

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° F5**

### **Thème : adopter un positionnement sociétal**

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.
- Expliquez pourquoi et comment une entreprise du secteur de l'hôtellerie - restauration doit adopter une démarche sociétale. À quelles conditions un positionnement est-il réussi ?
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - communication institutionnelle,
  - image de marque,
  - entreprise citoyenne.

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2015	<b>BTS Hôtellerie- Restauration</b>	<b>Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
Épreuve	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	<b>SUJET F5</b>	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET n° F5**

**Thème : adopter un positionnement sociétal**

**3 engagements et objectifs à l'horizon 2015**

*Source : communiqué de presse du groupe Accor - [www.accor.com](http://www.accor.com)*

### **3 engagements et objectifs chiffrés à l'horizon 2015**

#### **Protéger l'enfance face aux abus**

**Objectif 2015 : 70 % des hôtels s'engagent pour la protection de l'enfance.**

Particulièrement vulnérables, les enfants sont encore trop nombreux à être victimes d'exploitation sexuelle. Les protéger est une responsabilité collective. C'est encore plus vrai pour Accor, acteur mondial du tourisme. En 2012, Accor a souhaité aller plus loin dans son programme de lutte contre le tourisme sexuel impliquant les enfants (TSIE) et l'étendre à la protection de l'enfance notamment via le relais des alertes enlèvements, fléau qui s'intensifie et contre lequel les hôtels peuvent avoir une contribution déterminante et la réinsertion de l'enfant auprès des organismes compétents. Depuis 2001, Accor combat l'exploitation sexuelle des enfants avec l'ONG ECPAT International. Son action s'articule autour de la prévention et la formation des collaborateurs, la sensibilisation des clients et des fournisseurs, le développement de liens avec les autorités, et la réinsertion des mineurs.

**Fin 2013 :**

- **44 %** des hôtels s'engagent pour la protection de l'enfance et plus de 30 000 collaborateurs ont été formés dans l'année pour identifier une situation à risque impliquant un enfant et pour savoir réagir.
- Accor partage son expérience et ses outils de formation contre le tourisme sexuel impliquant les enfants avec le secteur hôtelier, notamment à l'occasion des événements sportifs internationaux, comme la Coupe du monde de Football.

#### **Développer des filières d'achats responsables**

**Objectif 2015 : 70 % des hôtels achètent et mettent en avant des produits issus de leur pays d'implantation.**

L'activité des grandes entreprises génère des flux colossaux de marchandises à travers le monde. Le choix des modes de production (intensif, raisonné, biologique ou encore équitable) peut avoir un impact crucial pour les hommes et l'environnement.

La filière Achats intègre la dimension durable dans ses pratiques à l'image de sa charte créée en 2003 et renommée charte Achats 21.

**Fin 2013 :**

- **81 %** des hôtels achètent et promeuvent des produits alimentaires locaux ;  
**66 %** des hôtels proposent des produits issus du commerce équitable ou durable.  
Aujourd'hui, sur 530 tonnes de café, chocolat et thé consommés en France au petit-déjeuner, environ 69 % sont issus du commerce équitable.

#### **Préserver les écosystèmes**

Garants de la vie et de la diversité des espèces végétales et animales, trop d'écosystèmes sont pourtant menacés par l'activité humaine.

**Objectif 2015 : 100 % des hôtels bannissent les produits de la mer menacés dans les menus.**

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2015	<b>BTS Hôtellerie- Restauration</b>	<b>Option A : Mercatique et gestion hôtelière</b>	Coefficient	2
Épreuve	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	<b>SUJET F5</b>	<b>2/2</b>