



4	مدة الإنجاز	فن تصميم التواصل والوسائط المتعددة	المادة
8	المعامل	شعبة الفنون التطبيقية	الشعبة أو المسلك

DESIGN DE COMMUNICATION ET MULTIMEDIA

- L'usage de toute documentation non fournie (revues, photos, journaux...) est **strictement interdit**.
- Toute préparation préalable du **dossier à présenter** (*titrages, bandes, encadrés, etc.*) **est interdite**.
- Dès que ce sujet vous est remis, assurez-vous qu'il comporte **7 pages** numérotées de : **1/7 à 7/7**.

Bon courage

LE MULTIMEDIA

Le **design graphique** ne se limite pas uniquement à produire des images fixes (*affiches, dépliants, logos...*), mais intervient aussi dans le **multimédia**, les techniques de **l'image animée** et le **graphisme numérique** (*interfaces graphiques, animation 3D, vidéos, génériques TV, etc.*).

Parmi les supports graphiques de l'image animée le « **story-board** » reste une étape clé dans la production et la réalisation des films ou des spots publicitaires.

Qu'est-ce que le **story-board** ?

Le **story-board** (ou **scénarimage**, en français), est une représentation visuelle (graphique) de ce que sera un spot télévisé. C'est un scénario illustré sous forme de croquis accompagnés d'annotations : **dialogues** ou **notes descriptives** concernant les **plans**, le **cadrage**, les **sons** et la **durée** de chaque séquence (*timing*) ; le **story-board** est présenté à l'annonceur et sert pour le travail de pré-production du spot publicitaire.

LE MULTIMEDIA

SUJET : Story-board d'un spot publicitaire

1 – Analysez graphiquement et par écrit les documents **A** et **B** de la page **4/7**, en les comparant selon:

- a- Leurs points communs
- b- Leurs différences
- c- Le graphisme et la composition
- d- Leurs domaines d'application

2 - D'après le texte de la page **2/7** et en vous basant sur votre analyse, réalisez le **story-board** d'un **spot publicitaire télévisé**, de la célèbre marque de biscuit : « **Henry's** » (voir page : **6/7**).

A cet effet, il vous est demandé de proposer **trois idées de story-board**, chaque idée sera exécutée sur **une planche A3** et composée de **6 à 9 images-séquences** numérotées.

Dans ces trois propositions d'animation vous devrez intégrer :

- Le nom de la marque « **Henry's** »
- Le slogan : « **C'est bon, c'est rigolo** »
- Des formes, des couleurs et divers effets graphiques d'animation (effets de sons (*onomatopées*), effets de mouvements de caméra, effets d'éclairage, etc.)
- Des annotations accompagnant chaque séquence.

3 - Choisissez **une** de vos 3 idées et finalisez-là par le **graphisme** et la **couleur**, avec une technique de votre choix (*feutres, stylos ou crayons de couleurs, ...etc.*).

4- Argumentez **le choix** et **la démarche** de votre idée finale.

5- Vos réalisations graphiques et écrites seront exécutées sur feuilles de **format A3**.

6- L'ensemble de votre travail sera présenté sur **format A3**.



Documents à analyser



B



2 exemples de story-boards (à ne pas copier)



Film publicitaire « La vache qui rit » 6 secondes (6'')



Crooner ringard :
"Pourquoi m'as-tu quitté, pourquoi..."



Chœur :
"Parce que vache qui rit !"



(SFX : Rire façon Salvador)



Enfant : "Pourquoi ils sont rouges les poissons rouges"



Chœur :
"Parce que vache qui rit !"



(SFX : Rire façon Salvador)

Document à exploiter

C'est bon, c'est rigolo



EVALUATION

- Analyse écrite et graphique.....4 points
- Les 3 idées.....6 points
- Idée finalisée.....6 points
- Argumentation.....2 points
- Présentation2 points





4	مدة الإنجاز	فن تصميم التواصل والوسائط المتعددة	المادة
8	المعامل	شعبة الفنون التطبيقية	الشعبة أو المسلك

ELEMENTS DE REPONSES

Sujet : Story-board d'un spot publicitaire

Indicateurs	Note détaillée	Note globale
Analyse écrite et graphique: a- Les points communs b- Les différences c- Le graphisme et la composition d- Les domaines d'application	1 1 1 1	4 points
Les 3 idées: - Qualité graphique..... - Démarche conceptuelle intégrant la marque et le slogan..... - Traduction graphique des effets audio-visuels.....	2 2 2	6 points
Idée finalisée: - Animation et mise en scène..... - Finalisation : technique et soin d'exécution..... - Enchaînement des images-séquences (lisibilité)..... - Effets graphiques et annotations techniques.....	2 2 1 1	6 points
Argumentation : - Choix de l'idée finale..... - Démarche.....	1 1	2 points
Présentation et respect des données : - mise en page..... - soin et lisibilité..... - organisation des étapes de la démarche	1 0,5 0,5	2 points

