



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.

Campagne 2010

BTS COMMUNICATION VISUELLE

Option A : Graphisme-Édition-Publicité

Épreuve : démarche créative

Session 2010

Durée de l'épreuve : deux journées de 8 heures

Coefficient : 6

2^e jour : publicité

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 de repas.

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

Calculatrice interdite.

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.

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 Graphisme, édition, publicité (A)	Session 2010
Épreuve : Démarche Créative	Code : CVDCA Page : 1/3

ANNONCEUR

Black & Decker

FAIT PRINCIPAL

L'outillage électrique sans fil s'est considérablement développé ces dernières années, notamment du fait des progrès en matière d'autonomie et de puissance des batteries. Principal producteur mondial d'outils électriques, Black & Decker propose une gamme d'outils de jardin électriques destinée aux particuliers : taille-haies, coupe-bordures, tronçonneuses, souffleurs, coupe-branches, aspirateurs/souffleurs, broyeurs. Très connue sur le marché du bricolage, la société Black & Decker reste beaucoup moins reconnue sur le marché de l'outillage de jardin que ses concurrents, Stihl et Viking. La motorisation de la nouvelle gamme de Black et Decker, destinée aux jardiniers occasionnels, permet une diminution presque complète de la nuisance sonore.

STRATÉGIE CRÉATIVE

PROBLÈME À RÉSOUDRE

La gamme d'outils de jardin sans fil Black & Decker est insuffisamment connue des particuliers.

OBJECTIF DE COMMUNICATION

Valoriser la multiplicité d'usage de la gamme et son confort sonore.

PROMESSE

Jardiner en silence.

CIBLE

Bricoleurs et jardiniers amateurs.

TON

Du clin d'œil jusqu'à l'humour extravagant.

MÉDIAS

Affichage 4 x 3 ; spot TV.

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.

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

CRITÈRES D'ÉVALUATION

Respect de la promesse et pertinence des réponses au regard de la stratégie.

Diversité et richesse des approches proposées.

Efficacité et clarté dans la communication de la démarche et des propositions.



coupe branches GPC1800



coupe bordures GLC2500



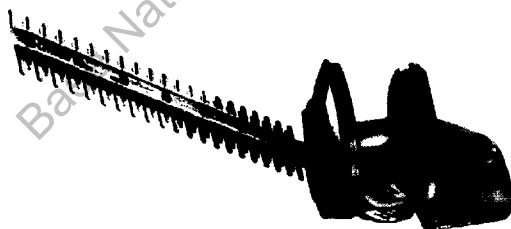
tondeuse GR3800



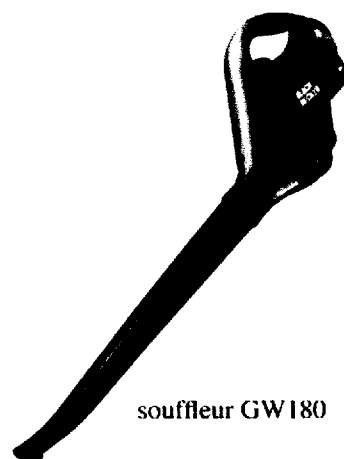
tronçonneuse GK1630



cultivateur GXC1000



taille haies GTC610



souffleur GW180