

# **BTS EXPRESSION VISUELLE**

## **TECHNOLOGIE DE LA RÉALISATION**

**Session 2004**

---

**Durée : 3 heures**

**Coefficient : 2**

---

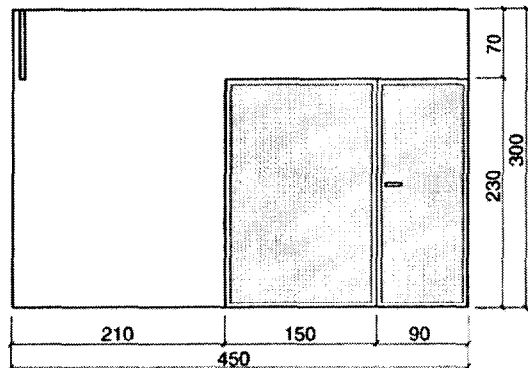
**CALCULATRICE INTERDITE**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet comporte 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.

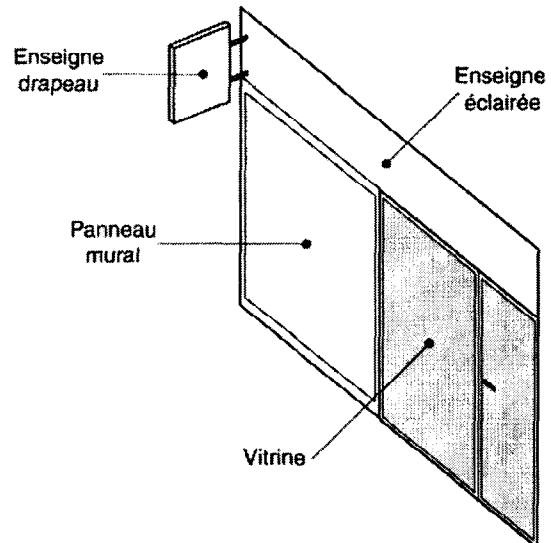
<b>BTS EXPRESSION VISUELLE</b>		<b>Session 2004</b>
<b>TECHNOLOGIE DE LA RÉALISATION</b>		<b>CODE EVE4TEC réa.</b>
<b>Coefficient : 2</b>	<b>Durée : 3 heures</b>	<b>Page : 1/3</b>

## Campagne d'information pour l'ouverture d'une ligne de métro

À l'occasion du futur lancement d'une ligne de métro, la société gérant les transports en commun de la ville souhaite organiser une campagne de communication auprès de ses usagers. Dans ce but, elle décide d'ouvrir un local d'information qui permettra de sensibiliser le public à l'intérêt de ce mode de transport. La durée de cette opération événementielle sera de 3 mois.



cotations en cm



### Sécurité (5 pts)

- a) Ce local d'une superficie de 40 m<sup>2</sup>, est équipé d'un réseau sprinkler. De quoi s'agit-il ?  
b) Vous choisissez les revêtements suivants :
- faux plafond suspendu en dalles isolantes,
  - peinture sur les murs,
  - moquette synthétique au sol.

Quelles sont les conditions d'emploi de ces matériaux dans un établissement recevant du public (classement au feu et mise en œuvre) ?

### Vitrine (7 pts)

Une maquette du métro (100 x 20 x 20 cm) en bois peint, d'un poids de trois kilogrammes, doit être exposée dans la vitrine du local à la hauteur du regard des passants. Un grand visuel (150 x 230 cm) est placé à l'arrière de cette maquette.

Quel dispositif imaginez vous, pour placer et fixer le plus discrètement possible la maquette devant le visuel (matériaux, fabrication et éclairage) ?

## Enseignes (8 pts)

La façade du local doit également être utilisée comme support de communication. Vous choisissez d'employer trois types d'enseignes extérieures :

- une enseigne lumineuse qui s'étend sur toute la longueur du local (450 x 70 cm). L'enseigne est constituée d'un fond jaune sur lequel sont placés les éléments suivants : le logo de l'entreprise ; le nom de la société en lettres rouges ; la mention « Info Métro » en lettres blanches et vertes.
- une enseigne en drapeau (70 x 70 cm) recevant l'impression du logo de la société
- un panneau mural (200 x 200 cm) fixé à côté de la vitrine. Le visuel figurant sur ce panneau est une photographie représentant l'avant du métro vu de profil ; il est pérenne.

Comment réaliserez-vous ces différents supports de communication (matériaux, structures, fixations, marquages, éclairage, mise en œuvre ...) ?

Vous justifierez vos choix et vous exprimerez à l'aide de croquis.

# **BTS EXPRESSION VISUELLE**

## **TECHNOLOGIE DE LA COMMUNICATION**

### **SESSION 2004**

---

**Durée : 3 heures**  
**Coefficient : 3**

---

**Calculatrice interdite**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet comporte 4 pages, numérotées de 1/4 à 4/4.

<b>BTS EXPRESSION VISUELLE-ESPACE DE COMMUNICATION</b>		<b>Session 2004</b>
<b>TECHNOLOGIE DE LA COMMUNICATION</b>		<b>CODE EVE4TEC com.</b>
<b>Coefficient : 3</b>	<b>Durée : 3 heures</b>	<b>Page 1/4</b>

# NIKEWOMEN

---

Le marché des articles de sport représente aujourd'hui un enjeu économique planétaire.

Pour conforter sa position de leader, Nike multiplie les actions de communication. La marque d'articles de sports met en écho ses produits avec un certain nombre de services : espaces d'accueil, divertissements parrainés par des stars, jeux ou encore ateliers de promotion de sports méconnus.

Afin de toucher sa clientèle féminine, Nike a mis en place le concept «Nikewomen», véritable art de vivre.

Le principe Nikewomen inspire aussi bien les annonces presse, que le site internet ou encore les boutiques.

## DOCUMENTS JOINTS

Page 2/4      Annonce presse parue dans Elle, septembre 2003  
Page 3/4      Impressions d'écran du site <http://nikewomen.nike.com>, 2003  
Page 4/4      Espace nikewomen chez Citadium, crée en 2002, 75009 Paris.

**DEMANDE** : définir la stratégie de communication de Nike.

Dans un premier temps, vous vous appuyerez sur l'analyse des signifiants iconiques, plastiques et linguistiques du document de la page 2/4.

Vous envisagerez également :

le positionnement de Nike sur le marché, la cible visée, les promesses et les éventuelles justifications.

Dans un deuxième temps, vous vérifierez la cohérence de cette stratégie dans les deux autres supports de communication (site Nikewoomen et espace Citadium), représentés pages 3/4 et 4/4 .

## CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Qualité d'analyse
- Qualité des déductions
- Capacité à argumenter
- Pertinence de l'approche critique
- Justesse du vocabulaire technique
- Qualité de rédaction et de présentation



Je me sens belle

quand je fais du \_\_\_\_\_

Laissez le kick boxing faire  
ressortir votre vraie nature.  
N'est-ce pas, beauté ?

Qui êtes-vous ?  
[nikewomen.com](http://nikewomen.com)





Prenez rendez-vous en ligne avec d'autres internautes pour un défi sportif



Trouvez des informations, visionnez des vidéos sur des sports méconnus



Commandez les nouveautés



Achetez en ligne

Suivez le programme d'entraînement du coach sur votre mobile



Page d'accueil du site nikewomen.com



## Espace nikewomen chez Citadium

Les visuels  
des colonnes  
répondent  
aux visuels  
des displays.



Des visuels habillent  
les colonnes et encadrent  
les displays (étalages).

Des vidéos rétroprojetées  
sur verre dépoli présentent  
des sports méconnus.



Comme une boutique dans la boutique, l'espace nikewomen s'inscrit de façon autonome dans le grand magasin voué aux articles de sport Citadium.



Au centre de l'espace, un podium présente les nouvelles collections.