

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR COMMUNICATION

CULTURES DE LA COMMUNICATION

SESSION 2019

—————
Durée : 4 heures
Coefficient : 3
—————

L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé
Aucun document n'est autorisé.

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

Le sujet se compose de 6 pages, numérotées de 1/6 à 6/6.

BTS COMMUNICATION		Session 2019
CULTURES DE LA COMMUNICATION	Code : COCOM	Page : 1/6

Au temps d'une civilisation des mœurs, le code du repas – « Tiens-toi bien à table » – avait sa liturgie¹. Le repas compose désormais d'autres partitions : menu solo, repas fractionné, repas d'affaires. Si les manières de table relevaient d'impératifs conventionnels, le mode contemporain relève plutôt d'un impératif fonctionnel. L'organisation et la planification des repas sont devenues des problèmes techniques : cantine scolaire, restaurant d'entreprise, etc.

Le repas questionne donc la façon qu'a notre gastro-nomie d'articuler le *gaster*² et le *nomos*³, les appels du ventre et les lois culinaires. En effet, tantôt le repas oscille vers le ventre pour ne remplir que les estomacs, tantôt il nourrit de véritables communions. Que se passe-t-il à table, en plus des plats, si ce n'est une certaine manière d'y être homme ? Que signifie « se mettre à table », si ce n'est dresser sur le plateau un trait d'union entre le haut du *nomos* et le bas du *gaster* ? Car, si les dessous de la table masquent l'ancrage terrestre et vivant des corps mangeant, sur le dessus une cérémonie initie une liturgie de la perception gustative. Il y a l'œil, sollicité par la construction de l'aliment tenu à distance ; l'ouïe, éveillée par les sonorités qui suggèrent des matières métamorphosées ; l'odorat, stimulé par les concentrés d'arômes prophétisant des univers ; la gustation, enfin, qui, dans une saturation papillaire⁴, signale un monde faisant son entrée. Je deviens un instant ce que je goûte. Quant au toucher, il a la retenue que suppose l'instrumentation culinaire, convoqué parfois dans la sensualité du « à mains nues ». Et les repas chics ou fractionnés, rapides ou prolongés, cultiveront cette phénoménologie⁵ de la perception dans des élaborations savantes et des échanges sociaux, ou bien la réduiront au rang de prédation⁶.

Comment manger interroge le pourquoi manger, car la nutrition n'est pas l'alimentation. La nutrition est un fait de constitution (il faut bien *manger*), là où l'alimentation est un fait d'institution (il faut *bien* manger). Si l'animal capte la matière qu'il dévore immédiatement, l'homme, au contraire, en fait des manières. L'homme dresse la table quand les besoins sont, eux aussi, « dressés ». C'est dire qu'il cultive l'aliment et le sublime. La nutrition a de prosaïque⁷ ce que la cuisine a de poétique. Le repas révèle comment, autour de l'aliment, la culture reprend l'initiative d'une inventivité culinaire, là où la nature imposait une nécessité.

Jean-Philippe PIERRON, « Le Pain d'Homère et le fast-food », *Études*, 2005

¹ Liturgie : ensemble des rites et cérémonies dédiés au culte d'une divinité.

² Gaster : ventre ou estomac.

³ Nomos : la règle, la loi.

⁴ Papillaire : relatif aux papilles gustatives, permettant de capter les différents goûts.

⁵ Phénoménologie : étude de l'expérience vécue.

⁶ Prédation : chasse afin de s'emparer d'une proie et de s'en nourrir.

⁷ Prosaïque : commun, qui ne relève pas de l'idéal.

BTS COMMUNICATION		Session 2019
CULTURES DE LA COMMUNICATION	Code : COCOM	Page : 2/6

Première partie (8 points)

Les réponses seront intégralement rédigées.

- 1) Quelles différences l'auteur fait-il entre la gastronomie et la nutrition ?
- 2) Les annonceurs du secteur alimentaire ont-ils intérêt à mettre en scène des expériences sensorielles dans leurs campagnes de communication ?

Votre réponse s'appuiera sur l'analyse d'exemples précis à l'exclusion de celui présent dans le sujet.

Deuxième partie (12 points)

Cultivée dans la plaine orientale de la Corse, la clémentine de Corse est issue d'un croisement naturel entre la fleur de mandarinier et le pollen d'oranger. Elle est commercialisée de novembre à début janvier.

La clémentine de Corse fête les 10 ans de son IGP (Indication Géographique Protégée) en renouvelant son image (nouvelle charte graphique, nouveau logo, nouveaux supports) à travers la campagne « clémentine de Corse of Corse ! ». Un partenariat avec des influenceurs connus, comme Nathalie N'Guyen, ancienne participante de l'émission MasterChef, est mis en place afin de proposer des recettes mettant en valeur le produit.

Des saveurs uniques

La clémentine de Corse est l'unique clémentine française. Une véritable reconnaissance obtenue en février 2007 grâce à l'Indication Géographique Protégée (IGP).

1

De longues feuilles
vertes effilées

qui donnent une information
précieuse à sa fraîcheur.



2

Un fruit juteux

sans pépins, au goût délicatement
acidulé.

3

Un « petit cul vert »

une peau fine et brillante qui
atteint sa coloration et sa maturité
sur l'arbre naturellement, sans
activateur.

Nos délicieuses recettes



Jolis sablés de Noël à la
clémentine de Corse

VOIR LA RECETTE



Jus bonne mine by Nathalie
N'Guyen

VOIR LA RECETTE



Rissoto de Noël aux Noix de
Saint-Jacques et suprêmes de
Clémentines de Corse

VOIR LA RECETTE

Document 2 : extrait du dossier de presse « clémentine de Corse »



Document 3 : extrait du dossier de presse « clémentine de Corse »

Avec la clémentine de Corse, retrouvez du jus!

Cet hiver, la talentueuse et créative Nathalie N'Guyen a carte blanche pour revisiter et sublimer la Clémentine de Corse.

Au programme de cette parenthèse culinaire vitaminée, deux recettes de jus santé et bien-être pour passer un hiver sous le signe de la vitamine C, of Corse!



RECETTE JUS DÉTOX
by Nathalie N'Guyen



- Pelez les Clémentines de Corse, les pommes et le concombre,
- Enlevez la peau de la betterave,
- Passez tous les ingrédients dans un mixeur,
- Dégustez !

La Clémentine de Corse associée au concombre et à la betterave vont soutenir l'effet de détoxification recherchée dans ce jus. La pomme rajoute une pointe d'acidité pour rééquilibrer le goût de la betterave. A consommer de préférence le matin ou après un repas copieux.

Show devant !



#clementineofcorse

A) Questions d'analyse

1) En quoi cette campagne (documents 1, 2 et 3) fait-elle de la clémentine de Corse un produit gastronomique ?

Vous répondrez à la question de façon structurée et argumentée en vous appuyant sur l'analyse des procédés mis en oeuvre.

2) La campagne « clémentine de Corse of Corse ! » témoigne-t-elle du fait qu'« il faut *bien* manger » (ligne 24), selon l'expression de Jean-Philippe Pierron ?

B) Production

La saisonnalité de la clémentine de Corse est assez brève et s'étend de novembre à début janvier. Un *total covering* (adhésif publicitaire recouvrant tout le véhicule) saisonnier est prévu pour habiller des véhicules promotionnels qui circuleront durant tout le mois de décembre en France, afin de rappeler, à l'occasion des fêtes de fin d'année, la dimension gastronomique de la clémentine de Corse.

1) Vous êtes chargé(e) de concevoir uniquement la face gauche de cet adhésif publicitaire en vous aidant du gabarit ci-dessous. Dans une courte note d'intention, vous préciserez comment vous déclinerez les différents axes de discours de la campagne sur l'ensemble du véhicule.

2) Vous justifierez l'ensemble de vos choix, en montrant notamment comment :

- vous avez repris certains procédés de la campagne afin de maintenir une cohérence avec elle ;
- vous avez ajusté vos choix pour vous adapter au nouveau support en tenant compte de ses spécificités ;
- vous avez dû recourir à des choix créatifs nouveaux.

