

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° 24**

### **Thème : rajeunir son image**

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.
- Présentez les éléments qu'un établissement hôtelier doit prendre en compte avant de lancer une action de communication. Précisez les moyens dont il dispose pour en contrôler l'efficacité.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - identité sonore,
  - supports de communication,
  - score d'agrément.

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2017	<b>BTS Hôtellerie - Restauration</b>	<b>Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL		<b>SUJET 24</b>	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET n° 24**

### **Thème : rajeunir son image**

Campanile dévoile sa nouvelle signature avec une campagne TV

Source : <http://www.louvrehotels.com/fr/nos-actualites/campanile-devoile-sa-nouvelle-signature-avec-une-campagne-tv> 13/03/2016

Fidèle à son ADN innovateur, Campanile accompagne les évolutions des attentes de ses consommateurs en leur proposant de vivre des expériences dans leurs hôtels. Ce repositionnement de marque s'accompagne d'une nouvelle signature, « *Réservez bien plus qu'une nuit* », dévoilée à partir du 16 mai à travers une campagne TV et digitale.

Parce que les voyageurs sont en recherche d'expériences variées, authentiques et personnelles, Campanile leur offre plus qu'une nuitée et un petit-déjeuner, et développe des formats inédits dans le secteur de l'hôtellerie alliant convivialité et partage de bons moments. L'enseigne met aujourd'hui de plus en plus l'accent sur les espaces de convivialité et l'animation de la fin de journée (offre bar et restauration pour les afterworks ou les apéros, soirées à thème gastronomique, lounge avec jeux et écrans géants pour les grands événements sportifs, organisation d'événements pro ou perso...). Chaque établissement a ainsi la possibilité d'animer ses soirées en fonction de l'actualité, de sa sensibilité et des spécialités régionales. Il s'agit de dépasser le contrat de base de la catégorie et de démontrer que chez Campanile on « **réserve bien plus qu'une nuit** ».

Pour mettre en lumière et célébrer ces moments d'émotions, ces instants partagés et les interactions humaines que l'on peut vivre en soirées chez Campanile, l'agence PONK a également imaginé une nouvelle écriture visuelle en « slow motion ». Ces effets de ralentis permettent de révéler l'intensité de ces moments de convivialité, le bonheur simple d'être soi-même, de se lâcher, autour d'un verre, d'une planche à partager, d'un match, entre amis ou entre collègues...

Le spot TV 20 secondes, réalisé par Romain Quirot (Les Improductibles) a été tourné dans un véritable hôtel Campanile, celui de Saint-Germain-en-Laye, et est porté par le titre électro-pop « We are beautiful » du groupe Montpelliérain PANZER FLOWER. Cette BO (bande originale) devient par la même occasion la nouvelle identité sonore de l'enseigne.



Un dispositif digital et réseaux sociaux innovant viendra également compléter la campagne, du 16 mai au 19 juin, avec 5 capsules vidéos de 8 secondes. L'occasion de vivre des moments uniques dans les hôtels Campanile, notamment lors de l'Euro de football 2016.

#### **Dispositif média**

En TV, du 16 mai au 8 juin sur TF1, Canal +, D8, les chaînes sport et les chaînes d'information en continu (BFM TV, I TELE, LCI) ;

En digital, du 16 mai au 19 juin.

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2017	<b>BTS Hôtellerie - Restauration</b>	<b>Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	<b>SUJET 24</b>	<b>2/2</b>