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 - Projet écrit d'un produit de communication

**Session 2013** • Code sujet : **2013-BTS112-NOR-ME-AN-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/2013/BTSA GDEA - E2 - Construire son projet personnel et professionnel - Session 2013 - 1-Sujet.pdf

# 1. Analyse de la situation et stratégie de communication

Président d'un club de football d'une commune de 1 500 habitants, vous devez concevoir une campagne locale pour inciter des écolières et collégiennes de 11 à 14 ans à pratiquer le football. Les documents présentent une campagne de la FFF, des préjugés et parcours de joueuses, ainsi que des statistiques sur les licences sportives par genre.

## Analyse et situation de communication

**Question 1. À partir des éléments proposés, présenter une analyse concise de la situation et la situation de communication qui en découle.**

Le football féminin reste peu développé et peu visible : en 2010, les femmes représentent 2,7 % des licences de la Fédération française de football. Les documents montrent toutefois une évolution des regards, portée par la campagne de la FFF, les résultats de l'équipe de France et les parcours de joueuses. À partir de 13 ans, les filles doivent quitter les équipes mixtes et trouver un club doté d'une équipe féminine. Le club, avec l'appui de la commune, doit donc faire connaître cette possibilité aux écolières et collégiennes de 11 à 14 ans et les inciter à essayer. Il s'agit d'une communication locale, persuasive et de recrutement.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le club et la commune cherchent à recruter des joueuses de 11 à 14 ans, en valorisant le football féminin et l'offre locale.

## Stratégie

**Question 2. Présenter la stratégie envisagée en faisant apparaître les objectifs, les publics visés et les moyens utilisés.**

| Élément | Stratégie proposée |
|---|---|
| Objectifs | Faire connaître l'équipe, combattre les préjugés et susciter des essais puis des inscriptions. |
| Publics | Priorité aux filles de 11 à 14 ans ; parents, établissements scolaires et associations comme relais. |
| Moyens | Flyers distribués et affiches dans les écoles, collèges et lieux communaux ; séance découverte au club. |

Le message met en avant le plaisir de jouer, l'esprit d'équipe et des exemples de joueuses. Il précise le lieu, les horaires, l'âge concerné et les modalités de contact pour que les jeunes et leurs familles puissent facilement participer à une séance d'essai.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Objectif : recruter et faire essayer. Publics : filles de 11 à 14 ans et leurs relais. Moyens : diffusion locale et séance découverte.

## Choix du support

**Question 3. Justifier le choix du support de communication retenu pour la campagne.**

Le flyer A5 est retenu comme support principal. Distribué par les écoles et collèges, il touche directement les jeunes et peut être remis à leurs parents. Son format facilite la lecture et la conservation des informations ; son coût modéré convient à une commune de 1 500 habitants. Une photographie de joueuses en action et un message positif valoriseront la pratique sans reprendre les codes glamour de la campagne nationale. Le flyer indiquera l'âge concerné, la séance découverte, les modalités d'inscription et un contact. Des affiches dans les lieux communaux pourront compléter sa diffusion.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Support retenu : un flyer A5, ciblé et peu coûteux, invitant les jeunes et leurs familles à découvrir l'équipe.

## 2. Note d'intention du support de communication

Le club doit présenter le support choisi pour sa campagne destinée aux jeunes filles de 11 à 14 ans. La note d'intention peut prendre la forme souhaitée, à condition d'être lisible, et s'inscrit dans le contexte et les documents fournis.

**Question 1. Présenter le support de communication choisi sous la forme d'une note d'intention. Pour assurer la lisibilité, utiliser le mode de présentation de votre choix, par exemple un plan, un dossier ou une rédaction schématisée.**

**Note d’intention : affiche locale de recrutement**

**Objectif et public :** donner envie aux filles de 11 à 14 ans de découvrir le football et de rejoindre l’équipe benjamine-minime ; informer aussi leurs parents.

**Message :** « Le foot, c’est aussi pour toi ! Viens essayer avec nous. » L’affiche combat l’idée que le football serait réservé aux garçons, sans réduire les joueuses à leur apparence.

**Création :** photo de jeunes joueuses en action, souriantes et solidaires, avec un ballon et le terrain en arrière-plan. Composition vive, texte bref et très lisible. Ajouter le nom du club, les modalités de découverte et ses coordonnées. **Diffusion :** écoles, collège, mairie et équipements sportifs.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Une affiche locale et inclusive invite les filles de 11 à 14 ans à découvrir le football et à rejoindre l’équipe du club.

## 3. Élaboration du support de communication

Après avoir défini la stratégie et présenté le support dans une note d'intention, vous devez montrer concrètement une étape de conception. Cette phase doit être significative de l'élaboration du support choisi.

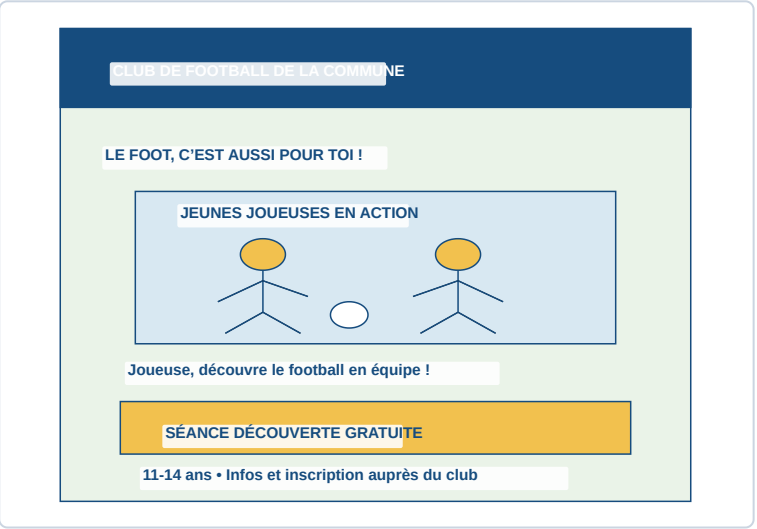
**Question 1. Présenter une phase significative de l'élaboration du support de communication.**

**Phase retenue : conception de la maquette de l'affiche.** Elle rend concret le recrutement des filles de 11 à 14 ans et prépare la diffusion dans les écoles et collèges.

1. Composer l'affiche avec une accroche directe, un visuel de jeunes joueuses et un texte bref.
2. Mettre en évidence l'invitation à une séance découverte gratuite et indiquer l'âge concerné ainsi que le contact du club.
3. Faire relire la maquette à quelques adolescentes pour vérifier la lisibilité, le ton accueillant et l'absence de clichés, puis corriger avant impression.

La maquette présente ainsi un message clair et une démarche simple pour rejoindre le club.

**Maquette d'affiche pour recruter les joueuses de 11 à 14 ans**




**✓ RÉPONSE À RETENIR**

Maquette d'affiche relue : accroche mobilisatrice, visuel de joueuses et invitation à une séance découverte gratuite.

# Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2013)

**Bilan de l'épreuve :** Session 2013 du Brevet de technicien supérieur agricole, épreuve B « Projet écrit d'un produit de communication », code 2013-BTS112-NOR-ME-AN-RE, durée 3 heures, coefficient non imprimé. Dans le contexte d'un club recrutant des joueuses de 11 à 14 ans, les documents portent sur la promotion du football féminin. Il faut analyser la situation, définir une stratégie, choisir un support, rédiger sa note d'intention et montrer une étape de conception.

### Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Distinguer l'objectif de communication, les publics visés et les moyens mobilisés.
- Le projet vise à inciter des écolières et collégiennes de 11 à 14 ans à pratiquer le football.
- La campagne de la FFF entend notamment lutter contre les préjugés et développer la pratique féminine.
- Le document 4 compare les parts de licences féminines et masculines dans plusieurs fédérations sportives.

### Points de vigilance & attentes du jury

- Ancrer l'analyse dans le contexte du club, de la commune et du recrutement de joueuses.
- Faire correspondre les objectifs, les publics et les moyens dans une stratégie cohérente.
- Justifier le support par son adéquation avec les destinataires et le message.
- Présenter une note d'intention lisible, puis une phase de conception réellement significative.

## Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

**Q : Comment construire la stratégie de communication demandée ?**

Précisez d'abord la situation et le besoin de recrutement. Définissez ensuite l'objectif, les destinataires prioritaires et les moyens adaptés. Vérifiez que le support retenu peut toucher les jeunes filles de 11 à 14 ans.

**Q : Comment exploiter le graphique sur les licences par genre ?**

Lisez la légende pour distinguer les parts féminines et masculines, puis comparez les fédérations indiquées. Utilisez les données pertinentes pour situer le football féminin, sans confondre part des licences et nombre total de licenciés.

**Q : Comment les points sont-ils répartis et comment gérer le temps ?**

Le sujet attribue 7 points à la première partie, 8 à la note d'intention et 5 à la phase d'élaboration, soit 20 points. Pour les 3 heures, répartissez le temps selon ce barème et gardez quelques minutes pour relire.

**Q : Quels critères le jury précise-t-il pour la note d'intention et la conception ?**

Le sujet demande une note d'intention lisible, avec un mode de présentation libre, puis une phase significative d'élaboration. Il ne fournit pas de grille détaillée : rendez vos choix compréhensibles et montrez concrètement une étape de conception.

**Sujet officiel associé (PDF) :** https://btsagdea.fr/assets/annales/btsa-gdea/E2 - Construire son projet personnel et professionnel/2013/BTSA GDEA - E2 - Construire son projet personnel et professionnel - Session 2013 - 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.