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

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

COMMUNICATION

ÉPREUVE E2.2 : PRODUCTION ORALE EN CONTINU ET EN INTERACTION

SESSION 2026

Durée : 4 heures

SPÉCIALITÉ / UNITÉ	COEFF
COMMUNICATION	1,5

Moyens de calculs et matériel autorisés :

L'usage de la calculatrice n'est pas autorisé.

Aucun document ou matériel autorisé en dehors de ceux fournis avec le sujet. Les documents DT 1 et DT 2 ainsi qu'une feuille de préparation sont remis au candidat.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Ce sujet comporte 5 pages numérotées de 1/5 à 5/5.

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CONSIGNES GÉNÉRALES DE L'ÉPREUVE : ATELIER RIVE GAUCHE, AGENCE DE COMMUNICATION FICTIVE SITUÉE À NANTES (LOIRE-ATLANTIQUE)

Vous êtes chargé ou chargée de communication junior au sein de l'agence Atelier Rive Gauche. Votre responsable vous demande de présenter en anglais le bilan d'une campagne locale menée pour le client fictif Maison des Transitions Nantes, puis de répondre à ses questions et de défendre vos recommandations.

L'épreuve se déroule dans la langue vivante étrangère choisie par le candidat. Le présent sujet et les documents de soutien sont rédigés en anglais. Le candidat dispose de 20 minutes de préparation, puis de 20 minutes d'interrogation. Il peut prendre des notes pendant la préparation et les utiliser comme aide-mémoire pendant l'oral. Il ne lit pas un texte rédigé.

L'interrogation comprend une prise de parole en continu à partir des documents, suivie d'un échange avec l'examinateur. Les indications de points organisent le barème sur 20 points. Elles ne modifient pas la durée réglementaire de l'épreuve.

PARTIE 1 : Prise de parole en continu (8 points)

Présenter, organiser et commenter les documents en anglais

À partir des documents DT 1 et DT 2, présentez en anglais le contexte, les objectifs et les principaux résultats de la campagne. Organisez votre propos de manière claire et appuyez-vous sur les données pertinentes. Vous pouvez consacrer environ 5 à 7 minutes à cette présentation.

1.1 (2 points) Présentez le client, l'événement promu et le public visé. Expliquez le rôle de la campagne et les deux objectifs chiffrés fixés dans le brief.

1.2 (3 points) Sélectionnez et commentez les résultats les plus significatifs du tableau DT 2. Comparez les trois canaux de communication en vous appuyant sur des chiffres précis. Expliquez ce que ces chiffres permettent de conclure et ce qu'ils ne permettent pas de conclure à eux seuls.

1.3 (3 points) Présentez un bilan global au regard des objectifs. Formulez deux recommandations concrètes pour une prochaine édition et justifiez chacune d'elles par les informations des documents.

PARTIE 2 : Interaction avec l'examinateur (8 points)

Répondre, justifier un point de vue et soutenir l'échange

Après votre présentation, l'examinateur conduit un échange en anglais à partir de votre exposé et des documents. Les questions ci-dessous indiquent les thèmes susceptibles d'être abordés. L'examinateur peut reformuler une question ou demander une précision.

2.1 (2 points) Expliquez quel canal vous privilégieriez pour la prochaine campagne et défendez votre choix en tenant compte des résultats, du coût et du public visé.

2.2 (2 points) Répondez à une objection du client qui estime que le nombre d'impressions sur les réseaux sociaux suffit à prouver le succès de la campagne. Nuancez votre réponse à l'aide des indicateurs disponibles.

2.3 (2 points) Proposez une mesure concrète pour améliorer l'accessibilité ou la participation à l'événement. Expliquez comment vous communiqueriez cette mesure au public concerné.

2.4 (2 points) Répondez aux demandes de clarification ou de précision de l'examinateur, développez vos idées et réagissez de façon pertinente aux relances.

PARTIE 3 : Maîtrise de la communication orale en langue étrangère (4 points)

Intelligibilité, cohérence et ressources linguistiques mobilisées pendant l'ensemble de l'oral

Cette partie est évaluée sur l'ensemble de la prestation. Elle ne constitue pas une série de questions supplémentaires. Le candidat est évalué sur sa capacité à transmettre un message compréhensible et adapté à une situation professionnelle.

3.1 (2 points) Le propos est-il intelligible et organisé ? L'expression permet-elle de présenter les informations, d'établir des liens et de guider l'interlocuteur ?

3.2 (2 points) Le candidat mobilise-t-il un lexique adapté au contexte de communication et des structures linguistiques suffisamment variées ? La prononciation permet-elle la compréhension ?

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : BRIEF DE CAMPAGNE : MAISON DES TRANSITIONS NANTES

Client: Maison des Transitions Nantes, a fictional community organisation promoting practical environmental initiatives.

Event: Green Neighbourhood Day, a free public event planned for Saturday 16 May 2026, from 10:00 a.m. to 4:00 p.m., at the Halles de la Loire in Nantes. The venue has a maximum capacity of 250 visitors at one time.

Audience: residents aged 18 and over in Nantes and nearby towns, local associations, and small businesses interested in repair, reuse and low-waste living.

Campaign period: 20 April to 15 May 2026. The campaign used Instagram and Facebook posts, one email newsletter, and printed posters with a QR code.

Objectives: obtain at least 250 registrations and welcome at least 200 attendees. Registration was free. The client asked the agency to report registrations and attendance by attributed channel, campaign costs, and practical recommendations for the next edition.

Communication requirements: use plain language; include the date, venue, free-entry information and registration link in event announcements; provide alternative text for informative social-media images; obtain permission before publishing identifiable photographs; and include an unsubscribe option in the email newsletter. Registrations were attributed to the last recorded campaign interaction before registration. The channel figures in DT 2 are mutually exclusive and are not duplicated across channels.

DT 1 : Cahier des charges de la campagne

Élément	Donnée
Événement	Green Neighbourhood Day, samedi 16 mai 2026
Lieu et horaires	Halles de la Loire, Nantes, de 10 h à 16 h
Capacité maximale simultanée	250 visiteurs
Période de campagne	Du 20 avril au 15 mai 2026
Objectif d'inscriptions	Au moins 250
Objectif de fréquentation	Au moins 200 participants
Canaux utilisés	Instagram et Facebook, newsletter, affiches avec QR code
Attribution	Dernière interaction de campagne enregistrée avant l'inscription, canaux sans doublon

Données de cadrage fournies par le client fictif.

DT 2 : RÉSULTATS DE CAMPAGNE ET COÛTS

Les données ci-dessous sont les résultats consolidés communiqués par le client fictif après l'événement. Les inscriptions et présences sont attribuées selon la règle décrite dans DT 1. Les coûts sont des coûts directs de campagne en euros. Les indicateurs de portée, d'impressions, d'ouvertures, de clics et de scans ne représentent pas tous des personnes distinctes.

Pour interpréter le tableau, le taux de conversion clics-inscriptions peut être calculé par canal lorsque le nombre de clics est fourni : inscriptions divisées par clics, puis multipliées par 100. Pour les affiches, les scans QR constituent le point d'entrée mesuré. Le coût par inscription correspond au coût direct du canal divisé par ses inscriptions attribuées.

DT 2 : Indicateurs et coûts par canal

Canal	Indicateur de diffusion	Clics ou scans	Inscriptions	Participants présents	Coût direct
Réseaux sociaux	18 000 personnes touchées ; 31 500 impressions	1 260 clics	168	126	900 €
Newsletter	2 100 courriels délivrés ; 840 ouvertures	210 clics	84	63	300 €
Affiches avec QR code	Affiches diffusées dans 30 lieux partenaires	360 scans	48	36	450 €
Total	Indicateurs de diffusion non additionnables entre eux	1 830 clics ou scans	300	225	1 650 €

Résultats consolidés de la campagne. Les nombres d'inscriptions et de présences sont attribués à un seul canal.

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.