



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 2012**

# BTS DESIGN DE COMMUNICATION D'ESPACE ET DE VOLUME

## U.4.2 Démarche créative

SESSION 2012

---

Durée : 16 heures  
Coefficient : 4

---

### Matériel autorisé :

Toutes les calculatrices de poche, y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante, conformément à la circulaire N°99-186 du 16/11/1999.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet comporte 5 pages, numérotées de 1/5 à 5/5

BTS Design de communication espace et volume		Session 2012
U.4.2 Démarche créative	Code : DCE4DC	Page : 1/5

## **Sujet : Conception d'un corner pour la gamme de botte « Aigentine ».**

En 2011, *Aigle* conçoit une nouvelle gamme de bottes de pluie en caoutchouc naturel. Déclinée à partir du modèle homme, cette botte destinée à une clientèle féminine se nomme « *Aigentine* ». Elle a le bout rond et s'ajuste facilement au mollet par l'intermédiaire de son soufflet et de sa bride. Cinq coloris sont disponibles : aubergine, coquelicot, brun, kaki, noir.

### **Caractéristiques de la botte « Aigentine » :**

Tige (partie de la chaussure hors semelle) : caoutchouc

Doublure : textile naturel

Semelle intérieure : synthétique

Semelle extérieur : caoutchouc

Dimensions : hauteur du talon : 3.0cm / hauteur de la tige : 37.5cm

### **Contexte :**

*Aigle* souhaite promouvoir son nouveau modèle de botte « *Aigentine* ». Elle fait donc appel à vos services pour concevoir un corner qui sera implanté dans les grands magasins (*Galeries Lafayette, Le Printemps*, etc.) en automne.

### **Demande :**

Votre démarche créative s'appuiera sur votre analyse précédemment développée.

- Dans un premier temps, vous exposerez votre problématique de travail ainsi que des hypothèses de recherche en cohérence avec le cahier des charges.
- Dans un deuxième temps, vous développerez ces axes au travers de recherches variées.
- Dans un troisième temps, vous argumenterez l'hypothèse la plus pertinente.

Vos propositions devront être cohérentes avec l'univers de la marque.

### **Contraintes :**

- Ce corner doit présenter l'ensemble des coloris des bottes « *Aigentine* ». Cinq produits au minimum seront donc exposés (kaki, noir, marron, aubergine, coquelicot).
- Les dimensions du corner n'excéderont pas 3 m<sup>2</sup> d'emprise au sol et 2,5 mètres de haut.
- Ce matériel doit attirer l'acheteur potentiel de près comme de loin.
- Le logotype *Aigle* devra obligatoirement apparaître ainsi que le slogan « POUR LA RÉINTRODUCTION DE L'HOMME DANS LA NATURE ».
- Aucune élingue n'est autorisée.

### **Critères d'évaluation :**

- articulation de la démarche créative avec l'analyse ;
- pertinence et diversité des hypothèses ;
- pertinence de la proposition retenue ;
- qualité clarté et cohérence de la communication graphique et rédactionnelle.

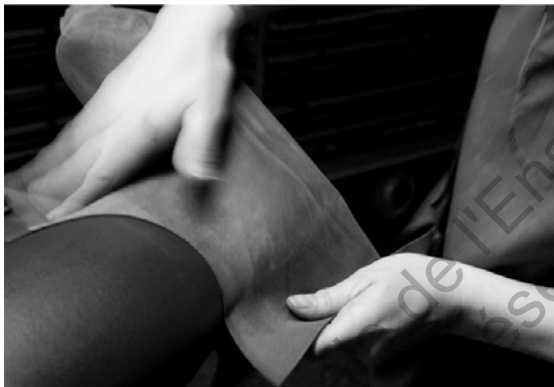


Annonce presse pour les bottes « *Aigentine* », 2011.

BTS Design de communication espace et volume	Session 2012
U.4.2 Démarche créative	Code : DCE4DC Page : 3/5



Bottes « *Aiglentines* », 2011.  
Logotype *Aigle*.



Photographies de Vincent Leroux, 2010. De gauche à droite et de haut en bas : Rayette, ciseau, roulette et rouleau : les outils du maître caoutchoutier / Cagouilles : escargots autour desquels les feuilles de caoutchouc sont enroulées / Plaques S.T. qui accueillent les différentes pièces constitutives de la botte avant assemblage (empeigne, renfort, avant-pied) / Formes : l'ensemble des pièces composant la botte sont assemblées manuellement sur des formes aluminium / Montage d'une botte / Plaque de caoutchouc découpées à l'emporte pièce afin de réaliser les semelles / Semelles classées par pointure / Doublage intérieur des bottes.