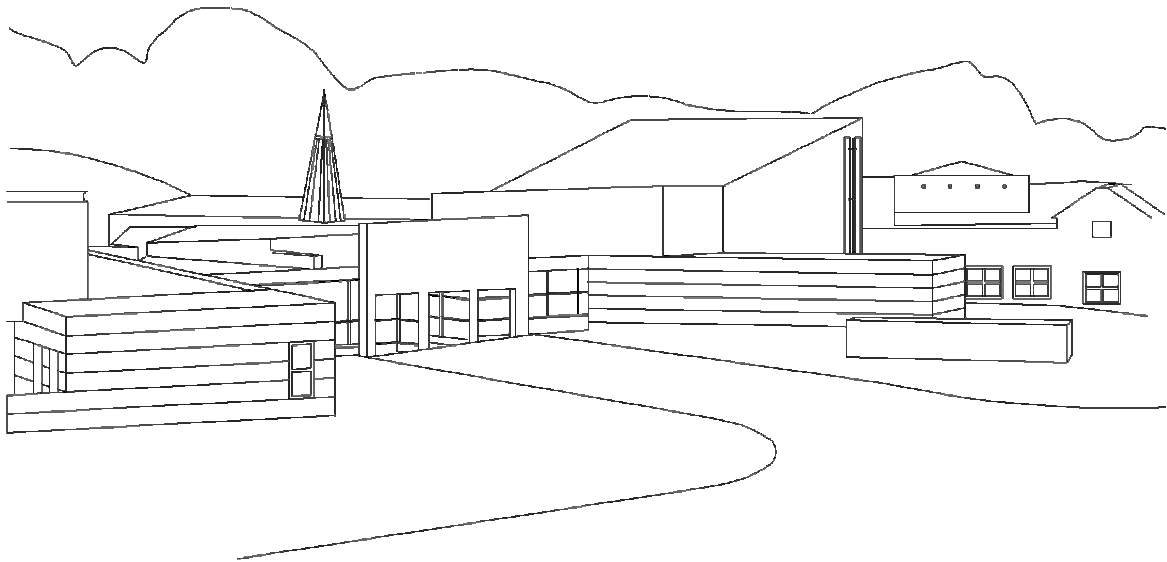


**CONCOURS D'ENTREE
EN 1^{ère} ANNEE
ANNALES 2007**



ESCIP
School of International Business
BP 60 039 - LONGUENESSE
62967 SAINT OMER CEDEX
Tél. : 03.21.38.85.34 - Fax : 03.21.38.85.21
e-mail : virginie.parenty@escip.fr
WWW.ESCIP.FR

ESPAGNOL

Durée : 1 heure

Coefficient : 1

EL MAPA DE LA PUBLICIDAD

La capital arrasa

Aunque el negocio y los grandes anunciantes están en Madrid, Cataluña sigue siendo un bastión publicitario gracias a su buena cantera de creativos y a su red de agencias especializadas. Su importancia como mercado es muy superior al 20% de inversión publicitaria que gestiona.

Las cuentas más grandes se dirigen desde la capital española, incluidas las del Estado. Y cada vez son más las multinacionales con sede en Cataluña que llevan sus direcciones de marketing a Madrid. Por eso, el mercado catalán ha recibido con los brazos abiertos el movimiento contrario realizado por el grupo de gran consumo Unilever, que ahora tiene su residencia en Barcelona y que el año pasado se gastó en publicidad 36,7 millones de euros. Aunque las agencias quieren más. "Sería bueno hacer un mayor número de actuaciones, incluso institucionales, para que más empresas se instalen en Cataluña y con esto se amplíen un poco más las posibilidades de conseguir clientes", afirma José Guerrero, presidente de Asociación Empresarial Catalana de Publicidad.

Es considerado uno de los gurús españoles en publicidad. Con más de treinta años de carrera y con cuerda para rato, el presidente de Bassat Ogilvy apuesta por una creatividad más arriesgada para hacer una publicidad cada vez más brillante.

Desde que fundó su propia agencia en 1975, Luis Bassat, hoy presidente de Grupo Bassat Ogilvy, ha destacado por la calidad de sus trabajos y por ser un visionario del sector, al que augura grandes oportunidades, en los nuevos medios y también en los tradicionales.

Pregunta: ¿Qué queda del tradicional feudo publicitario catalán, teniendo en cuenta que el peso de la inversión publicitaria en la región es del 21%?

Respuesta: Queda la capacidad creativa de trabajar no sólo para Cataluña, sino para toda España y en muchos casos también para todo el mundo.

ACTUALIDAD ECONÓMICA 31 DE DICIEMBRE DE 2006

1) ESSAI : 7points :

Diga en más o menos 200 palabras cuáles son las oportunidades que se ofrecen a Cataluña para desarrollar su sector publicitario y que tipo de estrategia lleva el grupo Bassat Ogilvy.

2) TRADUIRE : 5points

Desde « Es considerado uno..... » hasta « tradicionales »

3) QUESTIONNAIRE A CHOIX MULTIPLE :

QUESTIONNAIRE A CHOIX MULTIPLE

Inscrivez la lettre qui convient (A B C D) dans la case correspondante

N° de candidat :

NOTE		
R	x 2,5 =	
W	x - 0,5 =	
NA	x 0 =	
Tot	=	

1 -	
2 -	
3 -	
4 -	
5 -	
6 -	
7 -	
8 -	
9 -	
10 -	
11 -	
12 -	
13 -	
14 -	
15 -	
16 -	