



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel

Campagne 2009

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

BTS COMMUNICATION VISUELLE

Option A : Graphisme-Édition-Publicité

Épreuve : démarche créative

Session 2009

—————
Durée de l'épreuve : deux journées de 8 heures

Coefficient : 6
—————

1^{er} jour : graphisme

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

**Les candidats n'auront recours à aucune autre documentation
que des spécimens typographiques.**

Seule la matière d'œuvre fournie par le centre d'examen est autorisée.

Aucun collage d'élément préfabriqué n'est permis.

L'utilisation de produits pouvant provoquer des émanations toxiques est interdite.

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

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

Le sujet comporte 2 pages, numérotées de 1/2 à 2/2.

BTS COMMUNICATION VISUELLE	Session 2009
Démarche Créative Type A	Code : CVDCA Page : 1/2

INSTITUT DES ARTS DE L'ILLUSION

CONTEXTE

Disparition, multiplication, évasion, distorsion, révélation, transformation, surprise, trouble, émerveillement, mystère... tels sont les principes au cœur des disciplines de la prestidigitatation.

Art du spectacle vivant, les tours de magie reposent souvent sur une dextérité manuelle très complexe. Ils nécessitent un apprentissage méthodique et rigoureux, ainsi qu'une pratique assidue pour l'artiste qui les réalise.

Jusqu'au milieu du vingtième siècle, le monde des illusionnistes et autres prestidigitateurs était très fermé. Les secrets ne se transmettaient qu'oralement, parcimonieusement, de génération en génération ou par de rares ouvrages aux tirages confidentiels, réservés aux seuls spécialistes. Depuis quelques décennies, on assiste à une vulgarisation des secrets de la magie par la création de congrès, d'associations d'amateurs et la publication d'ouvrages grand public. Le phénomène n'a pas nui à la profession, qui a continué à évoluer en intégrant des dispositifs technologiques de plus en plus sophistiqués, renouvelant ainsi l'imaginaire traditionnel. Le cercle des amis de l'illusion s'est élargi, de véritables fans-clubs d'amateurs éclairés se sont développés et l'ensemble a produit une dynamique qui a encouragé l'art de la magie à se surpasser.

FAIT PRINCIPAL

Un Institut des Arts de l'Illusion voit le jour à Paris. Il a pour vocation d'être un véritable pôle de rencontre entre amateurs et professionnels, ainsi qu'un lieu dévolu à l'apprentissage, au perfectionnement et à la recherche sur l'art de la prestidigitatation.

VOTRE MISSION

Concevoir l'identité visuelle de l'Institut des Arts de l'Illusion.

OBJECTIF DE COMMUNICATION

Mettre en avant la créativité et le mystère.

CIBLE

Tout public.

CAHIER DES CHARGES

- Le nom « Institut des Arts de l'Illusion » devra figurer en toutes lettres ou sous forme d'acronyme (ex : IAI).
- L'identité visuelle devra prouver son efficacité en noir et en couleur.

DEMANDE

Vous proposerez une multitude de recherches d'éléments et/ou de systèmes d'identité visuelle sous la forme d'esquisses, croquis, etc. brièvement annotés, que vous organiserez clairement sur planches numérotées de format A3.

CRITÈRES D'ÉVALUATION

- Pertinence des approches et des solutions proposées au regard de l'objectif de communication.
- Diversité, richesse graphique et mobilité de la recherche.
- Compétence dans le domaine de l'identité graphique.
- Efficacité de la communication de la démarche.