

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 : S'engager dans des opérations de mercatique sociétale

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.
- Rappelez les évolutions constatées depuis quelques années sur le marché hôtellerie-restauration. Présentez les principales incidences sur la mercatique opérationnelle d'une entreprise hôtelière ou de restauration.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - label,
 - système de servuction,
 - « buzz » mercatique.

SESSION	EXAMEN			Durée	30 min
2013	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 : S'engager dans des opérations de mercatique sociétale Candidats des Worldwide Hospitality Awards 2011 (Extraits)

Source : HTR – novembre 2011

All Seasons

L'hôtel All Seasons de Troyes centre a suivi une démarche de Haute Qualité Environnementale (HQE) pour limiter l'impact du chantier de l'hôtel sur l'environnement, les ouvriers et les riverains mais aussi pour créer un bâtiment éco-conçu, éco-géré et sain. L'hôtel est en cours de certification Bâtiment Basse Consommation (BBC), qui repose sur l'utilisation de matériaux et équipement économe en énergie avec des niveaux d'exigence élevés. Une consommation énergétique en forte baisse : 4 fois moins d'électricité qu'un hôtel classique, 4 fois moins de gaz, - 25 % d'eau.

Crown Plaza Copenhagen

Crown Plaza croit fermement que l'industrie du tourisme doit prendre toutes ses responsabilités en matière de développement durable, non seulement concernant son empreinte carbone, mais aussi pour apporter des changements sociaux. Ce Crown Plaza de Copenhagen veut être un acteur majeur au plan environnemental et concernant la durabilité économique et sociale. Le groupe concentre ses efforts pour mettre en œuvre ses principes et les transformer en pratique quotidienne. C'est le 1^{er} hôtel du Danemark à accéder aux normes du programme de l'Union Européenne pour la construction verte.

Confort Hôtel Lille Tourcoing

Après l'obtention de la marque « Qualité Tourisme » et du titre de « Maître Restaurateur en 2008, du label « la clé verte » en 2009, puis d'une 3^{ème} étoile en 2010, le Confort Hôtel Lille Tourcoing commercialise désormais la 1^{ère} chambre d'hôtel « éco-durable en Europe, une véritable révolution dans l'industrie hôtelière et pour le réseau Choice Hotels ». Le résultat : une chambre 3* de 25 m² à 82 % recyclable, 22 % recyclée et 5 % biodégradable (lit en draps de chanvre, éclairage LED, stores à encre végétale, etc).

Hôtel Fouquet's Barrière Paris

Les vendanges du Fouquet's ont pour objectif principal de produire une récolte, « la cuvée Fouquet's » destinée à financer le reboisement de la forêt des Landes, détruite lors d'une tempête en 2009, ainsi qu'un programme de biodiversité afin de replanter des essences adaptées aux sols landais et surtout résistantes en cas de nouvelles intempéries. Ce projet à la fois écologique et social associe une PME de milieu rural à un palace parisien au rayonnement international. Il est l'occasion pour les collaborateurs de l'hôtel de s'inscrire dans une démarche de responsabilité sociale des entreprises.

IHG – Green Engage

IHG est engagé sur plusieurs fronts dans le domaine de la responsabilité sociale, ce qui exige une excellente communication (à la fois au sein de l'entreprise et tournée vers l'extérieur). C'est dans cet objectif que le groupe a décidé de créer une série de vidéos animées afin de mieux expliquer ses actions (tel le programme Green Engage) et ainsi, de mieux sensibiliser l'ensemble des publics. Ces animations, en transcendant les barrières de la langue, se sont révélées un moyen très efficace pour aider à mieux faire connaître les messages du groupe en matière de responsabilité sociale.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2013	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