



**ESPEME 3 – DECEMBRE 2010**

NOM :  
Prénom :  
Groupe :

***Tous documents papier autorisés (y compris livres, notes de cours, dictionnaires, etc.).  
Outils de stockage électronique non autorisés (ordinateurs, smartphones, tablettes...)***

**EXAMEN FINAL**

Droit du marketing

Durée : 2 heures

**Professeur**

Cédric Manara

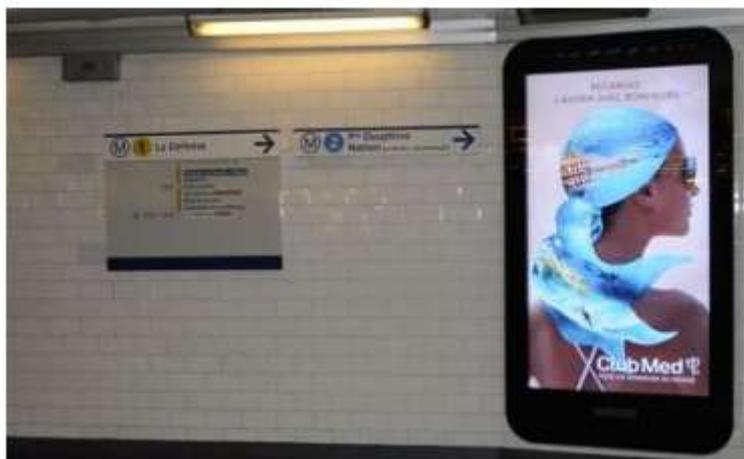
>> Cliquez sur les logos

**Leader européen de l'affichage transport**  
Plus de **5 milliards** de voyages par an  
Soit **13 millions** de voyages par jour

\*Source : RATP pour le métro, UTP et RATP pour le bus, SNCF pour la gare

MédiaTransports est une régie publicitaire. Elle exerce son activité dans les métros de Paris, de Marseille et de Rennes, dans les stations de tramway de Paris, Nantes et Saint-Etienne, sur les bus de 90 villes françaises (dont Marseille, Toulouse, Nantes, Strasbourg...), et elle commercialise les espaces publicitaires dans les gares et les TGV.

Cette société prévoit d'installer ce qu'elle appelle du « mobilier de communication numérique ». Il s'agirait de remplacer les panneaux publicitaires existants par des panneaux à écran digital. Ces écrans de 90 centimètres sur 160 ont une grande puissance lumineuse, et diffuseraient en permanence des publicités animées (spots publicitaires), éventuellement en 3D. Les publicités peuvent changer en fonction de l'heure, du jour, de l'affluence...



Les avantages sont variés :

- permettre aux annonceurs de ne plus avoir à utiliser de papier pour leurs campagnes d'affichage ;
- dans les panneaux il y aurait des capteurs (deux caméras intégrées insérées dans le haut des écrans, quasiment invisibles) qui détectent les formes des visages orientés vers l'affiche, comptent le nombre de passages devant l'écran et le temps d'exposition au message. Ce système de mesure d'audience permettrait d'améliorer la performance des campagnes publicitaires utilisant ces supports ;
- les personnes qui sont près de ces affiches pourraient obtenir des informations supplémentaires, ou des vidéos gratuites sur leur téléphone, au moyen de Bluetooth. Pour les télécharger, il leur faudra approcher leur téléphone de l'affiche à un endroit signalé ;
- il est possible d'ajouter du son.

Les tests montrent que ces panneaux, du fait de leur luminosité, présentent un attrait supplémentaire pour les voyageurs, en particulier quand ils sont placés dans les endroits peu éclairés.



.../...

En raison de leur efficacité théorique, ces espaces publicitaires peuvent être vendus plus cher aux annonceurs.

Voici la proposition tarifaire prévue par MédiaTransports :



**NUMERIFLASH**

UNIVERS  
METRO

**Innovation technologique**

Communiquez sur le 1<sup>er</sup> réseau numérique en France. Une présence sur un écran LCD full HD 70" dans des stations à fort trafic. Des emplacements ultra qualitatifs 100% isolés pour une meilleure visibilité de votre campagne.



NOMBRE DE FACES ..... Selon semaine

FORMAT ..... 70"

DUREE ..... 10 secondes (1X10 ou 2X5)

JOUR DE DEPART ..... Jeudi

COMMERCIALISATION ..... Temps plein ou Tranches horaires

DUREE ..... 7 jours

TARIF BRUT 2010 ..... Selon semaine

Tranches horaires	Module	Principe
6H-9H30 + 12H-14H + 16H30-19H30	Business	Module 100% actifs : le prime du métro Couverture des trajets domicile / travail, travail / domicile et des trajets du midi des actifs (dej., courses...)
9H30 - 12H + 14H - 16H30	Conso	Une population plus disponible (actifs en congés, étudiants, ...) qui utilise le métro pour faire des courses ou des démarches personnelles
19H30 fermeture	Loisirs	Tranche horaire 100% captive jeunes.



**TARIFS NUMERIFLASH**

UNIVERS  
METRO

Période	Semaine	Nombre de faces vendues	Tarif NumériFlash HT Temps Plein	Tarif Business HT	Tarif Conso HT	Tarif Loisirs HT	
Du: jeudi 9 décembre 2010	Au: mercredi 15 décembre 2010	49	340	119 000 €	95 200 €	35 700 €	47 600 €
jeudi 16 décembre 2010	mercredi 22 décembre 2010	50	340	119 000 €	95 200 €	35 700 €	47 600 €
jeudi 23 décembre 2010	mercredi 29 décembre 2010	51	350	122 500 €	98 000 €	36 750 €	49 000 €
jeudi 30 décembre 2010	mercredi 5 janvier 2011	52	350	122 500 €	98 000 €	36 750 €	49 000 €

Présence sur 7 jours, présence de 10 secondes ( 1 fois 10 secondes ou 2 fois 5 secondes )  
Tarif Brut HT, avant modulations tarifaires

NumériFlash : Présence sur l'ensemble de la journée : environ de 06h00 à 01h00 suivant ouverture et fermeture des stations  
Business : Présence de 06h00 à 09h30, de 12h00 à 14h00 et de 16h30 à 19h30  
Conso : Présence de 09h30 à 12h00 et de 14h00 à 16h30  
Loisirs : Présence de 19h30 à 01h00

Données non contractuelles - nombre de faces et tarifs sous réserve de modifications

.../...

Leurs revenus potentiels étant élevés, MédiaTransports voudrait implanter de nombreux panneaux de ce type. La société prévoit d'en installer 1.200 dans le métro parisien, qui serait aussi la vitrine pour une expansion internationale de ce procédé.

Ceci étant, le coût de ces écrans LCD est élevé. Chaque panneau coûte 20.000 €, sans compter ni l'installation ni l'entretien.

Différents groupes de défense des libertés, comme Résistance à l'agression publicitaire, Robin des toits, Souriez vous êtes filmés, Le Publiphobe et Big Brother Awards, voient d'un mauvais œil cette initiative. Sur des forums internet ou des blogs sont critiqués : la consommation d'énergie de ces panneaux, la surveillance des voyageurs à leur insu, les ondes dégagées par les appareils, l'incitation à la sur-consommation... On trouve aussi des appels à attaquer physiquement ces panneaux (autocollants, peinture...), ou à les vandaliser.

[www.DANGER-ECRANPUB.TK](http://www.DANGER-ECRANPUB.TK)



➔ Répondez à la question n° 1 et, à votre choix, à la question 2, 3 ou 4.<sup>1</sup>

1. Estimez quels sont les risques pour la société MédiaTransports – ou au contraire pourquoi il n'y en a pas selon vous.

Dans l'hypothèse où vous estimez qu'il existe des risques, quels sont les moyens (juridiques, ou autres) de les prévenir et/ou guérir ? [12 points]

2. Si vous étiez annonceur, utiliseriez-vous ce mode de communication publicitaire sans crainte ? [8 points]

3. Vous êtes l'agent d'une célébrité : accepteriez-vous que son image figure sur ce type de panneau ? Si oui, quelles sont les conditions contractuelles que vous exigeriez ? [8 points]

4. Que pensez-vous de la proposition de créer une nouvelle liberté, la « liberté de réception », qui consisterait à être libre de recevoir ou non les messages diffusés dans l'espace public ? [8 points]

[cas librement inspiré de l'actualité. Sources : AFP, metrobus.fr, danger-ecranpub.tk, archeologue.over-blog.com, owni.fr, culturevisuelle.org, base.d-p-h.info (novembre 2010)]

<sup>1</sup> Veillez à ne pas tomber dans le panneau !