

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° 7

Thème : se développer en franchise

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.
- Présentez les intérêts d'un développement en franchise pour un groupe hôtelier. Identifiez les autres modalités de croissance qui s'offrent à lui.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - contrat de franchise,
 - filiale,
 - stratégie de distribution.

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 7	1/2

ANNEXE SUJET n° 7

Thème : se développer en franchise

« Balladins est probablement la chaîne intégrée la moins normée »

Source : Industrie Hôtelière - mai 2017

La chaîne économique Balladins (groupe Dynamique Hôtels Management) qui achève sa phase de restructuration avec la vente de ses établissements filiales les moins rentables, affiche de nouvelles ambitions. Le développement sous forme de franchises devient une priorité, en ciblant notamment des hôtels de 30 à 40 chambres. Le réseau entend capitaliser sur son point fort, à savoir une certaine indépendance laissée aux hôteliers, pour séduire les nouveaux arrivants. Parmi les mesures qui devraient intéresser les franchisés et les nouvelles recrues du réseau, l'instauration à moyen terme d'un contrat de licence de marque, la mise en place de « master franchises ». Rencontre avec David Morel, directeur franchise et développement, lors du salon Franchise Expo Paris qui s'est déroulé en mars dernier à Paris

Quels sont les derniers développements de la chaîne ?

David Morel : Depuis deux ans et demi, nous sommes en pleine restructuration. Nous avons décidé de vendre une partie de nos établissements filiales pour n'en conserver qu'une quinzaine. Ces établissements sont actuellement en complète rénovation. Dans les 3 à 4 prochains mois, notre parc atteindra 65 à 70 hôtels dont 15 filiales - contre 25 actuellement - et 50 en franchise. Nous sommes très attentifs quant aux franchisés que nous intégrons au réseau. Nous ne retenons que des hôtels rénovés ou qui le seront prochainement. La chaîne a trop souffert des disparités qualitatives entre les établissements. (...)

Quels hôtels ciblez-vous ?

Nous ouvrons la porte également aux hôtels de moindre capacité. Nous constatons que les petits établissements indépendants disparaissent au fil des années car ils n'ont pas de système de réservation central, de supports commerciaux adaptés... Les grandes chaînes intégrées ne s'intéressent pas à ces établissements. Par conséquent, nous avons décidé de nous positionner sur ce segment avec un contrat de franchise adapté à ces hôtels de moins grande capacité. (...)

Droit d'entrée : 190 euros par chambre

Redevance : taux progressif en fonction du volume de l'activité : 2,5 % sur le chiffre d'affaires (CA) hébergement pour les hôtels réalisant jusqu'à 200 000 euros de CA annuel (redevance entre 3 et 4 % au-delà)

Redevance marketing-communication : 155 euros par chambre et par an

Centrale de réservation : 5 % de commissions (hors groupes)

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 7	2/2