

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° 18

Thème : communiquer sur l'enseigne à travers son logo

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.
- Précisez pourquoi une chaîne hôtelière peut être amenée à changer de logo. Quelles sont les actions à mener pour réussir un changement de logo ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - stylistique,
 - charte graphique,
 - slogan.

| | | | | |
|-----------------|---|---|-----------------|------------|
| 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 18 | 1/2 |

ANNEXE SUJET n° 18

Thème : communiquer sur l'enseigne à travers son logo

Best Western, le nouveau logo déjà ringard

Source : Café-Hôtel-Restaurant.com - septembre 2015

La marque d'hôtels a complètement loupé son nouveau visuel.



Le nouveau logo



l'ancien logo

Un rond bleu comme faisait Apple il y a 10 ans sur son interface Aqua. Voilà à quoi ressemble le nouveau logo de la chaîne hôtelière internationale Best Western.

Cette identité visuelle « *réinventée* » doit renforcer l'attractivité de la marque « *grâce à un look moderne, énergique et pertinent* », estime David Kong, PDG de Best Western Hotels & Resorts. La police manuscrite a été pensée « *pour évoquer la convivialité, pour être mémorisable et contemporaine* », explique l'hôtelier dans un communiqué.

Hélas ! C'est tout à fait l'inverse ! Avec ses codes graphiques complètement dépassés, Best Western perd totalement l'aspect de modernité. De plus, difficile de retrouver dans ce visuel une référence à ce qui fait l'identité de cette marque hôtelière.

Ce logo ornera bientôt la devanture d'hôtels trois, quatre et cinq étoiles, dans le centre de nos villes.

Et ce nouveau logo a demandé deux ans de travail !

Best Western s'est notamment appuyé « *sur la contribution des voyageurs, des partenaires commerciaux (agents de voyages, travel managers...) et des propriétaires d'hôtels Best Western à travers le monde* ».

Pendant plus de 20 ans, Best Western a présenté un logo qui, bien que daté, véhiculait au moins une idée de tradition et d'hôtel de charme.

| | | | | | |
|---------|---|---|-----------------|-------------|--------|
| 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 18 | 2/2 | |