

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° 12**

### **Thème : adopter une politique de prix agressive**

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.
- Après avoir rappelé les principales stratégies utilisées par un hôtelier ou un restaurateur en matière de fixation du prix par rapport à la concurrence, expliquez les conditions nécessaires à la réussite d'un modèle low-cost.
- Expliquez et illustrez les termes et/ou expressions suivants :
  - offre « low-cost »,
  - élasticité demande/prix,
  - rapport qualité/prix.

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 12</b>	<b>1/2</b>

## **ANNEXE SUJET n° 12**

**Thème : adopter une politique de prix agressive**

**Le premier hôtel Eklo ouvre au Havre**

*Source : L'Hôtellerie-Restauration - 18 mars 2014*

Le premier hôtel Eklo, enseigne économique et écologique, a ouvert le 17 mars au Havre, à dix minutes du centre-ville, accessible par le tramway...

Le concept : offrir en centre-ville une chambre confortable avec salle de bains privative au prix de 24 €, un concept novateur conçu sur une idée de **Paul Dubrule** - associé dans la société avec l'autre cofondateur d'Accor, **Gérard Pélisson**. **Emmanuel Petit**, le président des deux sociétés (murs et fonds), a peaufiné son projet avec deux entreprises partenaires, Charpente Houot, également actionnaire au capital de la société et maître d'œuvre des projets, et Patriarche & Co, un cabinet d'architectes spécialisé dans les constructions en bois, principalement en montage.

### **Un nouveau modèle économique**

Avec ses chambres à 24 €, l'hôtel du Havre présente un *"condensé de confort"* dans une surface de 9 m<sup>2</sup>. De plus, le projet est durable et écologique, car son ossature en bois compressé avec des chambres préfabriquées en usine apporte non seulement une garantie d'isolation - sa construction étant aux normes bâtiment basse consommation (BBC) -, mais est aussi le garant d'une qualité de confort thermique. S'y ajoute un système de ventilation réversible pour garantir la chaleur et l'assainissement de l'air. Enfin, l'esthétique du bâtiment a également été prise en compte : *"ce n'est pas parce que nous sommes une enseigne économique que nos hôtels ne doivent pas être beaux"*. Reste le pari du modèle économique : une chambre vendue au tarif de 24 €, alors que le coût de construction (foncier inclus) est de 30 000 €. Mais le jeune P.D.G. de la SAS d'exploitation s'appuie sur des prévisions de taux d'occupation élevés, tout en misant sur une recette moyenne par chambre plus haute grâce aux dépenses annexes : serviette de toilette à 1 €, parking à 1 €, ou encore petit déjeuner à 3,50 €. Mais il existe pourtant un point sur lequel Emmanuel Petit ne transige pas : l'accueil. *"Je souhaite qu'il y ait toujours quelqu'un à la réception."* Un parti pris qui a un coût, l'hôtel fonctionnant avec une équipe de six personnes à temps plein, *"mais ce sont des agents polyvalents, ce qui permet de rentabiliser tous les emplois et d'assurer la sécurité du lieu"*. Car Emmanuel Petit a doté l'hôtel d'un système de vidéo surveillance sophistiqué.

### **Deux autres ouvertures attendues**

Après Le Havre, deux autres Eklo Hotels sont annoncés, l'un au Mans et l'autre à Strasbourg. Des établissements qui respecteront en tout point les fondamentaux du concept : *"être à proximité du centre-ville, accessible par les transports en commun et proposer le prix le plus bas du marché"*. Un pari qu'il faudra gagner aussi dans d'autres villes. *"Le rythme a été fixé à dix ouvertures par an, avec l'objectif d'atteindre 50 hôtels d'ici à 2019, sachant que nous pensons en réaliser une vingtaine en fonds propres et le reste en franchise si le projet le permet"*. Le succès des marques low-cost conforte la réalité du marché, à condition de ne pas négliger la part du foncier qui, dans certaines agglomérations comme Paris, devrait modifier sensiblement le modèle économique et donc le prix de la chambre.

**X. S.**

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 12</b>	<b>2/2</b>