



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 2018

1. Rappel du contexte du sujet

Ce sujet d'examen fait partie de l'épreuve E5 du BTS Communication, qui évalue les compétences des étudiants en conception et mise en œuvre de solutions de communication. Le thème principal est centré sur l'USAP, un club de rugby, et les défis de communication auxquels il fait face suite à sa relégation en Pro D2.

2. Correction question par question

1.1 Proposer une méthodologie d'étude adaptée permettant de connaître l'image du club.

L'idée de la question est de définir une méthodologie pour évaluer l'image du club. Le raisonnement attendu doit inclure des étapes claires et des outils adaptés.

Réponse modèle :

- **Objectif :** Évaluer l'image de l'USAP auprès des supporters.
- **Échantillon :** 1000 individus représentatifs des supporters à Perpignan.
- **Méthodes :**
 - Enquête par questionnaire (en ligne et en face-à-face).
 - Entretiens qualitatifs avec des supporters.
 - Analyse des réseaux sociaux pour évaluer les sentiments exprimés.
- **Analyse des données :** Utilisation de logiciels statistiques pour traiter les résultats.

1.2 Formuler une question à échelle qui permettra de vérifier si le club porte toujours ses valeurs traditionnelles.

Cette question doit permettre de mesurer la perception des valeurs du club. Le raisonnement doit inclure une échelle de réponse appropriée.

Réponse modèle :

« Sur une échelle de 1 à 5, dans quelle mesure pensez-vous que l'USAP incarne les valeurs de combat, régionalité, engagement et solidarité ? (1 = Pas du tout, 5 = Tout à fait) »

1.3 Indiquer à la directrice de la communication si elle peut utiliser librement les résultats de cette étude.

Il s'agit ici de vérifier la légalité et l'éthique de l'utilisation des résultats. Le raisonnement doit aborder les aspects juridiques et éthiques.

Réponse modèle :

Les résultats de l'étude peuvent être utilisés librement, à condition que les participants aient donné leur consentement éclairé et que les données soient anonymisées pour respecter la confidentialité.

1.4 Justifier la création d'un baromètre de l'image du club.

La question vise à expliquer l'intérêt d'un baromètre. Le raisonnement doit inclure des bénéfices mesurables.

Réponse modèle :

Un baromètre de l'image permet de suivre l'évolution de la perception du club dans le temps, d'identifier les points d'amélioration et de mesurer l'impact des actions de communication. Cela aide à adapter les stratégies en fonction des attentes des supporters.

1.5 Lister des outils de veille pertinents permettant d'optimiser la collecte de données sur l'image du club.

Cette question demande une liste d'outils de veille. Le raisonnement doit inclure des outils numériques et traditionnels.

Réponse modèle :

- Google Alerts pour suivre les mentions du club dans les médias.
- Outils d'analyse des réseaux sociaux (ex : Hootsuite, Sprout Social).
- Sondages réguliers auprès des supporters.
- Analyse des commentaires sur les publications du club.

1.6 Identifier l'intérêt et les limites de chacune des propositions de positionnement.

Il s'agit d'analyser chaque proposition. Le raisonnement doit inclure des avantages et des inconvénients.

Réponse modèle :

- **L'USAP, le meilleur du rugby, la passion en plus :**
 - **Intérêt :** Renforce l'image de performance.
 - **Limite :** Peut sembler prétentieux si les résultats ne suivent pas.
- **L'USAP s'engage à vous offrir une expérience intense de tous les instants :**
 - **Intérêt :** Met l'accent sur l'expérience des supporters.
 - **Limite :** Peut être perçu comme vague sans actions concrètes.
- **L'USAP, c'est au-delà des valeurs du rugby, une force vive de la région, au service de sa population :**
 - **Intérêt :** Renforce l'ancrage local et les valeurs sociales.
 - **Limite :** Risque de diluer l'identité sportive du club.
- **L'USAP, le Club de rugby de toute la région :**
 - **Intérêt :** Inclusif et rassembleur.
 - **Limite :** Peut perdre l'identité spécifique du club.

1.7 Choisir et justifier la proposition la plus pertinente.

Cette question demande de faire un choix argumenté. Le raisonnement doit inclure des critères de pertinence.

Réponse modèle :

La proposition « L'USAP, c'est au-delà des valeurs du rugby, une force vive de la région, au service de sa »

population » est la plus pertinente car elle met en avant l'engagement social du club tout en renforçant son ancrage régional, ce qui peut séduire un large public et fidéliser les supporters.

2.1 Repérer les principaux éléments internes et externes susceptibles de faciliter ou d'entraver la campagne de communication en direction des supporters.

Cette question demande une analyse SWOT. Le raisonnement doit inclure des éléments internes (forces, faiblesses) et externes (opportunités, menaces).

Réponse modèle :

- **Forces** : Fidélité des supporters, bonne fréquentation des matchs.
- **Faiblesses** : Résultats sportifs en baisse, image affectée par la relégation.
- **Opportunités** : Croissance des réseaux sociaux, intérêt croissant pour le rugby.
- **Menaces** : Concurrence d'autres sports, crise du rugby français.

2.2 Présenter sous forme de tableau les différentes cibles de communication et l'objectif principal assigné à chacune d'elles.

Cette question demande une présentation structurée. Le raisonnement doit inclure des cibles claires.

Réponse modèle :

Cible	Objectif principal
Supporters actuels	Fidéliser et renforcer l'engagement.
Nouveaux supporters	Attirer de nouveaux abonnés.
Partenaires	Renforcer les relations BtoB et augmenter le soutien financier.
Jeunes et familles	Promouvoir le rugby comme activité familiale et éducative.

2.3 Lister et justifier des moyens digitaux permettant d'accroître le lien avec les supporters actuels et potentiels.

Cette question demande une liste de moyens digitaux. Le raisonnement doit inclure des justifications.

Réponse modèle :

- **Réseaux sociaux** : Engagement direct avec les supporters, partage de contenus exclusifs.
- **Newsletter** : Informations régulières sur les matchs, promotions et événements.
- **Site internet interactif** : Billetterie en ligne, forum de discussion pour les supporters.
- **Applications mobiles** : Notifications en temps réel sur les résultats et les événements.

2.4 Proposer, dans le cadre de cette stratégie digitale, trois types de contenus distincts.

Cette question demande des propositions de contenu. Le raisonnement doit inclure des formats variés.

Réponse modèle :

- **Vidéos de coulisses** : Montrer l'envers du décor des entraînements et des matchs.
- **Interviews de joueurs** : Partager des témoignages et des histoires personnelles.
- **Concours interactifs** : Offrir des billets ou des produits dérivés en échange de partages sur les réseaux sociaux.

2.5 Analyser, à partir notamment des annexes 1 et 4, et à l'aide de tout calcul utile, les principaux scores obtenus par la page Facebook du club.

Cette question demande une analyse des données. Le raisonnement doit inclure des calculs et des interprétations.

Réponse modèle :

La page Facebook a une portée moyenne de 80 000 vues et un engagement moyen de 600 « likes » et 200 commentaires. Le taux d'engagement est calculé comme suit :

Taux d'engagement = (Likes + Commentaires) / Portée

Taux d'engagement = (600 + 200) / 80 000 = 1%.

Ce taux est considéré comme bon dans le secteur, ce qui indique un bon niveau d'interaction avec les supporters.

2.6 Indiquer comment la communication de l'USAP pourrait exploiter les programmes de formation, présentés en annexe 6, pour renforcer le lien avec ses supporters.

Cette question demande une réflexion sur l'intégration des programmes de formation. Le raisonnement doit inclure des actions concrètes.

Réponse modèle :

La communication de l'USAP pourrait promouvoir les programmes de formation « Un essai pour l'emploi » et « Un essai pour l'insertion » via les réseaux sociaux et lors des matchs. Cela permettrait de montrer l'engagement du club envers la communauté, d'attirer des jeunes et leurs familles, et de créer un lien fort avec les supporters en mettant en avant des histoires de réussite.

3.1 Analyser le portefeuille actuel de partenaires tout en justifiant la ou les méthode(s) utilisée(s).

Cette question demande une analyse du portefeuille. Le raisonnement doit inclure des méthodes d'analyse.

Réponse modèle :

Pour analyser le portefeuille de partenaires, on peut utiliser la méthode ABC qui classe les partenaires selon leur contribution financière. Cette méthode permet de cibler les partenaires les plus importants et de définir des stratégies adaptées pour chaque catégorie.

3.2 Proposer, à l'issue de cette analyse, des solutions pour optimiser ce portefeuille.

Cette question demande des solutions concrètes. Le raisonnement doit inclure des actions précises.

Réponse modèle :

- Renforcer les relations avec les partenaires majeurs par des événements exclusifs.
- Cibler de nouveaux partenaires dans des secteurs en croissance, comme le numérique.
- Développer des offres de sponsoring flexibles pour attirer des petites entreprises locales.

3.3 Expliquer d'un point de vue juridique, l'absence de sponsors et de mécènes, issus du

monde du vin, dans cette région pourtant fortement viticole.

Cette question demande une réflexion juridique. Le raisonnement doit inclure des éléments de réglementation.

Réponse modèle :

La réglementation sur le sponsoring dans le domaine du vin peut être restrictive, notamment en ce qui concerne la promotion de l'alcool. Les lois sur la publicité pour les boissons alcoolisées peuvent limiter les opportunités de partenariat, ce qui explique l'absence de sponsors dans ce secteur.

| 3. Synthèse finale

Dans ce corrigé, nous avons abordé les différentes questions du sujet en fournissant des réponses structurées et argumentées. Les erreurs fréquentes à éviter incluent le manque de précision dans les réponses et l'absence de justification des choix. Les étudiants doivent également veiller à bien comprendre les enjeux juridiques et éthiques liés à la communication. Pour réussir l'épreuve, il est conseillé de bien lire chaque question, de prendre le temps de réfléchir avant de répondre et de structurer ses réponses de manière claire et logique.

Conseils méthodologiques

- Lire attentivement chaque question et identifier les mots-clés.
- Structurer les réponses en utilisant des listes ou des tableaux lorsque cela est possible.
- Justifier chaque réponse avec des exemples concrets ou des données lorsque cela est pertinent.
- Veiller à respecter le temps imparti pour chaque question afin de couvrir l'ensemble du sujet.

© 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.