

L'épreuve vise à évaluer l'aptitude du candidat à :

- mobiliser des connaissances et savoir-faire commerciaux ;
- adopter une démarche méthodologique rigoureuse ;
- identifier une problématique à partir d'une documentation d'actualité fournie en français et éventuellement en anglais portant sur le domaine de l'hébergement dans des établissements hôteliers et para-hôteliers français et européens ;
- synthétiser les idées générales exprimées dans la documentation ;
- proposer des solutions et argumenter des choix pour traiter le problème posé ;
- communiquer oralement.

Le déroulement de l'épreuve ponctuelle comporte trois étapes :

- le candidat prépare le sujet national composé d'un ou plusieurs documents d'actualité et/ou professionnels correspondant au thème d'étude proposé, accompagné d'une question d'élargissement et/ou d'approfondissement ;
- il expose en français la problématique et sa résolution pendant 10 minutes maximum ;
- la commission mène un entretien en français de 20 minutes maximum à partir de la question posée et d'autres interrogations liées à la problématique initiale.

SUJET N° 1

Thème : La gestion de marques

«MGallery, une collection d'hôtels intimistes»

À l'aide de vos connaissances théoriques et pratiques, de la documentation fournie, de votre culture mercatique et de vos acquis professionnels, il vous est demandé de présenter en français un exposé structuré dans le cadre du thème proposé. Vous intégrerez dans votre exposé la réponse à la question suivante :

- Montrez l'intérêt pour un groupe hôtelier de disposer de plusieurs enseignes. Présentez les différents modes de gestion d'un réseau de distribution.

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2013	BTS Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	2
RHE4MCC	E4 - Mercatique et culture commerciale	SUJET n° 1	1/2

ANNEXE SUJET n°1

Thème : La gestion de marques

Source : article paru dans le journal de l'hôtellerie du 19 mai 2011

« MGallery, une collection d'hôtels intimistes »

Au sein du groupe Accor, il existe un certain nombre d'hôtels non standardisés de type 4 et 5 étoiles. De pures merveilles souvent rénovées par de célèbres designers. Accor les a réunis au sein d'une collection appelée MGallery.

Les établissements de la collection **MGallery** ne sont pas des hôtels comme les autres. Élégants, pleins de charme, souvent de petite capacité, intimistes, les **MGallery** ont hérité de Sofitel, l'esprit de qualité et la notion de service, et de Mercure, leur authenticité. *“À l'origine, nous avons souhaité conserver une forme de proximité en reprenant le M de Mercure. De même, avant de bénéficier de son propre site de réservation [www.mgallery.com, NDLR] la collection était distribuée via le réseau Mercure mais très différenciée sur le plan marketing”*, affirme **Julie Grégoire**, directrice marketing de la marque.

Un parc intimiste

Le réseau M. Gallery compte 40 hôtels (4 600 chambres) ouverts dans une vingtaine de pays. Depuis 2010, Accor a décidé de communiquer sur la collection, et l'actrice **Kristin Scott Thomas** a été choisie pour la représenter. *“Elle incarne à sa façon l'image des hôtels, avec son élégance, son charme et sa sensibilité, souligne Julie Grégoire. Elle sait parler comme personne des hôtels MGallery et mettre en valeur les caractéristiques de la marque que sont l'authenticité, la singularité, l'intimité et l'art de vivre. Au gré de ses tournages, Kristin Scott Thomas séjourne dans les hôtels MGallery et nous rapporte ses notes de voyage que l'on retrouve dans le guide.”*

D'ici à la fin de l'année, dix établissements supplémentaires devraient rejoindre la marque, avec quelques arrivées significatives comme l'hôtel **Émeraude** à Dinard et le **St Ermins** à Londres, un grand hôtel de 331 chambres dont 41 suites appartenant à **Amerimar Enterprises** et totalement rénové pour 30 M£ (34 M€). Le réseau couvre essentiellement trois zones géographiques : l'Europe (10 hôtels en France, 4 en Italie, 2 en Suisse et en Allemagne, un en Autriche, République tchèque et aux Pays-Bas). La deuxième destination privilégiée est l'Asie, avec trois pays clés : le Vietnam, l'Indonésie et la Thaïlande. Enfin, la troisième destination privilégiée est les Caraïbes, où le groupe possède déjà 4 hôtels. *“Après avoir maillé l'Europe et l'Asie, nous allons développer l'Amérique du Sud et le Moyen Orient dans une deuxième étape, avec l'objectif d'atteindre 150 hôtels d'ici à 2015. Nous aurons alors une taille critique et nous serons aussi présents dans toutes les grandes capitales et dans les villes majeures de France, d'Allemagne, du Royaume-Uni et d'Italie, Les pays de l'Est sont notre prochain axe de développement en Europe.”* Le développement se fait à 50 % en franchise et à 50 % en contrats de management (le groupe ne possède que 14 hôtels en filiale à ce jour). *“Nous nous développons de manière qualitative et sélective là où le groupe est déjà présent”*, ajoute **Julie Grégoire**. *Généralement, nous sommes sollicités sur des hôtels rénovés, mais si ce n'est pas le cas nous élaborons le projet de rénovation avec les propriétaires, une règle qui permet de n'accepter que des hôtels rentrant dans les critères de la collection.”*

M comme Mémorables moments

Le réseau connaît un réel succès, un seul hôtel ayant quitté la collection depuis son lancement. *“Ces hôtels sont totalement dans la tendance, analyse la directrice marketing. Les gens veulent vivre des expériences. On est entrés dans l'ère de l'émotion.”* Et pour satisfaire ce besoin des clients de vivre des expériences intenses, les hôtels vont proposer des « Memorable moments », des instants uniques comme cette descente en hydroglisseur en Nouvelle-Zélande, ou cette visite des sous-sols de la tour Eiffel, à Paris. *“Nous voulons que les clients puissent vivre une expérience inaccessible dont ils vont garder un souvenir inoubliable.”* Et **Julie Grégoire** de renchérir : *“Nous proposons quelque chose de différent. Regardez cet hôtel que nous avons ouvert en Chine : il est construit dans un monastère d'inspiration tibétaine à 3 000 mètres d'altitude. On y vient pour y faire une retraite, se ressourcer, méditer...”* C'est cela aussi l'esprit **MGallery**.

Évelyne de Bast

SESSION	EXAMEN	Durée	30 min
2013	BTS Responsable de l'hébergement à référentiel commun européen	Coefficient	2
RHE4MCC	E4 - Mercatique et culture commerciale	SUJET n° 1	2/2