

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR COMMUNICATION

ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

SESSION 2011

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.

Matériel autorisé :

L'usage de la calculatrice est autorisé conformément à circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999

Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet se compose de 14 pages, numérotées de 1/1 à 14/14.

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 1/14

DIMUST

DIMUST, SARL créée en 1996, par Philippe SEVERAC a pour objet la production et le commerce de gros de fruits à noyaux (pêches, nectarines, abricots), de melons, d'agrumes (citrons, oranges, clémentines), de salades (18 variétés référencées) et de légumes typiquement méditerranéens.

L'activité de DIMUST est consacrée pour 30 % à la production et 70 % au commerce. Son activité de négoce est saisonnière (de début novembre à fin juin) pour un chiffre d'affaires annuel de 7,5 millions d'euros.

Située à Perpignan, dans les Pyrénées Orientales, cette entreprise fait partie du pôle économique Saint-Charles, premier centre européen spécialisé depuis de nombreuses années dans le négoce de fruits et légumes.

L'effectif de cette entreprise est composé de salariés permanents : une assistante *manager*, deux agents commerciaux, une responsable qualité, un comptable et de vingt-cinq saisonniers. Le gérant réalise lui-même le démarchage des prospects et les opérations de communication commerciale.

Ses fournisseurs sont majoritairement situés en France (80%), mais aussi en Espagne et en Tunisie.

DIMUST a recensé de très nombreux concurrents domiciliés en Espagne mais aussi dans le département des Pyrénées Orientales.

Philippe SEVERAC souhaite développer et diversifier sa clientèle. À cette fin, il fait appel pour la première fois à l'agence conseil en communication MACOM dans laquelle vous travaillez.

Vous avez en charge le dossier DIMUST.

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 2/14

Dossier 1 : ORGANISATION DE LA PRÉSENCE DE DIMUST AU SALON MEDFEL

DIMUST a décidé de participer à la troisième édition du salon MEDFEL. Il vous demande d'organiser sa présence à cet événement. Ce salon aura lieu du 25 au 27 octobre 2011 au Parc des Expositions de Perpignan.

L'objectif commercial de ce projet de communication est de développer la clientèle française constituée des grandes et moyennes surfaces (GMS) afin d'équilibrer la composition du portefeuille « clients ». Ce type de clients offre en effet l'avantage de réaliser des achats plus réguliers que les grossistes et d'être moins fragiles financièrement. Il s'agit là toutefois d'une clientèle très difficile à conquérir et à fidéliser.

Philippe SEVERAC souhaite donc inviter essentiellement des prospects « chauds » qui sont des responsables de GMS, mais aussi quelques fournisseurs et ses principaux clients.

Les principaux objectifs de communication sont d'accroître la notoriété, de renforcer l'image de DIMUST et d'inciter de nouveaux clients à acheter ses produits et services.

Le budget alloué à cette action de communication s'élève à 10 000 € HT. Pour la première fois, il a décidé de faire appel aux services d'une hôtesse.

Le gérant, M. SEVERAC, a l'intention de décorer le stand à l'aide de kakémonos dont certains seront illustrés de photographies de salariés à leur poste de travail qu'il a lui-même prises. Il désire également diffuser sur le stand, diverses œuvres musicales non libres de droits.

Travail à faire :

1.1 Présenter les différentes opérations que vous devez mener à bien pour assurer la participation et le suivi de DIMUST au salon MEDFEL.

La société DIMUST cherche à créer du trafic et à recueillir des contacts qualifiés.

1.2 Proposer et justifier les moyens permettant d'animer le stand.

1.3 Conseiller M. SEVERAC sur les précautions et obligations à prendre afin qu'il puisse diffuser des œuvres musicales et utiliser les visuels évoqués.

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 3/14

Dossier 2 : MESURER LE DEGRÉ DE SATISFACTION DES CLIENTS DIMUST

Dans un environnement très concurrentiel et préoccupé par la fidélisation de ses clients, le gérant de DIMUST souhaite connaître, leur degré de satisfaction. N'ayant pas le temps, ni les compétences pour effectuer une étude de satisfaction, il fait à nouveau appel à l'agence qui vous emploie.

Cette dernière vous confie la réalisation de l'étude qui portera exclusivement sur les clients « marché du frais » domiciliés en France.

Le fichier clients «marché frais» français de DIMUST comprend 18 grossistes et 2 grands distributeurs. Le budget disponible pour cette action est faible.

Travail à faire :

- 2.1 Préconiser et justifier le mode d'administration du questionnaire le plus pertinent.
- 2.2 Présenter les grandes parties du questionnaire en indiquant pour chaque partie les informations que vous souhaitez recueillir.
- 2.3 Préciser quelles exploitations M. SEVERAC pourra faire de cette enquête.

Dossier 3 : GESTION DE LA RELATION AVEC L'ANNONCEUR DIMUST

L'agence MACOM vient de finaliser la réservation du stand au salon MEDFEL. Elle est consciente qu'il est impératif de satisfaire au mieux son client DIMUST avec qui elle travaillait pour la première fois afin de le fidéliser et peut-être aussi développer ce segment de clientèle.

Dans 2 semaines, vous devez rencontrer M. SEVERAC. Vous réfléchissez aux arguments à mettre en avant afin de consolider votre relation. Pour cela, vous envisagez de mesurer la satisfaction de DIMUST quant à sa participation au salon MEDFEL.

Travail à faire :

3.1 Proposer et justifier les indicateurs permettant d'évaluer l'efficacité de la participation de DIMUST à la troisième édition du salon MEDFEL

3.2 À partir des éléments proposés en annexe 7, mettre en avant les arguments qui valorisent la prestation de l'agence.

Afin d'optimiser la communication de DIMUST, l'agence MACOM envisage deux moyens de communication pour mettre en valeur l'entreprise, ses activités et ses valeurs :

- une plaquette institutionnelle, format A4, quadrichromie, façonnage à définir
- un site Internet à double vocation : institutionnelle et commerciale.

3.3 Conseiller le moyen, parmi les deux proposés ci-dessus, qui vous semble le plus pertinent. Justifier votre réponse.

Liste des annexes

CAS DIMUST

Annexe 1	Présentation de l'entreprise DIMUST	Page 6
Annexe 2	La communication antérieure	Page 7
Annexe 3	Le salon professionnel MEDFEL	Page 8
Annexe 4	Un extrait du guide technique de l'exposant au salon MEDFEL	Page 9
Annexe 5	Les contraintes imposées par le gérant pour la participation au salon MEDFEL	Page 11
Annexe 6	Extrait revue de presse	Page 12
Annexe 7	Documents commerciaux	Page 13

Annexe 1 : PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE DIMUST

DIMUST produit en France, près de Perpignan, et en Tunisie. Le fait d'être producteur donne à DIMUST la maîtrise de la continuité de l'approvisionnement, de la qualité des produits et du procédé de production. Cela rassure le client quant à la sécurité alimentaire.

La clientèle actuelle de DIMUST est composée exclusivement de professionnels :

- 50 % d'industriels français et étrangers qui réalisent des produits de « quatrième gamme » (produits prêts à être consommés tels que salade prélavée vendue en sachet)
- 45 % de grossistes en « marché frais »
- 5% de grands distributeurs français et étrangers (Système U, TESCO,...).

DIMUST exporte essentiellement vers l'Angleterre (BAKKAVOR premier groupe agro-alimentaire anglais et plus gros client de DIMUST en Angleterre), mais aussi vers les Pays Bas, la Suède et la Norvège.

Pour répondre aux besoins de ses clients, DIMUST est l'un des rares fournisseurs à assurer un conditionnement personnalisé.

Depuis sa création, DIMUST s'est engagée dans une démarche qualité. Elle met en œuvre l'HACCP, méthode qui permet d'identifier, évaluer et maîtriser les dangers significatifs au regard de la sécurité des aliments. Les dangers peuvent être de nature biologique (virus, bactéries...), chimique (pesticides, additifs...) ou physique (bois, verre...). Aujourd'hui, 80 % des produits commercialisés par DIMUST ne contiennent pas de résidus pesticides, avec un objectif à atteindre de 100 % dans les cinq ans.

En 2000, cette organisation a obtenu le certificat GLOBALCAP pour ces deux sites de production de fruits et de légumes frais. Les critères de certification visent à garantir le respect de l'environnement, la sécurité des aliments mais aussi celle des ouvriers agricoles sur leur lieu de travail. De nombreuses grandes et moyennes surfaces en Europe exigent aujourd'hui de leurs fournisseurs l'obtention de ce certificat.

DIMUST respecte également la norme LEAF, marque qui fixe des critères qui relèvent d'une démarche éco-responsable pour la production de fruits et légumes.

Aujourd'hui, DIMUST garantit donc la sécurité alimentaire, participe au développement durable et offre une traçabilité totale des produits commercialisés.

Tous les produits sont réceptionnés dans des chambres frigorifiques avec contrôle hydrométrique équipées de tunnels de refroidissement permettant d'abaisser très rapidement la température des produits afin d'en préserver la qualité.

DIMUST est assermentée par la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation, et de la Répression des Fraudes) pour réaliser le contrôle de la conformité des lots de fruits et légumes commercialisés. Il est vérifié notamment que l'étiquetage de ces derniers est conforme au contenu, au calibre, à l'origine.

Source : données internes DIMUST

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 6/14

Annexe 2 : LA COMMUNICATION ANTÉRIEURE

Depuis sa création, DIMUST communique avec un budget réduit (maximum de 8 000 euros par an, hors frais de participation à des salons). Les documents commerciaux sont conçus par le gérant, puis réalisés par un infographiste.

Les moyens de communication utilisés par DIMUST sont :

- un dépliant trois volets de présentation de son offre qui comporte photographies, schémas, graphiques et tableaux
- une présentation assistée par ordinateur (PowerPoint) et des cartes de visite pour les agents commerciaux
- la participation, chaque année, au salon professionnel international Fruits et Logistica à Berlin qui bénéficie d'une très forte renommée,
- la présence sur le salon MEDFEL dont les retombées 2010 ont été de 100 visiteurs et 8 contrats signés avec des grossistes et qui ont généré un chiffre d'affaires de 500 000 € pour un coût total de 8 500 HT (stand, publicité catalogue, divers) avec une marge de 12 %
- le référencement et l'achat d'espaces publicitaires dans l'annuaire international des fruits et légumes Fructidor International

À ce jour, aucune réflexion stratégique globale dans le domaine de la communication n'a été conduite.

Source : Données internes DIMUST

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 7/14

Annexe 3 : LE SALON PROFESSIONNEL MEDFEL

Le MEDFEL, salon international de la filière Fruits et Légumes de l'EuroMéditerranée, organisé par Sud de France Export et la région Languedoc Roussillon, se tiendra à Perpignan du 25 au 27 octobre 2011. Il s'agira de sa troisième édition. C'est le seul salon professionnel du bassin méditerranéen consacré exclusivement à la commercialisation des fruits et légumes avec un pôle dédié au transport et à la logistique du froid et du frais.

Il a pour ambition de développer le rapprochement entre les rives nord et sud de la Méditerranée, qui produisent 1/5^{ème} des fruits et légumes consommés dans le monde.

En 2010, il a rassemblé 183 exposants dont 42 % d'étrangers représentant l'ensemble des pays du bassin méditerranéen et 3 231 visiteurs qui étaient des :

- acheteurs GMS/Distribution
- importateurs/Ré-exportateurs
- centrales d'achats
- grossistes
- détaillants
- courtiers
- responsables transport et logistique de la grande distribution, chargeurs en froid et frais

Parmi les visiteurs, il y a eu 21 % d'internationaux avec 38 pays représentés.

Chaque année, un fruit ou un légume est à l'honneur. Après l'abricot en 2010, c'est au tour de la salade en 2011.

Un service gratuit de rendez-vous d'affaires en ligne est mis à disposition des exposants. Très simple d'accès et d'utilisation via le site www.medfel.com, il permet aux visiteurs de prendre rendez-vous avec les exposants de leur choix. Les rendez-vous se tiennent sur le stand de l'exposant.

Les avantages :

- **Pour l'exposant** : préparation du rendez-vous en amont, optimisation de sa participation et de ses échanges commerciaux sur le salon.
- **Pour le visiteur** : gain de temps et rencontres ciblées avec les bons interlocuteurs

Le MEDFEL est aussi un lieu de conférences variées incluant des prévisions de récoltes d'été.

Ce salon bénéficie de nombreuses retombées médiatiques valorisantes.

La deuxième édition a été couronnée de succès : 85 % des visiteurs ont déclaré que ce salon a répondu à leurs attentes.

Source : www.medfel.com

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 8/14

Annexe 4 : UN EXTRAIT DU GUIDE TECHNIQUE DE L'EXPOSANT AU SALON MEDFEL

TYPES DE FRAIS	DESCRIPTIF	MONTANT
FRAIS D'INSCRIPTION EXPOSANT	<p>Ils comprennent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la gestion administrative et commerciale du dossier - l'assurance responsabilité civile exposant - une dotation de 150 cartes d'invitation - vos badges exposants, accès au parking - la présentation de votre société dans le catalogue officiel et sur le site internet du salon - la décoration florale et le nettoyage des parties communes sur les 3 jours 	250 €
FRAIS DE PARTICIPATION STAND SURFACE NUE (marquage au sol de l'espace, sans moquette ni signalétique Expositant)		
SURFACE NUE (cloison de séparation non fournie)	20 m ² (2 faces d'accès)	3 080 €
	40 m ² (2 faces d'accès)	5 280 €
	+ 40 m ²	120 €
	Cloison délimitation de stand bois	130 €
	Cloison délimitation de stand modulaire	40 €
	Moquette (enlèvement inclus)	7 € / m ²
BRANCHEMENT ÉLECTRIQUE	3 W	85 €
	6 W	155 €
	9 W	230 €
	12 W	325 €
	20 W	560 €
OPTIONS TECHNIQUES	Nettoyage de stand sur 3 jours	7 € / m ²
	Réserve avec bloc-porte + serrure	220 € / m ²
	Plancher technique	40 € / m ²
	Alimentation eau : évier autonome	155 €
	Rail supplémentaire de 3 spots	65 €
	Connexion internet (forfait pour la durée du salon, connexion wi-fi, votre ordinateur doit être équipé d'une carte wifi paramétrée en DHCP. Nous vous fournirons le code sur place).	60 €
	Enseigne posée au-dessus du stand avec le nom de l'exposant recto verso (montée et démontée) - hauteur 700 mn x largeur 1 500 mn - hauteur 1 000 mn x largeur 2 000 mn	550 € 660 €

Annexe 4 (suite et fin) : UN EXTRAIT DU GUIDE TECHNIQUE DE L'EXPOSANT AU SALON MEDFEL

TYPES DE FRAIS	DESCRIPTIF	MONTANT
FRAIS DE PARTICIPATION STAND CLÉ EN MAIN (cloison, moquette verte, une enseigne drapeau, un rail de spots)		
SURFACE NUE Avec une face d'accès 	6 m ²	1 764 €
	9 m ²	2 097 €
	12 m ²	2 424 €
	15 m ²	2 760 €
	18 m ²	3 096 €
	21 m ²	3 423 €
BRANCHEMENT ÉLECTRIQUE	3 W	85 €
	6 W	155 €
	9 W	230 €
	12 W	325 €
	20 W	560 €
OPTIONS TECHNIQUES 2 faces d'accès  3 faces d'accès 	2 faces d'accès	400 €
	3 faces d'accès	700 €
	Nettoyage de stand sur 3 jours	7 € / m ²
	Réserve avec bloc-porte + serrure	220 € / m ²
	Alimentation eau : évier autonome	155 €
	Rail supplémentaire de 3 spots	65 €
	Connexion internet (forfait pour la durée du salon, connexion wi-fi, votre ordinateur doit être équipé d'une carte wifi paramétrée en DHCP. Nous vous fournirons le code sur place).	60 €
MOBILIER		
Pack mobilier : 1 table + 4 chaises + 1 corbeille à papier		130 €
Pack mobilier Plus : 1 table + 4 chaises + 1 banque d'accueil + 1 présentoir (porte-documents) + 1 corbeille papier		290 €
Réfrigérateur 140 L		130 €
Réfrigérateur 220 L		160 €
OPTIONS DE COMMUNICATION		
Publicité dans le catalogue du salon (Quadri, format pdf en 300 dpi)		
1 page		1 480 €
½ page		940 €
¼ page		530 €
4 ^{ème} page de couverture		2 590 €
3 ^{ème} page de couverture		1 590 €
2 ^{ème} page de couverture		2 120 €
Bannière publicitaire en page d'accueil du site internet		1 540 €
Bannière publicitaire sur une e-newsletter		1 050 €
Logo + lien sur www.medfel.com vers votre site internet		175 €
DIVERS		
Hôtesse d'accueil		150 € / ½ J
Restauration		15 € / repas

Source : Guide technique de l'exposant salon MEDFEL

BTS COMMUNICATION	Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM Page : 10/14

Annexe 5 : LES CONTRAINTES IMPOSÉES PAR LE GÉRANT POUR LA PARTICIPATION AU SALON MEDFEL

Lors d'un des entretiens avec le gérant de DIMUST et après lui avoir présenté un extrait du guide technique de l'exposant au salon MEDFEL, vous avez collecté les informations suivantes. Celles-ci portent sur les choix qu'il a effectués et auxquels il est très attaché, en raison des leçons tirées de ses participations antérieures à des salons :

- un stand de 15 m² clé en main une face d'accès comprenant :
 - option de nettoyage du stand durant toute la durée du salon
 - une alimentation en eau
 - une réserve avec bloc-porte et serrure de 3 m²
 - un pack mobilier Plus
 - une connexion internet
- une publicité dans le catalogue du salon (dans la limite de 10 % du budget consacré à l'inscription, la participation au salon et la publicité dans ledit catalogue)
- offrir un cocktail aux prospects chauds, fournisseurs et clients invités (50 personnes, personnel inclus). A cette fin, il est nécessaire de réserver la location d'un réfrigérateur le plus grand possible proposé par le MEDFEL. M. SEVERAC souhaite prévoir deux verres par invité et s'approvisionner chez son fournisseur préféré. Chez ce dernier, le prix unitaire HT s'élève à 12 euros. Une bouteille permet de remplir six verres.
- la présence d'une hôtesse et d'un membre de l'équipe commerciale de DIMUST est impérative durant les trois jours de la tenue du salon. Ces personnes assisteront le gérant présent durant tout cet événement. Le personnel de DIMUST ne percevra aucune gratification supplémentaire pour cette activité.
- le déjeuner des membres de DIMUST présents au salon et de l'hôtesse sera pris dans un des sites de restauration du salon afin d'éviter une perte de temps. La société prendra à sa charge le coût pour l'ensemble des intéressés.
- aucune prise en charge de chambres d'hôtel n'est nécessaire étant donné que le personnel sollicité (hôtesse comprise) est domicilié aux environs de PERPIGNAN.

Données internes : Entretien avec le gérant de DIMUST

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 11/14

Annexe 6 : EXTRAIT REVUE DE PRESSE

Fresh Point Magazine - Italie

Medfel se positionne désormais comme le salon d'affaires international pour les entreprises fruits et légumes de la Méditerranée.

Réussir Fruits et Légumes - France

Intérêt confirmé : la 2ème édition du salon porté par Sud de France Export a rempli ses promesses.

Vegetable.fr - France

Cette seconde édition place Medfel dans le calendrier des événements européens. Plus de 5 000 professionnels ont participé.

Fresh Plaza - Pays Bas

Medfel : un salon qui monte en puissance.

Agriculture du Maghreb - Maroc

Medfel, centre de la Méditerranée : le salon Medfel qui s'est tenu pour la deuxième année à Perpignan est bien en passe de devenir le principal centre d'intérêts des filières Fruits et Légumes de la Méditerranée.

FLD - France

Medfel a confirmé son orientation business... Durant 3 jours, 2 100 rencontres ont été programmées entre exposants et acheteurs internationaux.

L'Agriculteur Provençal / Paysan du Midi - France

Fruits et légumes : le bassin méditerranéen a rendez-vous à Perpignan.

L'Indépendant - France

Medfel donne des couleurs à l'Euro-Méditerranée.

Les Marchés Hebdo - France

Medfel tient toutes ses promesses.

Fructidor.com - France

Medfel a permis de dresser les premières prévisions de récolte des fruits (abricot, pêche et nectarine) des 4 grands pays producteurs européens : l'Italie, la France, l'Espagne et la Grèce.

L'Arboriculture Fruitière - France

Le Medfel de Perpignan est la vitrine des fruits et légumes de la Méditerranée.

Midi Libre - France

Medfel a réuni un grand nombre de professionnels internationaux du secteur des fruits et légumes.

Valencia Fruits - Espagne

L'événement a attiré des producteurs de toute la Méditerranée, France, Espagne, Italie, Grèce, Maroc, Tunisie, Algérie, Egypte... ainsi que des acheteurs d'Europe, Moyen- Orient, Maghreb.

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 12/14

Annexe 7 : DOCUMENTS COMMERCIAUX

MACOM

15 Bd du Mont Verdun
34000 MONTPELLIER
Tel : 04 34 34 12 12
macom@macom.fr

TVA Intra : FR 43 670 000 675

DIMUST

45 Av de Londres
66000 PERPIGNAN

Montpellier, le 11 mars 2011

Devis n°189 066

Désignation	Montant
Inscription et participation du stand	4 280,00 €
Publicité dans le catalogue du salon	530,00 €
Cocktail	364,00 €
Contrat d'hôtesse présentes sur le stand	945,00 €
PRESTATION SALON	6 119.00 €
REMISE AGENCE 20 %	1 223.80 €
SOUS TOTAL NET H.T. PRESTATION SALON	4 895.20 €
Location fleurs (décoration stand)	150.00 €
Travaux d'imprimerie : Kakémonos impression numérique, quadri, Format 2000 mm x 500 mm, ignifugé, bâche plastifiée	1 250,00 €
PRESTATION COMPLEMENTAIRE AU SALON	1 400.00 €
Remise 10 %	140.00 €
SOUS TOTAL NET PRESTATION COMPLEMENTAIRE	1 260.00 €
SOUS TOTAL PRESTATION COMPLEMENTAIRE AU SALON	6 155.20 €
Droits SACEM	1 500,00 €
Honoraires (Prise en charge dossier, relations prestataires, suivi, ...)	1 400,00 €
TOTAL H.T.	9 055.20 €

BTS COMMUNICATION	Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM
	Page : 13/14

Annexe 7 (suite et fin)

Salon MEDFEL
Av Jean Mermoz
34000 PONTPELLIER

TVA Intra : FR 66 670 000 675

DIMUST
M. SEVERAC
45 Av de Londres
66000 PERPIGNAN

Montpellier, le 11 mars 2011

DEVIS 12 675

Monsieur SEVERAC,

Je vous prie de bien vouloir trouver ci-après notre proposition de prix pour la location d'un stand selon votre cahier des charges.

Facture	Montant
1/ Frais d'inscription exposant	250,00 €
2/ Frais de participation stand clé en main de 15 m ² (une face) <ul style="list-style-type: none">• Option de nettoyage durant trois jours (7 € x 15 m²)• Une alimentation en eau• Une réserve avec bloc-porte et serrure de 3 m² (3 m² x 220 €)• Un pack mobilier Plus• Une connexion internet	2 760,00 € 105,00 € 155,00 € 660,00 € 290,00 € 60,00 €
Coût total d'inscription et de participation du stand	4 280,00 €
3/ Publicité dans le catalogue du salon <ul style="list-style-type: none">• 10 % de 6 500 € = 650 € soit un encart possible d'¼ page	530,00 €
Sous-total 2 : coût total de la publicité dans le catalogue du salon	530,00 €
4/ Coût du cocktail : <ul style="list-style-type: none">• Boisson (50 pers x 2 verres = 100 v → pour 6 v / bouteille → 100/6 = 16,66 b soit 17 bouteilles donc (17 b x 12 €)• Location d'un réfrigérateur de 220 L	204,00 € 160,00 €
Sous-total 3 : coût total du cocktail	364,00 €
5/ Coût de l'hôtesse pour trois jours <ul style="list-style-type: none">• 6 ½ journées x 150 €	900,00 €
6/ Coût de la restauration <ul style="list-style-type: none">• 3 personnes (hôtesse + gérant + 1 commercial) x 15 €	45,00 €
Sous-total 4 : coût total du personnel présent sur le stand	945,00 €
TOTAL H.T. PRESTATION SALON	6 119,00 €

Les prix sont valables 2 mois.

Nous restons à votre entière disposition et nous vous prions d'agréer l'expression de nos cordiales salutations.

Norbert DURIEUX

BTS COMMUNICATION		Session 2011
ACTIVITES DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 14/14