

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 : L'étude de la concurrence

La saison s'annonce bonne pour les campings

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 différentes formes d'hébergement touristique, vous présenterez les forces et les faiblesses de l'hôtellerie de plein air.

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° 2	1/2

ANNEXE SUJET n° 2

Thème : L'étude de la concurrence

La saison s'annonce bonne pour les campings

Source : La Tribune du 15 juin 2006

Premier hébergement marchand en France, l'hôtellerie de plein air bénéficie du progrès des équipements.

« Le camping est à la mode », indique Guylhem Féraud, président de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA). Il représente déjà 51 % de l'hébergement marchand en France, devant l'hôtellerie traditionnelle, et séduit 17 millions de clients par an (dont 7 millions de Néerlandais, Britanniques et Allemands notamment). Il génère un chiffre d'affaires annuel estimé à 1 milliard d'euros. Cette année encore, l'intérêt des vacanciers se concrétise dans le rythme des réservations. La tendance est qualifiée de " bonne ", ce qui n'est pas le cas pour d'autres acteurs du tourisme, notamment les tour-opérateurs, qui marquent le pas cet été avec un retard de 9 % dans les réservations. Bernard Sauvaire, président de la chaîne de camping Yelloh Village, affirme que près de la moitié des exploitants de terrains de campings tablent sur une année 2006 meilleure que 2005, et 20 % estiment qu'elle sera équivalente. Les réservations sont soutenues à la fois sur la Méditerranée et sur la côte Atlantique. Un fait plutôt rare pour le secteur.

Films et glamour. Le retour en grâce du secteur de l'hôtellerie de plein air se manifeste également par la sortie récente du film Camping. " Il a motivé les réservations cet été ", assure la FNHPA. De plus, le grand magasin Printemps du boulevard Haussmann à Paris installe sur son toit, jusqu'au 18 juin prochain, une exposition " Camping glamour ". " Une telle initiative était impensable il y a dix ans ", souligne le porte-parole du secteur, qui y voit la reconnaissance de la montée en gamme de l'offre. À l'image de la stratégie du [Club Méditerranée](#), le camping revendique aussi " le haut de gamme convivial ". Dans les années 1980, le camping a été confronté à une décroissance de sa fréquentation. " Nous sommes passés d'une demande d'espace pas cher pour poser une tente à plus d'exigence en matière de confort ", résume Guylhem Féraud. La crise a été évitée grâce à l'installation de mobil-homes sur les terrains.

La demande sur ce type d'hébergement progresse de 15 % par an tandis que celle concernant les terrains nus s'érode tous les ans. Les avantages des mobil-homes sont flagrants pour les exploitants de terrains : ils permettent d'allonger la saison de commercialisation et surtout d'augmenter les prix (environ 5 % par an au cours des huit dernières années). Du coup, la rentabilité des terrains de camping atteint des records, permettant la poursuite des investissements.

Hélène Dupuy

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° 2	2/2