

ÉPREUVE CULTURE DE LA COMMUNICATION

Épreuve de 4H - Coeff 3

ÉPREUVE CULTURE DE LA COMMUNICATION

Épreuve de 4H – Coeff 3

Partie 1 : Texte philosophique ou psycho-sociologique

Cette partie de l'épreuve est rapide. Elle doit durer **30 à 45 minutes maximum** (1 page recto/verso).

Le texte va donner le ton/ la thématique de l'ensemble du sujet. Durant les 4 heures d'épreuve, le candidat va traiter du même thème à travers différents exercices.

Exemple de thème : la solitude, la solidarité, l'hédonisme, la beauté, la jeunesse, l'immortalité, la pauvreté, la maladie, l'angoisse...

Le texte peut être l'extrait d'un roman, d'un essai, d'un discours, d'un poème (etc). Il a une fonction philosophique ou psycho-sociologique.

Après lecture du texte, le candidat doit répondre à une question qui est donnée par le sujet. Le but de cet exercice est de s'appuyer sur le texte pour répondre à la question. **Il ne faut pas résumer ou paraphraser le texte**. Il faut trouver des éléments de réponse à la question qui sont donnés par le texte mais les **reformuler** avec ses propres mots.

Exemple de question : Quel portrait l'auteur dresse-t-il de l'hédonisme ?

Methodologie

Introduction :

- Présenter rapidement le texte et l'auteur.
- Présenter rapidement le thème.
- Présenter rapidement la thèse de l'auteur.
- Présenter la problématique + la reformuler.

Développement :

- Il n'est pas nécessaire de citer le texte.
- Il faut répondre à la question de manière structurée.
- Faire 2 parties maximum.
- Toujours reformuler les propos du texte.

Conclusion :

- 3 à 4 lignes maximum.
- Réponse synthétique à la question.
- Pas d'ouverture.

Partie 2 : La discussion

Cette partie de l'épreuve doit également être rapide : 45 minutes / 1 heure.

Il s'agit d'une **mini-dissertation** (2 à 3 pages recto-verso maximum). On pose une question toujours sur le même thème que le texte mais **lié au monde de la communication**.

Exemple : Pensez-vous qu'il est stratégique pour les campagnes publicitaires de s'appuyer sur des valeurs hédonistes pour diffuser leur message ?

Le but de cet exercice est de répondre à la question posée de manière argumentée tout en s'appuyant sur des **exemples concrets de campagnes publicitaires ou de références théoriques**.

Le candidat doit argumenter en deux parties : « **Oui / Oui mais** » ou « **Non / Non mais** ». Chaque argument doit s'appuyer sur un exemple de campagne publicitaire ou sur la théorie d'un auteur étudié en cours.

Methodologie

Introduction :

- Contextualisation du sujet et du thème.
- Annonce de la problématique + reformulation de la question posée.
- Annonce du plan.

Développement :

- Plan en 2 parties (oui/oui mais OU non/non mais).
- 2 ou 3 arguments par partie.
- 2 à 3 exemples par partie.
- 2 références théoriques minimum.
- Faire des transitions.

Conclusion :

- Réponse synthétique à la question posée.

Partie 3 : Analyse

Dans cette partie, le candidat devra traiter **2 questions**.

La première est une question d'analyse qui nécessite une réponse longue, tandis que la deuxième est une question qui fait le lien entre le corpus et le texte.

Les deux questions sont liées, néanmoins, il est nécessaire de traiter la question 1 pour répondre à la 2.

A. La question d'analyse : 45 minutes / 1 heure (2 pages recto/verso max.)

Dans le sujet, le candidat trouvera un **corpus de documents** qui appartient à une **même campagne de communication du même annonceur**.

Il devra répondre à la question posée en analysant précisément les documents.

Attention ! Il ne s'agit pas de faire une analyse complète des documents, mais de donner seulement les éléments qui répondent à la question. Il est nécessaire d'argumenter sa réponse en s'appuyant sur les procédés visuels et rédactionnels utilisés par l'annonceur.

Exemple de question : Montrer comment l'annonceur de cette campagne de communication anime les valeurs d'hédonisme par des procédés visuels et rédactionnels.

Éléments de réponse : Les couleurs utilisées sont des couleurs chaudes = elles appellent au plaisir.

Methodologie

Introduction :

- Présenter la situation de communication (qui ? à qui ? quoi ? comment ?)
- Présenter les freins
- Rappel de la question posée
- Annonce du plan en 2/3 axes

Développement :

- Ne pas analyser TOUT le message, seulement les éléments de réponse
- Référence théorique si possible
- 2 ou 3 parties

Conclusion :

- Réponse synthétique à la question posée

B. La question corpus/texte (15 min max.) :

La réponse doit être **très courte** (une demie page).

Cette question a pour but de **faire le lien entre le texte et le corpus** de document. Le candidat doit sélectionner des éléments de réponses (déjà analysés dans la première question) qui permettront de déterminer s'il y a un lien entre le propos de l'auteur et le message diffusé par l'annonceur. Il est important de **justifier précisément la réponse**.

Exemple de question : Cette campagne de communication est-elle fidèle au portrait dressé par l'auteur au sujet de l'hédonisme ?

Methodologie

- La réponse n'est pas structurée (pas d'intro).
- Rappeler le sujet
- Expliquer la référence citée dans la question
- Réponse justifiée par une analyse précise des choix visuels, rédactionnels et formels (= type de support)

Partie 4 : Production (1h minimum.)

Cet exercice est celui qui demande le plus de **préparation** et de **concentration** au candidat. En effet, dans cette partie le sujet cherche à **exprimer les compétences stratégiques du candidat**. Les **compétences créatives** sont un plus mais ne pénalisent pas.

Généralement, un énoncé demande au candidat de **produire un support de communication** spécifique dans la continuité de la campagne du corpus de document.

Attention ! Le support à produire peut être sur le même thème **ET / OU** du même annonceur. Il faut bien lire l'énoncé !

La consigne peut demander de produire n'importe quel support de communication :

- Flyer
- Affiche
- Carte postale
- Carte de visite
- Spot radio
- Stand
- Stop trottoir
- Story réseaux sociaux
- Publication RS
- Vidéo
- Communiqué de presse
- Article
- Publi-reportage
- Autocollant
- Publicité audio-visuelle
- Encart publicitaire
- Bannière Web
- Newsletter

Dans le cas où la consigne demande la production d'un support rédactionnel, vous devrez rédiger l'entièreté du texte.

Cet exercice est très normé et la réponse doit respecter des règles très strictes. (Si la méthodologie est appliquée, vous avez la moitié des points.)

La réponse s'articule en **3 temps très distincts**. N'hésitez pas à les dissocier dans votre copie.

Methodologie

1/ Elaboration :

- Rappel de la mission confiée
- Analyse du contexte et de la stratégie de communication (objectifs / cibles)
- Contrainte d'adéquation = est ce que le support doit rester dans la même stratégie que la campagne ? (Cibles et objectifs)
- Contraintes du support = quelles sont les caractéristiques du support à prendre en compte ? *
- Contraintes techniques = quelles sont les contraintes de production du support à prendre en compte ? **
- Adopter un langage professionnel (culture technologique et PAO)

2/ Proposition :

- Faire un schéma précis et légendé du support
- Faire apparaître les éléments (ex : logo, texte, image...) à l'endroit souhaité par le candidat
- Numéroté les éléments
- Compléter la légende

3/ Justifications :

- Justifier les choix en fonction des contraintes créatives (adéquation, caractéristique du support)
Ex : « Nous avons décidé de reprendre la charte graphique de l'annonceur pour installer une cohérence entre les supports / ou pour que l'annonceur soit facilement reconnu par la cible.
- Justifier les choix visuels / rédactionnels / formels en fonction de la stratégie et la situation de communication (objectif, cibles, annonceur, contexte, message, actualité...)
- Ne pas justifier les éléments les uns après les autres = trop ennuyeux
- Justifier par objectif (Ex : Afin d'informer facilement la cible, nous avons choisis d'utiliser le temps du présent, des mots simples et des images symboliques afin que le message soit accessible à tous.)

*QUELLES SONT LES CARACTÉRISTIQUES DU SUPPORT À PRENDRE EN COMPTE ?

- Codes rédactionnels ?
- Mise en forme ? (Un communiqué de presse ne se présente pas comme un article)

** QUELLES SONT LES CONTRAINTES DE PRODUCTION DU SUPPORT À PRENDRE EN COMPTE ?

- Dimension et format du support (exemple : dimension d'une affiche A3, ou la résolution d'une vidéo) ?
- Diffusion du support (une newsletter et un flyer ne se diffusent pas de la même manière)
- Impression ?
- Type de papier ?
- Quels logiciels ?
- Quel mode colorimétrique ? RVB ou CMJN ?
- Contraintes juridiques ? S'il s'agit d'une vidéo = utilisation de musique non protégée...

GROS CONSEIL : il est impératif de rechercher et réviser les contraintes de tous les support que vous connaissez (dimension, format, diffusion...)