

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° 5

Thème : valoriser l'animation d'un point de vente

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 les conséquences possibles d'une animation réussie dans un point de vente pour un hôtelier ou un restaurateur. Proposez des actions de communication pour faire connaître des animations ponctuelles auprès de la clientèle.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - design (stylique),
 - l'expérience client,
 - charte graphique.

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 5	1/2	

ANNEXE SUJET n° 5

Thème : valoriser l'animation d'un point de vente

Déco : les bienfaits de la couleur

Source : magazine l'Hôtellerie-Restauration n°3540 - 2 mars 2017

Pour rompre avec la neutralité de certaines tonalités, architectes et décorateurs misent sur les couleurs. Vives ou acidulées, lumineuses ou douces, elles dynamisent une chambre, un lobby, une salle de bains. Démonstration avec la designer Matali Crasset.

« La couleur c'est la vie ».

Pour Matali Crasset, parier sur un jaune, un orange ou un bleu relève de *« l'essentiel »*. *« Quand on est petit, on aime certaines couleurs et cela évolue tout au long de notre vie. Retirer la couleur, c'est s'interdire de vivre »*, observe la designer. Si bien que dans les hôtels qu'elle a imaginés à Nice (Alpes-Maritimes), Paris ou encore à Nefta, en Tunisie, elle joue avec les tonalités et la spontanéité d'un accord, d'un rapprochement inattendu entre deux couleurs : *« En général, cela fonctionne. Comme dans la vie d'ailleurs, qui, elle aussi, est faite de surprises. »*

Lorsqu'elle opte pour une tonalité *« plein pot »* sur un mur, *« c'est pour structurer et créer des zones dans l'espace »*. Donner des repères aussi : *« On reconnaît une pièce à sa couleur, son usage, ses occupants et la façon dont ils y vivent. La couleur est un langage, plus universel que la forme. Lire une forme demande une interprétation, mais la couleur donne une interaction plus instinctive. Elle participe à affirmer les choses. »* Avant de choisir une couleur, la designer scrute, au fil de la journée, l'arrivée du soleil dans une pièce, un espace. Une façon d'appréhender la couleur *« dans sa dynamique »* et *« au rythme de la vie qui se déploie dans un hôtel »*.

« Ne pas avoir peur de mélanger »

Pour Matali Crasset, c'est ainsi qu'un projet s'affine. *« J'utilise la couleur comme une alliée. Elle me permet de casser les codes. Grâce à elle, je peux clarifier le scénario de vie proposé dans un espace. »*

À l'instar de la chambre avec terrasse, conçue pour l'hôtel Dar Hi à Nefta, où l'on a l'impression de dormir dehors. Résultat : le bleu domine à l'intérieur, tel un clin d'œil au bleu du ciel à l'extérieur.

« Les gens ont souvent peur de la couleur, car ils ont peur de se tromper dans leur choix. »

Or, Matali Crasset part du principe que l'on peut les mélanger. Sa recette : *« il faut du dominant. Une couleur principale. Ensuite, on peut ajouter des complémentaires. »* Elle opte volontiers pour *« une couleur par espace »*. Puis, les assemblages se font *« de façon naturelle »*.

ASTUCES

Matali Crasset ne s'interdit aucune couleur. *« Le bleu turquoise, par exemple, va agrandir une pièce et apporter de la luminosité. C'est comme une respiration. Ça vient pousser les murs »*, explique la designer. Quant à l'orange, elle le réserve aux pièces plus intimes, comme une chambre par exemple.

« La couleur orange devient la première chose que l'on voit en se réveillant. C'est cette couleur chaude, lumineuse, pleine d'énergie, qui va aider à se lever, devenir actif, ne pas se replier dans un intérieur, mais s'ouvrir sur l'extérieur, sortir du cocooning. »

Source : Anne Eveillard, www.hotelierie-restauration.fr/publications/anne.eveillard

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 5	2/2