

**BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR  
COMMUNICATION**

**ACTIVITES DE COMMUNICATION**

SESSION 2011

**CORRIGÉ**

**CORRIGÉ**

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 1/7

## Epreuve E5 : Activités de communication

### Éléments de corrigé

#### **Le Syndicat Mixte de collecte et de traitement des ordures ménagères et assimilé de Mirebeau/Pontailier**

Activité ou dossier	Fonction	Durée	Barème
<b>Exposé de la situation du cas</b>		0H15	
<b>Dossier 1</b> : Le projet du journal « le carnet de tri »	F1	2H	40/80
<b>Dossier 2</b> : La commercialisation de l'espace publicitaire du journal « Le carnet de tri »	F2	1H	25/80
<b>Dossier 3</b> : Le ramassage des déchets recyclables à domicile	F3	0H45	15/80

### **DOSSIER 1**

#### **Réalisation d'un projet de communication**

##### **1/ Identifier les forces et faiblesses de la communication antérieure**

<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• De nombreux moyens sont mis en œuvre.</li><li>• Relais de campagnes nationales de sensibilisation à fort écho.</li><li>• Des outils de sensibilisation en direction des plus jeunes ; le terrain est préparé pour le futur.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Manque d'accompagnement des moyens mis en œuvre, communication pas assez directe.</li><li>• Mémo tri et calendrier semblent assez peu attractifs.</li><li>• Relations Presse peu développées.</li><li>• Pas de « Monsieur Tri » dans le Syndicat Mixte, en dehors du Président...</li><li>• Pas de réelle identité visuelle.</li><li>• Absence d'accroche.</li></ul>

**2/ Intérêts et limites du nouveau journal par rapport aux objectifs du nouveau plan de communication.**

<b>Objectifs</b>	<b>Intérêts</b>	<b>Limites</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mieux faire connaître les missions du Syndicat Mixte.</li>   <li>- Sensibiliser au coût de l'absence ou de la négligence dans le tri.</li>   <li>- Informer sur les modalités d'un tri sélectif efficace et utile.</li> <li>- Valoriser le comportement citoyen et éco-citoyen.</li>   <li>- Créer un rapport personnalisé entre le syndicat et les usagers.</li>   <li>- Encourager le tri sélectif et faire respecter les consignes.</li> <li>- Susciter un comportement de consommateur responsable et développer un sentiment de citoyen vertueux.</li> <li>- Décourager les incivilités.</li> </ul>	<p>Le journal est construit autour de cette idée. C'est la volonté du Président.</p> <p>L'information sera améliorée via le traitement des thèmes, en abordant les sujets d'un point de vue pratique.</p> <p>Oui, si l'utilisateur peut prendre la parole dans le journal.</p>	<p>On risque de se diriger vers un journal « vitrine » du Syndicat Mixte et ainsi d'oublier le message du tri et du recyclage.</p> <p>Pas directement abordé dans l'interview du président.</p> <p>Un journal n'est pas l'outil privilégié de la relation personnalisée. Peut être considéré comme un gadget par les usagers, plus source de dépenses, de valorisation de l'équipe dirigeante qu'outil d'information.</p> <p>Oui, mais un journal ne suffit pas. Il faut également prévoir des actions de valorisation des « bons » comportements mais aussi des sanctions ...</p>

**3/ Compte tenu de ces constats, il vous demande votre avis sur la proposition de création de ce nouveau journal ?**

Le journal est un bon support pour compléter et préciser l'information (16 pages), la rendre plus pratique, plus complète, plus diversifiée, plus actualisée (bimestrielle). Il permet aussi de donner la parole à tous les acteurs, d'impliquer davantage les usagers. Mais un journal ne peut régler tous les problèmes. Il faudra conduire une réflexion sur de nouvelles procédures, les adapter au contexte afin de les rendre plus efficaces. La collecte à domicile s'inscrivant dans cette démarche.

**4/ Dans le cadre de la réalisation du journal sachant que le Syndicat Mixte est un établissement public, il vous est demandé de préciser quelles sont les démarches obligatoires à entreprendre pour choisir les prestataires ?**

Les établissements publics sont tenus de respecter le droit des marchés public et de traiter tous les fournisseurs de manière égale et en toute transparence.

Un appel d'offre public doit être envisagé en fonction du montant du marché. Dans tous les cas une consultation auprès de plusieurs prestataires (au moins trois) doit permettre une mise en concurrence.

Il est conseillé de rédiger un cahier des charges suffisamment précis et de consulter plusieurs prestataires pour un marché donné.

**5/ Identifier les prestataires techniques nécessaires à la réalisation et à la diffusion du journal. Préciser les missions de chacun.**

Le chargé de communication du Syndicat	Etablir le brief. Rédiger le cahier des charges. Réaliser les appels d'offre. <i>Ne pas pénaliser si ce prestataire interne n'est pas cité.</i>
L'agence de communication	Etablir la charte graphique. Concevoir la maquette, et le chemin de fer. Définir les caractéristiques typographiques, le papier, le format, le type d'impression ... Réaliser, avec ses prestataires (photographes...) le prototype.
Imprimeur	Réaliser le document suivant les instructions de l'agence. Lancer l'impression des 7 000 exemplaires à partir d'un bon à tirer qui l'engagera vis-à-vis de l'annonceur. Transmettre la production en paquets sous films à un routeur.
Routeur et/ou Distributeur et/ou La Poste	Préparer la distribution en allotissant en fonction des circuits. Repartir les lots entre les agents distributeurs. Déposer un exemplaire par boîte aux lettres dans les foyers concernés. Déposer les excédents dans les points publics (mairies, offices de tourisme).

**6/ Préciser les précautions à prendre en matière de réglementation pour publier des photos et schémas dans le journal, comme le souhaite le Président du Syndicat Mixte (annexe 7).**

L'utilisation des photographies des élus, des usagers ou des salariés :

- Respect du droit à l'image.
- Autorisation écrite préalable si les personnes se trouvent dans un lieu privé.
- Non nécessaire si elle se trouve dans un lieu public.

L'utilisation de schémas publiés par l'ADEME

Droit d'auteur des images, textes, logos... La protection est organisée par le Code de la propriété intellectuelle. L'ADEME autorise en général facilement l'utilisation de ses éléments iconographiques.

**7/ Présenter les différentes étapes d'organisation de cet événement en tenant compte des différents publics visés.**

Il faut déterminer :

L'organisation

Une date (choisir de préférence un jour de semaine).  
Une heure (en début de soirée...)  
Un lieu (salle des fêtes de la ville abritant le siège social du Syndicat Mixte).  
Un concept (lancement d'un journal dans une démarche éco-citoyenne).  
Une ambiance (déco, aménagement de la salle : scène, sono, éclairage).  
Un accueil (hôtesse, liste des invités, remise d'un cadeau).  
Le déroulé de la soirée (organisation des prises de parole).  
Animation (PowerPoint, présentation de la maquette du journal...)  
Un buffet (thème du buffet : bio, choix du menu, choix des prestataires).

La pub par l'objet

Cahier des charges pour la valisette.  
Appel à concurrence.  
Choix des prestataires.  
Commande et réception des objets.  
Mise à disposition par les hôtesses.

La communication de l'événement

Organisation du fichier des invités.  
Conception du carton d'invitation.  
Impression et routage.

Les relations presse

Élaboration d'un communiqué de presse.  
Mise à jour du fichier de journalistes.  
Relance téléphonique.  
Accueil des journalistes.  
Pige et évaluation des retombées.

*Accepter d'autres possibilités de découpage de l'événement.*

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 5/7

## DOSSIER 2

### Réalisation d'outils de communication

**1/ Faut-il prospecter auprès des annonceurs des différentes communes composant le Syndicat Mixte, annonceurs utilisant déjà les bulletins municipaux ? Justifier la réponse.**

Cette cible paraît, en effet, adaptée. Elle est ouverte à la pub. D'autre part l'audience du journal est en adéquation avec les clients potentiels de ces annonceurs (localisation géographique).

Les prix restent accessibles pour une grande partie d'entre eux.

Mais le journal est un support moins généraliste, spécialisé sur la thématique du tri qui n'est pas toujours en résonance avec l'activité des annonceurs en question.

En outre, il y a un risque de cannibalisation entre les deux supports. On risque d'appauvrir le bulletin municipal au profit du journal. Certains annonceurs pouvant être tentés d'abandonner un support au profit de l'autre.

**2/ Proposer des critères de segmentation permettant d'organiser le portefeuille d'annonceurs potentiels.**

Des critères assez habituels en BtoB, comme :

- le secteur d'activité
- la taille de l'entreprise (CA – Nombre d'employés)
- la localisation géographique
- fournisseur, ou pas, du syndicat mixte et/ou d'une des communes le composant.

**3/ Les maires de certaines communes composant le Syndicat Mixte évoquent le risque de perdre les annonceurs de leurs bulletins municipaux au profit du nouveau journal.**

**3.1 Que faut-il en penser ?**

Le risque de cannibalisation est réel car les budgets de communication de nombreux annonceurs locaux ne sont pas extensibles... il leur faudra donc choisir même si les deux supports ne sont pas identiques en terme d'audience et/ou d'affinité.

**3.2. Que préconiser pour répondre à cette inquiétude ?**

Pour pallier cette éventualité peuvent être envisagées :

- des remises pour les annonceurs de l'un des différents bulletins municipaux
- un couplage

## DOSSIER 3

### Réalisation d'une étude

**1/ Proposer une méthodologie de l'étude**

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 6/7

Les objectifs de l'étude sont proposés dans la question et semblent conduire à une approche quantitative. On pourra également accepter une approche qualitative afin de faire préciser les attentes des usagers.

Population mère : la population de l'ensemble des habitants des communes présentent sur le Syndicat Mixte.

Taille de l'échantillon : environ 1000 personnes pour construire un échantillon représentatif des 40 communes avec une marge d'erreur acceptable.

Méthode d'échantillonnage : par quotas selon la taille de la population de la commune, et le type d'habitat (individuel ou collectif)

Mode d'administration : en face à face ou par téléphone.

Support d'interrogation : par questionnaire (introduction, questions de collecte, identification de l'interviewé).

Traitement de l'étude : tris à plat sur toutes les questions, tris croisés à partir des variables utilisées dans les quotas et d'autres comme l'âge, les PCS...

## **2/ Quelle exploitation de cette étude peut-on envisager ?**

L'amélioration de la communication.

L'amélioration de l'organisation de la collecte.

La mesure de l'accueil de la nouvelle collecte des déchets.

L'efficacité de la collecte en fonction des profils.

## **3/ A qui semble t-il pertinent de diffuser les résultats de cette étude ? Quels seraient les moyens de diffusion adaptés ?**

Au président du Syndicat Mixte, aux différents délégués ainsi qu'aux maires des différentes communes adhérentes.

Le moyen le mieux adapté est la diffusion par mail en cohérence avec une démarche éco-citoyenne.

On pourrait également envisager une réunion avec les différents délégués et les maires des communes adhérentes afin de leur présenter les résultats à partir d'un Power Point. Cela permettrait d'avoir un échange sur les résultats et envisager de nouvelles mesures à prendre.

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 7/7