

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR**  
**COMMUNICATION DES ENTREPRISES**  
**SESSION 2007**

**ÉPREUVE E 1**

**COMMUNICATION**

**DURÉE : 4 heures**

**COEFFICIENT : 3**

**Il est demandé aux candidats :**

- de se situer dans le contexte des données présentées ;
- d'exposer leurs propositions avec concision et rigueur en prenant soin de justifier leur démarche ;
- de présenter leurs travaux dans la forme que l'on est en droit d'attendre de futurs professionnels de la communication des entreprises (présentation, écriture, style et orthographe).

**Le sujet comporte 3 pages numérotées de 1 à 3**

**Il vous est demandé de vérifier que le sujet est complet dès sa mise à votre disposition.**

**ÉPREUVE DE COMMUNICATION**

**SUJET : LECLERC**

**Premier travail :**

Pour essayer de rendre la culture accessible à tous, E. Leclerc a créé une enseigne uniquement dédiée à la culture : « Les Espaces culturels » dont les 90 magasins sont principalement implantés dans les petites et moyennes villes.

E. Leclerc a fait appel à l'agence Australie pour réaliser une campagne presse et un film diffusé au cinéma et à la TV en juillet et août 2005, à destination du grand public, avec partout la même signature : « la culture est partout à sa place ».

Il s'agit ici d'une des annonces presse parue dans les magazines d'actualité dont *Paris Match* du 18 au 24 août 2005. Elle a été publiée à fond perdu (pleine page).

Vous rédigerez une analyse critique de tous les éléments visuels de cette annonce presse (en font partie les choix typographiques, l'organisation générale de la page, la forme du pavé rédactionnel, etc.), en tenant compte des choix iconiques, psychosociologiques et culturels. Vous ne ferez pas d'analyse précise du rédactionnel (vocabulaire, syntaxe, style, etc.), ce qui ne vous interdit pas de vous aider de son contenu pour mener à bien votre analyse.

**Deuxième travail :**

Le groupe Leclerc dispose d'un site internet. La page d'accueil, dont le contenu varie au gré de ses activités et de l'actualité, était consacrée en août 2005 aux espaces culturels E. Leclerc. Il est en effet de tradition dans cette entreprise de défendre ses idées auprès du grand public et de valoriser son engagement. Il s'agissait à cette occasion de revendiquer le droit pour tous à la culture et le rôle de ses Espaces dans la diffusion des produits culturels.

Vous guiderez le travail d'un concepteur rédacteur chargé de rédiger cette page d'accueil : rubriques, choix de l'argumentation, tonalité, style, etc.

Pour préciser votre demande, vous rédigerez non pas la page entière mais, à titre d'exemple, un paragraphe d'une cinquantaine de mots.

Tous ces éléments doivent être justifiés au regard des choix stratégiques d'ensemble.

# LA CULTURE EST PARTOUT A SA PLACE

Aussi, il n'y a aucune raison qu'elle soit confinée dans les grands centres urbains. De Maria Callas à Andy Warhol ou Charles Baudelaire, la culture doit être accessible à tous. C'est dans cet esprit que nous avons créé, dans toute la France, 90 Espaces Culturels E.Leclerc offrant un large choix de livres, disques, DVD.

**E.LECLERC** 

entre

