



Ce document a été mis en ligne par l'organisme [FormaV®](#)

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - E5 - Conception et mise en œuvre de solutions de communication - BTS COMMUNICATION (Communication) - Session 2015

1. Contexte du sujet

Ce sujet d'examen est destiné aux étudiants du BTS Communication, session 2015. Il porte sur la conception et la mise en œuvre de solutions de communication, en se basant sur un cas réel simplifié concernant la société Oppidea et le lancement de l'éco quartier de Vidailhan à Toulouse.

2. Correction question par question

2.1. Repérer les points forts de l'éco quartier de Vidailhan

Cette question demande d'identifier les atouts de l'éco quartier de Vidailhan pour préparer une opération de communication.

Les points forts à repérer peuvent inclure :

- Habitat diversifié (logements sociaux, collectifs, individuels)
- Espaces verts et jardins publics
- Commodités (écoles, crèches, commerces de proximité)
- Engagement en matière de développement durable (chaufferie à bois, gestion des eaux pluviales)
- Mixité sociale et générationnelle

2.2. Choisir la proposition de positionnement

Il s'agit de sélectionner la proposition de positionnement la plus pertinente pour l'éco quartier.

La proposition 2 : "**Vidailhan un quartier unique qui réunit audace et équilibre dans un projet durable, urbain et ambitieux.**" semble la plus pertinente car elle met en avant l'unicité et l'ambition du projet tout en soulignant son aspect durable.

2.3. Identifier les cibles de communication

Les cibles de communication pour les journées portes ouvertes peuvent inclure :

- Les futurs habitants
- Les commerçants de proximité
- Les collectivités locales
- Les investisseurs
- Les médias locaux

La hiérarchisation pourrait être faite en plaçant les futurs habitants et les commerçants en première position, car ils sont directement concernés par le projet.

2.4. Proposer les moyens de communication adaptés

Pour séduire les commerçants de proximité, les moyens de communication pourraient inclure :

- Des invitations personnalisées aux journées portes ouvertes
- Des brochures explicatives sur les avantages du quartier
- Des rencontres individuelles pour discuter des opportunités commerciales
- Des publicités ciblées dans des médias locaux (journaux, radios)

3.1. Justifier le choix d'Oppidea de confier la réalisation d'entretiens de groupe à un prestataire extérieur

Confier cette tâche à un prestataire extérieur permet d'apporter une expertise spécifique, d'assurer une objectivité dans les résultats, et de bénéficier d'une méthodologie éprouvée pour la réalisation d'entretiens de groupe.

3.2. Proposer le plan commenté du cahier des charges

Le plan pourrait inclure :

- Objectifs de l'étude
- Public cible (futurs habitants)
- Thèmes à aborder (besoins, attentes, propositions d'activités)
- Méthodologie (entretiens, questionnaires)
- Échéancier et budget

3.3. Aspects juridiques spécifiques

Les aspects juridiques à considérer incluent :

- La protection des données personnelles des participants
- Les droits d'utilisation des résultats de l'étude
- Les clauses de confidentialité

4.1. Justifier la proposition de campagne d'affichage et radio

La campagne d'affichage permet une visibilité accrue dans la région, tandis que la campagne radio touche un public plus large et diversifié. Ensemble, elles maximisent l'impact du message de promotion des logements.

4.2. Lister les prestataires nécessaires

Les prestataires à contacter pour la campagne radio incluent :

- Stations de radio locales (Toulouse FM, NRJ)
- Agences de publicité pour la création des spots

4.3. Proposer des indicateurs d'efficacité

Les indicateurs d'efficacité de la campagne pourraient être :

- Le taux de participation aux journées portes ouvertes

- Le nombre de demandes d'informations reçues
- Le volume de ventes de logements après la campagne
- Les retours et feedback des participants

3. Synthèse finale

Erreurs fréquentes :

- Ne pas justifier ses choix de manière claire.
- Oublier de hiérarchiser les cibles de communication.
- Ne pas prendre en compte les aspects juridiques dans les contrats.

Points de vigilance :

- Être précis dans les calculs financiers.
- Veiller à la cohérence des messages de communication.

Conseils pour l'épreuve :

- Lire attentivement chaque question et les annexes.
- Structurer ses réponses de manière logique.
- Utiliser des exemples concrets pour illustrer ses propos.

© FormaV EI. Tous droits réservés.

Propriété exclusive de FormaV. Toute reproduction ou diffusion interdite sans autorisation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.