

IDENTIFICATION DU SUJET**Code élément: X6FRC****Intitulé élément : communication d'entreprise****EXAMEN***Code épreuve : X6FRC* *Intitulé épreuve : Communication Entreprise S6*

Durée : 2h00 Documents autorisés : aucun

Enseignant responsable : M. JEAN PHILIPPE RIAANT

INDICATIONS FOURNIES AU CANDIDAT : celui-ci traite toutes les questions | ____ | question(s) au choix le sujet correspondant aux enseignements suivisLe **sujet** comporte | **2** | page(s) **Oraux** : L'épreuve écrite est suivie d'un oral OUI NON

Après avoir lu le texte ci-après, vous répondrez de manière concise, sans paraphrase (quelques lignes pour chaque question) aux questions suivantes :

- 1- A la lumière du texte, quels sont les critères influant sur la mauvaise image d'une entreprise ?
- 2- Quel peut-être l'impact d'une mauvaise image pour une entreprise comme Total ?
- 3- En quoi le niveau de concurrence sur un marché influence l'importance d'un bon niveau d'image ?
- 4- Quelle peut-être l'utilité d'un baromètre sur l'image des entreprises ?
- 5- Choisissez 3 parties prenantes de l'entreprise et décrivez en quoi une bonne ou mauvaise image a de l'impact auprès d'elles.
- 6- Qu'est-ce qu'un support ?
- 7- Qu'est-ce qu'un média ?
- 8- Qu'est-ce qu'un plan média ?
- 9- Quelle est la différence entre communication et marketing ?
- 10- Qu'est-ce qu'un logo ?
- 11- Qu'est-ce qu'un annonceur ?
- 12- En quoi est-il utile de communiquer vers les journalistes ? Sous quelle forme se fait cette communication en général ?

A l'attention du candidat :

modsujet2006.doc

- N'oubliez pas de reporter le code de l'épreuve et le code de l'élément pédagogique dans l'en-tête de la copie
- Si le sujet comporte plusieurs parties, utilisez une copie par partie et portez le titre de la partie sur chaque copie
- Les résultats seront publiés par l'UFR (ou le département)
- Si l'épreuve est suivie d'un oral, la convocation à cet oral est faite par l'UFR (ou le Département), renseignez-vous dès maintenant auprès de son secrétariat.

L'image des grandes entreprises françaises se dégrade

9 mars 2005 - Selon la dernière vague du baromètre Ipsos-Le Point-Posternak-Margerit, l'image des grandes entreprises françaises dans l'opinion reste globalement bonne, mais se ternit. Les baisses sont particulièrement sensibles dans le secteur de la grande distribution (Intermarché, Leclerc), pour les entreprises publiques (EDF, GDF, France Telecom) ou celles qui ont annoncé des records de bénéfice quand le chômage repart à la hausse.

Vague de froid sur les grandes entreprises françaises en ce début d'année. Après l'annonce de résultats 2004 "au plus haut historique", l'indice d'image (*) de Total perd 45 point, pour retrouver des niveaux comparables à ceux enregistrés à l'époque de la catastrophe de l'Erika. Le groupe pétrolier ne devance plus que Vivendi Universal, lanterne rouge du palmarès avec un indice à -19 (29% de "bonne image" contre 48% de "mauvaise"). Le Crédit Lyonnais complète le trio d'entreprise dont le solde d'opinion est négatif (indice à -15).

Juste devant, la cote d'Air France perd 31 points. Cette baisse est toutefois fortement liée aux grèves des salariés de la compagnie qui ont eu lieu pendant le terrain de l'enquête. On s'attend donc à un rebond pour la prochaine vague. Le cas de France Telecom, dont la baisse de 20 points de l'indice d'image est à rapprocher de l'augmentation de l'abonnement, est peut-être plus inquiétant. Plus globalement, l'image du service public se dégrade nettement : -11 points du côté de la SNCF (indice à 18 points), - 12 points pour la Poste (43), - 9 pour EDF (56), - 12 pour GDF (65). Mais la grande distribution n'est pas épargnée non plus : -5 points pour Leclerc qui perd la première place du palmarès (73), -10 pour Auchan et Casino (avec des indices d'images à respectivement 65 et 56 points), -13 pour Intermarché (65). Les hausses des prix dénoncées par les associations de consommateurs ne sont là encore pas étrangères à la mauvaise humeur de l'opinion. Au final, seul le secteur automobile limite les dégâts. Avec un indice d'image à 79 points (-2), Peugeot s'empare de la tête du classement, juste devant Renault (76). A noter encore l'entrée remarquée d'Airbus dans ce baromètre, directement à la quatrième place (indice à 69 points). Le constructeur aérien bénéficie même du plus fort taux de "très bonne image" des 30 entreprises testées, grâce notamment à de très bons scores chez les jeunes et les hauts revenus.

(*) différence entre % de bonne et de mauvaise image.

Canal Ipsos

A l'attention du candidat :

modsujet2006.doc

- N'oubliez pas de reporter le code de l'épreuve et le code de l'élément pédagogique dans l'en-tête de la copie
- Si le sujet comporte plusieurs parties, utilisez une copie par partie et portez le titre de la partie sur chaque copie
- Les résultats seront publiés par l'UFR (ou le département)
- Si l'épreuve est suivie d'un oral, la convocation à cet oral est faite par l'UFR (ou le Département), renseignez-vous dès maintenant auprès de son secrétariat.