

À lire impérativement avant de commencer le test de positionnement

Cette annexe est à **lire attentivement** par le candidat avant de débiter le test de positionnement. Ce préambule permet au postulant de se projeter dans la formation du Bac Professionnel option Communication Visuelle Plurimédia ainsi que dans une poursuite d'études post-bac.

Document à conserver précieusement et à faire lire à ses parents.

Baccalauréat Professionnel Artisanat et Métiers d'Art option Communication Visuelle Plurimédia

L'objectif de l'option Communication Visuelle Plurimédia du Bac Pro AMA est de former des **GRAPHISTES-INFOGRAPHISTES** dans les métiers de la communication visuelle, notamment dans la publicité, l'édition, l'imprimerie, la presse et le multimédia.

La qualité des stages est de grande importance et nécessite **un engagement fort des élèves** ainsi qu'un accompagnement régulier des parents dans les recherches.

POURSUITE D'ÉTUDES SUPÉRIEURES

Le Bac Pro a pour premier objectif l'insertion professionnelle. **Avec un très bon dossier** et/ou **une mention à l'examen**, une poursuite d'études est envisageable en **BTS, BUT** ou en **DN MADE**.

Formations préconisées lors des vœux sur Parcoursup :

1 - BAC+2 :

- BTS ERPC études de réalisation d'un projet de communication option A > études de réalisation de produits plurimédia
- BTS ERPC études de réalisation d'un projet de communication option B > études de réalisation de produits imprimés

<https://www.onisep.fr/ressources/univers-formation/formations/post-bac/bts-etudes-de-realisation-d-un-projet-de-communication-option-a-etudes-de-realisation-de-produits-plurimedia#debouches-professionnels>

2 - BAC+3 :

- BUT métiers du multimédia et de l'internet (MMI)

3 parcours sont possibles :

- > Parcours Création Numérique
- > Parcours Développement web et dispositifs interactifs
- > Parcours Stratégie de communication numérique et design d'expérience

<https://www.studyrama.com/formations/diplomes/but/but-metiers-du-multimedia-et-de-l-internet-mmi-13585>

- DN MADE mention Espace

<https://www.onisep.fr/ressources/univers-formation/formations/post-bac/dsaa-design-mention-espace>

- DN MADE mention Graphisme

<https://www.onisep.fr/ressources/univers-formation/formations/post-bac/dn-made-mention-graphisme>

- Écoles d'art dont certaines en graphisme

Écoles d'arts ANDEA

<https://andea.fr>

Un très bon niveau en matières générales est attendu pour accéder à la sélection exigeante du BUT et des DN MADE.

Un univers créatif personnel riche et une solide culture générale en arts et en arts appliqués sont attendus pour réussir les concours d'entrée des écoles d'arts.



BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMUNICATION VISUELLE PLURIMÉDIA

TEST DE POSITIONNEMENT - 2025 - Durée : 2 Heures

Trois affiches publicitaires pour la boisson gazeuse et citronnée L&P

PARTIE 1 - DESSIN D'OBSERVATION



À partir de l'image qui **a été mise en valeurs de gris, voir le document 4 de la feuille 3** et qui représente un **citron masqué**, vous devez réaliser **une étude dessinée**.

Technique: crayon (...3H, 2H, H, HB, B, 2B, 3B...)

Support de travail: feuille de dessin 21 X 29,7 cm sur Canson.

IMPÉRATIFS:

- 1) Vous **dessinez le citron et son masque en entier** (voir l'**image 4** de la **page 3/4**).
L'ensemble est à réaliser **à l'échelle 1/1 au trait**.
 - Tracez un cadre au format de la photographie (18 x 26 cm).
 - Respectez **les proportions des 2 éléments** et leur positionnement dans l'image.
 - Vous pouvez vous aider de repères (axes, diagonales, mesures...) mais évitez la mise au carreau.
 - Centrez votre travail sur votre feuille de dessin 21 x 29,7 cm.
- 2) En vous appuyant sur **l'image 4 de la page 3/4**, vous tracerez **l'encadré de 8,2 x 24,5 cm**.
À l'intérieur de ce carré, vous traiterez **la partie encadrée du masque** par **différentes valeurs de gris** pour mettre en évidence les ombres, les lumières et les textures.
La partie droite du masque n'est pas à traiter en valeurs de gris.
- 3) Vous attacherez une importance à la qualité, à la précision, à la rigueur et à la propreté de l'exécution de votre dessin. **Le calque est strictement interdit.**

PARTIE 2 - DÉCLINAISON VISUELLE



- 1) En **page 4/4**, sur l'**image 5 donnée avec logotype et slogans**, on vous propose de concevoir la suite de cette campagne publicitaire humoristique.
Vous devez réaliser un **croquis-dessin qui illustre** en quoi la boisson **L&P Sour** « c'est de la bombe ». Inscrivez votre dessin dans l'esprit de la **pop culture**: vous pouvez, par exemple, faire référence à la BD, aux comics, aux mangas, à la musique, au cinéma, aux jeux vidéo, etc.
Pour votre illustration, appuyez-vous sur l'onomatopée « **Boooooommmmm !!** », et le slogan « **BIT DIFFÉRENT AYE** » que l'on peut traduire par « **UN PEU DIFFÉRENT OUI** ».
Ainsi, vous démontrerez, par votre graphisme, comment cette boisson peut être à la fois savoureuse et explosive en bouche. Mais vous **remplacerez** l'acidité intense du citron par la vitalité pétillante du **kumquat**, fruit reconnu comme excellent pour la santé (voir les 2 photos en **page 4/4**).
- 2) Vous pouvez utiliser **l'humour et la parodie dans la continuité de ces trois affiches**. Pensez à bien les regarder et les analyser, notamment dans leurs caractéristiques formelles, colorées, stylistiques.
Une autre direction graphique est tout aussi possible: elle peut être poétique, décalée, absurde, bizarre, étrange, fantastique...
- 3) Vous motiverez vos choix visuels par **des annotations argumentées**.
Vos explications écrites se présenteront autour de votre croquis-dessin, à l'intérieur ou/et à l'extérieur du cadre de la **page 4/4**. Enfin, des éléments graphiques indicatifs, comme des flèches par exemple, pourront guider votre démarche créative.

LES QUATRE PAGES DE CE TEST SONT À RENDRE À LA FIN DE L'ÉPREUVE

Vous devez compléter impérativement les renseignements ci-dessous
et **les recopier au dos de votre feuille de dessin 21 x 29,7 cm**.

Nom(s): Prénom(s):

Né(e) le:

Nom et adresse complète de votre établissement actuel:

Classe actuelle:



1



LE PRODUIT

Lemon & Paeroa, souvent abrégé en **L&P** est une **boisson gazeuse sucrée au goût de citron**.

Fabriquée en Nouvelle-Zélande, cette citronnade est considérée comme faisant partie des Kiwianas, symboles et icônes du patrimoine néo-zélandais (l'oiseau kiwi, la fougère argentée, le mimosa dorée, Les fleurs de l'arbre kōwhai, les sculptures Tiki des maoris, les plats typiques Pavlova et Hangi ou encore la sauce tomate Wattie's).

Créé au début du XX^e siècle, ce nectar emblématique est produit de manière traditionnelle en combinant du jus de citron avec de l'eau minérale naturellement gazeuse de la ville de Paeroa. Dans cette ville, lieu d'origine de la boisson, il existe une statue de bouteille de **Lemon & Paeroa** de 7 mètres de haut. C'est l'un des endroits les plus photographiés du pays et il est devenu une véritable icône néo-zélandaise, tout comme les cascades qui se jettent dans la rivière Ohinemuri.



La célèbre sculpture géante de la bouteille vintage L&P

2



Aujourd'hui, **L&P Sour** appartient à la célèbre multinationale **Coca-Cola** qui commercialise la marque à travers le monde.

Au début du XXI^e siècle, la marque a été repensée avec un style « rétro ». Le design de la bouteille a été conçu dans l'intention de la rendre en phase avec la jeune génération tout en conservant le côté « vintage ».



Publicité dans le journal de l'eau de Paeroa en de 1937

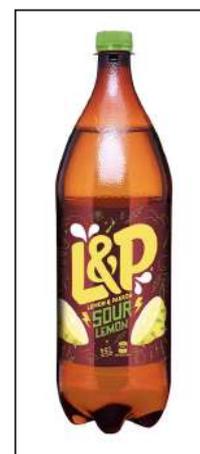
LA CAMPAGNE D'AFFICHAGE PUBLICITAIRE

La campagne publicitaire, ci-contre à gauche, a été conçue par l'agence néo-zélandaise Saatchi et Saatchi fin 2013.

Elle est intitulée « **Clown, Lutteur, Masque** » et a été diffusée à travers l'Océanie de janvier 2014 à mars 2016 sous la forme de **trois affiches** (voir ci-contre) imprimées et disposées sur de grands panneaux d'affichage dans les rues des principales villes de l'hémisphère sud (Australie, Nouvelle-Guinée, principales îles françaises et américaines et bien sûr Nouvelle-Zélande).

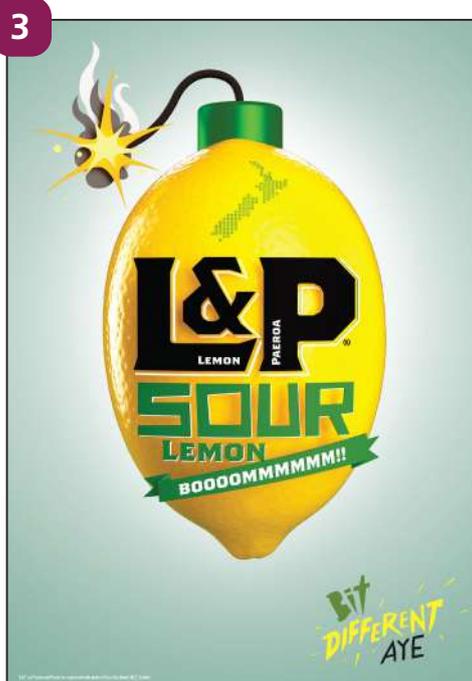
Les masques des affiches font référence à la pop culture : le premier masque est une référence à la **Lucha Libre** (sport de combat mexicain devenu mondialement populaire), le deuxième est une variation sur le film d'horreur **Ça**. Quant à la troisième affiche (le masque disparaissant au profit du logo), elle est dans un style proche de la bande dessinée réinvesti par le **Pop Art** de Roy Lichtenstein.

Cette campagne sur support imprimé est liée au secteur de l'industrie agro-alimentaire et de la grande distribution. Il s'agit de faire la promotion d'une boisson réputée dans la région de l'Océanie.



Nouveau design de la bouteille

3



Cette campagne d'affichage est également accompagnée par des spots TV. Cliquez sur le lien ci-dessous pour voir les deux publicités télévisées :

<https://adsspot.me/media/tv-commercials/landp-sour-wrestler-0201c0772277>

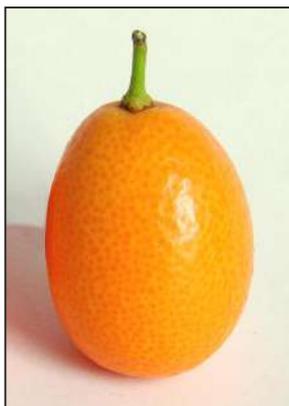
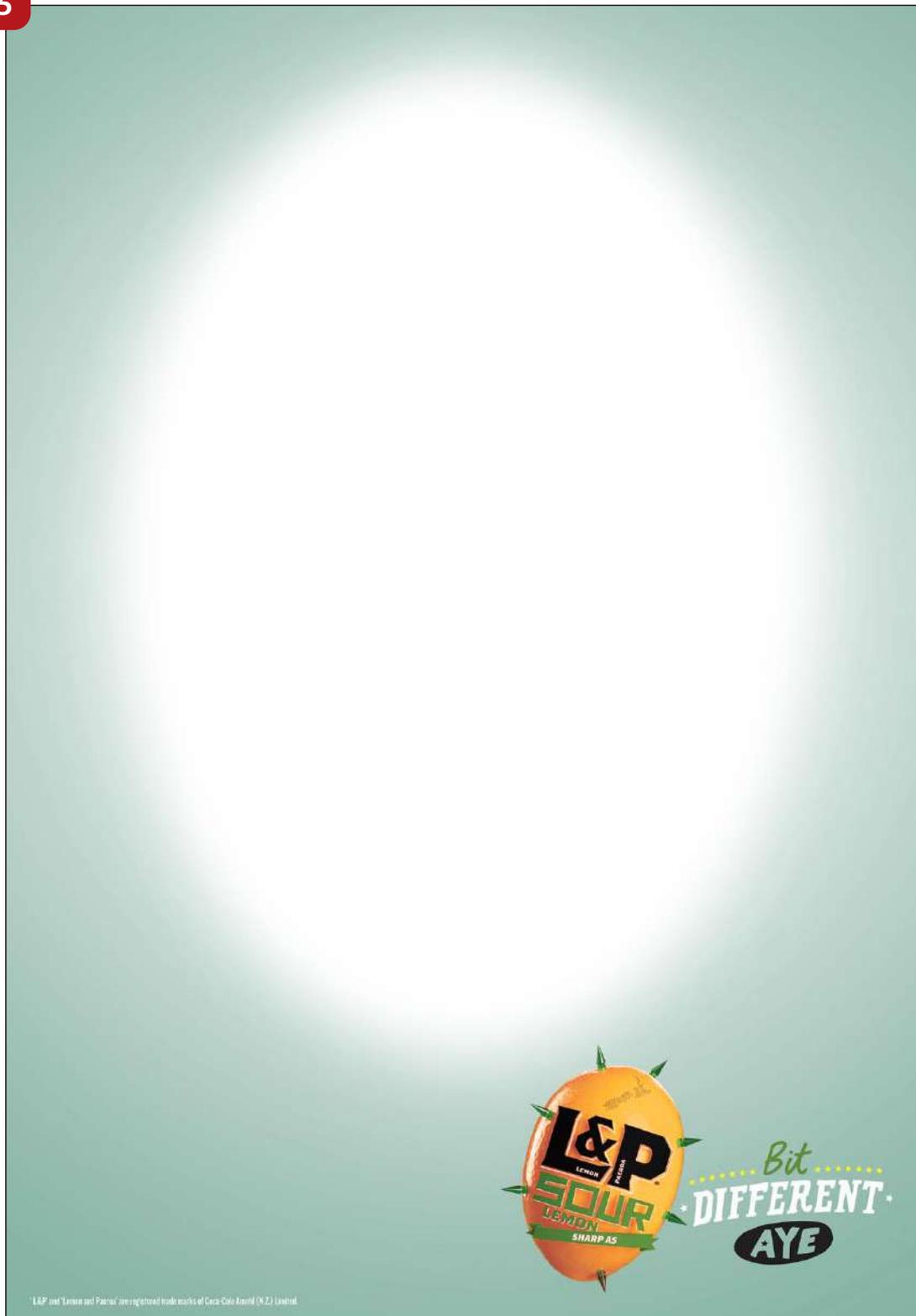
<https://adsspot.me/media/tv-commercials/landp-sour-clown-e42e3a67e246>



Partie de l'image à traiter
en VALEURS DE GRIS

Partie de l'image
à traiter AU TRAIT





Vous remplacerez le citron par le KUMQUAT afin de renouveler la campagne publicitaire.

Le kumquat est un fruit excellent pour la santé : il est riche en vitamines et en sels minéraux, favorisant ainsi le métabolisme et la digestion.