

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° 6

Thème : développer des partenariats

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.
- Pourquoi et comment une entreprise de l'hôtellerie-restauration doit-elle innover ?
Comment une alliance entre deux entreprises peut-elle favoriser cette innovation ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
 - co-griffage (co-branding),
 - processus d'innovation,
 - cannibalisation.

Session 2015	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 6	1/2

ANNEXES SUJET n° 6

Thème : développer des partenariats

Sources : L'Hôtellerie-Restauration n°3400 - 26 juin 2014 & site internet de Villages Nature - <http://www.villagesnature.com>.

Pierre & Vacances et EuroDisney lancent Villages Nature

Val d'Europe (77) à 30 km de Paris, en Seine-et-Marne, les deux géants du tourisme mettent en chantier un nouveau lieu de vacances et de longs séjours écologique et haut de gamme.

Le concept de Villages Nature, élaboré en 2001 par **Gérard Brémont**, président du groupe Pierre & Vacances-Center Parcs, aura mis treize ans à se concrétiser. La première phase de réalisation peut enfin être lancée, après avoir obtenu tous les financements et effectué les démarches administratives. Le premier Village Nature verra le jour en 2016 à Val d'Europe (77), à proximité de Disneyland Paris.

Pour la partie équipement, l'investissement représente 190 M€ répartis entre la société Eurosic et un joint-venture à 50/50 entre EuroDisney et Pierre & Vacances, locataires d'Eurosic. La partie hébergement, à savoir les 916 cottages et appartements de la première tranche (1 730 cottages à terme, en 2022) sera financée soit par des institutionnels, soit par des investisseurs privés. Ils auront plusieurs formules à disposition (LMNPP, régime Censi-Bouvard...). Les investisseurs bénéficieront d'un loyer garanti pendant dix ans à 4 %, indexé à 2 %. Le montant des appartements varie entre 150 000 € et 300 000 € hors taxe, soit environ 15 % de plus que ceux de Center Parcs. À la signature du bail commercial, conclu pour dix ans, les investisseurs pourront opter soit pour une utilisation du bien à certaines périodes, soit pour un loyer avec remboursement de la TVA.

Géothermie et nature préservée

Pour Gérard Brémont, *"Villages Nature a pour vocation d'être une nouvelle destination d'envergure européenne fondée sur la quête de l'harmonie entre l'homme et la nature."* Utilisant les ressources naturelles du sous-sol, et notamment la géothermie pompée à 1 800 mètres de profondeur, tout le complexe a été créé autour d'une nature préservée. Les premiers cottages se situeront dans des jardins suspendus et seront répartis en trois catégories : **Clan**, qui représenteront 40 % de l'offre, **Bulle** et **Nature**, qui représenteront chacun 30 %. Parmi les autres équipements du resort, des jardins, des commerces et des restaurants le long du lac *"dont les enseignes sont encore à trouver"*, précise **Gérard Brémont**. Le complexe bénéficiera d'un aqualagon, comme à Center Parc, en extérieur chauffé toute l'année à 30 °C par géothermie, et un parc aquatique couvert. Villages Nature espère atteindre 500 000 visiteurs dès sa première année et 900 000 visiteurs à terme, avec un taux d'occupation de 80 %. Autre objectif : le zéro carbone, suivi par l'ONG BioRegional qui accompagne le projet depuis le début.

X. S.

Initié par deux acteurs majeurs du tourisme en France et en Europe - **Euro Disney S.C.A.** et le **Groupe Pierre & Vacances-Center Parcs** - et porté par son ambition de développement durable, Villages Nature est une **nouvelle destination de vacances, de courts et moyens séjours, d'envergure européenne**. Proposant une offre de loisirs innovante, dépaysante et désaisonnalisée au cœur de Paris Île-de-France - la 1ère destination touristique mondiale avec 32,7 millions de visites en 2012 - Villages Nature possède, en effet, un **potentiel sans équivalent auprès d'une très large clientèle touristique à la fois ouest-européenne, française et locale** : les études de marché menées en 2006 et 2011 par Oliver Wyman/Mercer ont conclu à un fort intérêt des touristes européens - familles avec enfants, jeunes couples ou seniors - pour un concept de vacances mêlant Nature, loisirs, détente et reconnexion avec les siens, particulièrement dans des marchés-clés tels que la France, le Benelux, le Royaume-Uni et l'Allemagne.

Disneyland® Paris, la 1ère destination touristique européenne, ayant accueilli plus de 275 millions de visites depuis son ouverture en 1992.

Site internet "Villages Nature"

Session 2015	EXAMEN		Durée	30 min
	BTS Hôtellerie - Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière		SUJET 6	2/2