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 2019 • Code sujet : **COCOM** • Durée : **4 heures** • Coefficient : **3**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Objets, symbolisation et caractéristiques techniques des produits** (2 questions) **Page 3**

2. **Récit de marque et création de stories Instagram pour Paraboot** (4 questions) **Page 4**

3. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) **Page 7**

Sujet officiel (PDF) : https://bts-com.fr/assets/annales/bts-communication/E1 - Cultures de la communication/2019/BTS Communication - E1 - Cultures de la communication - Session 2019 - 1-Sujet.pdf

1. Objets, symbolisation et caractéristiques techniques des produits

À partir d'un extrait de Serge Tisseron sur la médiation des objets, le candidat explique comment les dimensions technique et symbolique peuvent être pensées ensemble. Il discute ensuite l'intérêt de mettre en avant les caractéristiques techniques dans la communication des produits, à partir d'exemples précis différents de celui du sujet.

Question 1). Expliquer comment Serge Tisseron dépasse, dans le texte proposé, l'opposition entre technique et symbolique. Rédiger intégralement la réponse.

Tisseron refuse de séparer technique et symbolique : fabriquer un objet mobilise des gestes et une maîtrise technique, mais lui donne aussi une forme qui exprime des sensations et des émotions. Son usage ne répond pas uniquement à un besoin pratique : son apparence et le choix de l'acheteur reflètent ses goûts et son histoire. Les objets familiers et les réalisations technologiques transmettent également la mémoire d'une culture. Le langage n'est donc pas le seul moyen de symboliser le monde : les gestes, les objets et leurs usages participent eux aussi à cette expression.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les objets sont à la fois des réalisations techniques et des supports d'expression personnelle et de mémoire collective.

Question 2). Les annonceurs ont-ils intérêt à mettre en avant les caractéristiques techniques des produits ? Répondre en s'appuyant sur l'analyse d'exemples précis, à l'exclusion de celui présent dans le sujet.

Oui, à condition de traduire les caractéristiques en bénéfices concrets et de les adapter au public. Elles peuvent informer, rassurer et différencier un produit, mais un discours trop technique risque de rester abstrait.

- Dyson met en avant la technologie cyclonique de certains aspirateurs : l'explication de leur fonctionnement rend plus concrète la promesse d'une aspiration sans sac.
- Samsung souligne la certification IP68 de certains smartphones, comme le Galaxy S10 : cette caractéristique rassure sur leur résistance à la poussière et à l'eau dans les conditions prévues par la norme, sans signifier qu'ils sont étanches en toute circonstance.

Ces arguments sont donc utiles lorsqu'ils sont compréhensibles et reliés à un usage réel.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Oui, si les caractéristiques techniques sont exactes, compréhensibles et reliées à des bénéfices concrets pour le public visé.

2. Récit de marque et création de stories Instagram pour Paraboot

Paraboot, marque de chaussures fondée en 1908 et distribuée dans plus de 800 points de vente, met en avant son savoir-faire artisanal, ses méthodes de fabrication et ses valeurs sur son site internet. Le candidat analyse trois extraits de ce site, puis imagine deux stories Instagram lors de la visite d'un influenceur dans l'usine de Saint Jean de Moirans et justifie ses choix de communication.

A) Questions d'analyse

Question 1). Comment Paraboot construit-elle un récit de marque (storytelling) sur son site internet à partir des documents 1, 2 et 3 ? Répondre de façon structurée et argumentée en s'appuyant sur l'analyse des procédés mis en œuvre.

Le site construit un récit en trois temps, du geste artisanal à l'histoire de la maison :

1. **Le savoir-faire :** le document 1 associe des gros plans de couture à l'explication des montages Goodyear et norvégien.
2. **Le lieu et ses artisans :** le document 2 invite à « pousser la porte » des ateliers de Saint-Jean-de-Moirans et montre les ouvriers au travail.
3. **L'héritage :** le document 3 ancre la marque dans la durée, avec 1908, les 150 opérations manuelles, la fabrication locale et les valeurs de durabilité et de confort. Le bouton « Découvrir » prolonge ce récit en invitant le visiteur à explorer l'histoire.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Paraboot raconte une maison fondée en 1908, dont les gestes, les ateliers et la transmission fondent la qualité durable des chaussures.

Question 2). À partir de l'affirmation de Serge Tisseron selon laquelle l'être humain symbolise le monde aussi par les gestes, déterminer si la communication de Paraboot illustre cette idée et justifier la réponse.

Oui. Le site montre les mains qui cousent et façonnent les chaussures, ainsi que les ouvriers dans leurs ateliers. Ces gestes ne sont pas de simples opérations techniques : ils rendent visibles la maîtrise, la patience et la transmission d'un savoir-faire. Ils donnent ainsi une valeur symbolique aux produits et contribuent à l'identité de Paraboot. La communication illustre donc l'idée de Tisseron : les gestes, comme les mots, permettent de transmettre une culture et des valeurs.

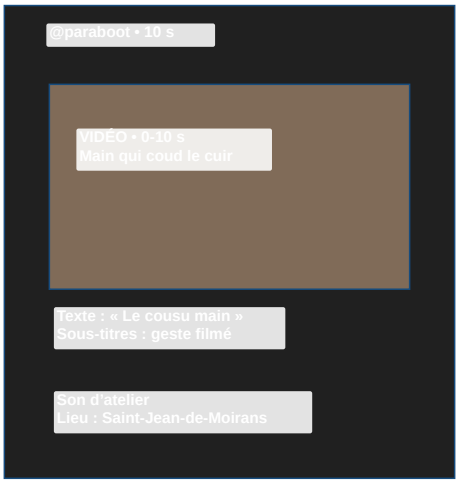
> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Oui : les gestes de fabrication expriment la maîtrise, l'authenticité et la transmission associées à Paraboot.

B) Production

Question 1). Concevoir deux stories à proposer pendant la journée d'immersion d'un influenceur mode dans l'usine Paraboot de Saint Jean de Moirans, pour alimenter le compte Instagram de la marque et valoriser son savoir-faire et ses produits auprès de jeunes actifs urbains appartenant aux professions et catégories socioprofessionnelles supérieures. Présenter les stories sous forme de schémas légendés et indiquer leurs éléments constitutifs : vidéos, photos, textes, effets et autres moyens propres à l'application. Chaque story est un format court de 5 à 15 secondes.

Les deux stories de 10 secondes suivent un parcours de l'atelier au produit porté. La première filme en vertical un geste de couture, avec sous-titres et indication du lieu. La seconde enchaîne une photo et une courte vidéo de la chaussure portée en ville, puis sollicite les abonnés avec un sticker question et un lien vers la collection. Les maquettes précisent les textes et les éléments Instagram.

Story 1 Instagram : le geste du cousu main, 10 secondes



Story 2 Instagram : du produit au style urbain, 10 secondes



✓ RÉPONSE À RETENIR

Deux stories verticales de 10 secondes : le cousu main en atelier, puis la chaussure portée en ville avec une question interactive.

Question 2). Justifier l'ensemble des choix pour les deux stories, en montrant les procédés repris du site vitrine afin de maintenir une cohérence avec lui, les adaptations aux spécificités du support Instagram et les choix créatifs nouveaux.

Les stories reprennent les codes du site : gros plans sur les gestes, atelier réel, fabrication à Saint-Jean-de-Moirans et héritage de 1908. Elles relient ce savoir-faire aux attentes d'actifs urbains, en montrant le produit porté et en évoquant sa durabilité.

- **Adaptation à Instagram :** format vertical, textes brefs, sous-titres et séquences de 10 secondes pour une consultation mobile.
- **Choix créatifs :** l'influenceur incarne la visite, le passage de l'atelier à la ville crée une progression, et le sticker question favorise l'interaction.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les stories prolongent le récit artisanal du site et l'adaptent à Instagram par le format vertical, l'incarnation et l'interaction.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2019)

Bilan de l'épreuve : Épreuve de BTS Communication, Cultures de la communication, session 2019, code COCOM, d'une durée de 4 heures et coefficient 3. Elle porte d'abord sur la symbolisation des objets et la communication des caractéristiques techniques. La seconde partie étudie le récit de marque de Paraboot et évalue l'analyse de documents ainsi que la conception et la justification de stories Instagram.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Un objet remplit une fonction pratique tout en exprimant des sensations, des émotions, des goûts et une histoire personnelle ou culturelle.
- La symbolisation passe par les mots, mais aussi par les gestes, les objets et les pratiques de fabrication.
- Le storytelling de marque mobilise textes, images, histoire et valeurs pour construire une identité cohérente.
- Une création pour Instagram doit conjuguer identité de marque, spécificités du support et propositions créatives.

Points de vigilance & attentes du jury

- Dans l'analyse de Tisseron, distinguer fonction d'usage et dimension symbolique sans les opposer mécaniquement.
- Appuyer les réponses d'analyse sur des exemples précis du texte ou des documents demandés.
- Présenter deux schémas lisibles et légendés, avec les éléments constitutifs des stories et leur durée de 5 à 15 secondes.
- Justifier les choix en traitant la cohérence avec le site, l'adaptation à Instagram et la créativité nouvelle.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment analyser le lien entre technique et symbolique dans le texte ?

Montrez que l'objet associe une valeur d'usage à une dimension expressive : gestes de fabrication, mémoire culturelle, choix de forme ou de couleur, sensations et émotions. Tisseron critique ainsi leur séparation et le monopole accordé au langage.

Q : Comment analyser les procédés de storytelling du site Paraboot ?

Étudiez les textes et les images des trois documents : histoire, ateliers, gestes professionnels et méthodes de fabrication. Reliez ces procédés aux valeurs revendiquées par la marque, comme la durabilité, le confort et le savoir-faire artisanal.

Q : Comment organiser le travail pendant les quatre heures d'épreuve ?

La première partie vaut 8 points et la deuxième 12 points : répartissez le temps en conséquence, sans négliger l'une ou l'autre. Réservez un temps pour structurer les analyses, réaliser les deux schémas et vérifier chaque consigne.

Q : Quels critères de notation faut-il privilégier pour les stories ?

Le sujet demande deux stories schématisées et légendées, puis une justification des choix. Il faut donc rendre les propositions compréhensibles et expliquer clairement leur cohérence avec le site, leur adaptation à Instagram et leur apport créatif.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bts-com.fr/assets/annales/bts-communication/E1 - Cultures de la communication/2019/BTS Communication - E1 - Cultures de la communication - Session 2019 - 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.