



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Montpellier pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel**

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

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

ÉPREUVE D'ARTS APPLIQUÉS, CULTURES ARTISTIQUES
CORRIGÉ et PROPOSITION DE BARÈME DE CORRECTION

SUJET *design de produit* : « Quelle est la place de l'électroménager dans notre quotidien ? »
PROPOSITION GRAPHIQUE *design de communication graphique* : Façade machine à café - motifs Tord BOONTJE.

A - ANALYSES 11 POINTS

- a) Classer les documents 1 à 8 de la planche documentaire A suivant la catégorie auxquels ils appartiennent.

INDIVIDUEL	COLLECTIF
1, 2, 4, 5, 6	1, 3, 5, 7, 8

Les documents 1 et 5 peuvent être classés indifféremment dans les deux catégories.

4 réponses correctes par catégorie ; 0,25 point par bonne réponse (0,25 pt x 8) 2 points

- b) Indiquer par une croix la fréquence d'utilisation de chaque électroménager.

ÉLECTROMÉNAGER	QUOTIDIENNE	OCCASIONNELLE
Doc. 1 Four à micro-ondes	X	
Doc. 2 Machine à café	X	
Doc. 3 Appareil à raclette		X
Doc. 4 Grille pain «Hello Kitty »	X	
Doc. 5 Grille pain MAGIMIX	X	
Doc. 6 Crêpière		X
Doc. 7 Cafetière	X	
Doc. 8 Crêpière « Crêpe Party »		X

0,25 point par bonne réponse (0,25 pt x 8) 2 points

- c) Indiquer en quoi le fer à repasser d'aujourd'hui est plus pratique que celui présent dans l'œuvre de Degas :
Le fer à repasser d'aujourd'hui est alimenté par l'électricité, la chaleur est constante et peut être modulée par paliers successifs, il contient une réserve d'eau pour humidifier le linge ou produire de la vapeur.

On attend au moins deux termes ; 0,25 point par terme (0,25 pt x 2) 0,5 point

- d) Identifier comment se traduit visuellement cette notion de luxe :

Fond noir, notion d'espace et focalisation sur un élément unique centré (la main et la tasse).

0,5 point pour deux éléments correctement identifiés 0,5 point

- e) Identifier une « preuve d'amour » et indiquer quelle est la signification de ce message publicitaire :

L'anse de la tasse est assimilée à une alliance de mariage sur une main féminine et représente le lien qui unit la marque Nespresso au consommateur.

0,5 point par identification correcte : anse/alliance ; relation marque/consommateur (0,5 pt x 2) 1 point

- f) Identifier un objet qui a perdu sa fonction première. Justifier votre réponse et indiquer ce qu'est devenu cet objet.
Doc 13 : la présence des clous sur la semelle du fer à repasser ne lui permet plus d'assumer sa fonction de repassage. L'objet est devenu une œuvre d'art.

0,5 point pour l'identification correcte du document et les trois éléments soulignés du corrigé 0,5 point

- g) Identifier l'image de l'homme véhiculée par ces publicités :

- Doc 15 : l'homme est valorisé, il apparaît comme un sauveur, celui qui offre à sa femme les accessoires qui lui permettront de lui confectionner de bons petits plats rien que pour lui ; le regard de l'homme indique le côté intéressé du « cadeau ».
- Doc 16 : l'homme « Apollon » est valorisé, il apparaît en posture académique classique comme un objet sensuel. C'est un message au second degré vu le clin d'œil humoristique du pense-bête laissé par sa femme — émancipée de par son absence du visuel — et du slogan qui renvoie au pas sur la lune d'Armstrong.

0,5 point par réponse correcte (0,5 pt x 2) 1 point

- h) Choisir un seul des 3 champs (cocher la case correspondante) et répondre par écrit à la question posée :

CHAMP 1 « Appréhender son espace de vie »

Question 1 : En quoi l'électroménager contemporain joue un rôle fédérateur (qui réunit) au sein de la famille ?

L'utilisation des appareils ménagers n'est plus exclusivement réservée à la maîtresse de maison. Le rôle fédérateur est surtout joué par les appareils utilisés par tous (réfrigérateur, micro-ondes) quel que soit l'âge car faciles d'utilisation et sans véritable danger mettant ainsi chacun sur un même pied d'égalité. Souvent en nombre unique ils constituent un des points centraux de passage de l'habitation. À ces appareils utilitaires s'ajoutent ceux qui véhiculent une image ou une fonction de convivialité autour de l'univers de la table (crêpière, pierrade, appareils à fondue...), utilisés collectivement. La présence de ces biens de consommation donne une occasion de générer un sentiment de satisfaction partagé par toute la famille.

CHAMP 2 « Construire son identité culturelle »

Question 2 : En quoi, l'électroménager permet d'identifier le statut social de celui qui le possède ?

L'électroménager est un marqueur de bien-être et de réussite sociale. La valorisation du design culinaire, la recherche constante du progrès, de la performance technique ou technologique, le gain de temps, les préoccupations écologiques, l'aspect esthétique ou la griffe d'un créateur ou d'un designer ont trouvé dans l'électroménager des entrées valorisantes pour une fonction d'estime apportant une forte valeur ajoutée au produit.

Nespresso exploite ses produits en les présentant dans un univers luxueux, les aspirateurs Dyson communiquent sur le design novateur, Moulinex et Seb sur la libération des tâches ménagères, les marques allemandes (Bauknecht, Braun, Bosch, Gaggenau, Krups) sur la robustesse et la fiabilité, permettant ainsi à l'utilisateur de s'approprier symboliquement ces qualités ou ces univers d'autant que le positionnement haut de gamme de certains produits constitue un marqueur fort du statut social de ceux qui les possèdent. L'électroménager devient alors un faire-valoir, une marque de différenciation, d'appartenance à un groupe.

CHAMP 3 « Élargir sa culture artistique »

Question 3 : Comment l'électroménager peut-il être l'objet d'une démarche créative (artistique ou design) ?

Dans le domaine artistique certains créateurs utilisent l'électroménager en tant que support ou pour ses qualités plastiques (cafetière - Keith Haring ; électroménager - Jérôme Mesnager ; tambours de machine à laver - Arman), comme ready-made (aspirateur-néons Jeff Koons ; réfrigérateur-coffre fort - Bertrand Lavier), en tant qu'objet peut être utilisé comme porteur de message (sensibilisation à la dépense énergétique : igloo en réfrigérateurs - Ralf Schmerberg ; général Franco dans un réfrigérateur - Eugenio MORENO).

Pour les designers, l'électroménager peut être support d'innovation dans le but d'améliorer les performances techniques, technologiques ou d'apporter une plus-value émotionnelle, sociétale ou sociale (développement durable, libération de la femme...) (machine à laver sans détergeant - Jung Cho Hyun ; machine à café Nespresso ; aspirateur James Dyson...). Le marché concurrentiel amène les designers à améliorer ou diversifier les produits en jouant sur les fonctions d'usage et d'estime.

Le détournement et le recyclage peuvent engager une démarche artistique ou de design (tambour de machine à laver-lampe et table Alex Kovatchev). Certains de ces objets deviennent alors des objets-culte (aspirateur Dyson, robot cuisine Thermomix).

On attend un propos écrit sous forme de phrases avec au moins une piste identifiée et argumentée.

L'apport de références sera valorisé 3,5 points

B - ANALYSES 2 POINTS

- a) Relever un principe décoratif utilisé sur la façade des machines à café. (Les 3 principes doivent être différents).

1 : rayonnement, alternance	2 : changement de taille, rotation, inversion, imbrication, juxtaposition	3 : répétition, multiplication, alignement
-----------------------------	---	--

0,25 point par bonne réponse (0,25 pt x 3) 0,75 point

- b) Relever 2 motifs différents sur chaque assiette.

Formes végétales et animales sur les deux assiettes :

0,25 point par motif correct (0,25 pt x 4) 1 point

- c) Indiquer la manière dont sont représentés graphiquement les motifs sur les assiettes :

Simplification, stylisation, ombres chinoises, silhouettes, en aplat

0,25 point pour l'un des termes 0,25 point

C - PROPOSITION FINALE 7 POINTS

Proposer un décor pour l'autocollant sur la façade de la machine à café répondant au cahier des charges suivant :

Reprise d'au moins deux motifs différents parmi ceux relevés dans le tableau « Tord BOONTJE » (Les motifs pourront être multipliés, inversés, etc. mais sans changement de proportion. Seuls les motifs issus des 2 assiettes de Tord BOONTJE sont autorisés) 1 point

Combinaison de deux des trois des principes décoratifs relevés à la question B.a) 3 points

Proposition de 2 couleurs complémentaires (motifs/fond) reprenant les contrastes de T. BOONTJE 1 point

Maîtrise graphique et soin 2 points

Baccalauréat professionnel : Toutes spécialités	Code : 1306-EACA	Session 2013	CORRIGÉ
Épreuve : Arts appliqués, cultures artistiques	Durée : 1h30	Coefficient : 1	Page 1/1