

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR COMMUNICATION

E1 – CULTURES DE LA COMMUNICATION

SESSION 2026

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 : 2026
E1 – Cultures de la communication	Code : 26COMCOPO	Page 1 / 9

CORPUS

Ensemble documentaire

Document 1 – Guillaume Apollinaire, « Le Repas », poème publié dans la Revue *Lacerba*, 3^{ème} année, numéro 9, 28 février 1915

Document 2 – Henri Cartier-Bresson, *Sur les bords de la Marne*, 1938

Document 3 – Georges Perec, *Les Choses*, 1965

Document 4 – Gwenaël Larmet, « La sociabilité alimentaire s'accroît », *Économie et statistique*, n° 352 - 353, 2002

Campagnes de communication

Campagne 1 – Herta, « Le premier appart », agence Ogilvy Paris, 2024

Campagne 2 – Panzani France, agence WNP, 2024

QUESTIONS

Question 1 (6 points)

En vous appuyant sur l'ensemble documentaire et sur vos connaissances, vous vous demanderez si les campagnes de communication actuelles représentent les différentes pratiques du repas évoquées dans le corpus documentaire.

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)

Les campagnes de Herta et Panzani mettent-elles en scène de la même manière le repas comme moment de partage ?

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

Question 3 (8 points)

L'annonceur Panzani décide, à l'appui de la campagne sur les réseaux sociaux, de communiquer à la radio à l'occasion de la Fête des Voisins. Au sein de l'agence WNP, vous êtes chargé(e) de concevoir le spot radio de l'annonceur Panzani, d'une durée de trente secondes.

1. Vous rédigez une note d'intention argumentée dans laquelle vous justifiez la façon dont vos choix peuvent mobiliser la cible.
2. Vous présentez le découpage technique de ce spot radio en indiquant tous les éléments nécessaires à sa réalisation (sons, voix, habillage sonore, musique, etc.).

ENSEMBLE DOCUMENTAIRE

Document 1 – Guillaume Apollinaire, « Le Repas », poème publié dans la Revue *Lacerba*, 3^{ème} année, numéro 9, 28 février 1915

Le Repas

Il n'y a que la mère et les deux fils
Tout est ensoleillé
La table est ronde
Derrière la chaise où s'assied la mère
Il y a la fenêtre
D'où l'on voit la mer
Briller sous le soleil
Les caps aux feuillages sombres des pins et des oliviers
Et plus près les villas aux toits rouges
Aux toits rouges où fument les cheminées
Car c'est l'heure du repas
Tout est ensoleillé
Et sur la nappe glacée
La bonne affairée
Dépose un plat fumant
Le repas n'est pas une action vile
Et tous les hommes devraient avoir du pain
La mère et les deux fils mangent et parlent
Et des chants de gaîté accompagnent le repas
Les bruits joyeux des fourchettes et des assiettes
Et le son clair du cristal et des verres
Par la fenêtre ouverte viennent les chants des oiseaux
Dans les citronniers
Et de la cuisine arrive
La chanson vive du beurre sur le feu
Un rayon traverse un verre presque plein de vin mélangé d'eau
Oh ! le beau rubis que font du vin rouge et du soleil
Quand la faim est calmée
Les fruits gais et parfumés
Terminent le repas
Tous se lèvent joyeux et adorent la vie
Sans dégoût de ce qui est matériel
Songeant que les repas sont beaux, sont sacrés
Qui font vivre les hommes.

BTS COMMUNICATION		Session : 2026
E1 – Cultures de la communication	Code : 26COMCOPO	Page 4 / 9

Document 2 – Henri Cartier-Bresson, *Sur les bords de la Marne*, 1938



Document 3 – Georges Perec, *Les Choses*, 1965

Ils revenaient de la rue Mouffetard, tous ensemble, les bras chargés de victuailles, avec des cageots entiers de melons et de pêches, des paniers remplis de fromages, des gigots, des volailles, des bourriches d'huîtres en saison, des terrines, des œufs de poisson, des bouteilles enfin, par casiers entiers, de vin, de porto, d'eau minérale, de Coca-Cola.

Ils étaient neuf ou dix. Ils emplissaient l'appartement étroit qu'éclairait une seule fenêtre donnant sur la cour ; un canapé recouvert de velours râpeux occupait au fond l'intérieur d'une alcôve ; trois personnes y prenaient place, devant la table servie, les autres s'installaient sur des chaises dépareillées, sur des tabourets. Ils mangeaient et buvaient pendant des heures entières. L'exubérance et l'abondance de ces repas étaient curieuses : à vrai dire, d'un strict point de vue culinaire, ils mangeaient de façon médiocre : rôtis et volailles ne s'accompagnaient d'aucune sauce : les légumes étaient, presque invariablement, des pommes de terre sautées ou cuites à l'eau, ou même, en fin de mois, comme plat de résistance, des pâtes ou du riz accompagné d'olives et de quelques anchois. Ils ne faisaient aucune recherche ; leurs préparations les plus complexes étaient le melon au porto, la banane flambée, le concombre à la crème. Il leur fallut plusieurs années pour s'apercevoir qu'il existait une technique, sinon un art, de la cuisine, et que tout ce qu'ils avaient par-dessus tout aimé manger n'était que produits bruts, sans apprêt ni finesse.

BTS COMMUNICATION		Session : 2026
E1 – Cultures de la communication	Code : 26COMCOPO	Page 5 / 9

Document 4 – Gwenaël Larmet, « La sociabilité alimentaire s'accroît », *Économie et statistique*, n° 352 - 353, 2002

La sociabilité alimentaire peut être définie comme la propension à partager des consommations alimentaires avec des personnes extérieures au ménage, autrement dit des repas avec des tiers. Elle peut s'exercer chez soi ou au dehors : chez des amis ou des parents, au restaurant, ou au café par exemple. Le temps consacré à la sociabilité alimentaire, ses lieux et ses moments de prédilection se combinent pour former plusieurs modèles, socialement différenciés. En 1998 comme en 1986, la sociabilité alimentaire dans son ensemble est plus élevée pour les personnes seules que pour celles qui vivent en couple, pour les jeunes que pour les personnes âgées, pour les cadres supérieurs que pour les agriculteurs ou les ouvriers. Cependant, les clivages de niveaux de sociabilité se sont, en règle générale, estompés, en particulier chez soi. La progression globale du niveau de sociabilité alimentaire va de pair avec une standardisation des usages du temps : chez soi ou à l'extérieur, les repas de sociabilité du samedi soir et du dimanche midi deviennent des temps forts de la semaine.

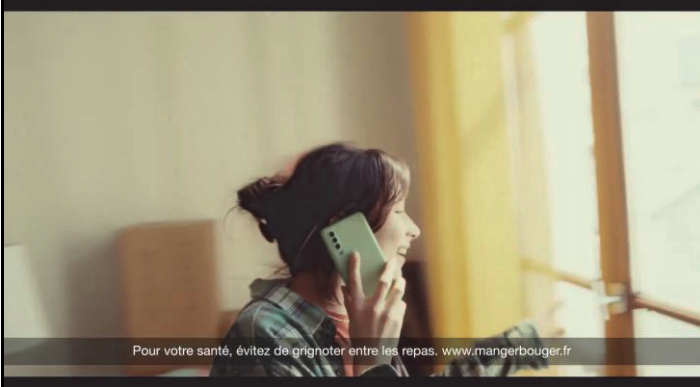
Cette standardisation ne résulte pas, toutefois, de la diffusion d'un modèle unique de sociabilité pour tous les âges, toutes les situations familiales ou toutes les catégories sociales. Les repas de sociabilité, chez soi et en dehors, sont de moins en moins différenciés parce que les modes de vie s'adaptent à des contraintes professionnelles qui, selon les professions, se sont resserrées ou au contraire relâchées. La restriction des repas aux seuls membres du ménage décline par exemple chez les agriculteurs et les ouvriers, favorisant ainsi leur sociabilité alimentaire. La préférence ou non pour une sociabilité interne au foyer est l'élément le plus stable des différents modèles de sociabilité alimentaire, et rend compte de l'évolution des pratiques. La progression de la sociabilité hors domicile des plus âgés, et le maintien plus tardif du lien des jeunes avec leurs parents, sont les éléments nouveaux qui complexifient les modèles de sociabilité alimentaire.

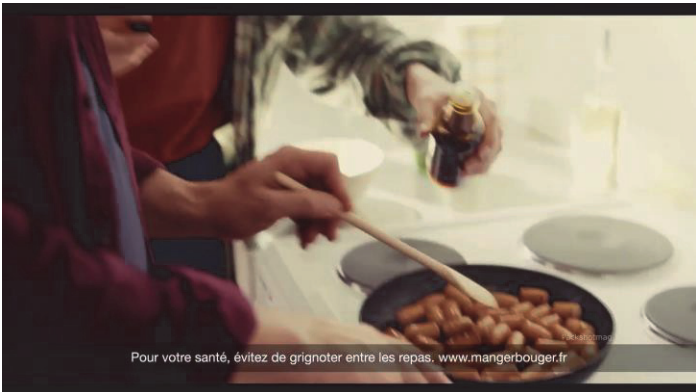
CAMPAGNES DE COMMUNICATION

Campagne 1 – Herta, « Le premier appart », agence Ogilvy Paris, 2024

Herta est une marque commercialisant des produits de charcuterie et de traiteur en libre-service dans les enseignes de la grande distribution.

En mai 2024, en partenariat avec l'agence Ogilvy Paris, Herta lance une nouvelle campagne publicitaire avec un spot audiovisuel de 30 secondes mettant en scène une jeune femme qui s'installe dans son nouvel appartement. Rejointe par ses proches, elle partage un repas improvisé avec les produits Herta (jambon Herta « Le Bon Paris », saucisses « Knacki », pâte à tarte).

0:02		La jeune femme au téléphone : « Allô maman, ça va ? Vous êtes là ? » La mère, au téléphone (hors cadre) : « En fait, on ne va pas pouvoir venir t'aider. » La jeune femme : « Ah bon ? »
0:11		Les parents, la petite sœur : « Surprise ! » La jeune femme : « Voilà. Bienvenue chez moi ! »
0:15		Les amis : « Coucou ! » La jeune femme : « Mais non ! »

0:18	 Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas. www.mangerbouger.fr	La petite sœur en voix off : « Il est trop beau ton appart ! »
0:19	 Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas. www.mangerbouger.fr	Le père : « Allez, on s'installe pour la dégustation. »
0:22	 Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas. www.mangerbouger.fr	Voix off : « Avec Herta, ça n'a jamais été aussi simple de se retrouver. »
0:25	 Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas. www.mangerbouger.fr	Voix off : Herta, le goût des choses simples.

0:29



La jeune femme :
« Mamie ? »

La grand-mère :
« J'ai amené le dessert. »

Campagne 2 – Panzani France, agence WNP, 2024

Panzani est une marque française de pâtes alimentaires. En mai 2024, en collaboration avec l'agence WNP, elle lance une campagne de publicité en faveur de ses recettes de salades de pâtes.

Post Facebook du 31 mai 2024



Panzani

31 mai à 10:55

Qui n'a pas ce voisin qui débarque toujours avec sa salade de pâtes aux fêtes de plein air ? 🍷

Que vous soyez le voisin sportif ou celui qui aime jardiner, on a la recette pour vous. 😊

#Panzani #OuiMaisDesPanzani #FêtesdesVoisins

À chaque voisin sa salade de pâtes



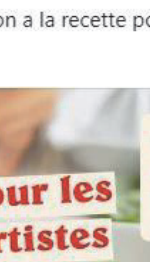
Pour les Artistes

- ✓ FUSILLI
- ✓ PESTO VERT
- ✓ TOMATES CERISES
- ✓ PARMESAN



Pour les Jardiniers passionnés

- ✓ PENNE RIGATE
- ✓ PESTO ROUGE
- ✓ TOMATES SÈCHÉES
- ✓ PETITS POIS
- ✓ FROMAGE RAPE



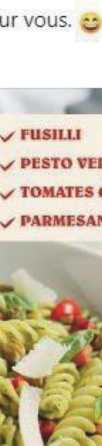
Pour les tribus animées

- ✓ PENNE RIGATE
- ✓ TOMATES CERISES
- ✓ JAMBON
- ✓ MAIS



Pour les sportifs

- ✓ FARFALLE
- ✓ POULET
- ✓ COMTÉ
- ✓ ROQUETTE
- ✓ CHAMPIGNONS




19

2 partages

J'aime

Commenter

Envoyer

Partager

Texte du post

Facebook :

Qui n'a pas ce voisin qui débarque toujours avec sa salade de pâtes aux fêtes de plein air ? Que vous soyez le voisin sportif ou celui qui aime jardiner, on a la recette pour vous.

#Panzani

#OuiMaisDesPanzani

#FêtesdesVoisins