

**CECOM****SESSION 2000****EXAMEN : BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR****SPECIALITE : COMMUNICATION DES ENTREPRISES****EPREUVE : COMMUNICATION****DUREE : 4 heures****COEFFICIENT : 3**

*Aucun document autorisé  
Calculatrice interdite*

La C.A.M.I.F. (Coopérative d'Achat de la Mutuelle des Instituteurs de France) a été créée en 1947 (le catalogue en 1949). Aujourd'hui la vente n'est plus réservée à des adhérents (ou sociétaires) mais s'est ouverte à d'autres clients grâce à un droit d'entrée lié au premier achat, sur catalogue ou en magasin.

Face à la concurrence des grands groupes de vente par correspondance, la C.A.M.I.F. veut développer sa notoriété dans le grand public et parmi ses sociétaires tout en rajeunissant son image. Pour cela elle a entrepris une campagne de communication dès le mois d'août 1999. La C.A.M.I.F. veut montrer au consommateur qu'il est possible d'acheter autrement.

Le plan média comprend une campagne d'affichage 4 x 3 du 29 juillet au 4 août 1999 et une campagne presse dans des journaux centrés sur l'information, l'actualité et les débats de société (Le Nouvel Observateur, Paris Match, Elle, Télérama, Courrier International, Le Monde...) entre juillet et octobre 1999. Cette annonce-presse est l'une des déclinaisons de cette campagne.

**PREMIER TRAVAIL (10 points)**

**Vous ferez l'analyse ordonnée des éléments visuels et des choix typographiques effectués dans cette annonce-presse. L'accroche, la phrase centrale, le base-line seront aussi analysés à l'exclusion du pavé rédactionnel central, certains éléments de ce dernier pouvant néanmoins aider à l'analyse.**

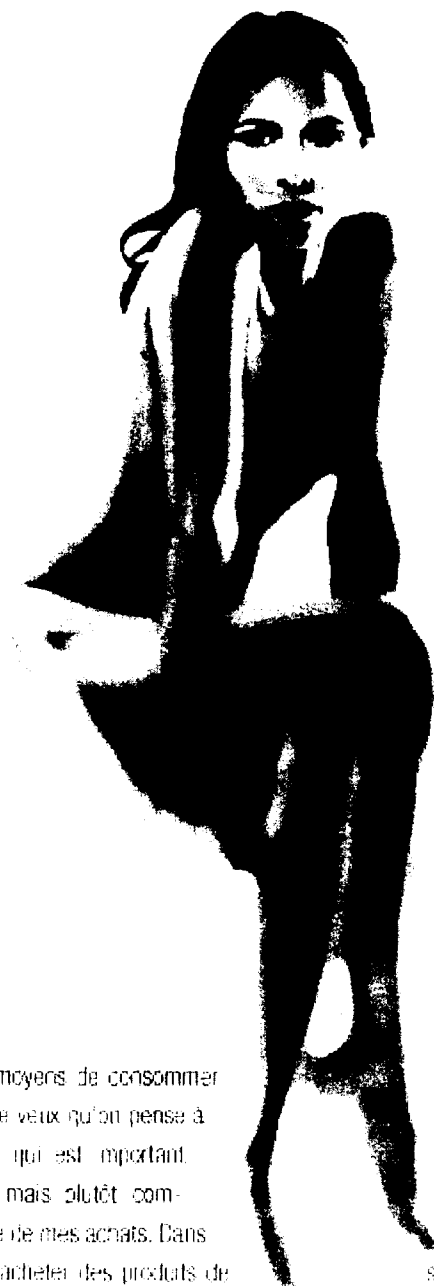
**Vous montrerez la pertinence des choix iconiques, graphiques, psychologiques, sociologiques et culturels par rapport au contexte sociologique et à la cible.**

**DEUXIEME TRAVAIL (10 points)**

**En adéquation avec la campagne d'affichage et la campagne presse, vous proposerez une idée de scénario pour un spot T.V.**

**Vous justifierez vos choix.**

# Société de consommation ou société de consommateurs ?



Moi,  
je veux  
acheter  
comme  
je suis

Moi, j'ai envie que l'on me donne les moyens de consommer sans me pousser à la consommation. Je veux qu'on pense à moi, à mes besoins et à mes envies. Ce qui est important, ce n'est pas combien je consomme mais plutôt comment je consomme et le plaisir que je tire de mes achats. Dans tous les cas, je n'ai pas les moyens d'acheter des produits de mauvaise qualité ou qui ne correspondent pas à mes besoins.

La CAMIF me donne une vraie liberté de choix. La CAMIF pense à mon confort et me permet d'acheter à mon rythme, sur catalogue et par correspondance ou dans ses magasins. des produits conseillés, sélectionnés, testés et directement livrés chez moi. [www.camif.fr](http://www.camif.fr)

PREMIER APPEL LOCAL  
**Numéro Azur**  
**0 810 06 2000**

# CAMIF

**EXCLUSIVEMENT RÉSERVÉE À CEUX QUI VEULENT FAIRE LE CHOIX DU VRAI**