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 agricole - B Projet écrit d'un produit de communication

Session 2015 • Code sujet : **2015-BTS112-RPL-ME-AN-RE** • Durée : **3 heures**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Analyse de la demande, situation et stratégie de communication** (2 questions) — **Page 3**
2. **Présentation du support sous forme de note d'intention** (1 question) — **Page 5**
3. **Élaboration d'une phase significative 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://btsamv.fr/assets/annales/btsa-mv/E2 - Construire son projet personnel et professionnel/2015/BTSA MV - E 2 - Construire son projet personnel et professionnel - Session 2015 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse de la demande, situation et stratégie de communication

Le Conseil général lance un appel à projet pour sensibiliser les collégiens et leurs familles à la consommation locale. Les documents abordent les circuits courts, les campagnes de promotion, les AMAP et des outils de valorisation des produits régionaux.

Analyse et situation de communication

Question 1. À partir des éléments proposés, exposer une analyse concise de la demande et faire apparaître clairement la situation de communication qui en découle.

Le Conseil général souhaite sensibiliser les collégiens et leurs familles afin de les inciter à consommer des produits locaux. Les documents montrent l'intérêt des circuits courts : soutenir l'agriculture paysanne, limiter les intermédiaires et rapprocher producteurs et consommateurs. Les AMAP en sont un exemple concret. Le local ne signifie toutefois pas nécessairement biologique.

Élément	Situation de communication
Émetteur	Conseil général du département
Destinataires	Collégiens et leurs familles
Objectif	Informer, sensibiliser et inciter à consommer local
Message essentiel	Choisir local soutient les producteurs et favorise la proximité

Le message doit être accessible aux jeunes et utile aux familles, avec des exemples liés au territoire.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Le Conseil général s'adresse aux collégiens et à leurs familles pour les sensibiliser aux bénéfices des produits locaux et les inciter à en consommer.

Stratégie et choix du support

Question 2. Présenter la stratégie envisagée et le choix du support de communication.

1. **Informer :** expliquer simplement les circuits courts et les AMAP, en distinguant produits locaux et produits biologiques.
2. **Convaincre :** valoriser les produits de saison, le soutien aux producteurs et le lien direct, à l'aide d'exemples départementaux.
3. **Faire agir :** proposer des pistes concrètes, comme repérer un point de vente, découvrir une AMAP ou cuisiner un produit de saison.

Je choisis un dépliant illustré, distribué au collège et transmis aux familles. Il permet une lecture rapide par les élèves et conserve des informations pratiques pour les parents. Un ton accessible, des visuels attractifs et une adresse locale rendent le message concret.

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Stratégie : informer, convaincre et inciter à agir. Support : dépliant illustré destiné aux collégiens et à leurs familles.

2. Présentation du support sous forme de note d'intention

Le projet de produit de communication doit répondre à l'appel du Conseil général et s'adresser aux collégiens et à leurs familles. La note d'intention peut prendre la forme la plus claire selon le candidat, par exemple un plan, un dossier ou un schéma.

Question 1. Présenter le support de communication choisi sous forme d'une note d'intention, en choisissant le mode de présentation jugé le plus opportun pour assurer la clarté du projet.

Note d’intention : « Du champ à l’assiette, près de chez nous ! »

Objectif et public : donner aux collégiens et à leurs familles envie de découvrir les produits locaux et de privilégier ceux de saison.

Support : dépliant A4 à trois volets, distribué au collège, avec un QR code vers une liste de producteurs et de points de vente locaux, actualisée avec les partenaires du département.

Contenu et ton : expliquer simplement le circuit court et le fonctionnement d’une AMAP, présenter leurs intérêts et proposer des gestes concrets. Des photos, une carte, des titres courts et un vocabulaire accessible rendent l’information attractive. Distinguer le local du bio évite de les confondre.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Dépliant A4 trois volets, « Du champ à l’assiette, près de chez nous ! », avec QR code vers des ressources locales actualisées.

3. Élaboration d'une phase significative du support de communication

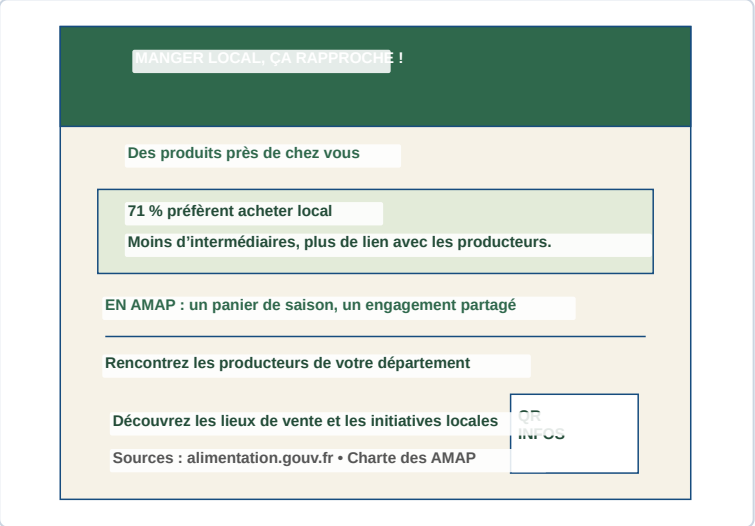
Après avoir défini la démarche et présenté le support dans une note d'intention, le candidat en développe une phase concrète. Cette phase doit être significative de l'élaboration du support choisi pour sensibiliser à la consommation locale.

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

Phase retenue : concevoir la maquette d'une affiche A3. Elle s'adresse aux collégiens et à leurs familles et transforme les informations des documents en message concret.

1. Accrocher le regard avec « Manger local, ça rapproche ! » et une image de produits de saison.
2. Hiérarchiser les contenus : chiffre marquant du document 1, fonctionnement direct d'une AMAP décrit dans le document 3, puis appel à découvrir les producteurs proches.
3. Prévoir un QR code à relier aux informations locales vérifiées. Contrôler la lisibilité, l'exactitude des sources et la compréhension auprès de quelques collégiens avant impression.

Maquette de l'affiche A3



✓ RÉPONSE À RETENIR

Maquette d'affiche A3 : accroche, repère chiffré sourcé, exemple d'AMAP et appel à découvrir les producteurs proches.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2015)

Bilan de l'épreuve : Épreuve écrite du BTSA, toutes options, au remplacement 2015, code 2015-BTS112-RPL-ME-AN-RE, d'une durée de trois heures, sans coefficient indiqué. Le sujet demande de concevoir un produit de communication pour sensibiliser collégiens et familles à la consommation locale, à partir de documents sur les circuits courts, les campagnes et les AMAP. Sont évaluées l'analyse, la stratégie, la note d'intention et une phase d'élaboration.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Un circuit court est une vente directe ou une vente avec un seul intermédiaire au maximum entre l'exploitant et le consommateur.
- Une AMAP repose sur un lien direct, des engagements saisonniers et une solidarité entre producteurs et consommateurs.
- Un projet de communication articule la demande, le public visé, l'objectif, le message, la stratégie et le support.
- La note d'intention présente le support choisi selon un mode clair, par exemple un plan, un dossier ou un schéma.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer l'analyse de la demande, la situation de communication, la stratégie et le choix du support.
- Prendre en compte les collégiens et leurs familles comme publics visés par la sensibilisation.
- S'appuyer sur les documents sans confondre circuits courts, produits locaux, bio et AMAP.
- Faire correspondre la phase concrète d'élaboration à la note d'intention et au support choisi.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

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

Identifiez le commanditaire, le Conseil général, les publics visés, les collégiens et leurs familles, l'objectif de sensibilisation et le thème de la consommation locale. Utilisez les documents pour caractériser le contexte et nourrir l'analyse.

Q : Comment choisir un support de communication pertinent ?

Choisissez un format adapté aux publics et à l'objectif de sensibilisation, puis expliquez sa pertinence dans la stratégie. Le sujet n'impose aucun support précis et permet de présenter la note d'intention sous plusieurs formes.

Q : Comment répartir les trois heures et les points ?

Le sujet prévoit trois heures et attribue 7 points à la première partie, 8 à la note d'intention et 5 à la phase d'élaboration. Aucun minutage par partie n'est précisé, il faut donc gérer le temps selon l'importance des tâches.

Q : Quels critères de notation précis le jury applique-t-il ?

Aucune grille détaillée de notation n'est fournie dans le sujet. Le barème indique seulement 7, 8 et 5 points pour les trois parties; répondez à chaque consigne et veillez à la cohérence entre stratégie, support et réalisation.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsamv.fr/assets/annales/btsa-mv/E2 - Construire son projet personnel et professionnel/2015/BTSA MV - E2 - Construire son projet personnel et professionnel - Session 2015 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTSA Métiers du Végétal : 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.