

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° F2

Thème : innover pour maintenir sa position concurrentielle

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. Votre exposé les traitera 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.
- Pourquoi et comment une entreprise de l'hôtellerie-restauration innove-t-elle ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - enseigne,
 - stratégie de différenciation,
 - guerre des prix.

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2017	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET F2	1/2

ANNEXE SUJET n° F2

Thème : innover pour maintenir sa position concurrentielle

Source : L'Hôtellerie-Restauration - 7 janvier 2016

Le renouveau de l'hôtellerie économique

L'arrivée de nouveaux concepts et l'envol d'Airbnb bousculent les enseignes classiques, qui, sous cette poussée, réagissent et adoptent des plans de rénovation massifs pour leurs enseignes à bas prix.

Selon le quotidien *Les Échos*, l'enseigne HotelF1 (AccorHotels) va bénéficier d'un vaste programme de rénovation en 2016, pour un montant s'élevant à une centaine de millions d'euros. L'enseigne budget du groupe AccorHotels, qui compte aujourd'hui 238 hôtels implantés en France, ne se développe plus à l'heure actuelle. Elle pourrait retrouver une seconde jeunesse grâce à ce programme d'investissement. HotelF1 marcherait ainsi sur les traces de la marque ombrelle ibis et de ses trois enseignes (ibis, ibis budget et ibis styles), qui vient d'achever le lancement du nouveau concept Sweet Room.

Chez Louvre Hotels Group, qui bénéficie de nouvelles marges de manœuvre depuis son rachat par le Chinois Jin Jiang cet été, on parle également d'un plan de rénovation pour les marques Campanile et Première Classe. Le groupe souhaite faire évoluer le concept de restauration, Les Comptoirs urbains, qui serait lancé au début de l'année 2016.

La chaîne B&B n'est pas en reste. Comme annoncé en juillet, l'enseigne prépare un nouveau concept qui devrait faire la part belle à des espaces collectifs plus conviviaux, plus familiaux, multipliant les zones de détente, de consommation et de loisirs.

L'arrivée des hostels

Si les opérateurs redonnent une nouvelle jeunesse à leurs enseignes, c'est parce que celles-ci se trouvent concurrencées par de nouveaux types d'hébergement. Des établissements atypiques, à mi-chemin entre hôtels et auberges de jeunesse, émergent dans Paris intra-muros. Avec des tarifs à moins de 30 € le lit par personne en période creuse, les hostels s'ouvrent à une clientèle très large dans des quartiers plus populaires, allant des clients d'affaires aux étudiants. Generator est la première enseigne à avoir débarqué sur Paris début 2015, et devrait être suivie en 2016 par l'enseigne allemande Meininger. Nouvelle venue sur ce segment, France Hostels devrait ouvrir un établissement dans le quartier de Belleville.

En banlieue parisienne et en province, de nouveaux concepts sont en train de voir le jour, comme Ywood Hotel développé par Nexity, un hôtel tout en bois très pauvre en impact carbone, qui pourra être décliné du 2 au 4 étoiles. À proximité de l'aéroport Paris-Charles de Gaulle, l'hôtel capsules Yotel, avec des chambres louées à l'heure, est annoncé pour 2016. Imaginé pour les aéroports, ce concept connaît un tel succès qu'il vient même d'être développé à New York, en plein centre-ville. L'établissement de Roissy devrait comporter un club lounge, sorte de grand espace de vie pour travailler, jouer, manger ou juste prendre un café.

La relève est assurée sur le segment économique, avec des enseignes très innovantes, jouant sur les tendances et privilégiant l'aménagement d'espaces collectifs conviviaux. Cette tendance lourde privilégie l'atmosphère d'un lieu et multiplie les choix de consommation (snacking, épicerie...), une façon astucieuse d'augmenter les prix moyens en répondant aux nouvelles attentes de la clientèle.

IBIS Budget teste les dortoirs

En reprenant le groupe AccorHotels, Sébastien Bazin affirmait son intention d'élargir le champ des enseignes et d'en créer des nouvelles qui soient davantage en adéquation avec la demande du client. Les auberges de jeunesse nouvelle génération en sont un exemple. Le groupe hôtelier a donc choisi de tester les chambres partagées à l'Ibis Budget porte de Montmartre à Paris. Réservées uniquement aux femmes d'un côté et aux hommes de l'autre, elles sont équipées de trois à cinq lits simples, de douche et de toilettes, et du wifi gratuit, à partir de 19 € la nuit. Cette opération a pris fin le 31 décembre, le groupe précisant qu'il ne s'agissait que d'un test et que « *le concept de vente au lit [n'était] pas abouti* ».

Catherine Avignon

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2017	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET F2	2/2