde, le Club Med poursuit son développement vers le haut de gamme en annonçant quelques innovations commerciales à destination des familles et la création de clubs 5 Tridents.



«Poursuivre le travail engagé», voilà l'engagement du Président du [Club Méditerranée](#), Henri Giscard d'Estaing, qui présentait ce week-end à Opio la stratégie 2007/2008 de son entreprise. Premier constat : le Club Med va bien puisque le chiffre d'affaires a progressé de 4%, avec un résultat net positif de 2 millions d'euros (au 1er semestre) pour l'ensemble du groupe.

Le Club et sa filiale Jet Tours vont poursuivre leur montée en gamme, même si pour l'instant le nombre de clients est en baisse à cause de cette « substitution de clientèles » (recul de 3,7% pour le Club, de 14,1% pour Jet tours). Au menu des nouveautés : l'accueil gratuit des enfants de moins de deux ans ou la création de clubs 5 tridents, de luxueux établissements intégrés au sein de clubs à la situation géographique exceptionnelle. La Plantation d'Albion, à l'Ile Maurice, devrait être le premier fleuron de cette nouvelle catégorie.

Enfin, en complément de ces annonces, le Club Med a mis l'accent sur le nouveau village d'Opio. Ambiance provençale, modernité des espaces privés et publics sans oublier le domaine de 46 hectares idéalement situé en Provence. Avec la création d'une piscine «calme», implantée au milieu des oliviers, qui complète celle implantée face au restaurant et au bar, le Club Med joue la carte de la famille et privilégie les espaces plus tranquilles. Un résumé quasi parfait de la nouvelle politique commerciale du groupe.

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2008	BTS Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	2
E4RHMCC	E4 - Mercatique et culture commerciale	SUJET n° 6	2/2