

# BTS COMMUNICATION VISUELLE

## COMMUNICATION PUBLICITAIRE - MULTIMÉDIA

**1<sup>er</sup> JOUR**

**Session 2004**

**Durée : 16 heures ( 8 x 2 )**  
**Coefficient : 6**

**L'usage du photocopieur n'est pas autorisé. L'usage de l'ordinateur n'est pas autorisé.**

**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**

**Calculatrice interdite**

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

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.

BTS COMMUNICATION VISUELLE		Session 2004
DÉMARCHE CRÉATIVE – COMMUNICATION PUBLICITAIRE		CVDC
Coefficient : 6	Durée : 16 heures (8x2)	Page : 1/4

## **e.cartobleue**

### **Fait principal :**

Les grandes entreprises ont rapidement investi l'Internet, utilisant ses capacités (instantanéité, interaction, multimédia...) pour approcher plus efficacement les consommateurs potentiels et essayer de générer plus d'achats impulsifs.

Malgré la fréquentation toujours croissante du réseau mondial, un grand nombre d'internautes reste réticent aux achats en ligne par crainte de voir divulguer des données personnelles. La peur des pirates et hackers est un frein important au développement du secteur marchand de l'Internet, surtout en France où l'achat en ligne reste timide.

*e.cartobleue* est un service proposé par les principales banques qui permet à l'utilisateur qui y souscrit de bénéficier d'une carte de crédit virtuelle lui permettant de faire ses achats sur Internet en toute sécurité.

Quand l'utilisateur veut faire un achat en ligne, il se rend sur le site *e.cartobleue* qui lui alloue un numéro de *e.cartobleue* temporaire et unique, qui ne sera valide que le temps de la transaction, utilisable uniquement par la boutique virtuelle déclarée.

### **Mission :**

On vous demande de réaliser une communication publicitaire en ligne pour le service *e.cartobleue*.

La campagne sera diffusée via des *skyscrapers* (bandeaux verticaux) et des *Carrés* sur les principaux sites marchands utilisés en France (Amazon, Alapage, Fnac.com, Chapitre...).

### **Problème à résoudre :**

Déramatiser les problèmes de confidentialité et de sécurité qui sont habituellement associés aux achats sur Internet.

### **Objectif de la communication :**

Établir la confiance en l'achat en ligne.

### **Promesse :**

L'*e-cartobleue* est une carte virtuelle, insaisissable et sécurisée uniquement pour les achats en ligne.

### **Ton :**

Rassurant, actuel.

### **Cible :**

Les actifs réticents à l'achat en ligne.

### **Médias :**

Skyscrapers (160 x 600 pixels), Carrés (250 x 250 pixels) animés et/ou interactifs.

**Contraintes :**

Le logo *e.cartebleue* devra obligatoirement apparaître.

Vous ferez des propositions d'accroches.

**Demande :**

Vous proposerez un ensemble de recherches répondant à la stratégie créative, sous forme d'esquisses 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.

Vous argumenterez brièvement vos choix techniques.

Vous formulerez vos propositions sous la forme de roughs rapides.

L'ensemble de vos recherches sera présenté et organisé clairement sur des planches numérotées format A3.

**Critères d'évaluation**

- Compréhension de la demande, pertinence des réponses.
- Diversité, richesse des propositions.
- Compétences dans le domaine (sens de l'actualité, sens technique et de la mise en scène)
- Communication (visualisation de la démarche et compétence graphique).



# **BTS COMMUNICATION VISUELLE**

## **CONCEPTION GRAPHIQUE - MULTIMÉDIA**

**2<sup>ème</sup> JOUR**

**Session 2004**

**Durée : 16 heures ( 8 x 2 )**

**Coefficient : 6**

**L'usage du photocopieur est autorisé. L'usage de l'ordinateur n'est pas autorisé.  
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  
Calculatrice interdite**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet comporte 2 pages, numérotées de 1/2 et 2/2.

<b>BTS COMMUNICATION VISUELLE</b>		<b>Session 2004</b>
<b>DÉMARCHE CRÉATIVE – CONCEPTION GRAPHIQUE</b>		<b>CVDC</b>
<b>Coefficient : 6</b>	<b>Durée : 16 heures (8x2)</b>	<b>Page : 1/2</b>

**Client annonceur :** La Fédération des fabricants de café.

**Contexte :**

Le café est la boisson la plus consommée dans le monde après l'eau. La France se classe au quatrième rang des pays importateurs : six kilos sont consommés par habitant et par an.

**Fait principal :**

Dans le cadre d'une politique de communication, la Fédération décide de mettre en place un site thématique sur le café.

Ainsi, les jeunes, toujours à la recherche de nouvelles sensations, trouveront sur le site « café in.com » une information exhaustive et attractive sur ce sujet.

Ce site intégrera les rubriques et sous-rubriques suivantes :

- Histoire du café
- De la terre à la tasse
  - Aspect botanique.
  - Provenances.
  - Torréfaction.
- Imaginaire et café (littérature, cinéma...)
- Tribu café (les nouvelles boissons à base de café, les adresses tendances,...)
- Jeux
- Forum

**Objectif de communication :**

Rajeunir l'univers culturel lié au café.

**Cible :**

Tout public internaute.

Cœur de cible : les jeunes de 16 à 25 ans.

**Ton :**

Surprenant et actuel.

**Contraintes :**

Le site sera optimisé pour un affichage 800 x 600 pixels.

**Mission :**

Vous devrez concevoir l'identité visuelle de « café in.com », ainsi que le principe d'accueil et la page « Tribu café ».

(Propositions graphiques mettant en avant les axes éditoriaux).

**Demande :**

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

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

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

Critères d'évaluation

- pertinence des propositions en regard de la stratégie créative
- diversité et originalité des propositions
- efficacité des moyens graphiques
- lisibilité de la démarche
- connaissances et compétences dans le multimédia.