

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 : Développer une stratégie d'innovation**

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 avantages et les limites d'une stratégie d'innovation au niveau national et au niveau mondial pour une entreprise de l'hôtellerie-restauration.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - veille technologique,
  - avantage concurrentiel,
  - servuction.

SESSION	EXAMEN		Durée	30 min
2013	<b>BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>		Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	<b>SUJET F2</b>	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET n° F2**

### **Thème : Développer une stratégie d'innovation**

#### **En Inde, des cafés bientôt plus interactifs**

Source : Le Monde – article paru dans l'édition du 28/04/2012

**Starbucks n'a qu'à bien se tenir. Café Coffee Day, une chaîne indienne de 1 300 cafés, la talonne. Les variétés diffèrent, mais la qualité du breuvage est comparable. L'avantage (paradoxal quand on se souvient que le quartier général du groupe américain se trouve à Seattle, non loin de Microsoft) viendra bientôt de l'emploi des technologies de l'information par la nouvelle venue. Un authentique cas d'école.**

Rajeev Suri, ancien responsable du marketing d'Infosys, le géant de services informatiques basé à Bangalore, est à la tête de ce projet. Désireux de sortir de son statut d'employé, il a investi, aux côtés du patron de Café Coffee Day, dans une nouvelle entreprise baptisée Liqid Krystal avec laquelle il entend bouleverser les cafés de toujours.

Il s'appuie pour cela sur trois tendances fortes des technologies de l'information et de la communication (TIC) : écrans multitactiles, réseaux sociaux et ce qu'il appelle « mobilité plus localisation », que je préfère appeler « mobiquité<sup>1</sup> ». « C'est exactement ça », confirme-t-il avec le sourire.

Bel exemple de ce que l'innovation est toujours affaire d'assemblage original d'éléments existants, il a eu l'idée d'installer des tables interactives. Seul problème, au moment de se lancer dans l'aventure, la table et plate-forme de référence, Surface, de Microsoft, coûtait 24 000 dollars (18 000 euros). Beaucoup trop. Restait la possibilité de réduire les coûts. La production industrielle étant de plus en plus modulaire, il suffit, comme pour un bon repas, de faire son marché et de se procurer les ingrédients nécessaires avant de les assembler.

[...] Sa première tentative a donné une table à 12 000 dollars avec un écran non multitactile. La seconde version lui a permis d'arriver à une table à 800 dollars dont l'écran - multitouche cette fois - est à peine moins bon que celui de Surface. Suffisant cependant pour se lancer [...] tout en travaillant à la troisième version qui sera encore moins chère et bien meilleure.

M. Suri va les déployer dans la chaîne au rythme de trois ou quatre par mois à partir de début juin sous le nom de WINT (What an interesting table, « Quelle table intéressante »). Elles permettront de jouer avec ses voisins, de draguer ceux ou celles de la table d'à côté et de se connecter au reste du monde. Mais la plus grande ambition de ce projet tient à la façon de se procurer des revenus. [...] Dans un café traditionnel, le revenu dépend du nombre de consommations et donc du nombre de tables. Mais ses WINT lui permettent de transformer chaque table et chaque consommateur en média et de monétiser le trafic ainsi engendré en prélevant sa dîme à chaque fois.

« Un million de consommateurs (aisés) passent chaque jour par les Cafés Coffee Day, explique Suri. Mais je peux avoir des centaines de milliers de transactions par table si je parviens à obtenir le même type d'engagement qu'avec des jeux ». Cela va de la consommation de médias sur place à la commande d'objets ou de services livrables ailleurs. Il envisage le lancement de films de Bollywood sur ses WINT ou la multiplication de séries transmédias.

On peut être sceptique. Qu'importe : Rajeev Suri s'apprête à monter ses tables à bas prix et à les soumettre au test du marché. Avant, peut-être, d'étendre son modèle au monde entier en pariant sur la croissance exponentielle de ses revenus. La devise de la chaîne est : « Il peut toujours se passer quelque chose autour d'un café »... Même en Inde, plutôt connue pour ses thés.

***www.Lemonde.fr***  
***Francis Pisani***

<sup>1</sup> *mobiquité* : capacité d'un usager en situation de mobilité à se connecter à un réseau sans contrainte de temps, de localisation, ou de terminal, avec la possibilité d'accéder à n'importe quel contenu.

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2013	<b>BTS Hôtellerie - Restauration Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL	<b>SUJET F2</b>	<b>2/2</b>