

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° 1

Thème : se différencier par la marque

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.
- Quelles sont les conditions à réunir pour implanter une nouvelle marque dans l'hôtellerie-restauration et comment réussir cette implantation ? Quels sont les risques ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - étude de marché,
 - positionnement,
 - zone de chalandise.

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

ANNEXE SUJET n° 1

Thème : se différencier par la marque OKKO Hotels s'implante à Rueil-Malmaison et Bayonne

Source : <http://www.businessstravel.fr> - 26 mai 2016, Alain Coffre

La chaîne hôtelière fondée par Paul Dubrulle et Olivier Devys a inauguré son nouvel hôtel à Rueil-Malmaison cette semaine. Un autre établissement ouvrira ses portes à Bayonne en juillet...

« Si vous respectez le client il revient... Je suis parti du constat que dans certains hôtels quand les clients arrivent la réceptionniste regarde son ordinateur ou parle au téléphone. De même, les clients perdent du temps à payer des suppléments lorsqu'ils partent. Dans les hôtels OKKO nous sommes très attachés au service et il n'y pas de suppléments. Le petit-déjeuner est compris et notre tarif intègre également un apéritif dinatoire en fin d'après-midi. À mon avis, la hausse des prix des hôtels, qui a été parfois plus forte que l'inflation, a favorisé le développement d'acteurs comme Airbnb. Les gens ont choisi Airbnb d'abord pour le prix. C'est pourquoi on propose un service tout compris » explique Olivier Devys.

Cet ancien du groupe Accor a lancé la marque OKKO Hotels avec l'un des fondateurs d'Accor, Paul Dubrulle. Avec OKKO Hôtels, il a voulu retrouver les racines du service hôtelier tout en se dégageant des obligations des grands groupes. [...]

À la question de savoir si le fait d'inclure dans le tarif de base des services additionnels pourrait jouer en défaveur de la marque face à ses concurrents sur des sites comme Booking, Olivier Devys répond par la négative.

« Si vous ne connaissez pas OKKO Hôtels et que vous cherchez des hôtels sur Booking, vous me dites que nos tarifs tout compris pourraient nous défavoriser. Mais ce n'est pas ce que nous avons constaté. Grâce aux nombreux commentaires vantant notre offre, nous avons de très bons retours. À Lyon, par exemple nous avons affiché un taux d'occupation de 78% la première année, ce qui est bien supérieur aux normes hôtelière pour un lancement » assure Olivier Devys.

Après Lyon, Grenoble, Cannes, Nantes et Lyon, OKKO Hôtels a inauguré cette semaine son nouvel établissement à Rueil Malmaison en région parisienne. Il est situé à deux pas de la station RER A Rueil-Malmaison, au sein d'une nouvelle zone commerciale comprenant notamment un magasin Botanica.

« Il y a de très nombreux sièges sociaux à proximité de l'hôtel, c'est une zone d'affaires importante. Hormis, Rueil, je pense qu'il y a de nombreuses opportunités en Ile-de-France. D'ailleurs nous investissons massivement en région parisienne (NDLR : 3 hôtels en projet à Paris dont un porte de Sèvres)... » explique Olivier Devys.

Dans l'hôtel de Rueil comme dans tous les établissements OKKO, les clients peuvent profiter d'un accès gratuit à l'espace Club (doté d'une table d'hôte, d'une zone avec des fauteuils confortables, d'un espace business et d'une grande terrasse). Ils ont également accès à une salle fitness et un sauna.

« On constate que grâce à l'espace Club, nos clients ne vont dans leur chambre que pour dormir : ils passent la plus grande partie de leur temps au Club » précise Olivier Devys.

Après Rueil-Malmaison, OKKO va s'implanter dans le sud-ouest de la France avec l'ouverture de l'OKKO Bayonne le 1^{er} juillet 2016. « Nous visons 50 hôtels à terme dont 25 en région et 25 en Ile-de-France. Mais nous ne voulons pas nous presser avec un rythme 2 à 4 ouvertures par an. Nous voulons maîtriser notre croissance et notre participation au capital » ajoute Olivier Devys.

À l'image des hôtels branchés et design Mama Shelter, lancés par Serge Trigano, OKKO hôtels pourrait bien être la nouvelle marque qui monte sur le marché français.

Il est à noter qu'OKKO cible particulièrement les voyageurs d'affaires qui représentent 50% de la clientèle en moyenne (NDLR : les hôtels OKKO ne sont par contre pas adaptés aux familles avec enfants, ni aux groupes).

Services OKKO Hôtels :

- petit-déjeuner de 7 à 10 h et apéritif buffet [« aperitivo » de 19 à 22 h - NDLR] ;
- business corner avec ordinateurs, imprimantes et émission de fax sur demande ;
- espace fitness, sauna, sélection de journaux magazines ;
- dans les chambres de 18 m² : draps en lin froissé italien, linge de bain en coton bio Max Havelaar, douche à l'italienne, produits cosmétiques naturels, téléviseur à écran plat, radio-réveil, bureau avec prise électronique et réseau + WiFi, machine à café Nespresso, bouteille d'eau offerte, appels fixes et mobiles gratuit, crédit d'appel de 10 € à l'international.

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 1	2/2