

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR COMMUNICATION
---

ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

SESSION 2018

—————  
Durée : 4 heures  
Coefficient : 4  
—————

Cette étude est un cas réel simplifié et adapté pour les besoins de l'épreuve. Pour des raisons de confidentialité les données retenues ont pu être modifiées.

Le sujet comprend trois dossiers qui peuvent être traités de façon indépendante.

**Aucun matériel ou tout autre document n'est autorisé**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet se compose de 15 pages, numérotées de 1/15 à 15/15.

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 1/15



Utopia est un réseau français de cinémas indépendants. Il est aujourd'hui implanté à Avignon, à Bordeaux, à Montpellier, à Saint-Ouen l'Aumône, à Toulouse et à Tournefeuille.

Les cinémas Utopia se définissent comme un « projet d'animation culturelle cinématographique de proximité ». Ils entendent contribuer à la diversité culturelle locale et à la création de lien social.

Utopia tente de proposer une programmation diversifiée et de donner leur chance à des petits producteurs et distributeurs de films indépendants.

Afin de contribuer à la diversité culturelle, ces cinémas alternent des films indépendants à petit budget, souvent destinés à un public relativement averti et des films à gros budgets.

Utopia contribue à la formation des jeunes publics en collaborant tout au long de l'année avec des établissements scolaires et parascolaires comme les centres de loisirs, mais aussi avec des associations œuvrant dans le domaine social.

Les cinémas Utopia sont aussi un lieu de rencontre avec les réalisateurs et un lieu de débat sur des sujets de société.

Bien que tous les cinémas Utopia présentent de grandes similitudes (décor, programmation, mise en page du périodique), chacun est juridiquement indépendant.

Utopia édite un périodique mensuel, la *Gazette d'Utopia* où l'on retrouve les critiques des films diffusés et les horaires des séances. Elle est disponible gratuitement dans les cinémas Utopia, dans certains commerces et établissements d'enseignement.

Utopia Saint-Ouen l'Aumône est une association loi 1901 ; elle existe depuis 1987 et comprend deux cinémas : l'un, équipé de cinq salles, se situe à Saint-Ouen l'Aumône, l'autre, d'une seule salle, est établi à Pontoise.

Pour fêter ses 30 ans, Utopia souhaite organiser un événement dédié aux jeunes de 15 à 25 ans afin de rajeunir sa clientèle de spectateurs.

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 2/15

Les objectifs de communication de l'événement sont :

- Objectif d'information : faire connaître le cinéma Utopia non plus seulement comme une salle qui diffuse des films à petits budgets, des films d'auteur mais également des « blockbusters »<sup>1</sup> ;
- Objectif de comportement : faire venir et revenir au cinéma les jeunes de 15/25 ans ;
- Objectif d'image : développer un sentiment de proximité avec la cible jeune.

**Vous êtes chef(fe) de projet junior au sein de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat du Val d'Oise. Utopia sollicite votre assistance afin de proposer une solution de communication efficace, gérer une campagne de prospection et conduire une étude de satisfaction et de fréquentation. Vous travaillerez en collaboration étroite avec la responsable d'Utopia de Saint-Ouen l'Aumône sur 3 dossiers :**

**Dossier 1 :** Le développement de la notoriété du cinéma Utopia Saint-Ouen l'Aumône auprès des jeunes

**Dossier 2 :** La gestion du portefeuille annonceurs

**Dossier 3 :** L'étude de satisfaction et de fréquentation des spectateurs

## **LISTE DES ANNEXES**

**ANNEXE 1.** Historique d'Utopia

**ANNEXE 2.** Carte de l'agglomération de Cergy-Pontoise

**ANNEXE 3.** Extrait de l'entretien avec Anne-Marie Faucon, fondatrice d'Utopia

**ANNEXE 4.** Présentation d'Utopia Saint-Ouen l'Aumône

**ANNEXE 5.** Politique de programmation et d'animation

**ANNEXE 6.** Les moyens de communication d'Utopia Saint-Ouen l'Aumône

**ANNEXE 7.** Les concurrents d'Utopia sur l'agglomération de Cergy-Pontoise

**ANNEXE 8.** Entretien avec la responsable d'Utopia Saint-Ouen l'Aumône pour l'organisation des 30 ans

**ANNEXE 9.** Eléments budgétaires prévisionnels de la soirée

**ANNEXE 10.** Synopsis du film « Le Labyrinthe » Partie 1

**ANNEXE 11.** Extraits du règlement du « Jeu-concours – Utopia – Gagnez une carte d'abonnement d'une valeur de 50€ »

**ANNEXE 12.** Extrait du portefeuille annonceurs de la Gazette d'Utopia

---

<sup>1</sup> Blockbuster : production cinématographique à gros budget publicitaire destinée à produire des profits record. Définition du Larousse. [www.larousse.fr](http://www.larousse.fr)

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 3/15

## DOSSIER 1 : LE DEVELOPPEMENT DE LA NOTORIETE DU CINEMA UTOPIA SAINT-OUEN L'AUMONE AUPRES DES JEUNES

Utopia Saint-Ouen l'Aumône souhaite rajeunir son audience. Les lycéens, les collégiens et les étudiants de l'agglomération assistent à des séances de projection dans le cadre scolaire. La plupart d'entre eux connaissent ce cinéma mais y reviennent rarement sur leur temps de loisirs. Ils sont davantage intéressés par l'univers et la programmation des multiplexes.

Votre responsable envisage la mise en place, dans le cadre des 30 ans d'Utopia, d'un événement spécifique à destination de la cible des 15-25 ans avec l'organisation d'un jeu-concours. Elle vous demande de justifier l'opportunité de cette opération.

### Travail à faire

À partir des différentes annexes et plus particulièrement des **annexes 1 à 11** :

- 1.1. Repérer les forces et les faiblesses du cinéma Utopia Saint-Ouen l'Aumône.
- 1.2. Indiquer de manière structurée les cibles de communication de l'action envisagée.
- 1.3. Justifier l'intérêt de réaliser cette opération de communication, au regard des éléments budgétaires prévisionnels de la soirée et des objectifs de communication.
- 1.4. Proposer et justifier l'utilisation de plusieurs médias sociaux afin de toucher la cible lors de cet événement.
- 1.5. Indiquer comment optimiser l'utilisation de Facebook pour accroître la visibilité de l'événement avant et pendant sa tenue.
- 1.6. Proposer des critères d'évaluation de l'efficacité de cette opération de communication sur Facebook.
- 1.7. Vérifier la conformité juridique de chaque article extrait du règlement du jeu-concours. Justifier votre réponse.

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 4/15

## DOSSIER 2 : LA GESTION DU PORTEFEUILLE ANNONCEURS

La salle Utopia de Saint-Ouen l'Aumône souhaite développer son portefeuille annonceurs pour vendre des encarts publicitaires dans la gazette Utopia. Elle souhaite fidéliser les annonceurs actuels puis en prospecter de nouveaux. Vous assistez la responsable du Cinéma Utopia de Saint-Ouen l'Aumône dans sa démarche.

### Travail à faire

À partir des différentes annexes et plus particulièrement de l'**annexe 12** :

- 2.1. Analyser la structure du portefeuille annonceurs.
- 2.2. Proposer des critères pour structurer le portefeuille annonceurs.
- 2.3. Identifier la catégorie d'annonceurs à prospecter en priorité. Justifier votre réponse.
- 2.4. Proposer quatre solutions pour fidéliser les annonceurs actuels. Justifier vos propositions.

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 5/15

## DOSSIER 3 : L'ETUDE DE SATISFACTION ET DE FREQUENTATION DES SPECTATEURS

La responsable de la salle Utopia Saint-Ouen l'Aumône souhaite à présent mesurer le degré de satisfaction des 15/25 ans sur l'ensemble des prestations proposées par le cinéma ainsi que leur fréquentation du lieu. N'ayant ni le temps ni les compétences pour effectuer une étude, elle vous en confie la réalisation.

Pour mieux cerner le marché du cinéma et les habitudes du public jeune, vous décidez de réaliser une étude documentaire qui sera suivie d'une enquête terrain.

### Travail à faire :

À partir des **annexes 1 à 12** :

- 3.1. Justifier le choix de mener une étude documentaire préalable à l'enquête de satisfaction et de fréquentation.
- 3.2. Préciser les domaines de veille que vous allez explorer dans cette étude documentaire.
- 3.3. Préconiser une méthodologie pour mener l'enquête de satisfaction et de fréquentation envisagée par Utopia Saint-Ouen l'Aumône.
- 3.4. Indiquer les principaux thèmes à aborder dans le questionnaire en précisant pour chaque thème les informations que vous souhaitez obtenir.
- 3.5. Préciser à quels destinataires la responsable de la salle Utopia Saint-Ouen l'Aumône pourrait diffuser le rapport d'enquête établi après l'étude. Justifier votre réponse.

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 6/15

## ANNEXE 1. Historique d'Utopia :

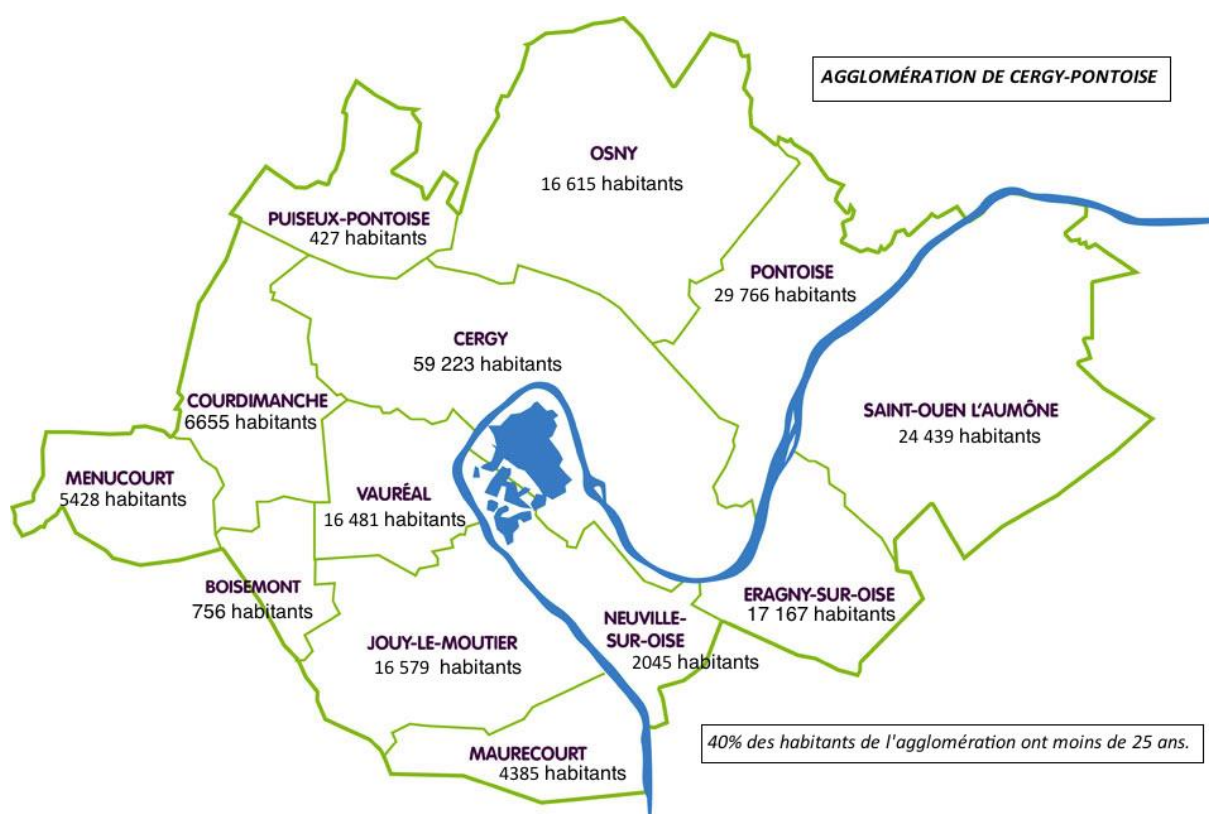
C'est en 1973 que deux jeunes complices passionnés de cinéma, Anne-Marie Faucon et Michel Malacarnet, ouvrent leur première salle au cœur d'Avignon. Aidés par des fous de cinémas comme eux, spectateurs bénévoles, bricoleurs ou généreux donateurs, ils parviennent à ouvrir leur premier ciné-club à Aix-en-Provence.

Au fil des années, les ouvertures de salles Utopia, alliant dans leur décoration la brocante et la bohème, s'enchaînent dans le sud de la France que ce soit à Toulouse, à Bordeaux, à Montpellier et autour de Paris à Saint-Ouen l'Aumône et à Pontoise.

Aujourd'hui, « l'esprit Utopia » est toujours intact : du cinéma souvent engagé à travers une programmation riche et variée exclusivement en version originale, pas de publicité et encore moins de pop-corn, mais des débats et des intervenants, des tarifs défiant toute concurrence. La famille Utopia, ce sont surtout ses spectateurs qui, mieux que des agences de communication, soutiennent une certaine idée du cinéma et participent activement aux divers événements comme les petits-déjeuners réguliers où chacun apporte et fait partager ses viennoiseries préférées !

Source interne

## ANNEXE 2 . Carte de l'agglomération de Cergy-Pontoise :



Source : d'après [www.cergypontoise.fr/](http://www.cergypontoise.fr/)

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 7/15

### **ANNEXE 3 . Extrait de l'entretien avec Anne-Marie Faucon, fondatrice d'Utopia :**

#### ***Quelle est votre stratégie d'implantation des salles Utopia ?***

On a réagi à des propositions, à des rencontres... On pourrait se développer beaucoup plus, car on est beaucoup sollicité. Mais l'humain est primordial : nous n'accepterions des nouveaux projets que si dans nos rangs, il était possible de trouver des collaborateurs prêts à prendre en charge de nouvelles aventures avec la même cohérence.

En revanche, nous « accompagnons » de nouvelles salles qui ne s'appelleront pas Utopia, mais pour lesquelles on nous demande des conseils. Des choses sont en train d'évoluer dans beaucoup de salles indépendantes.

#### ***On associe Utopia à un cinéma engagé, avec des partis-pris très forts...***

La réponse est dans notre histoire... A quoi servirait d'ailleurs la culture en général et le cinéma en particulier, s'ils n'étaient le moyen de s'interroger sur la vie, le monde dans lequel nous sommes. Dès lors qu'on s'interroge, comment pourrait-il être possible qu'on n'ait pas envie d'aller plus loin et de mettre notre grain de sel dans l'évolution permanente des choses en essayant de les tirer vers le meilleur plutôt que vers le pire ?

Les films qu'on programme, les films Art et essai, pullulent d'interrogations, de remises en question, de propositions...

#### ***Comment impliquez-vous la grande famille Utopia dans cette démarche ?***

Ceux qui sont venus vers Utopia et y sont restés, l'ont fait parce qu'ils partagent un état d'esprit, une façon d'aborder le cinéma et en général une certaine conception du rôle de la salle de cinéma, du rapport aux spectateurs, à l'environnement de la ville... Certains mêmes jouent très vite un rôle moteur, apportent un renouvellement qui bouscule.

D'un point de vue juridique, chaque cinéma est géré par une structure autonome, qu'elle soit en association ou en SARL. Les cinémas Utopia envisagent à court terme de muter en SCOP (Société coopérative et participative) dans laquelle les salariés deviendront des coopérateurs.

**1973** : Utopia investit une petite chapelle désaffectée à Avignon et ouvre une salle de 130 fauteuils.

**1987** : à Saint-Ouen l'Aumône, ouverture de 4 salles.

**1993** : à Avignon, Utopia s'installe à la Manutention (4 salles), en plus de la salle République.

**1993** : à Toulouse Utopia reprend le cinéma Rio (3 salles).

**2000** : à Bordeaux, 5 salles dans l'ancienne église Saint-Siméon sont créées.

**2003** : à Tournefeuille, près de Toulouse, inauguration de 4 salles.

**2008** : à Montpellier reprise des 2 salles du Diagonal Campus.

**2013** : Utopia fête ses 40 ans.

**2017** : Utopia Saint-Ouen l'Aumône fête ses 30 ans.

Source : <http://www.salles-cinema.com/actualites/cinemas-utopia-anne-marie-faucon>

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 8/15



#### **ANNEXE 4. Présentation d'Utopia Saint-Ouen l'Aumône :**

Le cinéma Utopia Saint-Ouen l'Aumône compte aujourd'hui :

- 5 salles à Saint -Ouen l'Aumône :
  - salle 1 : 63 fauteuils
  - salle 2 : 65 fauteuils
  - salle 3 : 104 fauteuils
  - salle 4 : 84 fauteuils
  - salle 5 : 197 fauteuils
- 1 salle à Pontoise de 269 fauteuils.

En 2008, la 5<sup>ème</sup> salle de Saint-Ouen l'Aumône a été créée pour renforcer le site, l'identité du lieu et faire face à un contexte concurrentiel de plus en plus agressif avec l'extension des multiplexes.

La mutation technologique avec le passage du 35 mm au numérique permet une gestion par l'équipe plus facile et a permis de renforcer les liens avec les spectateurs. Pour faire fonctionner les 6 salles de Saint-Ouen l'Aumône et Pontoise, le cinéma fonctionne avec 9 salariés et un contrat aidé :

- 4 personnes pour l'équipe de direction / programmation / animation / rédaction des articles de la Gazette
- 2 opérateurs
- 2 caissières
- 1 agent de bureau / ménage
- 1 animateur jeune public

80% des spectateurs sont des fidèles abonnés.

Le spectateur type est une femme, CSP + entre 50 et 60 ans.

Comme la grande majorité des salles indépendantes, le public est assez âgé et donc la question du rajeunissement du public est l'un des défis majeurs actuels.

La politique tarifaire est volontairement modérée.

Les tarifs appliqués sont les suivants :

- tarif normal : 7 euros
- carnet d'abonnement non nominatif et non limité dans le temps : 50 euros les dix places
- tarif jeune, étudiant, lycéen, demandeur d'emploi : 4 euros.
- tarif de groupe : 3 euros

Source interne

#### **Nombre de spectateurs :**

<b>Années</b>	<b>Nombre d'entrées</b>
2014	184 507
2015	166 956
2016	197 166

Source : www.CNC.fr

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 9/15

## **ANNEXE 5. Politique de programmation et d'animation :**

« Nous considérons la salle de cinéma comme un espace libre, ouvert, humaniste, citoyen, un lieu d'échanges dans la proximité avec notre public, mais aussi d'échanges avec le monde tel qu'il nous est conté à travers les films, qu'ils soient fictions ou documentaires.

Aussi, outre la simple fonction de divertissement de la salle de cinéma, nous poursuivons notre travail d'animation du lieu à travers l'organisation de soirées et de rencontres. C'est ainsi que nous proposons tout au long de l'année des rencontres et débats autour d'œuvres de fiction ou de documentaires, avec des réalisateurs, des acteurs culturels mais aussi des associations locales pour permettre des échanges de paroles et de points de vue autour de sujets variés, le plus souvent de société. Ces échanges nous permettent par ailleurs de renforcer la présence de notre structure dans la région, créant un vrai lien avec les habitants (...).

L'intégralité des films est proposée en Version Originale et a une durée d'exposition en moyenne de 3 semaines pour ainsi permettre au film que nous programmons de se faire connaître, découvrir et aimer. La meilleure publicité est, à notre sens le bouche-à-oreille (...).

L'animation du cinéma est quotidienne (...) avec une présence permanente de l'équipe et un hall qui n'est jamais déserté (ou pire fermé) entre les séances. Nous organisons également de nombreuses animations :

- Petit déjeuner découverte le dimanche (le concept : « A vous les croissants, à nous le café, thé et jus de fruits avec un tarif unique à 3,50 euros ») ;
- Fête de fin de saison avec l'organisation d'une tombola ;
- Rencontre avec des comédiens, des réalisateurs... ;
- Soirée débat ;
- Ciné-goûter pour les enfants ;
- Soirée festive sur différents thèmes : chandeleur, nouvel an chinois, ... en partenariat avec des artisans locaux (restaurant, Food truck<sup>2</sup>, producteurs de produits biologiques) ;
- Avant-première.

Enfin, depuis plus de 3 ans nous animons le café attenant au cinéma : le Stella café. C'est un lieu qui plus qu'un espace bar et salon de thé est un véritable prolongement du cinéma où les spectateurs, petits et grands ont à cœur de prolonger la rencontre avec un film. Ce café est ouvert toute la journée, il n'est pas réservé exclusivement aux spectateurs de nos films, chacun peut y venir déguster un café dans la journée, et y consommer des aliments achetés dans les lieux de restauration rapide de la ville. »

Source interne

---

<sup>2</sup> Food truck : véhicule équipé pour préparer et vendre de la nourriture sur place, « camion restaurant ».

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 10/15

## ANNEXE 6. Les moyens de communication d'Utopia Saint-Ouen l'Aumône :

L'association ne possède pas de budget de communication dédié. Les moyens de communication utilisés sont :

- La Gazette Utopia

C'est un support imprimé d'une trentaine de pages, gratuit. La Gazette est diffusée toutes les 5 semaines à 23 000 exemplaires sur toute l'agglomération. Les textes de présentation des films sont communs à toutes les gazettes, mais les grilles horaires, les annonces et éventuels éditoriaux sont propres à chaque structure et liés aux partenaires et actualités de chaque salle.

La gazette est distribuée par nos propres moyens dans un rayon de 20 à 30 km autour de l'agglomération de Cergy Pontoise. Le coût du programme ne concerne que son impression.

- Le site internet

Il s'agit d'un site commun à tous les cinémas Utopia qui diffuse les mêmes informations que la Gazette : programmation et horaires

- Les interventions régulières avec un rendez-vous mensuel sur la radio locale RGB.

- Les partenariats dans le cadre d'animations sociales et culturelles avec (liste non exhaustive) :

- les associations locales (Sauvegarde de l'enfance, Espérer 95,...) ;
- les services culturels des mairies ;
- les théâtres et festivals locaux (Théâtre 95, l'Apostrophe, Théâtre de l'usine, Festival baroque de Pontoise, Festival d'Auvers sur Oise) ;
- l' Office du Tourisme de Cergy Pontoise ;
- l' Université de Cergy ;
- le Conseil départemental du Val-d'Oise ;
- la librairie « Lettre et Merveilles ».

Par principe, nous sommes partenaires de toutes structures avec lesquelles peut être mené un projet pertinent autour d'un support cinématographique. L'outil film reste toujours au cœur de ces partenariats et est un moyen de déployer des champs de réflexions, rencontres, curiosités, débats.

- La page Facebook Utopia : le cinéma propose une seule page Facebook.

Source interne

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 11/15

## ANNEXE 7. Les concurrents d'Utopia sur l'agglomération de Cergy-Pontoise :

	<b>Cinéma Gaumont Pathé Conflans St Honorine</b>	<b>UGC Ciné Cité Cergy le Haut</b>
<b>Nombre de salles</b>	12	14
<b>Technologies</b>	Son et projection numérique Imax	2D 3D
<b>Tarifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- moins de 14 ans : 5 €</li> <li>- étudiants, lycéens, collégiens : 8 €</li> <li>- tarif normal : 11,70 €</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- moins de 14 ans : 5 €</li> <li>- moins de 26 ans, étudiants et apprentis : 7,50 €</li> <li>- tarif normal : 11,30 €</li> </ul>

Source : les sites des Cinéma Gaumont Pathé et UGC Ciné Cité

## ANNEXE 8. Entretien avec la responsable d'Utopia Saint-Ouen l'Aumône pour l'organisation des 30 ans :

**Chef(fe) de projet junior** : par le passé, avez-vous mis en place des événements spécifiques pour les jeunes de 15-25 ans ?

**Responsable** : Non. Nous avons pu constater que nous mettons en place des actions à destination d'un public plus jeune avec notre cinéma-goûter ou plus âgé avec les conférences, petits déjeuners par exemple mais rien à destination des 15-25 ans. C'est pour cela que l'on souhaite les cibler pour fêter nos 30 ans.

**Chef(fe) de projet** : Avez-vous déjà envisagé un événement ?

**Responsable** : Oui, nous avons réfléchi et nous souhaitons organiser une soirée spéciale au mois de février pour la 3<sup>ème</sup> partie du film « Le Labyrinthe », particulièrement apprécié de la cible.

**Chef(fe) de projet** : Comment va s'organiser cette soirée ?

**Responsable** : Il s'agira de projeter lors d'un samedi la Trilogie « Le Labyrinthe » puis de proposer un repas auprès d'un Food-Truck avec qui nous travaillons déjà. Les tickets seront pré-vendus sur notre site (15€ les 3 films). On organisera également un jeu-concours sur le film « Le Labyrinthe » avec une distribution de lots :

- 1<sup>er</sup> au 10<sup>e</sup> prix : une carte d'abonnement d'une valeur de 50 €
- 11<sup>e</sup> au 20<sup>e</sup> prix : un DVD du volet 3 de « Labyrinthe » d'une valeur de 15 € ;
- 21<sup>e</sup> au 30<sup>e</sup> prix : une séance de cinéma d'une valeur de 4 euros.

Les résultats seront publiés sur le site internet du cinéma ainsi que dans la gazette.

**Chef(fe) de projet** : Avez-vous budgétisé l'événement ?

**Responsable** : oui, les différents coûts sont :

- Entrées cinéma avec un coût de revient de 6,50 € ;
- Repas : 5,50 € par personne ;
- 250 affiches A2 distribuées dans les différents établissements scolaires : 80 € ;
- Prospectus distribués dans les établissements scolaires : 34 € les 5 000 ;
- Boissons : 100 € ;
- Les lots du jeu-concours.

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 12/15

## ANNEXE 8 (suite)

**Chef(fe) de projet** : Comment allez-vous communiquer sur cet événement ?

**Responsable** : Nous allons distribuer des affiches et des prospectus dans les différents établissements scolaires de la région de Cergy sans oublier les établissements de l'enseignement supérieur, mettre un encart dans la Gazette ainsi que sur notre site Internet et utiliser les médias sociaux.

Nous prévoyons la participation de 400 personnes.

Source interne

## ANNEXE 9. Eléments budgétaires prévisionnels de la soirée :

Eléments	Calculs	Charges	Produits
Chiffre d'affaires prévisionnel	15x400		6 000
Coût de revient séances cinéma	6,50x400	2 600	
Coût de revient repas	5,50 x400	2 200	
Affiches		80	
Prospectus		34	
Boissons		100	
Lots concours :			
- cartes d'abonnement	50x10	500	
- DVD	15x10	150	
- séances cinéma	4x10	40	
Total		5 704	6 000
Résultat (bénéfice)		296	

**N.B** : Les éléments budgétaires sont tous en TTC

Source interne

## ANNEXE 10. Synopsis du film « Le Labyrinthe » Partie 1 :

« Quand Thomas reprend connaissance, il est pris au piège avec un groupe d'autres garçons dans un labyrinthe géant dont le plan est modifié chaque nuit. Il n'a plus aucun souvenir du monde extérieur, à part d'étranges rêves à propos d'une mystérieuse organisation appelée W.C.K.D. En reliant certains fragments de son passé, avec des indices qu'il découvre au sein du labyrinthe, Thomas espère trouver un moyen de s'en échapper. »

De : Wes Ball

Avec : Dylan O'Brien, Aml Ameen, Will Poulter

Genres : Action, science-fiction, aventure

Nationalité : Américain

Source : [www.allocine.fr](http://www.allocine.fr)

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 13/15

## **ANNEXE 11. Extraits du règlement du « Jeu-concours - Utopia- Gagnez une carte d'abonnement d'une valeur de 50€ » :**

« Jeu concours- Utopia- Gagnez une carte d'abonnement d'une valeur de 50€ »

**Article 1.** Association Utopia, statut Loi 1901, dont l'adresse est 1, place Pierre Mendès-France, 95310 Saint-Ouen l'Aumône, association éditrice du site [www.utopia.fr](http://www.utopia.fr), organise le 11 février 2017 de 14h à minuit un jeu concours intitulé « Gagnez une carte d'abonnement d'une valeur de 50€ » (...).

### **Article 5.**

Les participants s'étant inscrits au jeu et ayant correctement répondu à la question posée seront ensuite départagés par un tirage au sort et se verront attribuer, par ordre de tirage, les lots mentionnés à l'article 8 ci-dessous. Le nombre des gagnants correspondra au nombre de lots mis en jeu (...).

### **Article 8.**

Ce jeu-concours est doté des lots suivants :

1<sup>er</sup> prix au 10<sup>e</sup> prix : une carte d'abonnement valable dans le réseau Utopia, d'une valeur de 50 euros pour les 10 premiers participants ayant répondu correctement et ayant été tirés au sort.

11<sup>e</sup> prix au 20<sup>e</sup> prix : le DVD du film « Le Labyrinthe » volet 3, d'une valeur de 15€

21<sup>e</sup> prix au 30<sup>e</sup> prix : une séance de cinéma d'une valeur de 4€.

Ces lots ne pourront être ni repris, ni échangés. Toute contestation des lots pour quelque raison que ce soit équivaldra à un refus définitif de ces derniers.

L'association organisatrice se réserve le droit de substituer, à tout moment, aux lots proposés, un lot de nature et de valeur équivalentes (...).

### **Article 11.**

En participant au concours, les gagnants reconnaissent expressément et acceptent que leurs nom, prénom et ville de résidence, ainsi que le cas échéant, les photos prises lors de la remise des prix puissent être reproduits et publiés par l'association organisatrice du concours, pendant cinq ans, à titre gracieux, sur quelque support que ce soit, notamment dans la presse, sur le site internet et les médias sociaux de l'association organisatrice, dans le monde entier, exclusivement dans le cadre d'actions publi-promotionnelles et/ou d'information du public concernant le présent concours ou d'autres concours similaires organisés par l'association organisatrice (...).

### **Article 12.**

Tout participant reconnaît être informé de ce que les informations nominatives recueillies sont nécessaires pour sa participation au présent jeu et font l'objet d'un traitement informatique. Le participant est informé qu'il bénéficie d'un droit d'accès et de rectification des données personnelles le concernant. Ce droit peut être exercé en écrivant à l'adresse mentionnée à l'article 1 du présent règlement. Il reconnaît être également informé que, sous réserve de son accord au moment de son inscription au jeu-concours et sauf avis contraire de sa part, ses coordonnées pourront être conservées par l'association organisatrice et utilisées à des fins de prospection pour des produits ou services similaires proposées par l'association Utopia.

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 14/15

**ANNEXE 12. Extrait du portefeuille annonceurs de la Gazette Utopia :**

ANNONCEURS 2017	CA Vente d'espaces HT En euros
Théâtre 95	5 050,90
Théâtre de l'usine	727,24
Théâtre de Jouy le Moutier	737,55
Salle de spectacle L'imprévu à Saint-Ouen l'Aumône	5 239,45
Espace St-Exupéry à Franconville (centre culturel)	835,89
Université Cergy Pontoise	327,80
Auvers Jazz (association)	163,90
Encadrement 12/19 (entreprise privée)	163,90
Médiathèque de Conflans Ste-Honorine	626,94
Théâtre Simone Signoret	419,76
Habitat Atonix (association écologiste)	327,80
Conservatoire régional	422,37
Cour des Arts (association)	327,80
Chambre des Métiers et de l'Artisanat du 95	4 753,50
Salle de concert Le Forum à Vauréal	327,80
Abbaye de Maubuisson (Centre d'art contemporain)	245,85
Théâtre en Stock	4 086,40
<b>TOTAL</b>	<b>24 784,85</b>

Ces annonceurs se situent dans un rayon d'une vingtaine de kilomètres autour de Saint-Ouen l'Aumône.

BTS COMMUNICATION		SESSION 2018
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page 15/15