

**SESSION 2005**

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR  
COMMUNICATION DES ENTREPRISES**

**STRATÉGIE DE  
COMMUNICATION DES ENTREPRISES**

**DURÉE : 5 heures**

**COEFFICIENT : 5**

**L'usage du « Média-Poche » et du « Tarif-média » est autorisé.**

**Calculatrice autorisée.**

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il soit complet.**

**Le sujet comporte 15 pages, numérotées de 1/15 à 15/15.**

**CESCDE – S05**

# GITEM PUY-EN-VELAY

## SUJET

pages 2 à 4

## ANNEXES

<b>Annexe 1.</b> Le portrait du GITEM	Pages 5 à 6
<b>Annexe 2.</b> Le nouveau concept de magasin GITEM	Pages 7 à 8
<b>Annexe 3.</b> La communication	Page 9
<b>Annexe 4.</b> La ZAC-Est « Les portes occitanes » et le nouveau point de vente GITEM	Page 10
<b>Annexe 5.</b> La zone de chalandise	Pages 11 à 12
<b>Annexe 6.</b> La concurrence	Page 13
<b>Annexe 7.</b> Le Puy-en-Velay - Haute-Loire (43) – Auvergne	Page 14
<b>Annexe 8.</b> Médias locaux	Page 15

**N.B. : Ce sujet est inspiré d'un cas réel. Cependant un certain nombre de données de départ ont été modifiées pour des raisons de confidentialité ou simplifiées pour permettre le traitement du sujet par le candidat dans le cadre d'une épreuve d'examen.**

## **GITEM PUY-EN-VELAY**

Le GITEM, un grand réseau de spécialistes de l'électroménager, de l'image, du son et du multimédia, vous a recruté(e) en qualité d'adjoint au responsable de la communication.

Vous avez en charge la communication accompagnant le transfert du magasin de Monsieur Bertrand, du centre-ville de Puy-en-Velay vers la périphérie : la ZAC Est «Les Portes Occitanes».

La surface du commerce de centre-ville de Monsieur Bertrand ne dépassait pas 60 m<sup>2</sup>. Comme le magasin était plutôt vieillot, l'exposition réduite et le dépôt éloigné, la vente à une clientèle essentiellement familiale n'était pas facile. Il a fini par trouver un local spacieux de 450 m<sup>2</sup> dont 400 m<sup>2</sup> d'exposition au sein de la ZAC Est «Les Portes Occitanes». En effectuant le transfert du magasin GITEM, Monsieur Bertrand introduit dans son assortiment des produits qu'il n'avait pas l'habitude de proposer auparavant, comme le home cinéma, la téléphonie mobile ou la photo numérique.

Avec ce nouveau point de vente, il souhaite réussir à gommer l'image vieillotte et de cherté de son commerce ; il vous confie pour cela un budget de communication de 48 500 euros.