

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° 20

Thème : Mener des actions de parrainage

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. Votre exposé les traitera 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.
- Pourquoi un hôtelier-restaurateur s'implique t-il dans des actions de relations publiques ? Indiquez d'autres moyens lui permettant de renforcer sa notoriété.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - objectifs de communication,
 - mécénat,
 - identité de marque.

SESSION 2013	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 20	1/2

ANNEXE SUJET n° 20

Thème : Mener des actions de parrainage Multiples actions

Source : site internet du groupe Accor – 20.03.2012

Complice d'un certain art de vivre, **Sofitel**, la Marque d'hôtellerie de luxe d'Accor, présente dans 38 pays, partage les valeurs du golf : la passion de la précision, un esprit de convivialité et la recherche de la perfection.

Ainsi, Sofitel est Partenaire Officiel de l'Evian Masters, deuxième tournoi professionnel féminin le plus important au monde, diffusé dans 122 pays.

La Marque soutient également des tournois amateurs et Pro Am dans différents pays : Maroc, France, Luxembourg, Argentine, Nouvelle Zélande...

D'Essaouira à Angkor, de la Chine à l'Ile Maurice, de Biarritz aux Iles Fidji, Sofitel invite les amateurs de swing dans des lieux privilégiés, rencontres singulières entre des endroits uniques et des greens exceptionnels. Le golf est un moyen original de découvrir de fabuleuses destinations et de profiter différemment de l'expérience Sofitel.

Avec 674 hôtels dans 49 pays, **Mercure** est l'enseigne milieu de gamme qui offre des établissements à la personnalité préservée, qui s'ancrent dans leur environnement local, proposant à ses clients de découvrir des produits et services authentiques.

Les hôteliers Mercure accompagnent régulièrement des spectacles, festivals liés à la vie culturelle de la ville, de la région : par exemple, des comédies musicales comme « Miss Saïgon » en Australie, « The Sound of Music », « Beatles in the Sky with Diamonds » et « Hairspray » au Brésil, des orchestres en Hongrie, des festivals de jazz au Burkina Faso...

Etap Hotel / ibis budget propose plus de 480 hôtels dans 15 pays en Europe pour voyager malin.

La Marque est Fournisseur Officiel du Tour de France cycliste. À cette occasion, elle organise des animations sur son site internet, dans ses 300 hôtels en France et présente une caravane de 9 véhicules publicitaires, vue par près de 15 millions de spectateurs, au bord des routes.

Etap Hotel / ibis budget est aussi présent sur les courses « classiques » Paris-Roubaix, Paris-Nice, du Critérium du Dauphiné, et Partenaire Officiel de la Fédération Française de Cyclisme, s'associant notamment au Championnat de France.

Avec ses 1 028 hôtels, Motel 6 est le leader de l'hôtellerie économique aux États-Unis et est aussi présent au Canada.

La Marque est Partenaire Officiel, des conférences de basket-ball universitaires de la Côte Ouest (PAC-10), du West, Middle West (Big 12) et du Mid West (Big Ten).

Ces engagements permettent à Motel 6 de renforcer sa notoriété et sa présence dans ces régions stratégiques.

Accorhotels.com est le seul portail hôtelier décliné en 26 points de ventes géo-localisés et animés dans chaque pays pour couvrir les besoins et intérêts des clients partout dans le monde.

Accorhotels.com est partenaire de l'équipe cycliste Team Europcar, avec son logo visible sur les maillots et les véhicules des coureurs, dont le champion de France 2010 Thomas Voeckler.

Il les accompagne en les hébergeant, durant toute la saison, dans les hôtels du Groupe. Les internautes peuvent aussi découvrir la vie de l'équipe, avec des vidéos, photos et news.

Fondation



La générosité et la solidarité font partie de la culture du groupe Accor depuis toujours. Ces valeurs se sont concrétisées à travers la création d'une Fondation en octobre 2008.

La Fondation Accor a pour objectif de soutenir et de faire grandir les actions de solidarité initiées par les collaborateurs du Groupe. Son ambition est de *"Tisser des liens entre les cultures tout en accompagnant le développement des personnes et leur intégration dans leur environnement"*.

L'originalité de la Fondation Accor est de **soutenir exclusivement les projets proposés par les employés**. Cette spécificité permet aux collaborateurs de Accor et ses partenaires franchisés d'introduire une dimension sociale et humaine dans leur sphère professionnelle.

C'est autour de 3 axes d'intervention que la Fondation Accor a déterminé son champ d'action :

Savoir-faire local

Soutenir les initiatives socio-économiques valorisant les techniques et métiers traditionnels.

Formation et insertion

Favoriser l'intégration et l'insertion des jeunes en difficulté de 15 à 30 ans.

Humanitaire et urgence

Aider des populations en grande précarité et répondre à des catastrophes humanitaires.

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 20	2/2