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 consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BUT Info-Com, veuillez visiter :
butinfocom.fr/annales-sujets-et-corriges

Information-communication, parcours Communication des organisations

Session 2026 • Code sujet : **26-BUT-INFO-EP1** • Durée : **3 heures** • Coefficient : **3, indicatif**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Analyse du besoin, des publics et du cadre réglementaire (3 questions) **Page 3**

2. Choix des moyens, planification et chiffrage (3 questions) **Page 5**

3. Conception des supports et préparation de la production (3 questions) **Page 8**

4. Prévention des risques et suivi du projet (3 questions) **Page 11**

5. Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 13**

Sujet officiel (PDF) : https://butinfocom.fr/assets/annales/but-info-com/C3 - Concevoir/2026/BUT Information Communication - C3 - Concevoir - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse du besoin, des publics et du cadre réglementaire

L'agence Trait d'Union prépare une campagne de six semaines pour promouvoir à Nantes une journée gratuite de réparation et de réemploi organisée par l'association fictive Atelier Réemploi 44. Il faut attirer les 18-35 ans et les familles, viser les objectifs de fréquentation et d'inscription, et intégrer les exigences réglementaires et déontologiques.

Objectifs de communication

Question 1.1. Formulez une problématique de communication et deux objectifs distincts : un objectif cognitif ou d'information et un objectif comportemental. Pour chacun, indiquez un indicateur permettant d'en mesurer l'atteinte, en cohérence avec le cahier des charges.

Problématique : comment faire connaître une journée gratuite de réparation et de réemploi à Nantes et inciter les 18-35 ans et les familles à y participer, sans culpabiliser ?

Objectif cognitif : faire connaître la date, les horaires, la gratuité et le caractère facultatif des ateliers. **Indicateur :** part des personnes interrogées qui se souviennent de ces informations, mesurée par un sondage après la campagne. **Objectif comportemental :** inciter le public à s'inscrire aux ateliers et à venir à la journée. **Indicateurs :** au moins 150 inscriptions préalables et 600 visites comptabilisées à l'accueil le 17 octobre 2026.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Faire connaître l'événement et encourager la participation : au moins 150 inscriptions préalables et 600 visites le 17 octobre 2026.

Caractérisation des publics

Question 1.2. À partir du DT 1, caractérisez les deux publics prioritaires. Pour chacun, indiquez un frein possible à la participation et un levier de communication adapté, en justifiant brièvement vos choix.

Public	Caractérisation	Frein possible	Levier adapté
18-35 ans de l'agglomération	Public susceptible de consulter les réseaux sociaux sur téléphone.	Message peu visible ou inscription trop compliquée.	Publicité sur les réseaux sociaux avec lien direct vers une page mobile claire et un formulaire simple.
Familles	Recherchent une activité pratique et gratuite le week-end.	Doute sur l'intérêt ou l'organisation de la journée.	Affiche et flyers de proximité mettant en avant la gratuité, les horaires et les activités de réparation et de réemploi.

Les leviers reprennent les habitudes et attentes indiquées dans le brief. Un ton positif, concret et inclusif présente l'événement comme une occasion de découvrir, sans juger les pratiques de chacun.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> 18-35 ans : réseaux sociaux et parcours mobile simple. Familles : supports de proximité présentant une activité pratique et gratuite.

Exigences réglementaires et déontologiques

Question 1.3. Relevez trois exigences réglementaires ou déontologiques à intégrer à la campagne. Pour chacune, indiquez une mesure concrète à appliquer au formulaire ou aux supports.

Trois exigences à intégrer à la campagne :

- **Protection des données :** limiter le formulaire au nom, à l'adresse électronique, au créneau et au nombre de personnes ; indiquer la finalité, la durée de conservation définie par le client et un contact pour exercer ses droits.
- **Accessibilité :** structurer les titres, assurer un contraste suffisant, rendre les liens explicites et les champs compréhensibles, et permettre la navigation au clavier.
- **Droits de propriété intellectuelle :** vérifier les licences ou obtenir les autorisations pour les images et autres contenus utilisés, puis conserver les preuves.

Les informations pratiques, notamment l'adresse et les modalités de réservation, doivent aussi être confirmées par le client avant diffusion.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Formulaire limité et transparent, supports accessibles, contenus autorisés et informations pratiques confirmées par le client avant diffusion.

2. Choix des moyens, planification et chiffrage

À partir des tarifs TTC et hypothèses de diffusion du DT 2, le candidat construit un dispositif cohérent avec les publics, les objectifs et le budget maximal de 4 800 €. Il calcule les quantités, les coûts, la réserve et la marge disponible, puis propose un plan de communication suivi par des indicateurs.

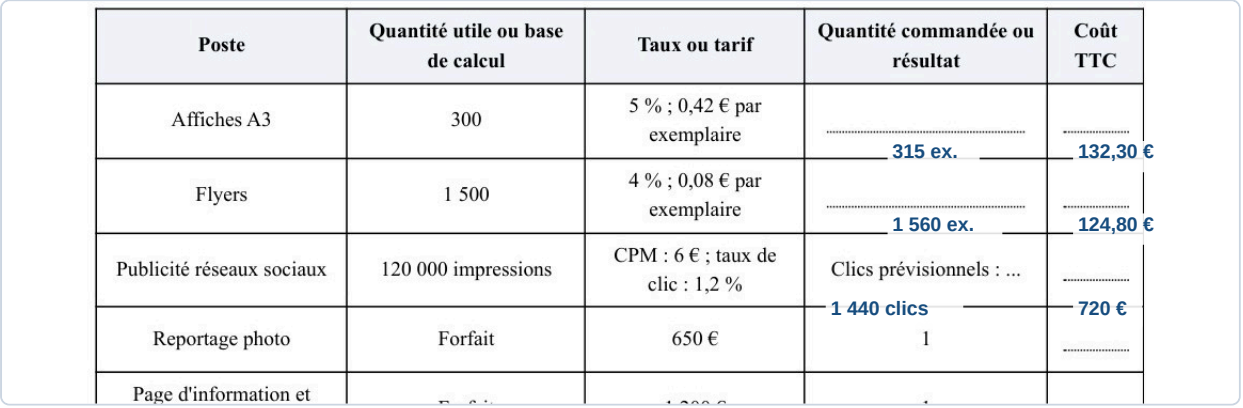
Calcul des quantités et des coûts

Question 2.1. Complétez le tableau du DR 1 : calculez les quantités à commander, le coût des impressions, le coût de la campagne sur réseaux sociaux et le nombre prévisionnel de clics. Arrondissez les quantités d'impression au nombre entier supérieur et utilisez les relations fournies dans le sujet.

Les réserves d'impression s'appliquent aux quantités utiles, puis les quantités commandées sont arrondies à l'entier supérieur. Le coût de la publicité est calculé au CPM ; les clics restent une prévision.

Poste	Calcul	Résultat
Affiches A3	300 × 1,05 ; 315 × 0,42 €	315 exemplaires ; 132,30 €
Flyers	1 500 × 1,04 ; 1 560 × 0,08 €	1 560 exemplaires ; 124,80 €
Réseaux sociaux	120 000 ÷ 1 000 × 6 € ; 120 000 × 1,2 %	720 € ; 1 440 clics prévisionnels

DR 1 : quantités et coûts des impressions et de la publicité



Poste	Quantité utile ou base de calcul	Taux ou tarif	Quantité commandée ou résultat	Coût TTC
Affiches A3	300	5 % ; 0,42 € par exemplaire	315 ex.	132,30 €
Flyers	1 500	4 % ; 0,08 € par exemplaire	1 560 ex.	124,80 €
Publicité réseaux sociaux	120 000 impressions	CPM : 6 € ; taux de clic : 1,2 %	Clics prévisionnels : ... 1 440 clics	720 €
Reportage photo	Forfait	650 €	1	
Page d'information et				

✓ RÉPONSE À RETENIR

Affiches : 315 exemplaires, 132,30 € ; flyers : 1 560 exemplaires, 124,80 € ; publicité : 720 €, 1 440 clics prévisionnels.

Budget prévisionnel

Question 2.2. Calculez le coût direct total des six postes du DT 2, la réserve égale à 10 % de ce coût, le coût prévisionnel total réserve comprise et la marge restante par rapport au plafond de 4 800 € TTC. Présentez les calculs à l'aide des formules indiquées dans le sujet.

Le coût direct est la somme des six postes TTC, dont les coûts d'impression calculés à la question précédente. La réserve de 10 % s'ajoute à cette somme ; la marge est la différence entre le plafond de 4 800 € et le total prévisionnel.

Calcul	Résultat
132,30 + 124,80 + 720 + 650 + 1 200 + 240	Coût direct : 3 067,10 €
3 067,10 × 0,10	Réserve : 306,71 €
3 067,10 + 306,71	Total prévisionnel : 3 373,81 €
4 800 − 3 373,81	Marge restante : 1 426,19 €

DR 1 : coût direct, réserve, total prévisionnel et marge

Réserve budgétaire	10 % des coûts directs	.....	.....	.....
Total prévisionnel, réserve comprise	Plafond : 4 800 €	.....	.....	3 067,10 €
Marge restante sous le plafond	4 800 € moins le total prévisionnel	.....	.....	306,71 €

À compléter par le candidat.

3 373,81 €

1 426,19 €

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Coût direct : 3 067,10 € ; réserve : 306,71 € ; total : 3 373,81 € ; marge restante : 1 426,19 €.

Plan de communication

Question 2.3. Proposez un plan de communication synthétique comportant au moins trois moyens complémentaires. Pour chaque moyen, précisez un public visé, un message ou contenu, un moment de diffusion et un indicateur de suivi. Respectez le budget calculé et contribuez aux objectifs du brief.

Le plan combine diffusion numérique, supports de proximité et information en ligne. Il mobilise les six postes chiffrés, pour un total prévisionnel de 3 373,81 € réserve comprise, inférieur au plafond de 4 800 €. Les messages restent positifs et précisent que l'inscription à un atelier est facultative.

Moyen et public	Message ou contenu	Moment	Indicateur
Publicité sur réseaux sociaux, 18-35 ans	Journée gratuite de réparation et de réemploi ; lien vers les ateliers	Deux vagues entre le 7 septembre et le 17 octobre	Impressions, clics et inscriptions
Affiches et flyers, habitants et familles	Activité pratique gratuite ; date, horaires et lieu confirmé	Diffusion dès septembre, rappel début octobre	Exemplaires diffusés ; visites déclarant le support
Page d'information et formulaire, tous publics	Programme, modalités et inscription facultative	En ligne dès le lancement, actualisée jusqu'à l'événement	Inscriptions par créneau
Reportage photo et signalétique, visiteurs et publics en ligne	Visuels autorisés ; orientation sur place	Photos pendant la campagne ; signalétique le 17 octobre	Engagement des publications ; visites comptées à l'accueil

✓ RÉPONSE À RETENIR

Réseaux sociaux, imprimés, page d'information et signalétique : dispositif complémentaire de 3 373,81 € réserve comprise, suivi par les clics, inscriptions et visites.

3. Conception des supports et préparation de la production

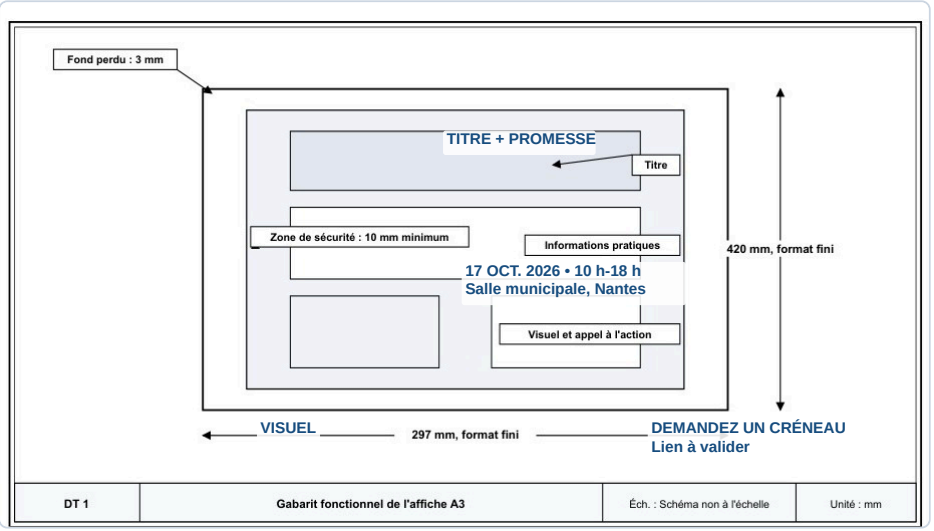
La recommandation doit être déclinée en supports réalisables et accessibles, notamment une affiche A3 portrait et une page d'inscription. Le dossier précise les dimensions et zones du gabarit, les contrôles avant impression et les vérifications de qualité à effectuer avant la mise en ligne.

Contenu et mise en page de l'affiche

Question 3.1. Rédigez une proposition de contenu pour l'affiche comprenant un titre, une phrase de promesse, un appel à l'action et les informations pratiques indispensables. Adoptez un ton accueillant, non culpabilisant et adapté aux publics du brief, puis indiquez où placer ces éléments dans le gabarit du DT 1.

Titre, en haut : « À Nantes, réparons et partageons ! » **Promesse :** « Une journée gratuite pour découvrir la réparation et le réemploi, en famille ou entre amis. » Au centre, indiquer : « Samedi 17 octobre 2026, de 10 h à 18 h, salle municipale à Nantes. » Ajouter l'adresse exacte uniquement après confirmation du client. En bas, associer le visuel à l'appel : « Découvrez les ateliers et demandez un créneau en ligne. » Préciser que l'inscription est facultative et qu'une place nécessite la confirmation de l'organisateur. Garder les textes essentiels dans la zone de sécurité et faire valider le lien avant le bon à tirer.

Proposition de contenu dans le gabarit A3



✓ RÉPONSE À RETENIR

Affiche positive et gratuite, avec date, horaires, lieu confirmé, appel à l'action et textes essentiels dans la zone de sécurité.

Contrôles avant bon à tirer

Question 3.2. Complétez le DR 2 en précisant les contrôles à effectuer avant le bon à tirer : format et fond perdu, lisibilité, contraste et accessibilité, vérification des informations, droits sur les images et validation du client. Indiquez une méthode de contrôle pour chaque point.

Point	Vérification à effectuer	Méthode ou preuve
Format et zones	A3 fini 297 × 420 mm, fond perdu de 3 mm sur les quatre côtés, zone de sécurité intérieure de 10 mm.	Contrôler les dimensions du PDF et les repères de coupe : 303 × 426 mm.
Lisibilité et accessibilité	Texte lisible, contraste suffisant, aucune information essentielle transmise par la seule couleur.	Vérifier une épreuve imprimée et suivre une liste de contrôle.
Informations pratiques	Date, horaires, lieu confirmé et modalités exacts.	Comparer au brief et obtenir la confirmation du client pour l'adresse.
Droits	Autorisations et licences des images et contenus vérifiées.	Consulter le registre des sources et archiver les preuves.
Validation	Version finale approuvée avant impression.	Obtenir et conserver le bon à tirer écrit du client.

Contrôler le fichier final prêt à imprimer, pas seulement la maquette à l'écran. Mesurer la zone de sécurité depuis le format fini et vérifier que les textes essentiels y restent. Examiner l'épreuve imprimée à taille réelle pour juger la lisibilité et le contraste. Pour les déclinaisons numériques, vérifier aussi les textes alternatifs pertinents et les informations non dépendantes de la couleur. Toute modification après validation exige une nouvelle vérification et un nouveau bon à tirer écrit.

Contrôles à reporter dans le DR 2

Point de contrôle	Vérification à effectuer	Méthode ou preuve de contrôle
Format fini, fond perdu et zone de sécurité	A3 297 × 420 ; fond perdu 3 ;	PDF 303 × 426 ; repères contrôlés
Lisibilité, contraste et accessibilité	Lisibilité, contraste, couleur	Épreuve + liste de contrôle
Date, horaire, lieu et modalités de participation	Date, horaires, lieu, modalité	Brief + adresse confirmée
Droits sur les images et les contenus	Droits et licences vérifiés	Registre et preuves archivés
Validation du client	Version finale approuvée	BAT écrit conservé

✓ RÉPONSE À RETENIR

PDF aux bonnes dimensions et zones, épreuve lisible, informations et droits vérifiés, bon à tirer écrit conservé.

Contrôle de la page d'inscription

Question 3.3. Proposez un contrôle qualité concret de la page d'inscription avant sa mise en ligne, portant sur au moins deux éléments distincts parmi le parcours utilisateur, l'accessibilité, le fonctionnement du formulaire et la confirmation d'inscription.

Avant publication, tester la page sur téléphone et ordinateur avec une inscription fictive. Parcourir le formulaire au clavier et contrôler l’ordre des titres, le contraste, les liens explicites et les libellés des champs. Vérifier que seuls le nom, l’adresse électronique, le créneau et le nombre de personnes sont demandés. Envoyer le formulaire pour tester les champs obligatoires, les messages d’erreur et l’enregistrement du créneau. Vérifier la réception d’une confirmation compréhensible indiquant que la demande ne garantit pas une place sans accord de l’organisateur, puis supprimer les données de test.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Test mobile et ordinateur concluant : formulaire accessible et fonctionnel, données limitées et confirmation sans ambiguïté.

4. Prévention des risques et suivi du projet

Le projet comprend la collecte de données personnelles par formulaire, un travail graphique prolongé sur écran et l'installation de signalétique dans une salle municipale. Le candidat propose des mesures de protection des personnes et de prévention des risques, puis définit des indicateurs pour évaluer la campagne.

Risques liés au formulaire

Question 4.1. Pour le formulaire, identifiez deux risques pour les personnes concernées et proposez une mesure de prévention pour chacun. Prenez notamment en compte la minimisation des données, l'information des personnes et la durée de conservation.

Deux risques sont à prévenir. Premièrement, recueillir des données inutiles augmente l'exposition des personnes en cas de fuite : limiter le formulaire au nom, à l'adresse électronique, au créneau demandé et au nombre de personnes. Deuxièmement, une utilisation non comprise ou une conservation excessive peut porter atteinte à leurs droits. Indiquer clairement la finalité, définir une durée de conservation justifiée, fournir un contact pour l'exercice des droits et réserver l'accès aux données aux personnes habilitées.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Quatre données seulement, finalité et durée indiquées, contact pour les droits et accès sécurisé.

Risques liés au travail et à l'installation

Question 4.2. Complétez le tableau du DR 2 avec deux risques liés aux conditions de travail ou à l'installation des supports, leurs effets possibles et une mesure de prévention adaptée. Appuyez-vous sur les situations décrites dans le sujet.

À reporter dans le tableau du DR 2 :

Situation	Risque	Effet possible	Prévention
Travail prolongé sur écran	Posture statique et fatigue visuelle	Douleurs, gêne visuelle	Organiser des pauses, varier les tâches et ajuster le poste.
Installation de la signalétique	Chute ou trébuchement, notamment lors d'une pose en hauteur	Blessure	Dégager les cheminements, utiliser un moyen stable et adapté, ne pas intervenir seul en cas de risque.

DR 2, tableau de prévention complété

Situation ou activité	Risque identifié	Effet possible	Mesure de prévention
Travail prolongé sur écran	Posture statique, fatigue visuelle	Douleurs, gêne visuelle	Passages dégagés; appui stable; ne pas tr availler seul
Installation de la signalétique dans la salle	Chute / trébuchement	Blessure	

✓ RÉPONSE À RETENIR

Écran : pauses et alternance des tâches. Installation : passages dégagés, appui stable et pas d'intervention seul en situation risquée.

Indicateurs de suivi

Question 4.3. Indiquez deux indicateurs à relever pendant ou après la campagne pour en évaluer les résultats. Pour chacun, précisez sa méthode de collecte et le moment du bilan.

Deux indicateurs permettent de comparer les résultats aux objectifs du brief :

1. Inscriptions préalables : compter les demandes enregistrées dans le formulaire, faire un point chaque semaine et un bilan à la clôture de la campagne, en visant au moins 150.
2. Visites : comptabiliser les personnes à l'accueil le jour de l'événement par relevé manuel ou compteur, puis établir le bilan après la journée et comparer le total à l'objectif de 600.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Inscriptions : suivi hebdomadaire, bilan à la clôture. Visites : comptage à l'accueil le 17 octobre, bilan après l'événement.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2026)

Bilan de l'épreuve : Cette évaluation de la compétence C3 du BUT Information-Communication, session 2026, porte le code 26-BUT-INFO-EP1. D'une durée de trois heures et dotée d'un coefficient indicatif de 3, elle porte sur la communication d'une journée gratuite de réparation et de réemploi à Nantes. Elle évalue l'analyse des publics, le choix des moyens, le chiffrage, la production accessible, la prévention et le suivi des résultats.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Quantité à commander = quantité utile × (1 + taux de réserve), avec arrondi à l'entier supérieur pour les impressions.
- Coût média = impressions ÷ 1 000 × CPM ; clics prévisionnels = impressions × taux de clic exprimé en décimal.
- Réserve budgétaire = 10 % du coût direct ; coût prévisionnel total = coût direct + réserve.
- L'affiche A3 est au format fini 297 × 420 mm, avec 3 mm de fond perdu et une zone de sécurité intérieure de 10 mm.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer les objectifs de communication des moyens choisis et des résultats attendus.
- Pour chaque moyen proposé, préciser le public, le contenu, le moment de diffusion et un indicateur de suivi.
- Vérifier les informations pratiques avec le client et obtenir un bon à tirer écrit avant impression.
- Limiter les données du formulaire au nécessaire, informer les personnes et définir une durée de conservation justifiée.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer la quantité d'imprimés à commander avec une réserve ?

Multipliez la quantité utile par 1 plus le taux de réserve exprimé en décimal, puis arrondissez à l'entier supérieur. Par exemple, 300 affiches utiles avec 5 % de réserve donnent 315 exemplaires à commander.

Q : Comment déterminer le coût d'une publicité facturée au CPM ?

Divisez le nombre d'impressions par 1 000, puis multipliez le résultat par le CPM. Pour estimer les clics, multipliez le nombre d'impressions par le taux de clic exprimé en décimal.

Q : Comment répartir les points et gérer le temps de l'épreuve ?

L'épreuve dure trois heures et totalise 20 points : la partie 1 vaut 5 points, la partie 2 en vaut 6, la partie 3 en vaut 5 et la partie 4 en vaut 4. Le sujet ne fixe pas de durée pour chaque partie.

Q : Quels contrôles faut-il effectuer avant l'impression de l'affiche ?

Vérifiez le format fini, le fond perdu de 3 mm et la zone de sécurité de 10 mm. Contrôlez aussi l'accessibilité, les informations pratiques et les droits des contenus, puis obtenez le bon à tirer écrit du client.

Sujet officiel associé (PDF) : https://butinfocom.fr/assets/annales/but-info-com/C3 - Concevoir/2026/BUT Information Communication - C3 - Concevoir - Session 2026 - 1-Sujet.pdf
Ressources BUT Information Communication : 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.