

BTS COMMUNICATION VISUELLE

DÉMARCHE CRÉATIVE – GRAPHISME

1^{er} JOUR

Durée : 16 heures (8 x 2)

Coefficient : 6

L'usage du photocopieur est autorisé. L'usage de l'ordinateur n'est pas autorisé.

Les candidats ne sont pas autorisés à quitter la salle d'examen pendant le temps du repas.

Les candidats n'auront recours à aucune autre documentation que les catalogues de lettres transfert et/ou photocomposition

Calculatrice interdite

BTS COMMUNICATION VISUELLE			
Session 2003	Démarche créative – Graphisme		Coefficient 6
Code : CVDC	Durée : 16 heures (8x2)	Unité U3	Page 1/3

PARIS QUARTIER D'ÉTÉ

LE CONTEXTE

« De mi-juillet à mi-août, on l'attend chaque année avec la même impatience, tant il appartient désormais à l'été parisien et nous en fait profiter de mille manières décalées : en nous baladant dans les rues, les jardins, les salles de mairies ou les cimetières, via des événements artistiques bien pensés. Formidable alliage de populaire et d'inclassable blindé par un goût très sûr, Paris quartier d'été articule concerts gratuits de musiques du monde, de jazz et de musique classique, séances de contes, poésie live, cinéma, cirque, danse avec une évidence sans pareille.

Événements en or de l'édition 2002 : la venue de Merce Cunningham au Palais-Royal ; la découverte de jeunes chorégraphes d'Europe centrale et orientale ; Circus Baobab, le cirque acrobatique de Guinée dans le jardin des Tuileries ; la présence du pionnier allemand de la break dance, le bien nommé Storm ; la marche dans les rues sur les traces de la chorégraphe Christine Quoiraud. La piazza Beaubourg accueillait l'ensemble Modern de Francfort, qui souffla la foule dans un hommage à Frank Zappa. Beau, bénéfique et très souvent gratuit en plus, ainsi va Paris quartier d'été ».

(Télérama, spécial festivals)

LES FAITS

Subventionné en grande partie par la Mairie de Paris, le festival **Paris quartier d'été** attire un public toujours plus large, et toujours plus nombreux à des manifestations, des spectacles, des expositions de plus en plus variées, de qualité et souvent gratuites.

Néanmoins, pourvu d'une identité visuelle propre à chaque édition, ce festival ne dispose pas aujourd'hui de logotype.

VOTRE MISSION

Doter le festival d'un logotype permettant de la distinguer des nombreuses manifestations programmées à Paris et de la repérer à l'approche de l'été.

Cette identité devra agir comme marqueur à différentes échelles, sur différents supports de communication : affiches, programmes, mais aussi signalétique éphémère guidant le public vers les lieux des manifestations.

STRATÉGIE CRÉATIVE :

* OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Rendre compte de la qualité et de la diversité des événements culturels proposés.

* CIBLE

Tout public.

* TON

Estival et contemporain.

DEMANDE

Concevoir le logotype de **Paris quartier d'été**.

CONTRAINTES

- Les mots **Paris quartier d'été** devront apparaître obligatoirement, seuls ou associés à un visuel.
- Vos propositions peuvent apparaître en couleur, mais vous vérifierez leur visibilité/lisibilité en noir et blanc.
- Vous proposerez différentes pistes en fonction de concepts variés, clairs et pertinents. Les différentes propositions pourront être complétées de remarques succinctes et/ou mots-clefs.
- Vous présenterez votre démarche sur des planches A3 numérotées. Vous l'organiserez de manière à communiquer votre cheminement créatif.

CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Respect de la stratégie créative.
- Diversité et richesse des propositions.
- Qualités graphiques et plastiques des recherches.
- Efficacité et clarté dans la communication du projet.