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

DIPLÔME NATIONAL DE LICENCE

**MENTION INFORMATION-COMMUNICATION**

# ÉVALUATION C2 : EXPLOITER DES DONNÉES À DES FINS D'ANALYSE

SESSION 2026

Durée : 3 heures

| SPÉCIALITÉ / UNITÉ | COEFF |
|---|---|
| MENTION INFORMATION-COMMUNICATION | 3 (INDICATIF, À CONFIRMER PAR LES MODALITÉS DE CONTRÔLE DES CONNAISSANCES DE L'ÉTABLISSEMENT) |

Moyens de calculs et matériel autorisés :

**L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé. L'usage de calculatrice sans mémoire, « type collège », est autorisé.**

**Aucun document ou matériel autorisé en dehors de ceux fournis avec le sujet.**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Ce sujet comporte 10 pages numérotées de 1/10 à 10/10.

Les documents réponses en fin de sujet sont à rendre avec la copie.

# DOSSIER SUJET

## MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CAHIER DES CHARGES : AGENCE FICTIVE SIGNAL & SENS, LYON, POUR LE CLIENT FICTIF MAISON DES CULTURES DU CANAL

La Maison des Cultures du Canal souhaite évaluer les résultats d'une campagne de communication menée pendant une semaine pour promouvoir sa programmation culturelle. Vous intervenez comme chargé d'études au sein de l'agence Signal & Sens. À partir des données agrégées du dossier technique, vous devez vérifier leur exploitabilité, calculer des indicateurs, comparer les résultats et formuler des recommandations adaptées à l'objectif de la campagne.

Le client souhaite accroître les visites qualifiées vers les pages de programmation et les réservations en ligne, sans collecter de données directement identifiantes pour cette analyse. Les données du sujet sont fictives et ont été préparées à des fins d'évaluation. Les calculs seront présentés avec leur formule, les valeurs utilisées, le résultat et l'unité ou le pourcentage approprié. Les pourcentages seront arrondis à un chiffre après la virgule et les coûts à deux décimales lorsque nécessaire.

Le sujet est structuré pour une évaluation organisée localement. L'intitulé C2, la durée et le coefficient indiqués sont des paramètres locaux à confirmer par les modalités de contrôle des connaissances de l'établissement ; il n'existe pas de code national d'épreuve commun correspondant à cet intitulé pour l'ensemble des licences Information-communication.

## PARTIE 1 : Analyse du besoin, des données et du cadre réglementaire (5 points)

***Définir l'analyse et vérifier les conditions d'utilisation des données***

Vous disposez du cahier des charges et du jeu de données décrits dans les documents DT 1 et DT 2. L'analyse porte sur trois canaux de communication pendant une même période. Les valeurs de portée, de clics, de sessions, de réservations et de dépenses sont des totaux agrégés par canal. Aucun identifiant individuel n'est fourni.

**Objectifs et indicateurs attendus**

| Objectif | Indicateur attendu | Utilité pour la décision |
|---|---|---|
| Attirer une audience vers les pages de programmation | Taux de clics et taux de sessions par clic | Évaluer l'attractivité et la continuité du parcours |
| Obtenir des réservations en ligne | Taux de réservation par session | Évaluer la transformation des visites en réservations |
| Maîtriser les dépenses de campagne | Coût par réservation pour les canaux payants | Comparer les dépenses engagées au résultat obtenu |

*Cahier des charges transmis par le client*

**1.1** (2 points) À partir du cahier des charges, formulez la question d'analyse principale et précisez deux décisions concrètes que le client pourra éclairer à l'aide des résultats. Distinguez l'indicateur qui mesure l'attractivité du canal de celui qui mesure la transformation des sessions en réservations.

**1.2** (1,5 point) Relevez deux vérifications de qualité ou de comparabilité à effectuer avant de comparer les canaux. Pour chacune, indiquez le risque associé et une vérification concrète réalisable à partir des informations du dossier ou auprès du client.

**1.3** (1,5 point) Au regard des principes de finalité, de minimisation et de sécurité des données prévus par le RGPD, indiquez deux précautions à maintenir pour cette analyse. Précisez pourquoi les totaux agrégés fournis ne suffisent pas, à eux seuls, à démontrer que toutes les obligations relatives aux données personnelles sont satisfaites.

## PARTIE 2 : Calcul et interprétation des indicateurs (6 points)

***Calculer des taux de performance et un coût par réservation***

Utilisez les définitions et les données du DT 2. Les formules à appliquer sont : taux de clics = clics / portée × 100 ; taux de sessions par clic = sessions / clics × 100 ; taux de réservation par session = réservations / sessions × 100 ; coût par réservation = dépense / réservations. Le canal « Réseaux sociaux organiques » n'a pas de dépense média renseignée, car aucune dépense média n'a été déclarée pour cette ligne ; un coût par réservation média ne doit donc pas être calculé pour ce canal.

Présentez les calculs avec les valeurs substituées. Arrondissez les taux à un chiffre après la virgule et le coût par réservation à deux décimales.

**Données agrégées de la campagne**

| Canal | Portée | Clics | Sessions | Réservations | Dépense média (€) |
|---|---|---|---|---|---|
| Infolettre | 12000 | 600 | 480 | 48 | 360 |
| Réseaux sociaux organiques | 20000 | 700 | 560 | 28 | 0 |
| Réseaux sociaux sponsorisés | 15000 | 900 | 720 | 54 | 540 |

*Période commune : 7 jours. Sources : exports agrégés des plateformes et outil de mesure des pages de programmation.*

**2.1** (2 points) Calculez le taux de clics de chacun des trois canaux. Présentez au moins un calcul détaillé, puis inscrivez les trois résultats dans le DR 1.

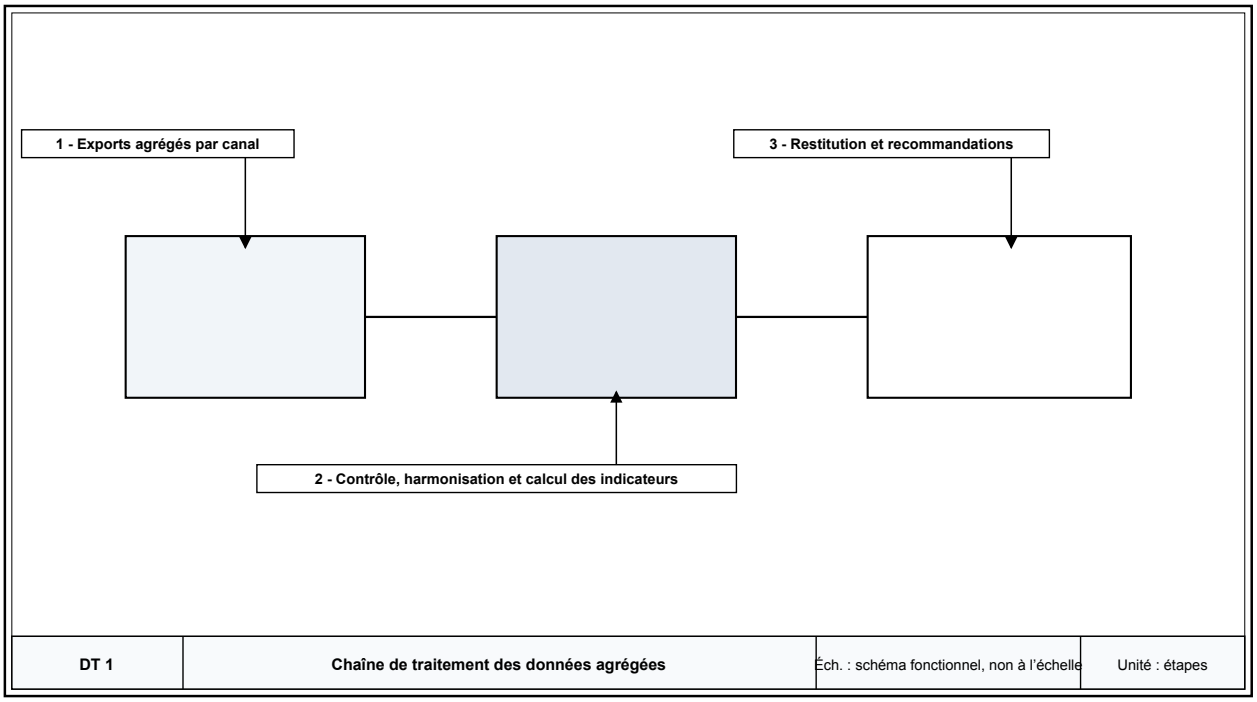
**2.2** (2 points) Calculez, pour chacun des trois canaux, le taux de sessions par clic et le taux de réservation par session. Présentez au moins un calcul détaillé pour chaque indicateur et reportez les résultats dans le DR 1.

**2.3** (2 points) Calculez le coût par réservation pour l'infolettre et les réseaux sociaux sponsorisés. Comparez ces deux résultats, puis indiquez une limite de cette comparaison. N'attribuez pas de coût média par réservation au canal organique à partir des données fournies.

## PARTIE 3 : Préparation de l'analyse et recommandation (5 points)

***Structurer une restitution exploitable et formuler une décision étayée***

Le client souhaite une restitution courte, compréhensible par une équipe de communication et réutilisable pour préparer la prochaine campagne. Les résultats calculés en partie 2 sont disponibles. Toute recommandation doit distinguer les constats issus des données, les hypothèses et les informations manquantes.




**Éléments attendus dans la restitution**

| Élément | Contenu attendu |
|---|---|
| Constat chiffré | Indicateur calculé et canal concerné |
| Interprétation | Explication prudente au regard du périmètre mesuré |
| Décision proposée | Action testable et indicateur de suivi |
| Limite | Biais, donnée manquante ou hypothèse à vérifier |

*Trame proposée pour une synthèse destinée au client*

**3.1** (2 points) En vous appuyant sur vos calculs, rédigez une recommandation de quatre à six lignes au client. Elle doit comporter au moins un constat chiffré, une action proposée pour la prochaine campagne et un indicateur qui permettra d'en évaluer l'effet.

**3.2** (1,5 point) Présentez deux limites ou facteurs de confusion susceptibles d'affecter l'interprétation des écarts entre canaux. Pour chaque limite, précisez quelle information complémentaire permettrait de mieux interpréter les résultats.

**3.3** (1,5 point) Complétez le DR 2 avec une synthèse comparative des trois canaux : un résultat saillant par canal, une précaution d'interprétation et une action ou vérification proposée. Les propositions doivent être cohérentes avec les données fournies.

## PARTIE 4 : Prévention, sécurité et traçabilité de l'analyse (4 points)

***Sécuriser les fichiers de travail et rendre l'analyse vérifiable***

Le traitement est réalisé sur un poste de travail de l'agence. Les exports sources sont conservés dans un espace partagé de l'équipe projet. Le livrable est destiné au client et ne doit contenir aucune donnée individuelle. Le dossier DT 3 rappelle les repères réglementaires et les pratiques attendues pour ce cas.

**Situation de travail et risques à prévenir**

| Situation | Risque possible |
|---|---|
| Export transmis par courriel à plusieurs destinataires | Divulgation ou accès non autorisé |
| Modification manuelle d'une valeur sans journal de correction | Résultat non reproductible ou erreur non détectée |
| Ajout d'identifiants individuels au tableau de restitution | Collecte ou diffusion de données personnelles non nécessaire |

*Éléments communiqués par le responsable de mission*

**4.1** (2 points) Pour deux risques différents du tableau, proposez une mesure de prévention adaptée à chaque risque. Vos réponses doivent couvrir à la fois la limitation des accès ou des transferts et la protection du livrable contre l'ajout de données individuelles non nécessaires.

**4.2** (1 point) Indiquez les informations minimales à conserver dans une fiche de traçabilité pour qu'un autre analyste puisse reproduire les résultats : mentionnez au moins trois éléments distincts.

**4.3** (1 point) En cas de découverte d'un envoi non autorisé contenant un export de données, indiquez les deux premières actions opérationnelles à entreprendre selon la procédure interne de l'organisation, sans décider vous-même de la notification réglementaire à effectuer.

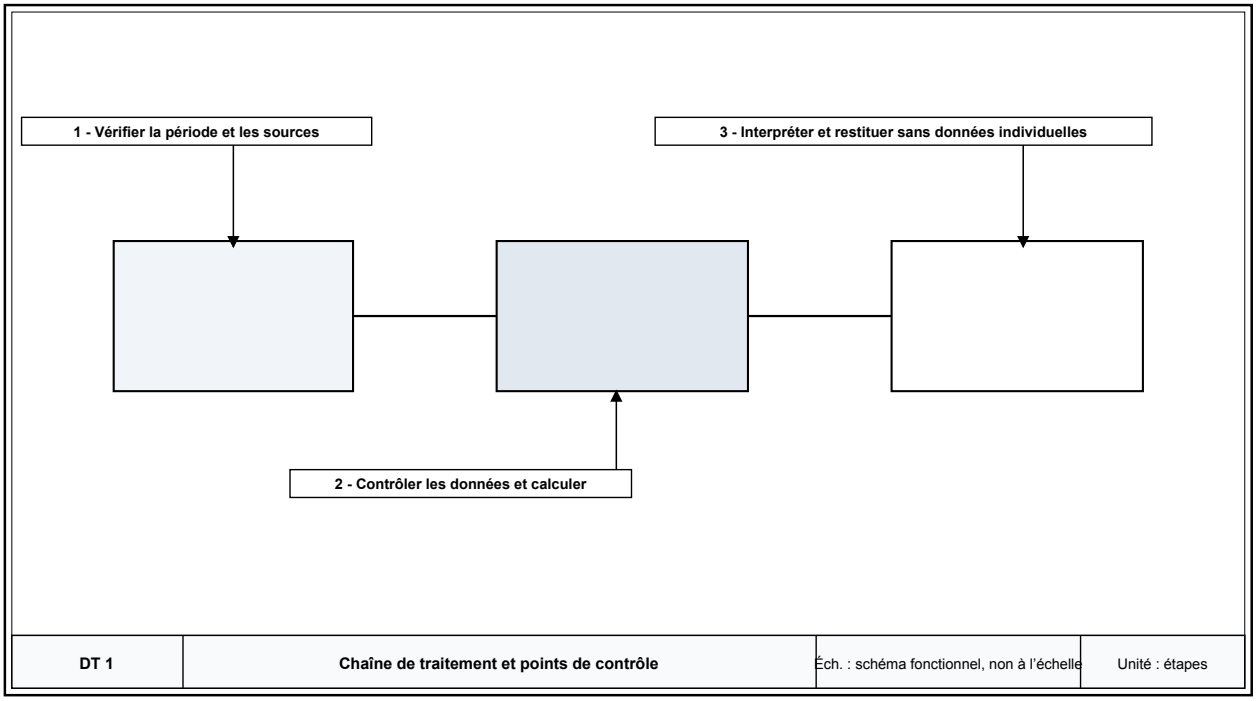
# DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

## **DT 1** : CAHIER DES CHARGES ET SCHÉMA DE LA CHAÎNE D'ANALYSE

Le client demande une comparaison descriptive des performances de trois canaux sur une période commune de sept jours. L'analyse doit permettre de discuter l'attractivité, la progression des clics vers les sessions, la conversion des sessions en réservations et le coût média par réservation des seuls canaux payants.

Le périmètre fourni ne permet pas d'établir une causalité entre le canal et la réservation. Il ne renseigne pas les caractéristiques des publics, les différences de contenu, la fréquence d'exposition, les éventuelles réservations provenant d'autres points de contact ni les coûts de production. Les comparaisons doivent donc être présentées comme descriptives et limitées aux données observées.




## **DT 2** : DONNÉES AGRÉGÉES ET DÉFINITIONS DES INDICATEURS

Les chiffres ci-dessous sont des totaux agrégés par canal sur une période commune de sept jours. La portée correspond au nombre d'expositions estimées par la source du canal ; elle ne représente pas nécessairement des personnes distinctes. Les clics sont les clics rapportés par la source du canal. Les sessions sont les sessions enregistrées sur les pages de programmation après attribution au canal selon le paramétrage disponible. Les réservations sont les réservations attribuées à ces sessions selon ce même paramétrage. Les dépenses sont les dépenses média déclarées en euros et excluent les frais de création et de personnel.

Formules : taux de clics = clics / portée × 100 ; taux de sessions par clic = sessions / clics × 100 ; taux de réservation par session = réservations / sessions × 100 ; coût par réservation = dépense média / réservations. Si un dénominateur est nul ou absent, l'indicateur correspondant ne peut pas être calculé.

Pour les réseaux sociaux organiques, la dépense média est de 0 € déclarée et ne constitue pas un coût total de production nul.

**Extrait de données de campagne**

| Canal | Portée | Clics | Sessions | Réservations | Dépense média (€) |
|---|---|---|---|---|---|
| Infolettre | 12000 | 600 | 480 | 48 | 360 |
| Réseaux sociaux organiques | 20000 | 700 | 560 | 28 | 0 |
| Réseaux sociaux sponsorisés | 15000 | 900 | 720 | 54 | 540 |

*Données fictives, agrégées par canal, période commune de sept jours*

**Définitions opérationnelles**

| Indicateur | Calcul | Lecture |
|---|---|---|
| Taux de clics | Clics / portée × 100 | Part des expositions ayant généré un clic selon les données fournies |
| Taux de sessions par clic | Sessions / clics × 100 | Part des clics suivis d'une session enregistrée |
| Taux de réservation par session | Réservations / sessions × 100 | Part des sessions attribuées ayant abouti à une réservation enregistrée |
| Coût média par réservation | Dépense média / réservations | Coût média moyen par réservation attribuée pour les canaux payants |

*Les mêmes définitions doivent être appliquées aux trois canaux*

## **DT 3** : REPÈRES DE PROTECTION DES DONNÉES, DE SÉCURITÉ ET DE QUALITÉ

Le RGPD fixe notamment des principes de finalité, de minimisation, d'exactitude, de limitation de la conservation et d'intégrité et confidentialité des données. Les articles 5, 25 et 32 constituent des repères pertinents pour examiner la finalité et la minimisation, la protection des données dès la conception et les mesures de sécurité adaptées. L'applicabilité des obligations dépend du contexte réel du traitement et du rôle des organisations concernées.

Pour ce cas, les données remises sont agrégées et ne comportent pas d'identifiant individuel. Il convient néanmoins de vérifier la provenance, la période, les définitions des métriques, les règles d'attribution et les conditions de production des exports. Une agrégation ne garantit pas à elle seule l'anonymat dans toutes les situations, notamment si des groupes très réduits ou des croisements permettant une réidentification sont présents.

Pratiques de travail attendues : limiter l'accès aux personnes habilitées, utiliser l'espace de stockage approuvé par l'organisation, éviter les pièces jointes non sécurisées, conserver une copie source non modifiée, documenter les corrections et les formules, vérifier le livrable avant diffusion et appliquer la procédure interne en cas d'incident de sécurité. Les décisions de qualification et de notification d'un incident relèvent des personnes responsables désignées par l'organisation.

### Contrôles à effectuer avant diffusion

| Contrôle | Action attendue | Trace utile |
|---|---|---|
| Périmètre et provenance | Confirmer la période, les sources et les règles d'attribution | Date d'extraction et nom des sources |
| Qualité des valeurs | Vérifier les unités, les valeurs manquantes et la cohérence des dénominateurs | Liste des contrôles réalisés |
| Calculs | Conserver les formules, les arrondis et les corrections documentées | Version du fichier et journal des modifications |
| Protection du livrable | Vérifier les destinataires et l'absence de données individuelles inutiles | Validation avant envoi |

*Repères opérationnels pour le cas étudié*

**NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE**

**DR 1** : Document réponse à rendre avec la copie : questions 2.1, 2.2 et 2.3 — **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Complétez les cases indiquées par « ... ». Inscrivez les unités et présentez les calculs détaillés dans votre copie. Arrondissez les taux à un chiffre après la virgule et les coûts à deux décimales.

**Tableau de calcul des indicateurs**

| Canal | Taux de clics (%) | Taux de sessions par clic (%) | Taux de réservation par session (%) | Coût média par réservation (€) |
|---|---|---|---|---|
| Infolettre | ..... | ..... | ..... | ..... |
| Réseaux sociaux organiques | ..... | ..... | ..... | Non calculé à partir des données fournies |
| Réseaux sociaux sponsorisés | ..... | ..... | ..... | ..... |

**Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE**

**DR 2** : Document réponse à rendre avec la copie : question 3.3 **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Complétez le tableau à partir des indicateurs calculés. Pour chaque canal, formulez un constat vérifiable, indiquez une précaution d'interprétation et proposez une action ou une vérification à réaliser.

**Synthèse comparative à destination du client**

| Canal | Résultat saillant chiffré | Précaution d'interprétation | Action ou vérification proposée |
|---|---|---|---|
| Infolettre | ..... | ..... | ..... |
| Réseaux sociaux organiques | ..... | ..... | ..... |
| Réseaux sociaux sponsorisés | ..... | ..... | ..... |

**Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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.