



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 B Multimédia

Session 2010

Épreuve : Démarche Créative

Durée : deux journées de 8 heures
Coefficient : 6

1^{er} JOUR : sujet de communication publicitaire

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 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 2 pages, numérotées 1/2 et 2/2

BTS COMMUNICATION VISUELLE Option Multimédia (B)	Session 2010
Épreuve : Démarche Créative/Communication publicitaire	Code : CVDCB
	Page : 1/2

TOWELAIR

CONTEXTE

Week-end prolongés et vacances fragmentées sont aujourd'hui prétextes à des escapades, en couple, en famille ou entre amis, souvent au bord de l'eau.

Chacun aimerait profiter davantage de ces échappées, en réduisant bagages, nécessaire de voyage ou d'activités à leur plus stricte dimension. Pourtant, avant de boucler le sac, il est toujours aussi difficile d'y loger l'encombrant drap de plage ou l'incontournable serviette de bain...

PRODUIT/CLIENT

TOWELAIR est une gamme de draps de plage, grands rectangles de 150 x 100 cm, en microfibres, aux couleurs vives et unies.

Ne pesant pas plus de 300 grammes, ces serviettes se font toutes petites et toutes minces dans les sacs et les valises : les TOWELAIR sont compressibles, se plient, se roulent, se glissent dans leur petite housse, puis dans n'importe quel sac de voyage ou de sport. Elles assurent une absorption maximale (7 fois leur poids). Outre leur faible encombrement et leur capacité d'absorption (100 % microfibres), elles séchent en un temps record et réintègrent leur housse sans autre tracés.

Pour information : ces produits sont disponibles dans les magasins de sport pour un prix de vente d'environ 18 € 90.

FAIT PRINCIPAL

Pour améliorer la notoriété de son produit, la société Towelair souhaite lancer au printemps une campagne de publicité en ligne sur différents sites de voyage ou de matériels sportifs.

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, buzz, ...) de façon à proposer des concepts créatifs, originaux et efficaces.

OBJECTIF DE COMMUNICATION

Faire connaître et inciter à utiliser ce nouveau produit.

PROMESSE

Efficacité maximum, encombrement minimum.

CIBLE

Nomade, sportive et consommatrice de loisirs.

TON

A définir suivant le concept.

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.