

BTS COMMUNICATION VISUELLE

COMMUNICATION PUBLICITAIRE - MULTIMÉDIA

1^{er} JOUR

Session 2005

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 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.

L'utilisation de produits pouvant provoquer des émanations toxiques est interdite.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 2 pages, numérotées de 1/2 à 2/2.

BTS COMMUNICATION VISUELLE		Session 2005
DÉMARCHE CRÉATIVE – COMMUNICATION PUBLICITAIRE		CVDC
Coefficient : 6	Durée : 16 heures (8x2)	Page : 1/2

LES PEINTURES SAINT LUC

Fait principal

Le groupe Socoda, propriétaire de la marque de peinture professionnelle *Saint Luc* désire organiser une opération promotionnelle pour atteindre et fidéliser la clientèle des peintres bricoleurs. La date choisie est fixée au 18 octobre, fête de Saint Luc, Patron de tous les peintres. Le but est de faire de cette date la *fête de la couleur*.

Objectif marketing

Assurer la notoriété de la marque en l'associant à cette journée de fête.

Objectif de communication

Avec *Saint Luc*, célébrer la fête de la couleur.

Promesse

La qualité professionnelle, le plaisir en plus.

Cible

Grand public bricoleur.

Mission

Vous devez concevoir un support publicitaire en ligne, animé et/ou interactif dont vous choisirez le format pour annoncer la journée de fête dont la société des peintures Saint Luc est à l'origine.

La campagne sera diffusée sur les principaux sites consacrés au bricolage (BHV, Leroy Merlin, Castorama,...).

Présence indispensable d'une accroche et du nom : SAINT LUC.

Ton

Humoristique.

Demande

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

Sur formats A3 numérotés, ces recherches seront :

- sous forme d'esquisses,
- organisées afin de montrer clairement la cohérence de votre démarche,
- argumentées de façon concise,
- accompagnées d'un choix technique brièvement justifié.

Critères d'évaluation

- Compréhension de la demande, pertinence des réponses.
- Diversité, richesse des propositions.
- Compétences dans le domaine de la communication multimédia.
- Qualité et efficacité des moyens graphiques, plastiques et de communication.

BTS COMMUNICATION VISUELLE

CONCEPTION GRAPHIQUE - MULTIMÉDIA

2^{ème} JOUR

Session 2005

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

L'utilisation de produits pouvant provoquer des émanations toxiques est 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.

BTS COMMUNICATION VISUELLE		Session 2005
DÉMARCHE CRÉATIVE – CONCEPTION GRAPHIQUE		CVDC
Coefficient : 6	Durée : 16 heures (8x2)	Page : 1/2

lamixerie.org

La Mixerie est un jeune label musical et multimédia créé à Poitiers en juin 2004. Organisé en structure associative, La Mixerie a pour vocation de promouvoir des artistes multimédias et se définit suivant trois axes :

- Musique : production de disques et design sonore
- Live (vie) : organisation d'événements multimédias (concerts, expos...)
- Luz (lumière) : créations visuelles et arts graphiques

La Mixerie est un « laboratoire artistique » ouvert dans le domaine de la création numérique : musiques électroniques et acoustiques, illustrations visuelles et art vidéo, sons synthétiques et vinyliques, design sonore et web-art...

Un mélange contemporain de talents qui évolue dans le live ou le mix.

La Mixerie est en plein essor et décide de se doter d'une nouvelle identité visuelle.

Véritable outil de communication, le site offrira 2 rubriques principales permettant de mieux connaître le label, sa philosophie et ses productions :

1. INFORMATION : News / Contacts / Résidences / Lieux d'exposition
2. EXPOSITION : Galerie virtuelle des différentes œuvres produites dans le cadre de La Mixerie (sons, vidéos, illustrations,...).

Mission

Vous êtes chargé de créer l'identité visuelle du label de La Mixerie, le système d'entrée (accueil et accès aux deux rubriques principales) et de proposer des principes de navigation pour la rubrique « EXPOSITION ».

Demande

Vous proposerez un ensemble de recherches témoignant d'orientations créatives multiples. 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, originalité et richesse des propositions.
- Efficacité des moyens graphiques.
- Lisibilité de la démarche.
- Connaissances et compétences dans le multimédia.