

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR COMMUNICATION

ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

Session 2019

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.

Matériel autorisé :

**L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé
Aucun 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 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 1/15



Fondé en 1980 par un couple d'agriculteurs, le parc animalier Sainte-Croix, situé au sud du département de la Moselle (57) est un établissement zoologique spécialisé dans la faune européenne. Le parc bénéficie d'un cadre naturel singulier, très rural, composé d'étangs et de champs permettant aux animaux hébergés de vivre en semi-liberté.

Aujourd'hui premier parc de faune européenne en France avec 120 hectares de nature réservés à 1 500 animaux, le parc a réussi à attirer en 2017, près de 330 000 visiteurs. Pionnier dans l'hexagone sur l'offre de courts séjours sur place, le parc propose à ses visiteurs, petits et grands, de vivre des expériences inoubliables au plus près des animaux.

Fruit d'une histoire entrepreneuriale familiale, dont la direction est toujours assurée par la famille fondatrice, le parc et sa trentaine de salariés permanents (répartis en 4 pôles : direction, comptabilité, commercial et communication/marketing) s'appêtent à vivre une transformation historique. En effet, un projet d'extension du parc d'une ampleur unique, baptisé « Nouveau Monde » dont le chantier a débuté en septembre 2017 doit être inauguré en avril 2020, pour l'ouverture de la saison 2020. Le « Nouveau Monde » représentera alors une augmentation considérable des capacités d'hébergement du parc et lui permettra d'étoffer son offre animalière.

Actuellement, bien que le chantier soit visible des visiteurs, aucune annonce officielle n'a encore été faite sur le projet.

En votre qualité de chargé(e) de communication sous la responsabilité du directeur de la communication du parc, vous êtes associé(e) aux trois dossiers suivants :

Dossier 1 : La communication du projet « Nouveau Monde »

Dossier 2 : La journée de présentation des nouveautés du parc

Dossier 3 : Le développement du réseau de prestataires du parc

BTS COMMUNICATION		Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 2/15

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 - Le parc animalier Sainte-Croix en bref

Annexe 2 - Les sites touristiques les plus fréquentés en France

Annexe 3 - Victoire pour le parc animalier Sainte-Croix

Annexe 4 - Ecosystème digital du Parc

Annexe 5 - L'offre actuelle du parc animalier Sainte-Croix

Annexe 6 - Le « Nouveau Monde »

Annexe 7 - Extraits de plusieurs entretiens avec le directeur de la communication

Annexe 8 - Journée de présentation des nouveautés 2019 et du projet « Nouveau Monde ».

BTS COMMUNICATION		Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 3/15

Dossier 1 : la communication du projet « Nouveau Monde »

Alors que le chantier est visible des visiteurs mais qu'aucune annonce officielle du projet n'a encore été faite, le directeur de la communication s'interroge quant à ses possibles répercussions sur l'image du parc. Il engage une réflexion sur la communication de cette extension à laquelle il vous associe.

Travail à faire

À partir de vos connaissances, des différentes annexes et plus particulièrement des annexes 1 à 7 :

1.1 Elaborer un diagnostic de la situation du parc en vue de préparer les actions de communication autour du projet « Nouveau Monde ».

1.2 Caractériser le positionnement de communication du parc.

1.3 Préciser en quoi ce positionnement est compatible avec le projet d'extension du parc.

1.4 Identifier et hiérarchiser les cibles de communication concernées par le projet « Nouveau Monde ».

1.5 Préciser pour les cibles principales, les différents objectifs de communication à atteindre.

1.6 Proposer et justifier trois actions de communication distinctes en direction de la cible visiteurs grand public dans la perspective de l'ouverture du « Nouveau Monde » en avril 2020.

1.7 Proposer des moyens pour surveiller l'évolution de l'e-réputation¹ du parc dans le contexte du projet d'extension.

1.8 Définir les destinataires ainsi que les modalités de diffusion des résultats obtenus lors de la veille précédemment proposée.

¹ E-réputation : Réputation digitale

Dossier 2 : la journée de présentation des nouveautés du parc

Avant chaque début de saison, peu avant la réouverture du parc au mois d'avril, le parc a pour habitude de présenter les nouveautés de la saison à venir à sa clientèle privilégiée. Pour le début de la saison 2019, le directeur de la communication prévoit non seulement d'exposer les nouveautés mais également de dévoiler, un an à l'avance, le projet « Nouveau Monde ». Il souhaite tout particulièrement mettre en avant les partenaires institutionnels du parc à l'occasion d'une journée de présentation. Vous êtes impliqué(e) dans l'organisation de cet événement.

Travail à faire

À partir de vos connaissances, des différentes annexes et plus particulièrement des annexes 6 à 8 :

2.1 Identifier les raisons pour lesquelles il est important de convier les partenaires institutionnels à cette journée de présentation.

2.2 Préciser en quoi les différentes activités du programme permettent d'entretenir la relation avec les partenaires institutionnels du parc.

2.3 Calculer le budget prévisionnel hors taxe de cet événement.

Dans le but d'accompagner la promotion de l'ouverture du « Nouveau Monde », le directeur de la communication souhaite faire réaliser un film promotionnel sous la forme d'un *tease*² dynamique montrant, par le biais de plusieurs images de synthèse, le projet « Nouveau Monde ». Ce teaser de 4 minutes devra être diffusé en avant-première à l'occasion de la journée de présentation puis communiqué au grand public via les canaux digitaux du parc.

2.4 Indiquer les prestataires nécessaires à la réalisation du teaser vidéo en précisant les missions réalisées par chacun.

2.5 Préciser les règles de droit à prendre en compte pour la réalisation du teaser.

² Teaser vidéo : Film afin d'attirer l'attention, qui permet de créer un sentiment d'attente.

BTS COMMUNICATION		Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 5/15

Dossier 3 : le développement du réseau de prestataires du parc

En prévision des saisons à venir, le directeur de la communication souhaite ouvrir une nouvelle compétition pour l'attribution des différents postes du budget de communication du parc.

Au préalable, il désire dresser un bilan du travail des deux prestataires actuels.

- L'un est **une agence de communication web**, elle a conçu le site web actuel. Elle se charge de sa maintenance et de son optimisation.
- L'autre est **une agence *print*³** qui est en charge de la production des nombreux supports imprimés utilisés par le parc (plaquettes, prospectus, plans, dossiers pédagogiques, affiches...).

Travail à faire

À partir de vos connaissances, des différentes annexes et plus particulièrement des annexes 4 à 7 :

3.1 Définir des critères communs et des critères spécifiques permettant d'évaluer les deux prestataires actuels.

3.2 Proposer, dans le cadre de la mise en compétition du nouveau budget de communication, des sources d'informations pertinentes qui permettront d'établir la liste des nouveaux prestataires à contacter.

Afin d'élargir l'écosystème digital de la communication du parc animalier Sainte-Croix, le directeur de la communication souhaite la création d'une application mobile qui sera confiée à l'agence retenue suite à l'appel d'offre.

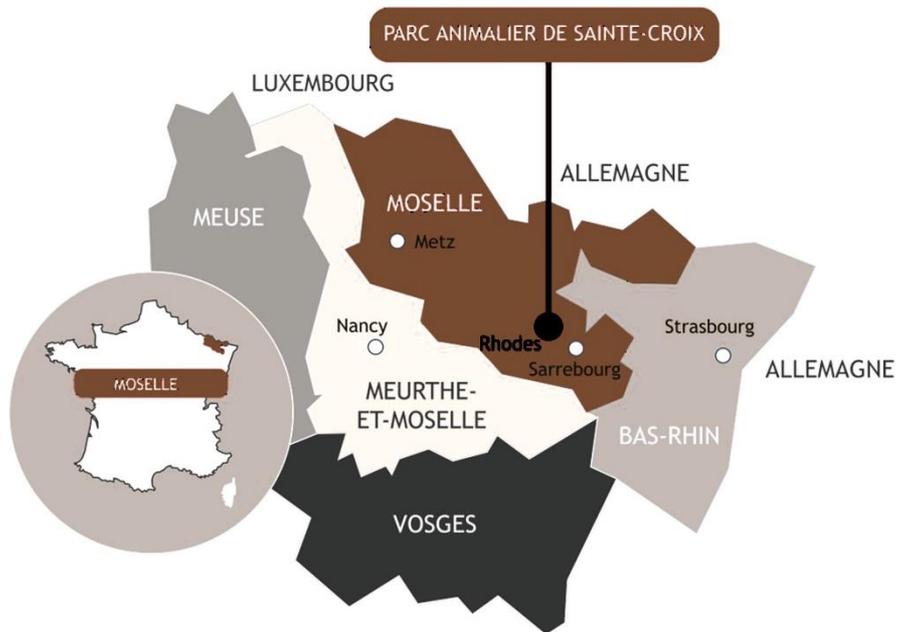
3.3 Préciser les règles relatives au RGPD⁴ que doit respecter l'agence chargée du développement de cette application.

³ Print : impression de supports

⁴ RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données personnelles entré en vigueur le 25 mai 2018.

BTS COMMUNICATION		Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 6/15

ANNEXE 1 – Le parc animalier Sainte-Croix en bref



A 1h de Metz (57), Nancy (54) et Strasbourg (67).



Vue aérienne du parc.

Source : extraits des dossiers de presse du parc.

BTS COMMUNICATION	Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM
	Page : 7/15

ANNEXE 1 (suite et fin) – Le parc animalier Sainte-Croix en bref

Sainte-Croix aujourd'hui :

- 120 hectares de nature préservée.
- 18 lodges⁵ « nature ».
- 100 salariés en haute saison.
- 12 500 nuitées par an.
- 1 500 animaux, plus d'une centaine d'espèces dont 4 animaux emblématiques : loups, cerfs, ours bruns, lynx.
- 25 000 scolaires par an.
- 330 000 visiteurs par an (en progression constante).
- 7500 avis Facebook, Tripadvisor, Google+, avec une évaluation moyenne de 4,6 /5.

ANNEXE 2 - Les sites touristiques les plus fréquentés en France

Sites touristiques	Villes	Entrées 2015	Entrées 2016
1) Disneyland	Marne-la-Vallée	14 800 000	13 400 000
2) Musée du Louvre	Paris	8 422 000	6 989 000
3) Domaine de Versailles	Versailles	7 357 903	6 701 193
15) Zoo parc de Beauval	Saint-Aignan	1 100 000	1 350 000
30) Parc zoologique du Bois de Boulogne	Lille	831 312	881 097
40) Parc zoologique de la Palmyre	Les Mathes	653 733	629 707
44) Parc d'attractions Nigoland	Dolancourt	560 000	600 000
61) Zoo d'Améville-les-Thermes	Amnéville-les-Thermes (57)	694 630	521 240
76) Thermapolis	Amnéville-les-Thermes (57)	395 846	399 442
78) Parc zoologique de la Flèche	La Flèche	344 322	394 188
81) Parc zoologique de Thoiry	Thoiry	400 000	384 000
88) Parc zoologique et botanique	Mulhouse (68)	381 174	357 071
100) Parc animalier de Sainte-Croix	Rhodes (57)	310 000	325 239

Source : *Mémento du tourisme, édition 2017, Direction Générale des Entreprises.*

⁵ Lodge : établissement hôtelier à taille humaine intégré à son environnement.

ANNEXE 3 - Victoire pour le parc animalier Sainte-Croix

[...] le Parc animalier de Sainte-Croix et le Zoo d'Amnéville finissent respectivement sur la première et deuxième marche du podium du Zoonaute Award 2018, dans la catégorie des parcs accueillant plus de 100 000 visiteurs par an.

L'association Zoonaute a une nouvelle fois organisé son Zoonaute Award. Les amateurs des parcs animaliers ont ainsi été invités à élire leur zoo préféré, leur aquarium favori, la plus belle naissance de l'année ou encore la plus belle nouveauté de l'année.

Les lauréats ont été dévoilés et deux zoos lorrains se distinguent parmi eux. Dans la catégorie des zoos accueillant plus de 100 000 visiteurs par an, le Parc animalier de Sainte-Croix finit en première position dans ce top 20 avec 1 066 voix sur 4 221 votes. Une belle reconnaissance pour ce parc qui s'occupe de plus de 1 500 animaux domestiques et sauvages, vivant en semi-liberté sur 120 hectares. Le Zoo d'Amnéville est quant à lui arrivé en deuxième position avec 378 votes.

Du côté des plus belles naissances, le Parc animalier de Sainte-Croix obtient encore une fois la première place grâce à la naissance de cinq louveteaux gris d'Europe au printemps 2017. [...] Jackpot pour le Parc animalier de Sainte-Croix qui termine aussi à la première place dans les catégories : top 10 des plus belles nouveautés de l'année, top 5 des plus belles actions de conservation, top 10 des plus beaux hôtels dans un zoo. [...]

Source : L'Est Républicain

ANNEXE 4 - Ecosystème digital du parc

Au niveau quantitatif

- 735 000 visiteurs par an site web du parc.
- 275 000 visiteurs par an sur hébergement-insolite-nature.com.
- 120 000 fans Facebook (3^{ème} parc de France).
- 6 000 abonnés Instagram (3^{ème} parc de France).
- 1 100 abonnés sur Youtube et 990 000 vues.
- 7 500 avis laissés sur Tripadvisor, Facebook, Google+ avec une note moyenne de 4,6 /5.

Au niveau qualitatif

- Classé Top 5 des zoos et parcs préférés des Français.
- Attestation d'excellence Trip Advisor depuis 2013.
- Présence du parc animalier sur Snapchat et Twitter.

Source : extraits du dossier de presse du parc.

BTS COMMUNICATION		Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 9/15

ANNEXE 5 - L'offre actuelle du parc animalier Sainte-Croix

Visites à la journée

- 3 parcours de découverte thématiques : le sentier de Néo (un sentier très ludique), le sentier bleu (animaux d'Europe), et le sentier vert (histoire d'hommes et d'animaux).
- Safari-train : 12 rencontres animalières à travers 3 kilomètres de pistes et d'immersion sur les territoires des animaux.
- Ferme de Gérald : cochons, chevaux...

Séjours sur place

- Une offre de 18 lodges segmentée en trois expériences :
 - Dormir en compagnie des loups avec plusieurs ambiances différentes : Jack London, Yellowstone, cabane du trappeur...
 - Dormir face aux cervidés : une vue unique sur la plaine des cerfs, grand espace ouvert de 30 hectares entouré de forêt ;
 - Dormir au sommet des arbres, dans des cabanes à l'écoute des sons de la forêt.

Les lodges fournissent des prestations haut de gamme tout en restant dans un esprit écologique et dépaysant (pas de télévision, vie à lumière du jour, etc.).

Séjours thématiques possibles avec des services personnalisés : séjours en amoureux, séjours surprises...

Formules spéciales pour les professionnels

- Visite journée et/ou nuitée avec des prix de groupe.
- 3 salles d'accueil de capacités variables allant de 20 places à 150 places selon différentes configurations (théâtre, cocktails, réunion de travail, etc.) sont mises en location.
- Animations spéciales et services spéciaux sur mesure pour les clients.

Programme d'animations : fête des saisons, concours d'imitation du brâme du cerf, chasse aux œufs à Pâques...

Expériences proposées : vivre le brâme du cerf, dans la peau d'un soigneur animalier pendant un jour, l'appel nocturne du loup...

Source : extraits adaptés du dossier de presse du parc et de son site web.

BTS COMMUNICATION		Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 10/15

ANNEXE 6 – Le « Nouveau Monde »

L'univers du projet « Nouveau Monde »

Le « Nouveau Monde », est une aventure nouvelle, où l'Homme passe un nouveau contrat avec la Nature. L'Histoire nous apprend qu'il faut parfois peu de choses, de petits changements dans notre quotidien pour que la biodiversité se redéploye et que l'harmonie reprenne ses droits. C'est à cette vision positive dans l'avenir, représentée par le « Nouveau monde » que vous invite Sainte-Croix dès 2020 ! Prêts pour le défi ?

18 nouveaux hébergements et de nouveaux animaux

2020 marque une grande étape dans le développement de l'offre de séjours Nature à Sainte-Croix avec la création d'un accueil entièrement dédié aux hébergés et deux nouvelles expériences proposées au cœur du « Nouveau Monde » **pour un total de 28 nouveaux lodges** :

- Les lodges de la Rivière de l'Ours noir, installés sur pilotis les pieds dans l'eau face aux ours et aux bisons (17 lodges).
- La Grange, aménagée comme un loft dans un esprit vintage, proposant 11 chambres avec fenêtres sur les ours noirs, les coyotes ou encore les facétieux ratons-laveurs.

Sainte-Croix en bref, à l'horizon 2020

Sainte-Croix à l'horizon 2020 : une destination nature d'exception à l'échelle régionale, nationale et européenne :

- 120 hectares de nature préservée.
- 4 sentiers de découverte autour de la faune européenne et de la biodiversité mondiale.
- 1 expédition sauvage en safari-train.
- Des expériences nature uniques : animalier d'un jour, brâme du cerf, journées autour de l'éthologie⁶ et de la photographie animalière...
- Des espaces de vie et de partage : points de restauration, aire de pique-nique, aires de jeux, boutiques, lieux de séminaire, zones de spectacles...
- Un parc engagé en faveur de la nature : soutien à la recherche scientifique, renforcement et pérennisation des programmes européens de conservation (...), fonds de dotation « Sainte-Croix Biodiversité », politique zéro déchet, labellisation « Ecolabel européen » en cours.

Source : extraits du dossier de presse « Nouveau Monde ».

⁶ Ethologie : science de l'observation des comportements des espèces animales dans leur milieu naturel.

BTS COMMUNICATION		Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 11/15

ANNEXE 7 – Extraits de plusieurs entretiens avec le directeur de la communication

Quelle est la situation actuelle du parc ?

Nous sommes aujourd'hui dans une dynamique de croissance régulière. La très grande majorité des entrées du parc est réalisée par les visiteurs grand public, essentiellement des familles qui résident dans notre zone de chalandise. Notre clientèle grand public provient à 80% de la région (Grand-Est).

Et les professionnels ?

Cette clientèle est très diversifiée. Nous pouvons accueillir des groupes d'adultes par le biais d'autocaristes par exemple mais aussi des groupes d'enfants sous la responsabilité de centres de loisirs et de vacances.

Bien sûr, les groupes scolaires sont très nombreux et sont le public historique du parc. Ils représentent 25 000 enfants par an qui viennent régulièrement dans le cadre d'un partenariat avec le Ministère de l'Education Nationale portant sur des programmes pédagogiques précis.

Enfin, l'événementiel d'entreprises est actuellement en regain, avec l'accueil de séminaires, team-building⁷, comités de direction ...

Quelles sont les spécificités de votre parc ?

Le parc a été fondé avec une vraie vocation éducative consistant à approcher les animaux représentatifs de la région d'une façon respectueuse et raisonnée. Nos premiers visiteurs ont été les écoliers et ils continuent de l'être aujourd'hui plus que jamais. Si le parc animalier Sainte-Croix reste juridiquement un établissement zoologique, il se distingue néanmoins par le cadre de semi-liberté dans une zone géographique protégée couplée à une ambiance familiale, chaleureuse que l'on ne retrouve pas forcément dans tous les établissements zoologiques. Preuve de la crédibilité de notre démarche, le ministère de l'écologie nous a confié il y a plusieurs années le soin de gérer le fichier de tous les loups détenus en captivité en France.

Comment expliquez-vous le succès actuel du parc ?

Je pense qu'il existe une véritable attente en France concernant les aspects écologiques et le statut des animaux. Nous voulons proposer une « expérience nature » sincère en laissant la liberté au visiteur de suivre au gré de ses envies les nombreuses animations et parcours proposés, à la rencontre des animaux. Cette ambition se reflète à tous les niveaux : depuis notre offre animalière essentiellement européenne jusqu'à la possibilité de dormir avec les animaux, en passant par le tri des déchets du parc.

⁷ Team building : séminaires organisés pour renforcer la cohésion des équipes

ANNEXE 7 (suite e fin) – Extraits de plusieurs entretiens avec le directeur de la communication

Comment cela se reflète-t-il dans votre communication, dans votre approche ?

Contrairement à beaucoup d'établissements zoologiques de notre catégorie, nous ne nous inscrivons pas dans une logique de « matraquage publicitaire ». Nos campagnes de communication, même si elles passent aussi par certains médias de masse, conservent toujours un côté épuré et sont toujours bien réfléchies. Notre positionnement de communication actuel est le suivant : « Le parc Sainte-Croix : un parc animalier unique et préservé pour vivre au plus près de la faune européenne ». Aujourd'hui, nos principaux ambassadeurs sont nos visiteurs et cette approche ne nous empêche pas d'accueillir 400 à 500 journalistes chaque année du monde entier !

Que représente le projet « Nouveau Monde » pour le parc ?

Le « Nouveau Monde » est un projet d'extension faisant partie d'un plan de développement ambitieux du parc dont une grande partie est financée par nos partenaires institutionnels qui sont : l'Etat, la Communauté de communes de Sarrebourg Moselle Sud (CCSMS), le département de la Moselle, la région Grand Est, l'Union Européenne. Ces partenaires permettent de relayer la communication du parc. Cette extension ne concerne pas seulement le parc mais aussi l'environnement local et régional qui s'en verra dynamisé, nous l'espérons.

Mais le projet implique aussi un changement interne important au cours duquel nous souhaitons accompagner nos salariés qui vont voir le parc grandir significativement. Dans cette perspective, nous travaillons avec un cabinet de management.

Source : entretiens avec le directeur de la communication du parc au cours de l'été 2018.

BTS COMMUNICATION		Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 13/15

ANNEXE 8 - Journée de présentation des nouveautés 2019 et du projet « Nouveau Monde »

- Vendredi 10 avril 2019 : présentation officielle et cérémonie de lancement du projet 2020 « Nouveau Monde ».
- 150 personnes invitées : 40 journalistes et 10 officiels invités ainsi que les principaux clients et partenaires institutionnels du parc.
- Mobilisation de la salle « Grange aux Spectacles », d'une capacité de 150 personnes en théâtre et du « Comptoir du Trappeur » pour la restauration.

Programme de la journée :

- 10h : présentation des nouveautés 2019 et présentation du projet « Nouveau Monde ».
- 10h30 : organisation de plusieurs tables rondes autour du projet « Nouveau Monde » où chaque participant pourra s'exprimer.
- 12h30 : cérémonie de lancement du projet « Nouveau Monde 2020 ».
- 13h : découverte gourmande au comptoir du Trappeur et accès privilégié aux lodges « Le Hameau des Loups ».
- 14h30 : découverte des nouveautés 2019 : l'expédition sauvage en safari train et rencontre avec les élans ou visite libre du parc.

Opérations à prévoir :

- L'animation de la journée : un animateur indépendant propose un tarif de 500 euros pour la journée.
- Les supports de communication :
 - Dossiers de presse : conception prise en charge par les graphistes et le directeur de la communication. L'impression sera confiée à un prestataire proposant un tarif de 130 euros pour un tirage de 100 exemplaires. Les exemplaires restants après la journée seront utilisés pour des actions ultérieures.
 - Invitations : la conception sera prise en charge par les graphistes et elles seront envoyées par e-mailing à l'exception des invitations destinées à la presse.
 - L'envoi des dossiers de presse ainsi que des invitations à la presse sera fait par voie postale. Le tarif est de 4,50 euros par envoi.
 - La réalisation du teaser sera imputée au budget général du service communication du parc.

BTS COMMUNICATION		Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 14/15

ANNEXE 8 (suite et fin) - Journée de présentation des nouveautés 2019 et du projet « Nouveau Monde »

➤ Objets publicitaires :

- La confection de *tote bags*⁸ spéciaux.
- L'achat de stylos « élans » pour les 150 personnes invitées.

Un prestataire propose un prix unitaire de 2,6 euros par *tote bag* et 0,76 euros par stylo.

➤ Logistique / restauration :

- Accueil café + restauration : un traiteur local propose un tarif de 1 800 euros pour la journée.
- La signalétique : un contrat a été signé avec un prestataire pour toute la saison du parc. La signalétique de la journée n'est pas à affecter à ce budget.
- Mobilier : tables rondes, présentoirs (offerts par un partenaire du parc).
- Les badges visiteurs : 0,37 euros par badge pour les 150 personnes.

NB : les montants et tarifs indiqués s'entendent en hors taxe.

⁸ Tote bag : sac en toile souple à deux anses, porté à l'épaule.

BTS COMMUNICATION		Session 2019
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : COE5COM	Page : 15/15