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

LICENCE

MENTION INFORMATION-COMMUNICATION

ÉVALUATION DU BLOC RNCP38189BC06 : PARTICIPER À LA CONCEPTION ET À LA MISE EN ŒUVRE DE STRATÉGIES D'INFORMATION-COMMUNICATION

SESSION 2026

Durée : 3 heures

SPÉCIALITÉ / UNITÉ	COEFF
MENTION INFORMATION-COMMUNICATION	3,0 INDICATIF

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 12 pages numérotées de 1/12 à 12/12.

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

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CAHIER DES CHARGES : LA TRAVERSE, ASSOCIATION CULTURELLE FICTIVE SITUÉE À NANTES (LOIRE-ATLANTIQUE)

Vous intervenez en appui de la responsable communication de La Traverse, association qui organise des ateliers culturels et des permanences d'accès aux droits dans trois quartiers de Nantes. L'association prépare le lancement de « Les Voisins font place », une campagne de six semaines destinée à faire connaître un programme gratuit d'ateliers et à augmenter les inscriptions de personnes qui fréquentent peu les équipements culturels.

Votre mission consiste à analyser le contexte et les dispositifs existants, à contribuer à une recommandation stratégique, à proposer une mise en œuvre opérationnelle et à définir des indicateurs de suivi. Toutes les données nécessaires figurent dans le sujet et le dossier technique. Les données de fréquentation et de performance sont fictives et sont fournies uniquement pour les besoins de l'étude de cas.

Le bloc RNCP38189BC06 ne fixe pas une durée, un coefficient ni une forme d'épreuve écrite nationale uniques. Pour cette évaluation organisée par l'établissement, le barème est établi sur 20 points, la durée retenue est de 3 heures et le coefficient indicatif est de 3,0. Les modalités applicables sont celles du règlement des études de l'établissement.

Vous répondrez aux quatre parties. Les calculs seront justifiés, les unités indiquées et les recommandations reliées aux données du dossier. Toute proposition devra tenir compte des publics concernés, des contraintes de production et des principes juridiques et éthiques rappelés dans les documents techniques.

PARTIE 1 : ANALYSE DU CONTEXTE, DES ACTEURS ET DU CADRE DE DIFFUSION (5 points)

Analyser les contextes socioculturels, les dispositifs d'information-communication et leurs cadres d'usage

À partir des documents DT 1 et DT 3, caractérisez la situation de communication de La Traverse. Distinguez les acteurs, les publics, les supports, les usages observés et les contraintes de diffusion. Appuyez vos réponses sur les données fournies.

Données de fréquentation et d'usages à analyser

Public ou canal	Donnée observée	Période ou base	Limite d'interprétation
Habitants des trois quartiers	18 000 personnes de 18 ans et plus	Estimation locale	Donnée de cadrage, ne décrit pas à elle seule les pratiques culturelles
Page web de l'association	1 200 visites et 84 clics vers le formulaire	30 jours précédant la campagne	Visites distinctes non disponibles
Instagram	3 600 abonnés, portée moyenne d'une publication : 1 100 comptes	Trois publications récentes	Les abonnés ne correspondent pas nécessairement aux habitants des quartiers
Affichage de proximité	12 lieux partenaires, 4 affiches par lieu	Dernière campagne	Nombre de personnes exposées non mesuré
Permanences physiques	47 demandes d'information	Quatre semaines	Les demandes ne sont pas toutes suivies d'une inscription

Source : dossier de campagne fourni avec le sujet.

1.1 (2 points) Établissez une cartographie synthétique de la situation de communication en identifiant le commanditaire, au moins deux catégories de publics, deux acteurs relais et trois dispositifs ou supports. Pour chaque catégorie de public, indiquez un besoin d'information ou un usage à prendre en compte. Justifiez deux éléments à partir du DT 1.

1.2 (1,5 point) Analysez deux limites des données disponibles pour mesurer la visibilité ou l'efficacité du dispositif actuel. Pour chaque limite, proposez une donnée complémentaire qui permettrait de mieux interpréter les résultats.

1.3 (1,5 point) À partir du DT 3, identifiez deux exigences à respecter pour la collecte ou la diffusion des informations de campagne. Pour chacune, indiquez une mesure concrète que l'association doit mettre en œuvre et un risque associé en cas de non-respect.

PARTIE 2 : RECOMMANDATION STRATÉGIQUE ET ÉVALUATION DES PERFORMANCES (6 points)

Contribuer à une recommandation fondée sur l'analyse des publics, des contenus et des dispositifs

La responsable communication souhaite une recommandation réalisable sur six semaines. Le programme propose 12 ateliers gratuits, d'une capacité de 15 personnes chacun. L'objectif de pilotage est d'obtenir au moins 120 inscriptions confirmées, tout en assurant une information accessible aux habitants qui utilisent peu les réseaux sociaux. Utilisez les données des DT 1 et DT 2.

Performances comparées des canaux lors de la campagne précédente

Canal	Audience ou diffusion mesurée	Clics vers le formulaire	Inscriptions attribuées	Coût de production et diffusion
Publication Instagram	2 400 comptes atteints	96	18	120 €
Infolettre des partenaires	800 envois délivrés	64	20	40 €
Affiche avec QR code	1 600 exemplaires distribués	48 scans	12	260 €
Relais oral en permanence	210 échanges documentés	Sans objet	30	90 €

Les clics vers le formulaire sont mesurés par lien balisé ou compteur du site.

2.1 (1,5 point) Formulez un objectif de communication opérationnel, avec une échéance et un indicateur mesurable, cohérent avec le cahier des charges. Distinguez l'objectif de communication de l'objectif de participation. Définissez ensuite une cible prioritaire et une cible relais en justifiant vos choix.

2.2 (1,5 point) Calculez, pour les trois canaux numériques ou imprimés du tableau, le taux de clics sur la base de l'audience ou de la diffusion mesurée, puis le taux d'inscription sur la base des clics ou scans. Exprimez chaque résultat en pourcentage, arrondi au dixième. Indiquez la formule utilisée et précisez pourquoi le relais oral doit être comparé avec prudence aux autres canaux.

2.3 (2 points) Comparez les quatre canaux au regard des inscriptions attribuées et du coût. Calculez le coût par inscription pour chaque canal avec la formule $C_i = \frac{K_i}{N_i}$, où K_i est le coût en euros et N_i le nombre d'inscriptions attribuées. Proposez une combinaison d'au moins trois canaux pour la nouvelle campagne et justifiez-la en tenant compte de la complémentarité des usages, de l'objectif d'accessibilité et des limites d'attribution.

2.4 (1 point) Proposez une accroche et un message principal destinés à la cible prioritaire. Expliquez brièvement comment le choix des mots, de l'image ou du ton peut influencer les représentations du programme et éviter une formulation stigmatisante.

PARTIE 3 : PLANIFICATION ET MISE EN ŒUVRE DE LA CAMPAGNE (5 points)

Préparer les contenus, les relais, le calendrier et les moyens de production

La campagne doit être prête à diffuser le 4 mai 2026 et se terminer le 14 juin 2026. Le budget maximal de production et de diffusion est de 1 500 € TTC. Les tarifs, les contraintes de calendrier et les ressources internes figurent dans les DT 2 et DT 3.

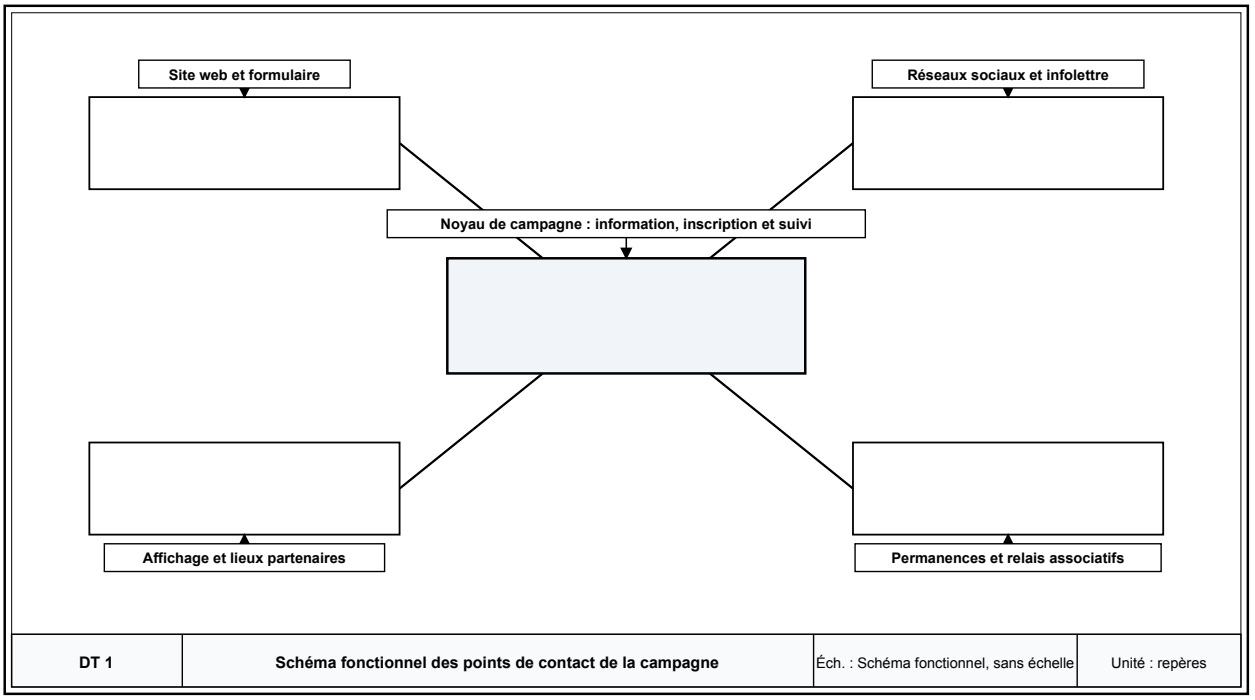


Schéma de circulation de l'information à utiliser pour situer les relais et les usages. Les traits représentent des relations de transmission ou de retour d'information.

Contraintes de production et coûts unitaires

Ressource	Quantité ou durée	Coût unitaire	Délai ou contrainte
Conception graphique	Forfait	280 €	Validation sous 3 jours ouvrés
Impression d'affiches A3	Lot de 100	85 € le lot	Livraison sous 5 jours ouvrés
Cartes d'information accessibles	Lot de 250	70 € le lot	Livraison sous 4 jours ouvrés
Promotion numérique géolocalisée	Par semaine	120 €	Budget minimal de 2 semaines
Traduction en deux langues	Forfait	180 €	Textes définitifs requis 7 jours avant diffusion
Temps interne de médiation	6 heures disponibles	0 € de dépense directe	À planifier avec les permanences

Tarifs TTC communiqués par les prestataires et partenaires de La Traverse.

3.1 (1,5 point) Établissez une proposition de budget respectant le plafond de 1 500 € TTC. Votre proposition doit inclure la conception graphique, au moins un lot d'affiches, au moins un lot de cartes accessibles, deux semaines de promotion numérique et la traduction. Calculez le total, le solde disponible et la part du budget consacrée à la production imprimée. Détaillez les opérations.

3.2 (2 points) Construisez un calendrier opératoire comportant au minimum cinq étapes entre le 6 avril et le 14 juin 2026. Pour chaque étape, précisez une date ou période, le responsable fonctionnel, le livrable attendu et un point de contrôle. Faites apparaître la validation des contenus, la traduction, la production, la diffusion et le suivi des inscriptions.

3.3 (1,5 point) Rédigez le contenu d'un encadré d'affiche de 45 à 60 mots comprenant le nom du programme, son caractère gratuit, une information pratique et une consigne d'inscription. Ajoutez deux choix de conception qui améliorent l'accessibilité du contenu et indiquez comment l'association vérifiera leur mise en œuvre avant diffusion.

PARTIE 4 : SUIVI, INTERPRÉTATION ET PRÉVENTION DES RISQUES (4 points)

Définir une évaluation pertinente et intégrer les principes de responsabilité dans la mise en œuvre

À la fin de la campagne, l'équipe relève les résultats présentés dans le DT 2. Les inscriptions confirmées sont dédoublonnées. Les expositions à l'affichage restent estimatives et ne sont pas additionnées aux audiences numériques.

Résultats à la fin de la campagne

Indicateur	Résultat	Objectif fixé	Mode de collecte
Inscriptions confirmées	126	120	Formulaire et inscription par permanence, dédoublonnés
Visites de la page campagne	2 100	1 800	Statistiques agrégées du site
Clics vers le formulaire	168	150	Liens balisés et compteur du site
Demandes d'information en permanence	62	Non fixé	Comptage hebdomadaire sans nom ni coordonnées
Désinscriptions de l'infolettre	14 sur 800 envois délivrés	À surveiller	Statistique agrégée du prestataire

Les données concernent uniquement les six semaines de campagne.

4.1 (1,5 point) Calculez le taux de réalisation de l'objectif d'inscriptions selon la formule $T_r = \frac{N_r}{N_o} \times 100$, où N_r est le nombre d'inscriptions réalisées et N_o l'objectif fixé. Calculez aussi le taux de clics vers le formulaire sur les visites de la page et le taux de désinscription sur les envois délivrés. Arrondissez au dixième et indiquez les numérateurs et dénominateurs.

4.2 (1,5 point) Interprétez les résultats en distinguant au moins un résultat satisfaisant, un point de vigilance et une limite de mesure. Formulez deux recommandations pour la prochaine campagne, chacune reliée à un indicateur ou à une limite relevée dans le tableau.

4.3 (1 point) Proposez une procédure courte de vérification avant publication qui traite la fiabilité des informations pratiques, le respect des droits sur les images et la protection des données d'inscription. Mentionnez la personne ou la fonction chargée de valider la diffusion.

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

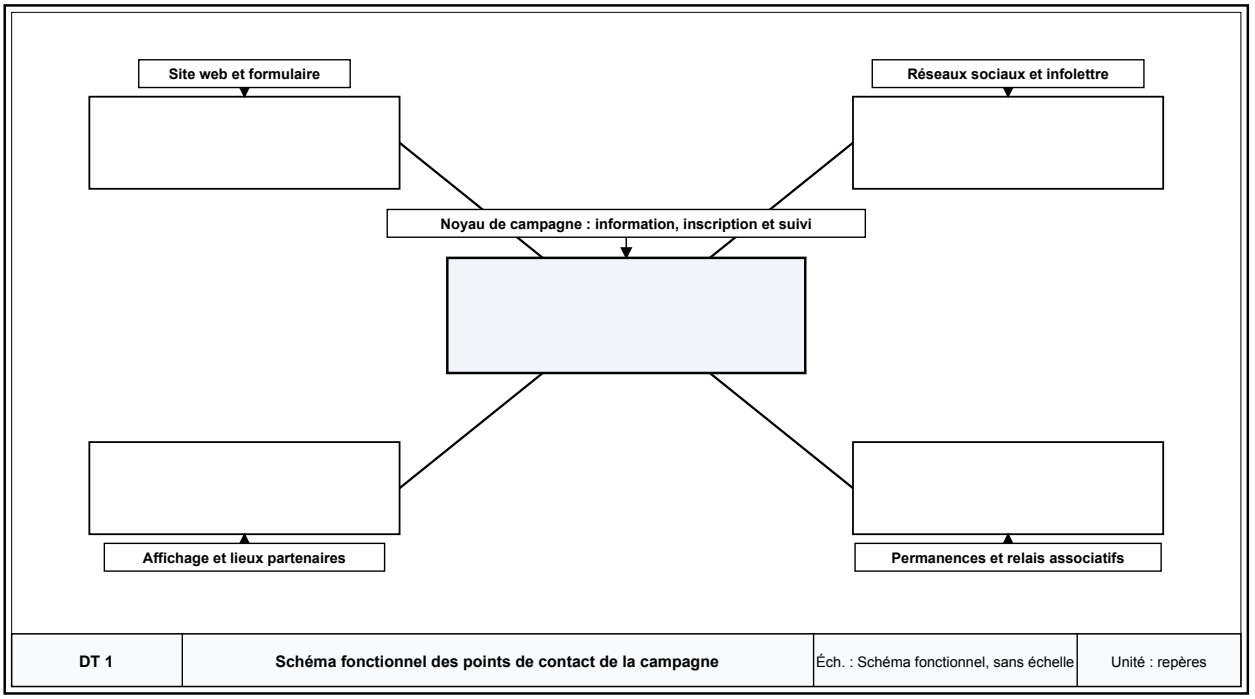
Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : SITUATION DE COMMUNICATION, PUBLICS ET ARCHITECTURE DES POINTS DE CONTACT

La Traverse est une association nantaise de 11 salariés et d'un réseau de 24 bénévoles. Elle propose des actions culturelles dans trois quartiers. Le programme « Les Voisins font place » comprend 12 ateliers gratuits de 15 places chacun, organisés entre le 18 mai et le 14 juin 2026. Les inscriptions sont ouvertes du 4 mai au 10 juin 2026, en ligne ou à l'accueil de deux permanences.

Le public prioritaire retenu provisoirement par l'association est constitué d'adultes de 18 ans et plus habitant les trois quartiers et déclarant ne pas fréquenter régulièrement les équipements culturels. Les relais possibles sont les centres sociaux, les bibliothèques, les associations de quartier, les médiateurs et les partenaires de l'infolettre. Le site web présente les informations détaillées; l'affiche et les cartes orientent vers le site ou les permanences; les réseaux sociaux assurent la visibilité et la redirection; les échanges en permanence permettent une médiation directe.

Les données de fréquentation et de performance de ce dossier sont des données de cas fournies pour l'évaluation. Elles ne constituent pas une mesure représentative de l'ensemble des habitants. Une exposition, une visite, un clic, une demande d'information et une inscription sont des événements différents et ne doivent pas être assimilés.



Les relations indiquent des circulations possibles de l'information et des retours d'usage, sans représenter des volumes mesurés.

DT 2 : DONNÉES DE PERFORMANCE, COÛTS ET RÈGLES DE CALCUL

Performances observées lors de la précédente campagne : publication Instagram, 2 400 comptes atteints, 96 clics vers le formulaire, 18 inscriptions attribuées, coût 120 €; infolettre de partenaires, 800 envois

délivrés, 64 clics, 20 inscriptions attribuées, coût 40 €; affiches avec QR code, 1 600 exemplaires distribués, 48 scans, 12 inscriptions attribuées, coût 260 €; relais oral en permanence, 210 échanges documentés, 30 inscriptions attribuées, coût direct 90 €.

Pour un canal disposant d'une mesure d'audience et de clics, le taux de clics se calcule avec $T_c = \frac{C}{A} \times 100$, où C est le nombre de clics et A l'audience ou la diffusion mesurée. Le taux de conversion après clic se calcule avec $T_i = \frac{I}{C} \times 100$, où I est le nombre d'inscriptions attribuées. Le coût par inscription se calcule avec $C_i = \frac{K}{I}$, où K est le coût en euros. Ces indicateurs ne démontrent pas à eux seuls un lien causal entre exposition et inscription.

Résultats de la campagne étudiée : 126 inscriptions confirmées pour un objectif de 120; 2 100 visites de la page campagne; 168 clics vers le formulaire; 62 demandes d'information en permanence; 14 désinscriptions sur 800 envois délivrés. Les inscriptions en ligne et en permanence ont été dédoublonnées. Les demandes d'information ont été comptées sans enregistrer de nom ni de coordonnées.

Tarifs TTC : conception graphique, 280 € forfait; affiches A3, 85 € par lot de 100; cartes d'information accessibles, 70 € par lot de 250; promotion numérique géolocalisée, 120 € par semaine avec un minimum de deux semaines; traduction en deux langues, 180 € forfait. Le budget maximal est de 1 500 € TTC. Le temps interne de médiation est limité à six heures et n'entraîne pas de dépense directe.

Référentiel de calcul et unités

Indicateur	Formule	Unité attendue	Précaution
Taux de clics	Tc = clics / audience mesurée × 100	Pourcentage	La base varie selon le canal
Taux d'inscription après clic	Ti = inscriptions attribuées / clics × 100	Pourcentage	Attribution non équivalente à une preuve de causalité
Coût par inscription	Ci = coût du canal / inscriptions attribuées	Euros par inscription	Comparer les coûts en tenant compte des usages et de la portée
Taux de réalisation d'objectif	Tr = réalisé / objectif × 100	Pourcentage	Préciser l'objectif et la période

Utiliser les nombres du dossier et expliciter toute base de calcul.

DT 3 : CADRE JURIDIQUE, ÉTHIQUE, ACCESSIBILITÉ ET ORGANISATION

Avant toute diffusion, l'association vérifie l'exactitude du nom du programme, des dates, des lieux, du caractère gratuit et des modalités d'inscription. Les contenus ne doivent pas présenter les personnes éloignées des pratiques culturelles comme un public déficient ou homogène. Les images de personnes identifiables ne sont utilisées qu'après vérification des autorisations adaptées au support et au contexte de diffusion. Les droits d'auteur et les conditions de licence des textes, photographies, polices et éléments graphiques sont vérifiés.

Le formulaire ne collecte que les informations nécessaires à l'inscription et à son suivi. Les personnes sont informées de la finalité de la collecte, des destinataires, de la durée de conservation et de leurs droits. L'accès aux données est limité aux personnes qui en ont besoin. Les listes d'inscription ne sont pas réutilisées pour une infolettre sans base légale et information appropriées. L'association s'appuie sur les

obligations applicables du Règlement général sur la protection des données (RGPD) et de la loi Informatique et Libertés; les durées de conservation sont déterminées par le responsable de traitement selon la finalité et les obligations applicables.

Pour les contenus numériques, l'association vérifie notamment la lisibilité, le contraste, la présence de textes alternatifs pertinents pour les images informatives, la compréhension des liens et la possibilité d'accéder aux informations essentielles sans dépendre uniquement d'une image ou d'un code QR. Les recommandations d'accessibilité numérique du RGAA sont prises en compte. Les affiches et cartes indiquent une solution de contact autre que le seul QR code.

Organisation : la responsable communication valide le message et le calendrier; la personne référente de l'association vérifie les informations de programme; le responsable de traitement valide le formulaire et les textes d'information; les relais partenaires confirment les lieux et les conditions d'affichage. La traduction doit recevoir les textes définitifs au plus tard sept jours avant la diffusion. L'impression nécessite cinq jours ouvrés et la validation graphique trois jours ouvrés.

Points de contrôle avant diffusion

Domaine	Vérification	Responsabilité fonctionnelle	Trace attendue
Exactitude	Dates, lieux, gratuité et inscription	Référent programme	Version datée validée
Droits	Autorisation d'image et licence des ressources	Responsable communication	Autorisation ou référence de licence
Données personnelles	Finalité, minimisation, information et accès	Responsable de traitement	Formulaire et notice relus
Accessibilité	Lisibilité, contraste et alternative au QR code	Responsable communication	Épreuve relue avant impression
Traduction	Concordance des versions et informations pratiques	Responsable communication et traducteur	Bon à diffuser des versions finales

Liste de vérification issue des consignes opérationnelles de l'étude de cas.

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 1 : Document réponse à rendre avec la copie : analyse des canaux et calcul des indicateurs

À RENDRE AVEC LA COPIE

Complétez le tableau pour les trois canaux disposant d'une audience ou d'une diffusion mesurée. Indiquez les opérations, les résultats arrondis au dixième et les unités. Pour le coût par inscription, utilisez les quatre canaux du DT 2.

Tableau d'analyse des performances

Canal	Taux de clics (%)	Taux d'inscription après clic (%)	Coût par inscription (€)
Instagram	.....	.....	.....
Infolettre des partenaires	.....	.....	.....
Affiche avec QR code	.....	.....	.....
Relais oral en permanence	Non calculable avec une base de portée comparable	Non calculable à partir des clics	.....

Compléter les cellules marquées par des points.

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 : budget prévisionnel et calendrier opératoire

À RENDRE AVEC LA COPIE

Complétez les tableaux à partir des tarifs et contraintes des DT 2 et DT 3. Toute quantité doit être entière. Le total proposé doit respecter le budget maximal de 1 500 € TTC.

Budget prévisionnel de campagne

Poste	Quantité	Coût unitaire TTC	Sous-total TTC
Conception graphique	.....	280 €	.....
Affiches A3, lots de 100	.....	85 €	.....
Cartes accessibles, lots de 250	.....	70 €	.....
Promotion numérique, semaines	.....	120 €	.....
Traduction en deux langues	.....	180 €	.....
TOTAL	.....	.....	.....
Solde sur le plafond de 1 500 €	.....	.....	.....

Indiquer les quantités, les coûts calculés et le total.

Calendrier de mise en œuvre

Date ou période	Étape	Responsable fonctionnel	Livrable ou point de contrôle
.....	Validation du message et des informations pratiques	.....	.....
.....	Traduction des textes définitifs	.....	.....
.....	Validation graphique et contrôle d'accessibilité	.....	.....
.....	Impression et livraison	.....	.....
.....	Diffusion et suivi des inscriptions	.....	.....

Ajouter des lignes si nécessaire.

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.