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

BUT MMI

BUT MMI : COMPÉTENCE C2

Session 2026 • Code sujet : **26-BUT-MMI-EP1** • Durée : **3 heures** • Coefficient : **3,0**
indicatif

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Analyse fonctionnelle, usages et contraintes** (3 questions) — **Page 3**
2. **Conception de la réponse stratégique et évaluation chiffrée** (3 questions) — **Page 5**
3. **Plan d'action, expérience utilisateur et indicateurs** (3 questions) — **Page 7**
4. **Responsabilité, prévention et suivi** (3 questions) — **Page 9**
5. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 11**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbutmmi.fr/assets/annales/but-mmi/C2 - Concevoir ou co-concevoir une réponse stratégique pertinente à une problématique complexe/2026/BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet - C2 - Concevoir ou co-concevoir une réponse stratégique pertinente à une problématique complexe - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse fonctionnelle, usages et contraintes

La Maison des mobilités de Nantes souhaite améliorer l'accès aux informations sur les déplacements à vélo et les services associés, avec une mise en service en quatre mois et un budget maximal de 24 000 € TTC pour la première année. Le diagnostic s'appuie sur une enquête auprès de 200 personnes, les parties prenantes et les fonctionnalités envisagées.

Comprendre la problématique et les parties prenantes

Question 1.1. Formulez la problématique centrale sous la forme d'une question stratégique. Identifiez deux publics prioritaires et précisez, pour chacun, un besoin concret étayé par les données du dossier.

Problématique stratégique : comment proposer, en quatre mois et dans le budget prévu, un service donnant aux habitants de Nantes une information vélo fiable et facile d'accès ?

Publics prioritaires : les personnes se déplaçant à vélo : 62 % souhaitent trouver rapidement un itinéraire adapté. Les personnes qui découvrent les services locaux cherchent notamment des informations sur le stationnement et la réparation : 48 % des répondants expriment ce besoin. Pour répondre au doute de 41 % sur l'actualité des informations en ligne, le service doit dater ses contenus.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Priorités : personnes se déplaçant à vélo et personnes découvrant les services locaux, avec des itinéraires adaptés et des informations pratiques fiables.

Contraintes du projet

Question 1.2. Présentez trois contraintes déterminantes du projet, en choisissant parmi le délai, le budget, l'usage, les données personnelles, l'accessibilité et la sobriété numérique. Pour chacune, indiquez une conséquence sur la conception de la réponse.

Trois contraintes déterminent les choix de conception :

- **Délai :** le service doit être mis en ligne en quatre mois. Limiter la première version aux fonctions prioritaires et tester le parcours avant lancement.
- **Données personnelles :** aucun compte ni suivi continu de localisation. Réduire les données du formulaire de signalement et faire valider leur collecte par le responsable de traitement.
- **Accès et usage :** 28 % ont une connexion mobile limitée et 16 % rencontrent des difficultés numériques. Concevoir une page légère et accessible, puis proposer un point de contact humain.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Une première version ciblée, livrée en quatre mois, sans collecte superflue, légère, accessible et assortie d'un contact humain.

Priorisation des fonctionnalités

Question 1.3. À l'aide du document réponse DR 1, hiérarchisez les trois fonctionnalités selon leur valeur d'usage et leur faisabilité dans le délai imparti. Justifiez le classement et indiquez la fonctionnalité à écarter ou à reporter en première version.

Le classement privilégie la valeur d'usage et l'effort de réalisation, tout en tenant compte des dépendances :

Rang	Fonctionnalité	Justification
1	Recherche d'itinéraire et informations pratiques	Valeur 5/5, 18 jours ; dater et vérifier les données.
2	Réservation d'atelier	Valeur 3/5, 24 jours ; dépend d'un outil tiers et de la gestion des créneaux.
3	Espace communautaire	Valeur 2/5, 30 jours ; modération, comptes et données personnelles.

La recherche répond au besoin prioritaire et présente le meilleur rapport valeur-effort. La réservation peut suivre si ses dépendances sont maîtrisées. Reporter l'espace communautaire après la première version afin de tenir le délai et de limiter les risques liés aux comptes et à la modération.

DR 1 complété : priorisation des fonctionnalités

Fonctionnalité	Rang de priorité	Justification et condition de mise en œuvre
Recherche d'itinéraire et d'informations pratiques	1	5/5, 18 j ; données datées
Réservation en ligne d'un atelier de réparation	2	3/5, 24 j ; outil tiers, créneaux
Espace communautaire avec profils et échanges	3	2/5, 30 j ; reporter, modération et comptes

✓ RÉPONSE À RETENIR

Rang 1 : recherche d'itinéraire et informations pratiques. Rang 2 : réservation d'atelier. Rang 3 : espace communautaire, à reporter.

2. Conception de la réponse stratégique et évaluation chiffrée

Le commanditaire attend une proposition de service réalisable et mesurable, fondée sur les données de fréquentation de trois canaux et les hypothèses de calcul du dossier. Les candidats doivent aussi évaluer les coûts de première année et vérifier si le budget permet de préserver la réserve minimale demandée.

Taux de performance des canaux

Question 2.1. Pour chacun des trois canaux, calculez le taux de clics et le taux de conversion des visites en réservations avec les formules fournies. Arrondissez à 0,1 point de pourcentage, interprétez les résultats et désignez le canal à prioriser pour obtenir des réservations en tenant compte du volume et du taux de conversion.

Le taux de clics rapporte les visites aux impressions ; la conversion rapporte les réservations aux visites. Les réseaux sociaux génèrent le plus d'impressions, mais leurs taux sont les plus faibles. La recherche naturelle attire le plus de visites et produit le plus de réservations. L'infolettre transforme le mieux les visites en réservations, avec 15,0 % de conversion, malgré un volume inférieur. Pour obtenir des réservations, la recherche naturelle est donc prioritaire en volume ; l'infolettre est un canal complémentaire performant.

Canal	Taux de clics	Conversion visite vers réservation
Réseaux sociaux	3600 / 120000 × 100 = 3,0 %	180 / 3600 × 100 = 5,0 %
Recherche naturelle	4000 / 50000 × 100 = 8,0 %	320 / 4000 × 100 = 8,0 %
Infolettre	1800 / 10000 × 100 = 18,0 %	270 / 1800 × 100 = 15,0 %

✓ RÉPONSE À RETENIR

Priorité : recherche naturelle, qui génère 320 réservations. En complément, l'infolettre affiche la meilleure conversion, à 15,0 %.

Budget et réserve

Question 2.2. Calculez le coût total de première année et le budget restant à partir des postes indiqués. Vérifiez si la réserve minimale de 10 % du budget maximal est satisfaite et, si elle ne l'est pas, proposez un arbitrage chiffré.

Le coût total de première année est la somme des trois postes : conception et mise en place, hébergement et maintenance, puis campagne de lancement. Le budget restant est le plafond diminué de ce total. La réserve minimale représente 10 % du plafond. Le solde restant étant supérieur à cette réserve, les trois postes peuvent être maintenus. Il reste 800 € au-delà du montant à préserver pour les imprévus.

Coût total : 13 800 + 2 400 + 4 600 = 20 800 € TTC. Budget restant : 24 000 - 20 800 = 3 200 €. Réserve minimale : 24 000 × 10 % = 2 400 €.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Coût de première année : 20 800 € TTC. Solde : 3 200 €, supérieur à la réserve minimale de 2 400 € ; exigence satisfaite.

Proposition de valeur et choix stratégiques

Question 2.3. Rédigez une proposition de valeur en deux ou trois phrases précisant le public prioritaire, le bénéfice concret, la fonctionnalité principale et un élément de différenciation. Justifiez ensuite deux choix stratégiques par les données d'usage, les contraintes ou les résultats calculés.

Le choix de la recherche d'itinéraire répond aux 62 % qui souhaitent trouver rapidement un itinéraire cyclable adapté ; les informations pratiques couvrent aussi les besoins des 48 % recherchant stationnement ou réparation. Afficher la date de mise à jour et permettre le signalement d'erreurs répond au doute exprimé par 41 % sur l'actualité des informations. Enfin, la recherche naturelle a produit 320 réservations et l'infolettre affiche la meilleure conversion, à 15,0 % : ces canaux sont complémentaires pour le lancement. Une page légère et consultable sans compte tient compte des 28 % ayant une connexion mobile limitée.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Pour les personnes à vélo et celles qui découvrent les services locaux, le service facilite la recherche d'itinéraires et d'informations pratiques. Des informations datées et un signalement d'erreurs le différencient par leur fiabilité.

3. Plan d’action, expérience utilisateur et indicateurs

La première version du service doit être conçue, validée et lancée dans un calendrier de quatre mois. Le travail mobilise la co-conception, les tests utilisateurs, une stratégie de communication raisonnée et des indicateurs utiles pour décider des améliorations.

Protocole de test utilisateur

Question 3.1. Proposez un protocole de test réalisable avant la mise en service en précisant le profil et le nombre de participants, deux tâches à accomplir, la méthode de recueil des observations et une règle de décision pour prioriser une correction. Appuyez-vous sur les besoins recensés au DT 1.

Faire tester le prototype par 8 personnes : des cyclistes et des personnes qui découvrent les services locaux, en incluant des personnes peu à l’aise avec le numérique ou ayant une connexion mobile limitée. Ces profils couvrent les besoins relevés dans l’enquête, dont 16 % rencontrent des difficultés numériques et 28 % ont une connexion limitée.

1. Trouver un itinéraire cyclable adapté et vérifier sa date de mise à jour.
2. Repérer un stationnement ou un service de réparation, puis signaler une information erronée.

Observer les réussites, hésitations, erreurs et commentaires, avec l’accord des participants. Prioriser avant lancement tout obstacle bloquant ou difficulté rencontrée par au moins 3 personnes.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> 8 participants, 2 tâches ; corriger tout obstacle bloquant et toute difficulté rencontrée par au moins 3 personnes.

Plan d’action sur quatre mois

Question 3.2. À l’aide du document réponse DR 2, construisez un plan d’action en trois étapes sur quatre mois. Pour chaque étape, indiquez une action, un livrable et un indicateur de suivi. Le plan doit inclure la conception ou la co-conception, la validation et le lancement.

Période	Action principale	Livrable	Indicateur de suivi
Mois 1	Co-concevoir avec usagers, associations et agents.	Maquette et besoins priorisés.	Ateliers tenus et besoins validés.
Mois 2-3	Réaliser, tester et corriger le parcours.	Version testée et recette.	Tâches réussies et blocages corrigés.
Mois 4	Lancer le service et observer les usages.	Service publié et bilan initial.	Visites et signalements traités.

Le responsable projet coordonne les trois étapes. Les usagers et associations contribuent à la co-conception et aux tests ; l’équipe éditoriale suit les signalements. Mesurer les indicateurs à partir des comptes rendus d’ateliers, des résultats de tests et de statistiques agrégées de fréquentation.

DR 2 complété : plan d’action sur quatre mois

Période	Action principale	Livrable	Indicateur de suivi
Mois 1	Co-conception avec usagers	Maquette validée	Ateliers tenus ; besoins validés
Mois 2-3	Réaliser, tester, corriger	Version recettée	Tâches réussies ; blocages levés
Mois 4	Publier et observer	Service publié	Visites ; signalements traités

✓ RÉPONSE À RETENIR

Mois 1 : co-conception ; mois 2-3 : réalisation et validation ; mois 4 : lancement et observation.

Communication de lancement

Question 3.3. Définissez une stratégie de communication de lancement comprenant deux canaux complémentaires. Pour chaque canal, précisez le public visé, le contenu ou format et un indicateur mesurable. Justifiez le choix des canaux à partir des données du DT 1 et des résultats de la question 2.1.

Associer la recherche naturelle et l’infolettre. Pour les cyclistes et les personnes recherchant un service local, optimiser les pages pour les requêtes utiles et afficher des informations datées ; suivre les visites et réservations issues de ce canal. Pour les usagers déjà en contact avec la Maison des mobilités, envoyer une infolettre avec un lien direct vers les informations pratiques ; mesurer ses visites et réservations.

Sur huit semaines, la recherche naturelle apporte 320 réservations, contre 270 pour l’infolettre, et convertit à 8,0 %. L’infolettre a le meilleur taux de conversion, 15,0 %, et un taux de clics de 18,0 %. Ces canaux combinent donc volume de réservations et efficacité. Comparer leurs résultats par période avec des données agrégées.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Prioriser la recherche naturelle pour ses 320 réservations et l’infolettre pour sa conversion de 15,0 %.

4. Responsabilité, prévention et suivi

Le projet doit prévenir les risques liés aux données personnelles et à l'accès au service, et prendre en compte l'accessibilité, l'inclusion, la fiabilité des informations et la sobriété numérique. Les exigences du cas prévoient notamment des vérifications adaptées et des indicateurs de suivi après le lancement.

Risques et prévention

Question 4.1. Identifiez trois risques du projet, dont au moins un relatif aux données personnelles et un relatif à l'accès au service. Pour chaque risque, indiquez une mesure préventive concrète et un responsable ou un moment de vérification.

Trois risques sont à prévenir avec un contrôle attribué :

- **Données personnelles :** le formulaire de signalement pourrait demander trop d'informations. Limiter les champs au nécessaire et faire valider finalités et conservation par le responsable de traitement avant lancement.
- **Accès au service :** une connexion limitée ou des difficultés numériques pourraient empêcher l'usage. Tester sur mobile et au clavier, vérifier les contrastes, et maintenir un point de contact humain. Contrôle à la recette.
- **Information obsolète :** un itinéraire inexact pourrait induire en erreur. Afficher sa date de mise à jour et organiser un contrôle éditorial périodique par les agents.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Limiter les données collectées, vérifier l'accessibilité et maintenir les informations à jour, avec un responsable et un contrôle pour chaque risque.

Poids de la page et sobriété numérique

Question 4.2. Le prototype pèse 1,8 Mo. Calculez la réduction nécessaire pour atteindre la limite de 1,5 Mo, en Mo et en pourcentage du poids initial. Calculez également la réduction nécessaire pour atteindre l'objectif de 1,0 Mo. Présentez les calculs.

Pour respecter la limite de 1,5 Mo, la réduction est de 1,8 - 1,5 = 0,3 Mo. En proportion du poids initial : 0,3 / 1,8 × 100 = 16,7 %. Pour atteindre l'objectif de 1,0 Mo, la réduction nécessaire est de 1,8 - 1,0 = 0,8 Mo. Mesurer le poids à chaque version de recette permet de vérifier l'atteinte du seuil visé.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Limite de 1,5 Mo : réduction de 0,3 Mo, soit 16,7 %. Objectif de 1,0 Mo : réduction de 0,8 Mo.

Indicateurs après lancement

Question 4.3. Proposez deux indicateurs de suivi après le lancement : l'un portant sur l'usage ou la réalisation de l'objectif utilisateur, l'autre sur un enjeu de responsabilité sociale ou environnementale. Pour chacun, donnez sa définition, sa source de mesure et une fréquence de revue. Indiquez une précaution relative à la collecte des données.

Suivre la réussite du parcours et le poids de la page permet de mesurer l'utilité du service et son impact environnemental.

Enjeu	Indicateur et définition	Source	Fréquence
Usage	Taux de réussite : participants trouvant un itinéraire adapté / participants testés × 100	Tests utilisateurs périodiques, tâches observées	Mensuelle au lancement, puis trimestrielle
Environnement	Poids initial de la page d'entrée, en Mo	Mesure technique à chaque version	À chaque mise à jour, bilan mensuel

Précaution : ne pas collecter de localisation en continu ; limiter les données des tests au nécessaire et restituer les résultats de façon agrégée.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Suivre la réussite des parcours et le poids de la page, avec des mesures minimales et agrégées.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2026)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve de compétence C2 du BUT MMI, session 2026, porte le code 26-BUT-MMI-EP1 et dure trois heures ; le coefficient 3,0 est indicatif. Le cas étudie un service numérique pour la Maison des mobilités de Nantes. Les candidats analysent les usages, priorisent les fonctionnalités, évaluent canaux et budget, planifient conception et tests, puis définissent des mesures de prévention et de suivi.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Taux de clics = visites / impressions × 100 ; taux de conversion = réservations / visites × 100.
- Budget restant = budget maximal - total engagé ; réserve minimale = budget maximal × 10 %.
- Le RGPD implique une finalité définie, une collecte limitée au nécessaire, une information compréhensible et une durée de conservation maîtrisée.
- Le cahier des charges fixe le poids initial de la page à 1,5 Mo maximum et vise un objectif de 1,0 Mo.

Points de vigilance & attentes du jury

- Reliez chaque recommandation à un fait du dossier, à un besoin d'usager ou à une contrainte clairement identifiée.
- Montrez les étapes des calculs, indiquez les unités et arrondissez les taux au dixième de point de pourcentage.
- Associez chaque étape du plan d'action à une période, un livrable vérifiable et un indicateur mesurable.
- Ne revendiquez pas une conformité RGAA ou RGPD sans audit ; prévoyez des vérifications adaptées et une collecte minimale.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment distinguer le taux de clics du taux de conversion dans ce sujet ?

Le taux de clics rapporte les visites aux impressions : visites / impressions × 100. Le taux de conversion rapporte les réservations aux visites : réservations / visites × 100. Calculez les deux séparément et arrondissez au dixième de point.

Q : Comment vérifier si le budget permet de préserver la réserve demandée ?

Additionnez les postes engagés, puis soustrayez ce total des 24 000 €. La réserve minimale vaut 10 % de 24 000 €, soit 2 400 €. Les postes totalisent 20 800 €, laissant 3 200 € : la réserve est satisfaite.

Q : Comment organiser le travail pendant les trois heures de l'épreuve ?

L'épreuve dure trois heures et les quatre parties totalisent 20 points. Répartissez votre temps selon les points et la complexité, gardez du temps pour les calculs et les documents réponses, puis relisez vos justifications et vos unités.

Q : Quels éléments renforcent une réponse aux yeux du jury ?

Une réponse solide justifie les choix par les données du dossier, reste cohérente avec le délai et le budget, et propose des mesures vérifiables. Elle tient aussi compte de l'accessibilité, de la protection des données et de la sobriété sans prétendre certifier la conformité.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbutmmi.fr/assets/annales/but-mmi/C2 - Concevoir ou co-concevoir une réponse stratégique pertinente à une problématique complexe/2026/BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet - C2 - Concevoir ou co-concevoir une réponse stratégique pertinente à une problématique complexe - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

Ressources BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

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.