

# **BTS COMMUNICATION VISUELLE**

## **Option A : Graphisme-Édition-Publicité**

**Session 2007**

---

**Épreuve : démarche créative**

---

**Durée de l'épreuve : deux journées de 8 heures**  
**Coefficient : 6**

---

**1<sup>er</sup> jour : graphisme**

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

**Les candidats n'auront recours à aucune autre documentation  
que des modèles de caractères typographiques.**

**Calculatrice interdite**

**Seule la matière d'œuvre fournie par le centre d'examen est autorisée.**

**L'utilisation de produits pouvant provoquer des émanations toxiques est 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 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.*

BTS COMMUNICATION VISUELLE OPTION A	Session 2007
DÉMARCHE CRÉATIVE/GRAPHISME	CVDC
Coefficient : 6	Durée de l'épreuve : 2 x 8 heures
	Page : 1/3

# Canopée, des cabanes perchées dans les arbres

Canopée : *nf*, partie supérieure de la forêt tropicale.

*« Lieu éphémère, simple et magique, la cabane est propice à la liberté, à l'imaginaire et à la création. En marge de l'habitat traditionnel, ces petites habitations rencontrent de plus en plus de succès auprès du grand public. Elles répondent à la demande très forte de se sentir plus près de la nature. Face au stress de la vie quotidienne, la cabane est perçue à la fois comme un refuge mais aussi comme un lieu d'épanouissement et de ressourcement. Chacun peut y vivre sa vie comme il l'entend et à son propre rythme. »*

*La cabane, l'ultime refuge, « Le Journal des Tendances », Alterna.fr*

## Fait principal

La toute nouvelle société « Canopée » se spécialise dans la conception et la réalisation de cabanes sur mesure dans les arbres.

Perchées entre 4 et 15 mètres d'altitude, ne dépassant pas 10 m<sup>2</sup> de superficie, ces cabanes en bois sans clou ni vis épousent la structure de l'arbre le plus harmonieusement possible. Elles offrent à leur usager un espace idéal pour méditer, lire, rêver, dormir, imaginer, dessiner, peindre, écouter de la musique, écrire...

S'adressant à un public de particuliers mais également à des structures d'hébergements (hôtellerie, villages de vacances ...), Canopée souhaite se doter d'une identité visuelle qui témoigne clairement de son activité.

## Mission

Proposer un système d'identité visuelle pour la société Canopée.

## Valeurs que la société Canopée souhaite communiquer

- La portée onirique de son activité
- Son savoir-faire technique
- Son engagement écologique.

## Cible

- Toute personne désirant vivre l'expérience singulière d'une parenthèse au plus proche de la nature.
- Les structures d'hébergement souhaitant proposer des prestations alternatives.

## Contrainte

Le mot « Canopée » devra impérativement figurer, seul ou associé à un visuel.

## Demande

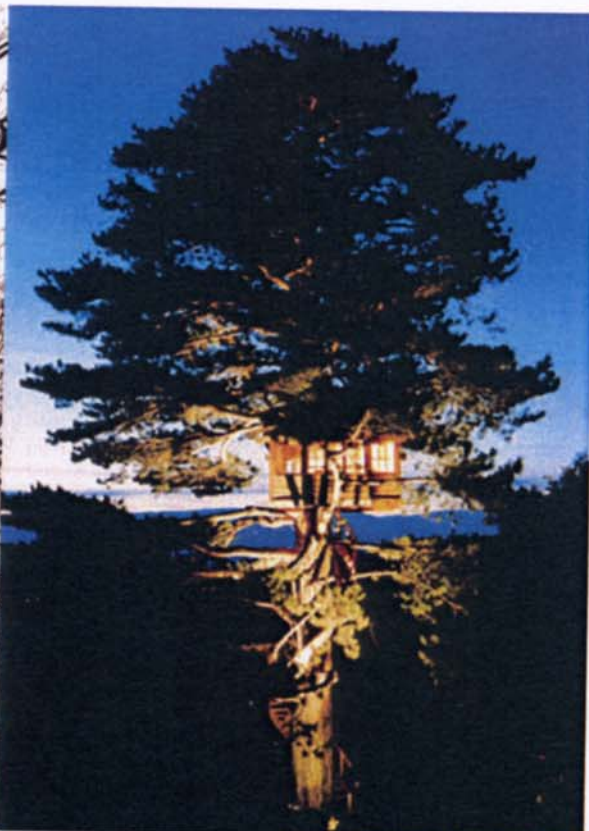
Vous présenterez des recherches esquissées, brièvement argumentées, dégagant des concepts variés, clairs et pertinents. L'intitulé des axes créatifs devra être clairement identifié afin de mettre en évidence la cohérence et le cheminement de votre démarche.

Vous présenterez l'ensemble de vos recherches sur des planches A3 foliotées.

## Critères d'évaluation

- Pertinence des réponses en cohérence avec la demande.
- Diversité et richesses des hypothèses.
- Qualités graphiques des recherches.
- Efficacité et clarté dans la communication de la démarche.

BTS COMMUNICATION VISUELLE OPTION A		Session 2007
DÉMARCHE CRÉATIVE/GRAPHISME		CVDC
Coefficient : 6	Durée de l'épreuve : 2 x 8 heures	Page : 2/3



BTS COMMUNICATION VISUELLE OPTION A		Session 2007
DÉMARCHE CRÉATIVE/GRAPHISME		CVDC
Coefficient : 6	Durée de l'épreuve : 2 x 8 heures	Page : 3/3

# **BTS COMMUNICATION VISUELLE**

## **Option A : Graphisme-Édition-Publicité**

**Session 2007**

---

**Épreuve : démarche créative**

---

**Durée de l'épreuve : deux journées de 8 heures**

**Coefficient : 6**

---

**2<sup>e</sup> jour : publicité**

**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 des modèles de caractères typographiques.**

**Calculatrice interdite**

**Seule la matière d'œuvre fournie par le centre d'examen est autorisée.**

**L'utilisation de produits pouvant provoquer des émanations toxiques est 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 2 pages, numérotées de 1/2 à 2/2.*

BTS COMMUNICATION VISUELLE OPTION A	Session 2007
DÉMARCHE CRÉATIVE/PUBLICITÉ	CVDC
Coefficient : 6	Durée de l'épreuve : 2 x 8 heures
	Page : 1/2

## TABASCO

### Fait principal

Distribué dans les grandes surfaces et les épiceries, Tabasco se présente sous la forme de petites bouteilles de 57 ml pour 720 gouttes. Depuis plus de cent ans, la sauce pimentée américaine aux effluves de Louisiane et d'Amérique du Sud s'est imposée sur le marché français comme un aromate culinaire doté d'une forte personnalité. Cette sauce qui tient à la fois de l'épice et de l'aromate fut brevetée en Louisiane en 1870, par Edmund Mac Ilheny. Il s'agit d'un simple mélange, sans aucun additif, de trois ingrédients authentiques : des piments rouges *Capsicum*, du vinaigre naturel et un peu de sel. La sauce tient son nom d'un état du Sud du Mexique d'où furent rapportés les fameux piments. Le Tabasco est une sauce explosive qui doit être utilisée à petits traits, sinon goutte à goutte, pour relever des sauces, des plats chauds ou froids, des cocktails à base de légumes. Pour plus de nuances et de douceur, la sauce a été récemment déclinée en Tabasco vert, élaboré à partir de piment Jalapenos.

### Stratégie créative

#### *Problème à résoudre*

Le Tabasco rouge (fort) est un produit bien connu. Le Tabasco vert (doux) est un produit nouveau qu'il faut faire connaître.

#### *Objectif de communication*

Associer les deux produits pour communiquer sur la complémentarité.

#### *Promesse*

Deux produits qui pimentent le quotidien.

#### *Cible*

Les amateurs de cuisine épicée.

#### *Ton*

Humoristique, inattendu.

#### Médias

Annonce-presse simple ou double page, spot télévisuel.

#### 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 sous forme d'axes de travail clairement identifiés afin de mettre en évidence la cohérence et le cheminement de vos démarches.

L'ensemble sera présenté sur des feuilles numérotées de format A3.

#### **Rappel :**

Il ne s'agit pas de procéder à des mises au point de solutions définitives.

#### Critères d'évaluation.

- Pertinence des réponses en regard de la stratégie
- Diversité, originalité
- Qualité graphique des propositions
- Efficacité et clarté dans la communication des démarches



BTS COMMUNICATION VISUELLE OPTION A	Session 2007
DÉMARCHE CRÉATIVE/PUBLICITÉ	CVDC
Coefficient : 6	Durée de l'épreuve : 2 x 8 heures
	Page : 2/2