

Epreuve	E1
Matière d'enseignement	Culture de la communication
N° d'ordre	Corrigé CC 2-2014
Date de mise en ligne du corrigé	17/11/2014

Correction exercice de production Pulco :

Question 1 > Production et recommandations

Le rough ci-après est une proposition. D'autres alternatives peuvent être présentées (oreiller gonflable, jeux de plages, tongs, parasol, sac isotherme, etc. L'objectif étant le lien entre le produit, les valeurs de celui-ci et sa communication ainsi qu'une référence à l'été.).



Recommandations à destination du graphiste

Réalisation sous forme informatique en vue de la mise en production du rough ci-dessus, du dessin technique fourni par le bureau technique et du fichier d'exécution de l'étiquette sous Illustrator fourni par service packaging de Pulco.

- Réadaptation à l'échelle de l'étiquette « Pulco Citron (jaune) » - Remettre à l'homothétie sur une base de hauteur de bouteille de 200 mm.
- Prévoir un document compatible à une impression sur étiquette autocollante blanche en flexographie. Envisager une impression sérigraphique sur le ventilateur lui-même. Prévoir dans ce cas un blanc de soutien. Se rapprocher de l'imprimeur pour le cahier des charges techniques.
- Reprendre les Pantone Pulco pour mise en couleurs de la bouteille, des hélices et de la pastille recouvrant l'axe de rotation.
- Intégrer l'ensemble dans un fichier Illustrator. Ne pas mettre les Pantone en surimpression

Question 4 > Justification des choix

La préconisation d'un ventilateur de bureau comme dotation du jeu concours se justifie par sa totale cohérence avec la campagne Pulco et la dotation « transat » car :

- le ventilateur vient cautionner à la fois le côté rafraichissant du produit en associant directement la bouteille à un moment de détente et le besoin de faire baisser la température tel que représenté au travers des différents visuels de la campagne (personnes légèrement vêtues, recherche d'ombres donc de rafraichissement).
- il assoit la notion de paresse car elle est, dans l'inconscient, souvent associée au « farniente »

J'ai choisi une dimension de 200mm de hauteur car cela le rend utilisable sur un bureau sans être à la fois trop petit (moins d'efficacité rafraichissante), ni trop grand car cela reviendrait à vampiriser l'espace de travail. Cette dimension permet aussi au ventilateur d'être nomade. Le fait d'utiliser la bouteille permet de renforcer la présence de la marque à l'esprit, de valoriser son plus produit mais aussi de marquer la différence de la cible vis à vis de ses collègues de travail. Pour rendre la dotation compatible à un monde du travail hyperconnecté, urbain et moderne, j'ai recommandé l'installation d'une alimentation électrique via Micro-USB qui se connecte à un ordinateur mais aussi à tout appareil doté d'un port compatible.

J'ai utilisé comme couleur dominante le jaune afin de rappeler l'adéquation Pulco = citron, le vert sur les hélices pour assoier l'authenticité du produit car le vert, déjà présent sur l'étiquette, confirme la naturalité du produit.

J'ai repris l'étiquette produit car elle fait partie intégrante de la bouteille et valorise les composants de celui-ci. Au travers de la typographie et de l'iconographie, les valeurs de la marque et de son positionnement restent présentes.

J'ai tenu compte des spécificités du nouveau support en développant une dotation qui est complémentaire au transat mais aussi à la campagne de communication présentée. Le transat véhicule avant tout un moment de relaxation dans un environnement propice (jardin, bord de mer entre deux palmiers,..). De ce fait, le ventilateur, qui plus est, alimenté via un port USB, apporte une notion de détente dans un environnement urbain. Ce nouveau support vient donc rappeler aux actifs que « la paresse a du bon » et comme il est précisé dans l'énoncé : « comme un art de vivre universel et décomplexé en réponse à une société hyperactive et infructueuse ».

jepreparemonbtscom.com