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

Épreuve B

Session 2012 • Code sujet : **2012-BTS112-NOR-ME-RE** • Durée : **3 heures**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Analyse de la situation et stratégie de communication (3 questions) **Page 3**

2. Note d’intention du support de communication (1 question) **Page 5**

3. Élaboration du support de communication (1 question) **Page 6**

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

Sujet officiel (PDF) : https://btsagdea.fr/assets/annales/btsa-gdea/E2 - Construire son projet personnel et professionnel/2012/BTSA GDEA - E2 - Construire son projet personnel et professionnel - Session 2012 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse de la situation et stratégie de communication

L'EFS fait face à des pénuries de sang et organise un challenge étudiant pour sensibiliser et fidéliser de nouveaux donneurs parmi les lycéens et les étudiants. Les documents présentent la campagne de l'EFS, les représentations et les freins au don, le profil des donneurs et des initiatives destinées aux jeunes.

Analyse et situation de communication

Question 1. À partir des éléments proposés, présenter une analyse concise de la situation et préciser la situation de communication qui en découle pour la campagne de sensibilisation au don du sang.

L'EFS fait face à des besoins réguliers, mais seuls 4 % des Français en âge de donner donnent chaque année. Si 50 % ont déjà donné, le geste ne devient pas automatique. Les jeunes de 18 à 29 ans constituent 67,2 % des nouveaux donneurs, mais renouvellent rarement leur don à court terme. Le don est perçu comme généreux par 22 % des personnes interrogées ; les premiers freins sont le manque d'idée (34 %) et l'absence de sollicitation (32 %).

L'EFS est l'émetteur de la campagne ; les équipes étudiantes en sont les relais auprès des lycéens et des étudiants, dans leurs établissements. Il s'agit de sensibiliser, mobiliser et fidéliser.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Une campagne de terrain de l'EFS, relayée par les étudiants, doit convertir l'intérêt des jeunes en dons et encourager leur renouvellement.

Stratégie envisagée

Question 2. Définir la stratégie de communication en précisant les objectifs poursuivis, les moyens utilisés et les publics visés.

La stratégie s'appuie sur la mobilisation des jeunes par leurs pairs et sur des actions renouvelées dans les établissements.

- **Objectifs :** rappeler les besoins quotidiens, recruter de nouveaux donneurs, faciliter le premier don et fidéliser les jeunes pour faire du don une habitude solidaire.
- **Moyens :** challenge entre équipes étudiantes, relais associatifs et appui des chargés de communication des établissements partenaires de l'EFS. Deux temps forts sont prévus : du 15 octobre au 15 novembre, puis du 1er au 31 mars.
- **Publics :** lycéens et étudiants, notamment les 18-29 ans ; les donneurs déjà mobilisés sont aussi visés par la fidélisation.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Mobiliser lycéens et étudiants par un challenge et des relais dans les établissements, en octobre-novembre puis en mars, pour recruter et fidéliser.

Choix du support

Question 3. Justifier le choix du support de communication retenu pour inciter les lycéens et les étudiants à participer au don du sang.

Je propose une **affiche de sensibilisation installée dans l'établissement**, relayée par les équipes étudiantes. Placée dans les lieux de passage, elle rend le message visible et répétitif auprès du public visé. Son format permet de présenter un slogan mobilisateur, un visuel accrocheur et l'identité de l'EFS.

Pour transformer l'attention en action, l'affiche indique où obtenir les renseignements pratiques sur le don et les collectes. Les étudiants peuvent ensuite répondre aux questions et orienter vers les informations de l'EFS, notamment pour rassurer les jeunes qui craignent la douleur ou ignorent où donner.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Une affiche visible dans l'établissement, complétée par le relais étudiant, informe les jeunes et les oriente vers les renseignements pratiques du don.

2. Note d’intention du support de communication

Dans le cadre du challenge étudiant de l’EFS, le candidat doit concevoir un produit de communication qui encourage les jeunes apprenants à donner leur sang. Il présente le support choisi sous la forme d’une note d’intention, avec un mode de présentation clair, tel qu’un plan, un dossier ou un schéma légendé.

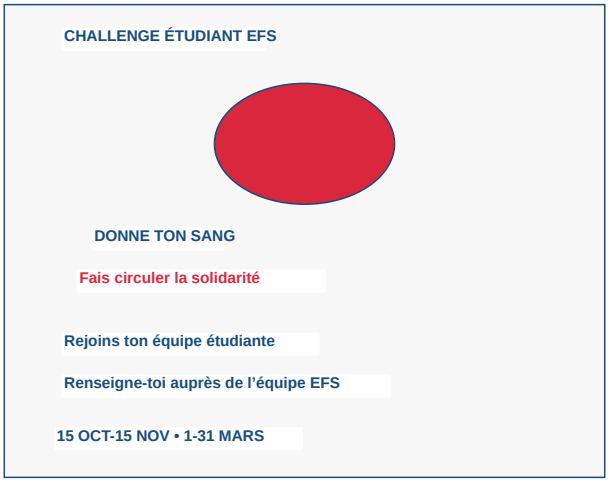
Question 1. Présenter le support de communication choisi sous la forme d’une note d’intention, en choisissant un mode de présentation adapté et suffisamment clair pour exposer le projet.

Note d’intention - Affiche A3 pour les établissements

Destinée aux lycéens et aux étudiants, l’affiche vise à déclencher un premier don et à encourager sa répétition. Elle s’appuie sur la solidarité, citée spontanément par 22 % des personnes interrogées, et sur la forte part des 18-29 ans parmi les nouveaux donneurs (67,2 %). Elle invite aussi à rejoindre le challenge étudiant, relais de la campagne de l’EFS.

Le visuel associe une accroche courte, une pastille rouge et un appel à l’action. Placée dans les lieux de passage, l’affiche renvoie vers l’équipe EFS pour s’informer sur les collectes. Elle est diffusée durant les deux temps de campagne : du 15 octobre au 15 novembre, puis du 1er au 31 mars.

Maquette de l’affiche de campagne



✓ RÉPONSE À RETENIR

Une affiche A3 mobilise lycéens et étudiants pour le don solidaire et le challenge EFS, avec un relais dans les établissements lors des campagnes d’octobre et de mars.

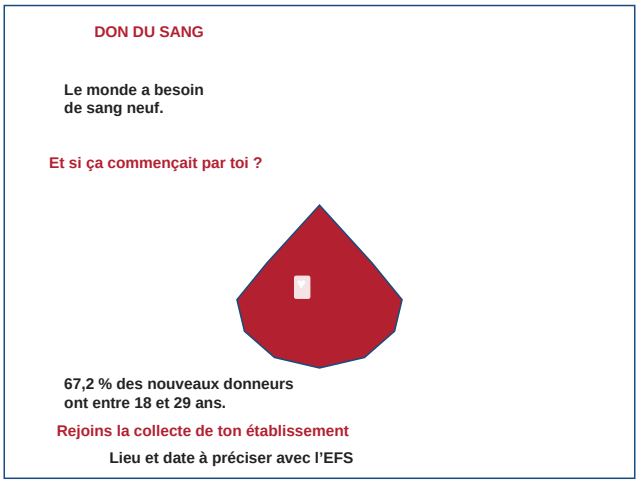
3. Élaboration du support de communication

Le projet consiste à créer un support de communication incitant les lycéens et les étudiants à participer au don du sang. Cette partie demande de présenter une phase significative de l'élaboration du support retenu.

Question 1. Présenter une phase significative de l'élaboration du support de communication.

Phase présentée : réalisation de la maquette d'une affiche. Le slogan « Le monde a besoin de sang neuf », repris du document 5, interpelle les jeunes. Une goutte rouge rend le thème immédiatement identifiable. Le chiffre du document 4 valorise leur engagement : 67,2 % des nouveaux donneurs ont entre 18 et 29 ans. L'affiche se termine par un appel à rejoindre la collecte. Avant diffusion, je complète le lieu et la date avec l'EFS et je vérifie la lisibilité ainsi que l'exactitude des informations.

Maquette d'affiche de sensibilisation au don du sang



✓ RÉPONSE À RETENIR

Affiche : « Le monde a besoin de sang neuf. Et si ça commençait par toi ? » Rejoins la collecte de ton établissement.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2012)

Bilan de l'épreuve : Épreuve B du BTSA, session 2012, code 2012-BTS112-NOR-ME-RE, d'une durée de 3 heures, sans coefficient imprimé. Le sujet propose de concevoir une campagne de l'EFS pour mobiliser les lycéens et les étudiants autour du don du sang. Il évalue l'analyse de la situation, la stratégie et le choix du support, la rédaction d'une note d'intention et la présentation d'une étape significative de son élaboration.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- La campagne de l'EFS vise à sensibiliser les jeunes, recruter de nouveaux donneurs et favoriser la régularité du don.
- Les principaux freins cités sont le fait de ne pas y penser (34 %), de ne pas être sollicité (32 %) et les raisons de santé (31 %).
- Les 18-29 ans représentent 67,2 % des nouveaux donneurs indiqués dans le document, mais renouvellent rarement leur geste à court terme.
- Un support pertinent relie les publics visés, les objectifs, le message et les moyens de diffusion.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer l'analyse de la situation, les objectifs de communication et les moyens proposés.
- Préciser les publics visés et adapter le message aux lycéens et aux étudiants.
- Justifier le support au regard de son utilité, de sa diffusion et de sa capacité à mobiliser le public.
- Présenter une étape concrète et significative de réalisation, et pas seulement le produit final.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment construire l'analyse de la situation de communication ?

Repérez l'émetteur, les publics, le contexte de pénurie, les objectifs de l'EFS et les informations utiles des documents. Faites ressortir les motivations et les freins au don, puis reliez ces constats aux choix stratégiques et au support proposé.

Q : Comment exploiter les pourcentages des documents sans les interpréter à tort ?

Reprenez chaque valeur avec son sens et sa population de référence. Par exemple, 34 % citent le fait de ne pas y penser comme frein, tandis que 67,2 % des nouveaux donneurs ont entre 18 et 29 ans.

Q : Comment répartir le temps entre les trois parties ?

La première partie vaut 7 points, la deuxième 8 points et la troisième 5 points. Accordez une part importante du temps à la note d'intention, tout en réservant du temps à l'analyse et à la présentation de la phase de réalisation.

Q : Quels critères de notation le sujet précise-t-il ?

Le sujet attribue 7 points à la démarche et à la stratégie, 8 points à la présentation du support sous forme de note d'intention et 5 points à une phase de son élaboration. Il ne fournit pas de grille détaillée de critères supplémentaires.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsagdea.fr/assets/annales/btsa-gdea/E2 - Construire son projet personnel et professionnel/2012/BTSA GDEA - E2 - Construire son projet personnel et professionnel - Session 2012 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTSA Génie Des Équipements Agricoles : 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.