

BREVET TECHNICIEN SUPÉRIEUR COMMUNICATION

E1 – CULTURES DE LA COMMUNICATION

SESSION 2025

Durée : 4 heures
Coefficient : 3

Aucun matériel n'est autorisé.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comporte 9 pages, numérotées de 1/9 à 9/9.

BTS COMMUNICATION		Session : 2025
E1 Cultures de la communication	Code : 25COMCO	Page 1 / 9

CORPUS

Ensemble documentaire

Document 1 – Charles Baudelaire, « À une passante », *Les Fleurs du mal*, 1857

Document 2 – Jacques Réda, « La Bicyclette », *Retour au calme*, 1989

Document 3 – « L’art de capturer l’inattendu », interview du photographe Robin David, streetphotographyfrance.fr, site consulté le 16 octobre 2024

Document 4 – Photographie d’une œuvre de Banksy, prise le 16 mai 2006, à Londres

Campagnes de communication

Campagne 1 – Apple et Orange, « Iphone 15 Pro Max », spot audiovisuel, janvier 2024

Campagne 2 – Nikon verres optiques, « Révèle les détails », mars 2023

Annexe

Photographie et schéma de la façade de l’Apple store des Champs-Élysées, Paris

BTS COMMUNICATION		Session : 2025
E1 Cultures de la communication	Code : 25COMCO	Page 2 / 9

QUESTIONS

Question 1 : (6 points)

En vous appuyant sur l'ensemble documentaire et sur vos connaissances, vous vous demanderez quels sont les avantages, dans les campagnes de communication actuelles, de représenter la rue comme l'espace de tous les possibles.

Intégralement rédigée, votre réponse devra se référer à des exemples précis de campagnes de communication récentes, à l'exclusion des deux campagnes présentes dans le sujet.

Question 2 : (6 points)

En comparant ces deux campagnes, vous montrerez comment les annonceurs mettent en scène la rue pour valoriser leurs produits.

Votre réponse structurée devra se référer à des procédés précis employés dans les campagnes proposées.

Question 3 : (8 points)

Dans la continuité de la campagne « Voyez la vie en grand », afin de mettre en avant la qualité du téléobjectif de l'iPhone 15 Pro Max, Apple lance un concours de photos à destination du grand public. Pour inciter à s'inscrire à ce concours, Apple décide de procéder à la vidéo-projection d'une animation visuelle sur la façade de l'Apple store des Champs-Élysées. Cette animation dure 20 secondes et tourne en continu sur la façade. Vous êtes chargé(e) de concevoir cette animation visuelle.

1. Vous rédigez, à destination du prestataire technique en charge du projet, une note d'intention justifiant vos partis pris.
2. En vous aidant des documents de l'annexe, vous présentez votre animation visuelle et la façon dont elle se déploie sur la façade.

ENSEMBLE DOCUMENTAIRE

Document 1 – Charles Baudelaire, « À une passante », *Les Fleurs du mal*, 1857

À une passante

La rue assourdissante autour de moi hurlait.
Longue, mince, en grand deuil, douleur majestueuse,
Une femme passa, d'une main fastueuse
Soulevant, balançant le feston et l'ourlet ;

Agile et noble, avec sa jambe de statue.
Moi, je buvais, crispé comme un extravagant,
Dans son œil, ciel livide où germe l'ouragan,
La douceur qui fascine et le plaisir qui tue.

Un éclair... puis la nuit ! - Fugitive beauté
Dont le regard m'a fait soudainement renaître,
Ne te verrai-je plus que dans l'éternité ?

Ailleurs, bien loin d'ici ! trop tard ! *jamais* peut-être !
Car j'ignore où tu fuis, tu ne sais où je vais,
Ô toi que j'eusse aimée, ô toi qui le savais !

Document 2 – Jacques Réda, « La Bicyclette », *Retour au calme*, 1989

La bicyclette

Passant dans la rue un dimanche à six heures, soudain,
Au bout d'un corridor fermé de vitres en losange,
On voit un torrent de soleil qui roule entre des branches
Et se pulvérise à travers les feuilles d'un jardin,
Avec des éclats palpitants au milieu du pavage
Et des gouttes d'or en suspens aux rayons d'un vélo.
C'est un grand vélo noir, de proportions parfaites,
Qui touche à peine au mur. Il a la grâce d'une bête
En éveil dans sa fixité calme : c'est un oiseau.
La rue est vide. Le jardin continue en silence
De déverser à flots ce feu vert et doré qui danse
Pieds nus, à petits pas légers sur le froid du carreau.
Parfois un chien aboie ainsi qu'aux abords d'un village.
On pense à des murs écroulés, à des bois, des étangs.
La bicyclette vibre alors, on dirait qu'elle entend.
Et voudrait-on s'en emparer, puisque rien ne l'entrave,
On devine qu'avant d'avoir effleuré le guidon
Éblouissant, on la verrait s'enlever d'un seul bond
À travers le vitrage à demi noyé qui chancelle,
Et lancer dans le feu du soir les grappes d'étincelles
Qui font à présent de ses roues deux astres en fusion.

BTS COMMUNICATION		Session : 2025
E1 Cultures de la communication	Code : 25COMCO	Page 4 / 9

Document 3 – « L'art de capturer l'inattendu », interview du photographe Robin David

Street photography France est une plateforme spécialisée dans la photographie de rue qui se donne pour mission « d'ouvrir des portes de reconnaissance aux photographes, en les propulsant à travers divers projets soigneusement conçus » en présentant des photos, partageant des parcours de photographes. Le document ci-dessous est un extrait d'une interview de Robin David, l'un des membres de Street photography France.

SPF : pouvez-vous partager une expérience mémorable où vous avez capturé un moment particulièrement unique ou inattendu dans la rue ? Comment cela s'est-il déroulé et quel en a été le résultat ?

Robin David : l'action se déroule dans le Vieux-Lyon, presque un an après avoir débuté la photographie. Ce jour-là, je sors pour filmer quelques plans d'illustrations pour un projet, mais il y a une averse et je n'ai rien pour protéger mon matériel, alors je m'abrite sous les portes de la cathédrale Saint-Jean. Je n'avais pas prévu de prendre des photos, mais sur le parvis il y a un artiste de rue déguisé comme Jim Carrey dans "The Mask"¹, donc je suis obligé. Je prends quelques photos mais les interactions s'amenuisent avec la pluie qui ne cesse de tomber. Je m'assieds, appareil en main et regard dirigé vers la foule, sans pour autant chercher un nouveau sujet à photographier. J'attends surtout que la pluie s'arrête pour que je puisse finir de filmer mon plan et ensuite rentrer pour faire le montage. Et tout en contemplant les passants, je remarque une petite fille portant un ciré jaune, qui marche à côté de ses parents et arrive en vitesse à hauteur de l'artiste de rue. Je remarque tout de suite que la couleur de son ciré est la même que celui de l'artiste et je me dis qu'il faut que je me dépêche de prendre une photo, car l'association de couleurs m'aurait suffi à déclencher. Et à ce moment, je vois la petite fille lever la tête en direction de l'artiste et ralentir son pas. Elle ralentit. Puis s'arrête. Je vois ses parents continuer leur chemin. La petite fille, elle, est fascinée par ce qu'elle voit et reste plantée là à le regarder de haut en bas. J'ai le temps de cadrer, de faire le réglage et de prendre deux photos avant que sa mère revienne en lui tendant la main, avant de disparaître dans la foule. Là je l'explique en détail mais entre l'instant où je l'ai aperçue et celui où elle a disparu il y a à peine dix secondes. Je me souviens encore des sensations que j'avais eues. Cette impression que j'étais le seul à la voir, comme si c'était le fruit de mon imagination. L'impression d'être privilégié. Alors voilà, ce n'est pas le moment le plus inattendu qui me soit arrivé, mais je l'ai vécu dans une période où j'avais besoin de ce genre de fragment de vie pour me donner la confiance et la motivation de continuer la photographie de rue. Au final, je suis resté bloqué deux heures sous la cathédrale et il me reste deux photos qui certes, ne sont pas de très bonne qualité, mais qui me rappellent à quel point la photographie de rue peut être magique.

Source : streetphotographyfrance.fr, site consulté le 16 octobre 2024.

¹ Film dans lequel l'acteur incarne un personnage au masque vert portant un costume extravagant.











BTS COMMUNICATION		Session : 2025
E1 Cultures de la communication	Code : 25COMCO	Page 5 / 9

Document 4 – Photographie d'une œuvre de Banksy, prise le 16 mai 2006, à Londres



CAMPAGNES DE COMMUNICATION

Campagne 1 – Apple/Orange, « iPhone 15 Pro Max », spot audiovisuel, janvier 2024

	
<p>1 Brouhaha de rue</p>	<p>2</p>
	
<p>3</p>	<p>4</p>
 <p>mus reprise pour un iPhone d'une valeur minimum de 10€ après diagnostic +</p>	 <p>jusqu'à 530€ de valeur de reprise selon le modèle et état (= valeur de l'iPhone</p>
<p>5</p>	<p>6</p>
 <p>état). Offre valable jusqu'au 31/01/24 en métropole. Conditions en boutique Orange</p>	 <p>Voyez la vie en grand</p> <p>Orange.</p>
<p>7</p>	<p>8 [Voix de femme] Voyez la vie en grand ...</p>
 <p>iPhone 15 Pro Max avec téléobjectif 5x</p> <p>DAS: 0,98 W/kg (DAS tête), 2,98 W/kg (DAS membres), 0,98 W/kg (DAS tronc)</p>	 <p>reprise de votre téléphone jusqu'à 600€* sans forfait</p>
<p>9... Avec le super téléobjectif fois 5 de l'iPhone 15 Pro Max avec Titane...</p>	<p>10 ...Et Orange reprise [Jingle Orange]</p>

<p>BTS COMMUNICATION</p>	<p>Session : 2025</p>
<p>E1 Cultures de la communication</p>	<p>Code : 25COMCO</p>
<p>Page 7 / 9</p>	

Campagne 2 – Nikon verres optiques, « Révèle les détails », mars 2023 (signature de marque de Nikon : « Une vision d'exception »)

En 2023, la marque Nikon propose des supports de communication à afficher dans les magasins d'optique revendeurs de ses produits. Les visuels ci-dessous sont des captures d'écran extraites d'une très courte vidéo présente en PLV chez les opticiens. La campagne propose par ailleurs aux clients de télécharger une application leur permettant d'intégrer à leurs photos des éléments de réalité augmentée.

Visuel 1



Visuel 2



Annexe – Photographie et schéma de la façade de l’Apple store des Champs-Élysées (Paris)

