



Ce document a été mis en ligne par l'organisme [FormaV®](#)

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - E5 - Mettre en place la communication professionnelle d'un projet ou d'une structure - BTSA DATR (Développement, Animation des Territoires Ruraux) - Session 2021

1. Contexte du sujet

Ce sujet d'examen porte sur la mise en place d'une marque territoriale « Ici, on mange local ! » dans le cadre d'une stratégie de développement économique de la Communauté de Communes Charente Limousine. Les étudiants doivent évaluer la pertinence de cette initiative, identifier les acteurs impliqués, proposer une stratégie de communication et élaborer un budget prévisionnel.

2. Correction des questions

Question 1 : Évaluer la pertinence de la mise en place de cette marque territoriale (7 points)

Cette question demande d'analyser les raisons qui justifient la création de la marque « Ici, on mange local ! » en tenant compte du contexte socio-économique de la Charente Limousine.

Le raisonnement attendu doit inclure :

- Une évaluation des atouts du territoire (agriculture, tourisme, produits locaux).
- Les besoins des consommateurs en matière de produits locaux.
- Les enjeux économiques et sociaux liés à la valorisation des produits locaux.

Réponse modèle : La mise en place de la marque « Ici, on mange local ! » est pertinente pour plusieurs raisons. D'une part, la Charente Limousine possède un fort potentiel agricole, avec 13 % des actifs travaillant dans ce secteur, ce qui est deux fois plus que la moyenne départementale. D'autre part, la tendance croissante des consommateurs à privilégier les produits locaux et bio, comme le montre le document 12, souligne l'opportunité de développer cette marque. Enfin, la valorisation des produits locaux peut renforcer l'attractivité touristique du territoire, en s'appuyant sur l'engouement pour le tourisme rural. Ainsi, cette marque peut contribuer à dynamiser l'économie locale et à créer un sentiment d'appartenance parmi les habitants.

Question 2 : Identifier les acteurs susceptibles de s'impliquer dans le lancement de cette marque et proposer des moyens pour les mobiliser (6 points)

Cette question demande d'identifier les différents acteurs (producteurs, collectivités, consommateurs) et de proposer des stratégies pour les engager dans le projet.

Les étudiants doivent :

- Nommer les acteurs clés (producteurs, élus locaux, consommateurs, associations).
- Proposer des méthodes de mobilisation (réunions, ateliers, campagnes de sensibilisation).

Réponse modèle : Les acteurs susceptibles de s'impliquer dans le lancement de la marque « Ici, on mange local ! » incluent les producteurs locaux, les élus de la Communauté de Communes, les consommateurs, ainsi que les associations de défense des produits locaux. Pour mobiliser ces acteurs, il est essentiel d'organiser des réunions d'information et des ateliers participatifs, où chacun pourra exprimer ses attentes et ses besoins. De plus, une campagne de sensibilisation sur les réseaux sociaux et lors des marchés de producteurs pourrait renforcer l'engagement des consommateurs et des

producteurs envers la marque.

Question 3 : Proposer une stratégie globale de communication pour promouvoir la marque (4 points)

Cette question demande de concevoir un plan de communication adapté au contexte local.

Les étudiants doivent inclure :

- Les canaux de communication à utiliser (réseaux sociaux, affichage, événements).
- Les messages clés à transmettre.

Réponse modèle : La stratégie de communication pour promouvoir la marque « Ici, on mange local ! » pourrait inclure les éléments suivants : - Utilisation des réseaux sociaux pour partager des histoires de producteurs et des recettes locales. - Organisation d'événements tels que des marchés de producteurs où la marque serait mise en avant. - Création de supports de communication (affiches, brochures) à distribuer dans les commerces locaux. Les messages clés devraient insister sur la qualité des produits locaux, l'importance de soutenir l'économie locale et les bénéfices pour la santé des consommateurs.

Question 4 : Élaborer le budget prévisionnel de la mise en place de cette marque territoriale (3 points)

Cette question demande de lister les postes de dépenses et de recettes prévisionnels.

Les étudiants doivent :

- Identifier les coûts associés à la création de la marque (communication, événements, matériel).
- Estimer les recettes potentielles (subventions, partenariats, ventes).

Réponse modèle : Le budget prévisionnel pour la marque « Ici, on mange local ! » pourrait se décliner comme suit : - **Dépenses :** - Communication : 5 000 € - Organisation d'événements : 3 000 € - Matériel promotionnel : 2 000 € - **Recettes :** - Subventions de la région : 4 000 € - Partenariats avec des entreprises locales : 3 000 € - Ventes de produits sous la marque : 2 000 € Cela donnerait un budget total de 10 000 € de dépenses et 9 000 € de recettes, nécessitant une recherche de financements supplémentaires pour équilibrer le budget.

3. Synthèse finale

Dans ce corrigé, nous avons abordé les différentes questions de manière structurée. Les erreurs fréquentes à éviter incluent :

- Ne pas justifier ses réponses avec des éléments du contexte ou des documents fournis.
- Oublier d'identifier clairement les acteurs et leurs rôles dans le projet.
- Ne pas proposer de solutions concrètes pour la stratégie de communication.

Enfin, il est conseillé de bien lire chaque question pour comprendre ce qui est demandé et de structurer ses réponses de manière claire et logique. Utiliser des exemples concrets issus du contexte du sujet peut également enrichir les réponses.

Conseils méthodologiques

- Relisez les documents fournis pour en extraire des éléments pertinents pour vos réponses.
- Structurez vos réponses en paragraphes clairs, en utilisant des titres si nécessaire.
- Anticipez les questions en vous entraînant sur des sujets similaires pour gagner en confiance.

© FormaV EI. Tous droits réservés.

Propriété exclusive de FormaV. Toute reproduction ou diffusion interdite sans autorisation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.