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 :
formav.co/explorer

BTS Communication

Cultures de la communication

Session 2014 • Code sujet : **COCOM** • Durée : **4 heures** • Coefficient : **3**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Jeunesse et représentations de la jeunesse (2 questions) **Page 3**

2. Analyse et déclinaison de la campagne des emplois d'avenir (3 questions) **Page 4**

3. Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 6**

Sujet officiel (PDF) : https://bts-com.fr/assets/annales/bts-communication/E1 - Cultures de la communication/2014/BTS Communication - E1 - Cultures de la communication - Session 2014 - 1-Sujet.pdf

1. Jeunesse et représentations de la jeunesse

Cette partie s'appuie sur le poème « Roman » d'Arthur Rimbaud, qui évoque les expériences et les émotions de la jeunesse. Elle invite aussi à interroger la manière dont les campagnes de communication actuelles représentent les jeunes.

Première partie

Question 1). À partir d'une lecture précise du texte, mettez en évidence la conception que Rimbaud se fait de la jeunesse. Rédigez intégralement votre réponse.

Rimbaud présente la jeunesse comme un âge de liberté, de sensations et d'élans spontanés. Les promenades de juin, les parfums, les cafés et la nuit forment un cadre propice à l'éveil amoureux. Le jeune, « grisé » par la « sève » comparée au champagne, rêve d'amour à travers les romans et les sonnets, mais se révèle naïf face à la rencontre. L'idéal se heurte au rire de la jeune fille et à la déception, avant un retour aux cafés et aux boissons du début. La reprise du premier vers en boucle fait ainsi de l'insouciance une expérience à la fois exaltante et passagère.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> La jeunesse est un temps d'insouciance, de liberté et d'intenses sensations, où les rêveries amoureuses se heurtent à la déception.

Question 2). Affirmeriez-vous que les campagnes de communication actuelles mettent en avant l'idée qu'« on n'est pas sérieux, quand on a dix-sept ans » ? Appuyez votre réponse sur l'analyse d'exemples précis, à l'exclusion de celui présenté dans le sujet, et rédigez-la intégralement.

Oui, certaines campagnes valorisent une jeunesse spontanée et peu solennelle, sans que cette représentation soit systématique. Les publicités Oasis mettent en scène des fruits-personnages aux répliques absurdes et aux aventures fantaisistes : l'humour et le jeu séduisent un public jeune en associant la marque à l'insouciance.

À l'inverse, les campagnes de prévention routière autour de « Sam, celui qui conduit, c'est celui qui ne boit pas » reprennent les codes des sorties entre amis, mais invitent à désigner un conducteur sobre. Elles présentent donc les jeunes comme capables de choix responsables. La communication exploite parfois la légèreté comme ressort d'attraction, tout en pouvant appeler à la maturité.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les campagnes peuvent séduire par l'humour et l'insouciance, mais aussi représenter les jeunes comme capables d'agir de façon responsable.

2. Analyse et déclinaison de la campagne des emplois d’avenir

Le ministère du Travail a lancé une campagne nationale d’information sur les emplois d’avenir, destinés notamment aux jeunes de 16 à 25 ans, peu ou pas diplômés, et diffusée dans des lieux d’accompagnement vers l’emploi. Les supports étudiés sont une carte postale recto-verso et une affiche ; il faut analyser leur approche de la cible jeune, puis concevoir une déclinaison de la carte en bannière web animée.

A) Questions d’analyse

Question 1). En vous appuyant sur l’ensemble des éléments de l’affiche et de la carte postale, montrez par quels procédés la campagne de communication sur les emplois d’avenir cherche à atteindre la cible « jeune ».

La campagne interpelle les jeunes par le « vous » et des questions qui reprennent leur situation : âge, diplôme et recherche d’emploi. L’affiche met en avant « Emplois d’avenir » et la promesse « sont pour vous » dans un grand cercle rose. Au recto de la carte, l’accroche provocatrice « Sans diplôme tu trouveras jamais du boulot » retient l’attention ; le mot « jamais » barré en rose renverse le message. Au verso, des rubriques, des étapes numérotées et des contacts concrets expliquent les conditions et les démarches. Le ton direct, les couleurs vives et le site web rendent l’offre identifiable et accessible.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Une accroche directe et décalée attire les jeunes, puis des informations pratiques et des démarches claires les orientent vers le dispositif.

Question 2). Pensez-vous que la campagne sur les emplois d’avenir tient compte de la représentation de la jeunesse proposée par Rimbaud ?

La campagne tient compte de la jeunesse évoquée par Rimbaud, mais en retient surtout une réalité sociale et professionnelle. Comme le poème, elle s’adresse directement aux jeunes et cherche à capter leur attention par une formule marquante. Toutefois, dans « Roman », les dix-sept ans sont associés à l’insouciance, aux promenades, aux rêves et aux premières amours. La campagne, elle, cible les 16-25 ans peu ou pas diplômés et met en avant l’emploi, la formation et l’accompagnement. Elle reconnaît donc les difficultés d’insertion, sans reprendre pleinement la liberté et la légèreté célébrées par Rimbaud.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Partiellement : elle s’adresse aux jeunes, mais les présente surtout comme des candidats à accompagner vers l’emploi.

B) Production

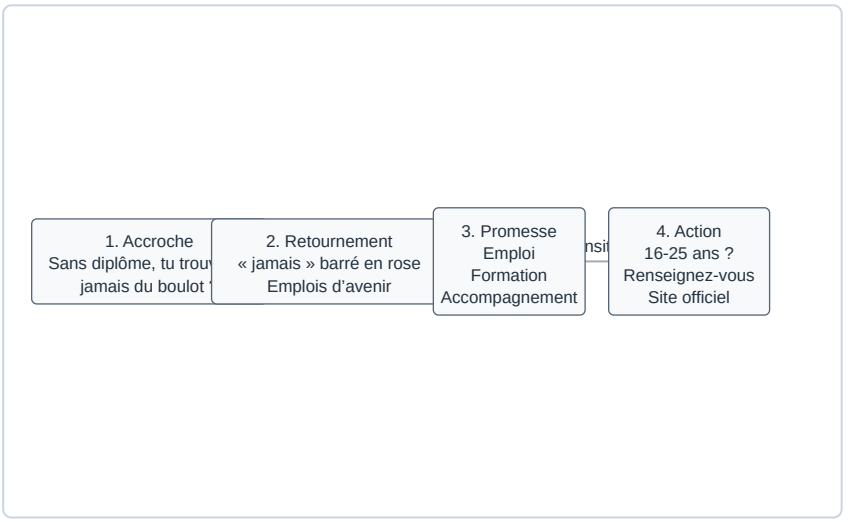
Question B). Déclinez le recto et le verso de la carte postale en une bannière web animée de 468 × 60 pixels, soit 165 × 21 mm, placée en haut de page. Présentez vos propositions sous la forme d'un schéma précisément légendé, puis justifiez l'ensemble de vos choix en montrant leur cohérence avec les outils de communication analysés et leur prise en compte des spécificités du nouveau support.

La bannière reprend l'accroche du recto, le rose qui barre « jamais » et l'identité visuelle de la campagne. Elle condense le verso en quelques informations lisibles, adaptées au format horizontal de 468 × 60 pixels.
L'animation proposée suit quatre temps :

1. Accroche : « Sans diplôme, tu trouveras jamais du boulot ? »
2. Le mot « jamais » est barré ; apparaît « Emplois d'avenir ».
3. Promesse : « Un emploi, une formation, un accompagnement ».
4. Appel à l'action : « 16-25 ans ? Renseignez-vous » et adresse du site officiel.

Les transitions restent sobres et l'écran final demeure affiché pour laisser le temps de lire et de cliquer.

Storyboard de la bannière web animée



Quatre écrans successifs dans une bannière de 468 × 60 pixels. L'écran final reste affiché et cliquable.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Bannière animée de 468 × 60 pixels : accroche, retournement positif, promesse, puis appel à l'action vers le site officiel.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2014)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve de Cultures de la communication du BTS Communication, session 2014, code COCOM, dure quatre heures et a un coefficient de 3. Elle étudie la jeunesse à travers le poème « Roman » de Rimbaud et la campagne des emplois d'avenir. Les tâches évaluent lecture analytique, argumentation, analyse de supports de communication et conception d'une bannière web animée adaptée au format demandé.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Reliez les procédés d'écriture du poème aux émotions, aux thèmes et à la représentation de la jeunesse.
- Analysez conjointement textes, images, mise en page, couleurs, typographie et logos des supports de campagne.
- Une déclinaison cohérente reprend les signes distinctifs de la campagne tout en les adaptant au nouveau support.
- Le format horizontal de la bannière impose une hiérarchie visuelle claire et des informations lisibles.

Points de vigilance & attentes du jury

- Appuyez l'analyse du poème sur des éléments précis du texte et expliquez leur effet.
- Pour la question sur les campagnes actuelles, donnez des exemples précis autres que celui du sujet.
- Analysez l'ensemble de l'affiche et les deux faces de la carte postale.
- Pour la bannière, légendez le schéma et justifiez les choix de contenu, d'animation et de format.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser l'analyse du poème de Rimbaud ?

Repérez des éléments précis du texte, comme les images, le ton et le vocabulaire. Reliez-les à des idées sur la jeunesse, puis expliquez leurs effets dans une réponse rédigée et structurée.

Q : Que faut-il observer dans l'affiche et la carte postale ?

Examinez ensemble les accroches, les informations, les couleurs, la typographie, les images, les logos et la mise en page. Expliquez comment ces choix s'adressent aux jeunes et rendent le dispositif compréhensible.

Q : Comment gérer le temps et le barème de l'épreuve ?

L'épreuve dure quatre heures. La première partie vaut 8 points et la deuxième 12 points. Le sujet ne précise pas de répartition des points par question ; organisez votre temps en fonction de ces deux parties.

Q : Quels critères de présentation sont explicitement demandés ?

Les réponses de la première partie doivent être intégralement rédigées. Pour la production, le sujet exige un schéma précisément légendé et une justification de la cohérence avec les supports analysés et des spécificités du web.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bts-com.fr/assets/annales/bts-communication/E1 - Cultures de la communication/2014/BTS Communication - E1 - Cultures de la communication - Session 2014 - 1-Sujet.pdf

Ressources BTS Communication : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

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.