



SERVICES CULTURE ÉDITIONS  
RESSOURCES POUR  
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel**

**Campagne 2009**

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

# **BTS COMMUNICATION VISUELLE**

## **Option B Multimédia**

**Session 2009**

### **Épreuve : Démarche Créative**

**Durée : deux journées de 8 heures**

**Coefficient : 6**

**1<sup>er</sup> JOUR : sujet de communication publicitaire**

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

**Les candidats n'auront recours à aucune autre documentation  
que des spécimens typographiques.**

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

**Aucun collage d'élément préfabriqué n'est permis.**

**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 du repas.**

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 2009
Démarche Créative Type B	Code : CVDCB	Page : 1/2



## **CONTEXTE**

Depuis près de vingt ans et notamment grâce à la cartographie par satellite, la météorologie ne cesse de progresser. Dorénavant, il est possible de prévoir le temps en détail près d'une semaine à l'avance, aussi bien à l'autre bout du monde que dans un rayon de quelques kilomètres autour d'un lieu choisi. Dans une société où le temps libre et les loisirs, notamment de plein air, sont centraux, ces prévisions sont recherchées par les particuliers. Permettant de planifier ses sorties et ses activités, la météo est de plus en plus consultée sur internet ou d'autres terminaux numériques.

## **FAIT PRINCIPAL**

Internet a développé la concurrence en matière de services de prévisions météo. De grands opérateurs étrangers comme des moteurs de recherches proposent leur propre météo à l'échelle internationale. De ce fait, Météo France qui possédait jusqu'alors le monopole, jouit d'une faible notoriété auprès des jeunes, alors même qu'il est l'organisme de référence pour fournir les informations météorologiques les plus fiables et précises.

## **MISSION**

Il vous est demandé de concevoir une campagne publicitaire en exploitant les moyens de la publicité en ligne les plus adaptés à vos intentions (format, interactivité, son, vidéo, personnalisation....) de façon à proposer des concepts créatifs, originaux et efficaces.

## **OBJECTIFS DE COMMUNICATION**

Météo France, forte de son expérience et de ses capacités techniques, souhaite lancer une campagne en ligne de notoriété pour se réaffirmer en tant que leader national.

## **CIBLE**

Actifs et consommateurs de loisirs

## **PROMESSE**

**Anticipez**

## **TON**

Léger, convivial

## **CONTRAINTES**

Présences obligatoires du logotype et d'un rédactionnel (accroche et/ou signature) selon les concepts.

## **DEMANDE**

Vous proposerez un ensemble de recherches répondant à la demande créative, sous forme d'esquisses brièvement argumentées, témoignant de la pertinence de vos propositions.

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

Vos recherches seront présentées sous la forme de formats A3 numérotés.

## **CRITÈRES D'ÉVALUATION**

Pertinence et diversité des propositions

Exploitation créative des possibilités multimédia

Exploitation créative des codes de la culture visuelle

Efficacité des moyens de communication