

BTS COMMUNICATION VISUELLE

**DÉMARCHE CRÉATIVE
PUBLICITÉ**

8 heures

1^{er} jour

BTS DE COMMUNICATION VISUELLE
DÉMARCHE CRÉATIVE
PUBLICITÉ
8 heures

CLIENT ANNONCEUR : Lynx Optique

FAIT PRINCIPAL :

Lynx Optique se lance dans la commercialisation de lunettes de vue pour enfants.

Positionnement de la marque : « Il y a un âge où bouger, faire du sport et des bêtises est plus important que le reste. Et parfois, une paire de lunettes peut devenir plus gênante que toutes les interdictions. Lynx Optique propose donc aux petits aventuriers les verres Airwear, pratiquement incassables et des montures en titane indéformables et antiallergiques. Envie de bouger ? ».

PROBLÈME À RÉSOUDRE :

La marque n'est pas connue. Le créneau des lunettes de vue (principalement pour adultes) est encombré par les grandes marques : Afflelou, Krys, Atoll, ...

STRATÉGIE CRÉATIVE :

- Cible de communication : hommes / femmes 25/45 ans, parents d'enfants de 5 à 15 ans, ceux-ci utilisateurs..
- Objectif créatif : imposer la présence du produit sur le marché de la lunette en le mettant en situation dans l'univers des enfants.
- Promesse : la robustesse des lunettes permet aux utilisateurs (les enfants) une totale liberté de mouvements.
- Ton : enjoué, espiègle.
- Médias envisagés : annonces presse double page et une page simple, spot TV (format au choix).

LA DEMANDE :

Vous proposerez un ensemble de recherches répondant à la stratégie créative, esquissées et brièvement argumentées, témoignant d'orientations créatives multiples.

Vous organiserez ces recherches afin de mettre clairement en évidence la cohérence et le cheminement de votre démarche.

Rappel : il ne s'agit pas ici de procéder à des mises au point de solutions définitives.

PRÉSENTATION :

Vos recherches seront présentées sur des feuilles numérotées de format A3.

Critères d'évaluation :

- Pertinence des propositions en regard de la stratégie créative.
- Diversité, originalité et richesse des propositions.
- Efficacité des moyens graphiques.
- Lisibilité de la démarche.

Ordinateur et photocopieur ne sont pas autorisés.

**Les candidats ne sont pas autorisés à quitter la salle d'examen pendant le temps du repas.
Les candidats n'auront recours à aucune autre documentation que les catalogues de lettres
transfert et/ou photocomposition.**

BTS COMMUNICATION VISUELLE		
Session 2001	Durée : 16 heures (8 x 2)	Coefficient 6
Code : CVDC	Démarche créative U.4.	Page 1/1

BTS COMMUNICATION VISUELLE

**DÉMARCHE CRÉATIVE
GRAPHISME-ÉDITION**

8 heures

2^{ème} jour

BTS DE COMMUNICATION VISUELLE
DÉMARCHE CRÉATIVE
GRAPHISME-ÉDITION
8 heures

LES FAITS

Les livres que nous trouvons dans les librairies s'efforcent de refléter les différentes dimensions de la vie culturelle, ils témoignent par conséquent des différents débats qui traversent notre société.

Le pamphlet est un genre littéraire satirique attaché à mettre en œuvre un style d'écriture musclé et percutant au service d'une idée ou d'une cause en s'attaquant à ceux qui pensent le contraire.

Le pamphlétaire (l'auteur) ne craint ni le parti pris, ni l'excès.

Dans ce contexte, « Les Éditions du Seuil » décident de relancer ce genre littéraire particulier dans le cadre d'une collection intitulée « idées au poivre ».

Chaque ouvrage de cette collection est un pamphlet construit sous la forme d'une adresse qui désigne clairement au lecteur « l'adversaire » et par là même la nature de la cause défendue.

Les thèmes retenus ont trait à la vie quotidienne et aux questions soulevées par les progrès de la technique.

Les 3 premiers titres envisagés sont les suivants :

- A ceux qui n'aiment que leur automobile
- A ceux qui rendent les vaches folles
- A ceux qui dorment avec leur téléphone portable

OBJECTIFS DE COMMUNICATION :

Rendre compte par un graphisme approprié, de l'esprit musclé et impertinent de la collection.

VOTRE MISSION EN 8 HEURES

Vous proposerez différentes pistes pour la couverture des 3 premiers titres de cette collection. Vous veillerez à conserver une ligne graphique de collection entre les différents volumes.

CONTRAINTES :

- quadrichromie possible
- format 14 x 20,5 à la française
- épaisseur du dos : 1,2 cm
- devront figurer :
 - le titre de l'ouvrage
 - le nom de l'auteur
 - le nom de la collection
 - éventuellement les images, si vous envisagez d'intégrer dans votre projet des éléments iconiques
 - le logo de l'éditeur (Seuil).

BTS COMMUNICATION VISUELLE		
Session 2001	Durée : 16 heures (8 x 2)	Coefficient 6
Code : CVDC	Démarche créative U.4.	Page 1/3

INDICATIONS POUR LE RENDU :

Lors de cette phase de recherche, il n'est pas demandé de mise au point mais une série de propositions esquissées dégagant des concepts variés, clairs et pertinents.

Vous présenterez votre démarche sous forme de planches format A3 numérotées, accompagnées d'annotations si nécessaire.

Critères d'évaluation :

- Capacité d'analyse et d'investigation.
- Respect des objectifs de communication.
- Diversité, richesse et pertinence des approches et solutions proposées.
- Compétences dans le domaine du graphisme et de l'édition.
- Qualités graphiques et plastiques.
- Capacité à communiquer sa démarche.

Est autorisé :

- L'usage des catalogues de lettres transfert, des catalogues de composition, des photocopies de polices de caractères et de faux-textes, à l'exclusion de toutes documentations comportant : picto, logo, symboles, signes dingbats ou « accessoires » typographiques.
- L'usage du photocopieur.

L'usage de l'ordinateur n'est pas autorisé.

Les candidats ne sont pas autorisés à quitter la salle d'examen pendant le temps de repas.



ÉDITIONS DU SEUIL