

BTS COMMUNICATION VISUELLE

Option A : Graphisme-Édition-Publicité

DÉMARCHE CRÉATIVE

SESSION 2008

Durée : 2 journées de 8 heures

Coefficient : 6

2^e jour : sujet de publicité

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

Les candidats n'auront recours à aucune documentation.

Calculatrice interdite

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

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 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.*

BTS COMMUNICATION VISUELLE		Session 2008
DÉMARCHE CRÉATIVE / PUBLICITÉ	Code : CVDCA	Page : 1/3

KELPROCHOISIR.COM

CONTEXTE

Comment éviter le plombier qui force sur le devis, l'électricien qui ne tient pas les délais, le jardinier qui peine à la tâche, le mécano qui bâcle ou la baby-sitter peu consciencieuse ?

Autant de soucis pour les particuliers, souvent obligés de recourir au bouche-à-oreille pour trouver la perle rare.

kelprochoisir.com est un site communautaire permettant aux particuliers de noter les prestataires qu'ils emploient et d'en faire profiter tous les internautes à la recherche d'un artisan. Ainsi, le site apporte gratuitement une information qualitative et objective sur les prestataires référencés. Les domaines de services couverts sont les services à la personne (aide ménagère, garde d'enfants, soutien scolaire, etc.) et les services pour l'habitat (dépannage, entretien et réparation dans la maison et dans le jardin).

FAIT PRINCIPAL

Face au succès de sa fréquentation, le site, dont le champ d'action était initialement limité à l'Île-de-France, s'ouvre désormais à la France entière.

VOTRE MISSION

Concevoir la campagne publicitaire pour le site **kelprochoisir.com**.

OBJECTIF PUBLICITAIRE

Faire connaître le site en valorisant son contenu complet et fiable.

PROMESSE

Vous ferez le bon choix.

CIBLE

Cadres urbains « surbookés ».

TON

Complice, humoristique.

MÉDIAS ENVISAGÉS

Spot télévisé (images clés), annonce-presse, affichage 4 x 3.

DEMANDE

Vous proposerez un ensemble de recherches répondant à la promesse, esquissées et brièvement annotées, témoignant de postures multiples. Vous organiserez les recherches sous forme d'axes de création clairement identifiés afin de mettre en évidence la cohérence et le cheminement de votre démarche. Présentation sur feuilles numérotées de format A3.

CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Cohérence des réponses au regard de la stratégie créative.
- Diversité & richesse des propositions.
- Efficacité des moyens graphiques.
- Clarté du dossier et de la communication des idées.

BTS COMMUNICATION VISUELLE		Session 2008
DÉMARCHE CRÉATIVE / PUBLICITÉ	Code : CVDCA	Page : 2/3

LES RUBRIQUES À CONSULTER SUR LE SITE

DÉPANNAGE

Plomberie, chauffage, climatisation, électroménager, assistance informatique, électricité, serrurerie, vitrerie, automobile.

MAISON RÉNOVATION

Couverture, charpente, menuiserie, fenêtre, électricité, plomberie, peinture & décoration, carrelage, maçonnerie, isolation, climatisation, ferronnerie, serrurerie & portes, alarme & vidéo-surveillance, vitrerie & miroiterie.

MAISON SERVICE

Déménagement, gardiennage.

JARDIN

Petits travaux de jardin, création & entretien de jardins, élagage & coupe d'arbres.

VIE QUOTIDIENNE

Ménage, repassage, petit bricolage.

ENFANTS

Garde d'enfants, soutien scolaire, loisirs créatifs.

LOISIRS & BIEN-ÊTRE

Coiffure & maquillage, soin du visage, massage, gymnastique & coaching, réceptions.

ANIMAUX DOMESTIQUES

Chenils & hébergement pour animaux, promenade, gardiennage.

keleprochoisir.com

BTS COMMUNICATION VISUELLE	Session 2008
DÉMARCHE CRÉATIVE / PUBLICITÉ	Code : CVDCA Page : 3/3