



**LE RÉSEAU DE CRÉATION
ET D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUES**

**Ce document a été mis en ligne par le Canopé de l'académie de Bordeaux
pour la Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

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

BTS DESIGN DE COMMUNICATION ESPACE ET VOLUME

ANALYSE ET COMMUNICATION - U.4.1

SESSION 2014

Durée : 4 heures

Coefficient : 2

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.

Tout autre matériel est interdit.

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comporte 6 pages, numérotées de 1/6 à 6/6**

BTS Design de communication espace et volume		Session 2014
U.4.1 – Analyse et communication	Code : DCE4AC	Page : 1/6

SPECIAL.T

BY Nestlé

Introduction :

Crée en 2011, *SPÉCIAL T* de Nestlé est un préparateur de thé à capsules. Fonctionnant sur le même principe que les machines à café Nespresso (grand succès de la marque), SPÉCIAL T associe une machine de préparation et des dosettes aux parfums variés. La marque met particulièrement l'accent sur la variété des origines de ses produits : Chine, Japon, Sri Lanka, Inde, Afrique du Sud...

SPÉCIAL T propose une collection de plus de 25 thés : des thés verts, noirs, bleus, rouges et blancs et également des thés parfumés et des infusions bio.

La machine SPÉCIAL T reconnaît chaque capsule contenant la dose précise de thé pour une tasse et adapte automatiquement le temps et la température d'infusion. Elle s'adapte ainsi à la variété de thé sélectionnée.

Par ailleurs, l'eau est purifiée via un filtre qui élimine la majeure partie du calcium et le goût de chlore de l'eau du robinet, préservant ainsi la pureté de chaque thé.



Demande : Sur formats A3 paginés

Vous constituerez un dossier analysant les signifiants iconiques, plastiques et linguistiques de la documentation fournie.

Vous étudierez la cohérence globale entre les différents supports de communication.

Cette analyse devra révéler la stratégie de communication de l'annonceur.

Au terme de votre analyse, vous devrez faire émerger clairement des axes de communication qui seront exploités lors de l'épreuve de démarche créative.

La rédaction de votre analyse pourra être accompagnée de tous croquis, schémas ou collages vous permettant d'appuyer vos constats et déductions.

Critères d'évaluation :

- Mise en évidence des indices signifiants.
- Pertinence des déductions et de l'argumentation.
- Maîtrise du vocabulaire spécifique au domaine.
- Qualité graphique et rédactionnelle.

2 extraits de la campagne d'affichage réalisée par le photographe David LaChapelle en 2011.





Présentation de la machine à thé avec capsules.



Packaging du thé noir

BTS Design de communication espace et volume	Session 2014
U.4.1 – Analyse et communication	Code : DCE4AC
	Page : 5/6



Captures d'écran du film publicitaire.