

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 : mettre l'innovation au cœur de la démarche mercatique

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.
- Expliquez pourquoi et comment l'innovation permet-elle de rester compétitif ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - Co-branding / co-marquage,
 - innovation de rupture,
 - expérience de consommation.

Session 2018	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 F2	1/2

ANNEXE SUJET n° F2

Thème : mettre l'innovation au cœur de la démarche mercatique AccorHotels prend un coup de jeune avec JO&JOE

Source : Challenges - 29 mai 2017 - Kira Mitrofanoff

Le géant français de l'hôtellerie a ouvert à Hossegor son premier JO&JOE, un établissement à mi-chemin entre auberge de jeunesse et la location d'appartements (...).

L'ouverture ces jours-ci du premier JO&JOE, à Hossegor, dans les Landes, témoigne de sa volonté de casser les codes du secteur (...). « *Notre concept est à mi-chemin entre l'auberge de jeunesse et la location d'appartements*, décrit Frédéric Fontaine, directeur du Marketing Innovation Lab, la fabrique à idées d'AccorHotels. *D'ailleurs, on ne parle plus d'hôtel, mais d'Open House.* » Conçu (...) avec Lee Penson, le designer anglais des bureaux de YouTube et de Google, JO&JOE abolit les contraintes. Horaires libres, chambres modulables, tarif par personne (à partir de 27 euros), lieux à partager, et une appli, bien sûr, pour rassembler la tribu. A Hossegor, le premier de la série propose 145 lits inspirés de l'univers du surf. Il a été conçu en partenariat avec les marques Quicksilver et Roxy. C'est la première fois depuis trente-deux ans - et le lancement de Formule 1 – qu'AccorHotels crée ex-nihilo¹ une nouvelle marque (...).

Cosmopolite et cool, le nom de JO&JOE permet d'incarner la marque (...). Evidemment, pas question ici de *check in* et de *check out* derrière un comptoir. Les clients entrent directement dans un bar équipé de poufs géants. Pas de service de restauration à heures fixes non plus. « *S'ils veulent manger des Chocapic à 15 heures, ce sera possible* ». Quant aux parties communes, puisqu'il n'y a pas non plus de lobby ou de salon, elles forment le *playground*. « *C'est un terrain de jeu que les clients s'approprient pour organiser des concerts, donner des cours de cuisine, proposer une séance de yoga (...).* En échange, ils auront droit à un apéro offert, par exemple. »

Les chambres, jusqu'à 12 personnes, s'appellent *Yours* : ce ne sont plus seulement des espaces de sommeil, mais aussi des lieux de rencontre, où l'on s'allonge à plusieurs dans un grand canapé circulaire - « la pizza »-, ou sur des structures en mousse recouvertes de Skaï, façon yacht. « *Il n'y a plus de lits à proprement parler*, explique Frédéric Fontaine. *Mais des banquettes confortables.* » Chacune est équipée de prises pour consulter son smartphone allongé, ou regarder des séries à plusieurs. Quant au mobilier amovible, il permet de composer l'espace selon son humeur, côte à côte dans les lits jumeaux, ou seul dans une tente dénommée Mini-me.

Chez JO&JOE, la fidélité des clients ne se mesure pas avec une carte à points. Trop ringard ! L'appli conçue avec les étudiants de la Web School Factory fédère les clients. « *Mais une communauté, ça ne se décrète pas*, prévient Adrien Touminet, 23 ans. *Il faut la construire autour de goûts partagés, un totem qui peut être, par exemple, la musique ou la gastronomie.* » A Hossegor, ce sera le surf. Une grande cuisine collective sera à leur disposition, qu'ils soient clients de l'hôtel ou du restaurant, voyageurs de passage ou voisins de quartier. « *L'idée est de s'impliquer, d'accomplir quelque chose ensemble.* »

S'inscrire est simplissime : pas besoin de mot de passe et d'identifiant, qui font fuir les Millenials, l'accès à son compte Facebook suffit pour se loguer. Ensuite, tout se passe avec Anaïs par texto - beaucoup plus intuitif qu'un formulaire -, qui vous demande votre nom, prénom et email tout en promettant de ne pas spammer l'adresse. « *On ne veut pas que le client fasse d'effort*, dit Florent Fay, expert en mobilité, codéveloppeur de l'appli. *Bientôt un Chatbot, un robot vocal, fera office de concierge pour JO&JOE. On lui demandera des bons plans, comme à un pote, y compris sur des messageries comme WhatsApp ou Facebook Messenger.* » Un concert privé, un rooftop sympa ou un urban soccer. Il n'y a qu'à cliquer sur un pouce levé pour partager ou participer. Et chaque activité sera l'occasion de publier ses photos sur Instagram. JO&JOE est bien le miroir d'une génération.

¹ En partant de rien

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2018	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