

**iscpa!**  
 JOURNALISME  
 COMMUNICATION  
 PRODUCTION

**ffollozz**  
 L'école du marketing d'influence

  
 GROUPE IGS

x

# LES ANNALES

# 2021

SOYEZ PRÊT(E) POUR RÉUSSIR LES ÉPREUVES D'ADMISSION





ÉDITO

Page 4

ÉPREUVE N°1 :

DÉGUSTEZ LE CAFE 80

Page 5

ÉPREUVE N°1 :

QUESTIONS

Pages 6, 7

ÉPREUVE N°1 :

CORRIGÉ

Pages 8, 9

BILAN DU JURY

Page 10

ÉPREUVE N°2 :

TRANSFORMEZ L'ESSAI

Page 11

ÉPREUVE N°2 :

SUJET N°1

Page 12

ÉPREUVE N°2 :

SUJET N°2

Page 13

ÉPREUVE N°2 :

SUJET N°3

Page 14

BILAN DU JURY

Page 15

ÉPREUVE N°3 :

L'ENTRETIEN DE CONFIANCE

Page 16

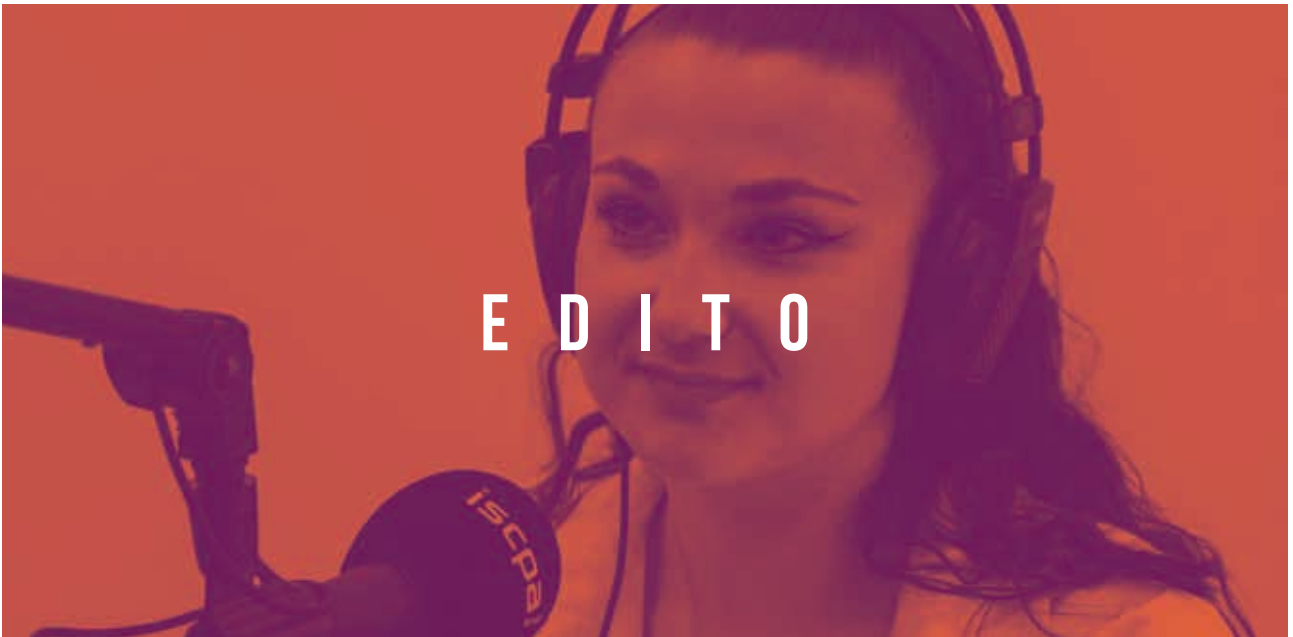
BILAN DU JURY

Page 17

GRILLE D'ÉVALUATION

Pages 18, 19





La session 2021 s'achève avec la rentrée des nouveaux et nouvelles entrant(e)s à l'ISCPA, admis(e)s à l'issue des épreuves écrites et de l'entretien. Celles-ci se sont déroulées cette année complètement en distanciel.

Une plateforme sécurisée a permis à plus de 500 candidat(e)s de se présenter, depuis chez eux, aux différentes épreuves.

Sept fois sur dix, le résultat a été concluant. Et sept fois sur dix, à leur tour, les candidat(e)s ont rejoint notre école à l'issue de ce processus de choix... réciproque.

Les épreuves d'admission ont donc cette vertu : elles permettent de s'assurer, de part et d'autre de l'écran (ou de la table), que nous aurons plaisir et intérêt à projeter ensemble votre chemin vers le marché de l'emploi.

Les trois épreuves qui jalonnent ce parcours d'admission ressemblent d'ailleurs à ce que vous vivrez dans votre futur métier : allier curiosité, échanges, connaissances, enquête, communication, innovation, à l'écrit, à l'oral, en France, à l'international, en français ou dans une autre langue.

Ce guide recense des exemples de sujets ou de questions soumis à la sagacité des candidats.

Pour chaque épreuve, nous expliquerons les modalités de déroulement de l'épreuve, présenterons des extraits des épreuves proposées en 2021 et résumerons les principales remarques relevées par les examinateurs ou correcteurs.

Les candidats pourront donc être pleinement informés (et sans doute rassurés) en lisant ce livret : au-delà des éléments académiques ou des connaissances qui sont évalués, la créativité, l'autonomie de la pensée, la force d'un projet d'orientation bien structuré sont des facteurs de réussite à l'entrée de l'école, pendant les études et sur le marché de l'emploi !

C'est donc à la portée de celles et ceux qui ont une idée juste et réaliste du métier qu'ils envisagent.

Le reste est une question d'accompagnement de notre part. Et notre équipe admissions s'y emploie avec enthousiasme et bienveillance. Bon courage et bonne chance à chacune et chacun des candidat(e)s qui se présenteront pendant la session 2021-2022 !

A bientôt,



× **EMMANUEL CARRE**  
DIRECTEUR DE L'ISCPA PARIS

# ÉPREUVE N°1

## DÉGUSTEZ LE CAFE 80

### I

L'épreuve CAFE80 se déroule en 45 minutes, sous la forme d'un questionnaire à choix multiples de 80 questions. Depuis un ordinateur connecté à internet, le(la) candidat(e) accepte d'être filmé(e) pendant tout le temps de l'épreuve. Il(Elle) peut ainsi s'authentifier et garantir qu'il compose seul sans aide extérieure. Dès que la plateforme est activée, il(elle) ne peut plus consulter d'autres sites sur son ordinateur.

Que ce soit dans les métiers du journalisme, de la communication ou de la production, les professionnels ont un référentiel culturel commun. Que se passe-t-il dans l'actualité? En quoi est-ce un fait qui se rattache à l'histoire? Comment peut-on le transcrire à l'écrit, via une image? Quelle musique pourrait l'illustrer? La culture générale est autant un stock (un patrimoine de connaissances partagées à un instant t) qu'un flux : elle permet de faire circuler les images, les références, les sous-entendus d'un pays à l'autre, d'une génération à l'autre avec un socle commun.

CAFE 80 est un acronyme : chaque lettre est l'initiale d'un mot. Chaque mot correspond à une rubrique dans laquelle le candidat choisira une réponse parmi 4 proposées : C pour Culture, A pour actualité, F pour Français, E pour English. Seules les bonnes réponses rapportent des points tandis que les mauvaises réponses ne pénalisent pas le candidat.

## ENTRAINEZ-VOUS

La préparation de dernière minute est rarement utile pour cette épreuve. C'est en sollicitant régulièrement et patiemment sa curiosité et sa mémoire, en s'exposant à des sources variées que l'on forge petit à petit un maillage de références dans lequel des liens se tissent.

### COMMENT S'ENTRAÎNER POUR L'ISCPA?

- En étant abonné au compte @cafe80iscpa sur twitter
- En consultant la page des annales du site
- En effectuant le test ci-après (20 questions en 10 minutes)

## 1 - CULTURE GÉNÉRALE

Histoire, science, géographie, mythologie, art, philosophie : cette rubrique couvre des références « classiques », communément partagées par les professionnel(le)s. Les questions peuvent s'appuyer sur des photographies, des documents sonores, des références chronologiques. Les connaissances mobilisées appartiennent à un référentiel culturel censé être acquis après un parcours dans l'enseignement secondaire en France.

### Q1 - A QUELLE PERSONNALITÉ EST ASSOCIÉE « LE NOËL DE L'AN 800 »?

- A) Clovis
- B) Jeanne d'Arc
- C) Charlemagne
- D) Pépin le Bref

### Q2 - QUEL ACCORD INTERNATIONAL A ÉTÉ SIGNÉ APRÈS LA PREMIÈRE GUERRE MONDIALE?

- A) La convention de Maastricht
- B) Les accords de Yalta
- C) Le traité de Versailles
- D) Le traité du Conseil Atlantique Nord

### Q3 - QUI EST L'AUTEUR DE CETTE OEUVRE?

- A) Edvard Munch
- B) Edward Hopper
- C) Jean Cocteau
- D) René Magritte

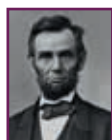


### Q4 - QUELLE VILLE N'EST PAS EN AUSTRALIE?

- A) Auckland
- B) Brisbane
- C) Darwin
- D) Melbourne

### Q5 - QUI EST CE PRÉSIDENT DES ETATS-UNIS?

- A) Abraham Lincoln
- B) George Washington
- C) Theodore Roosevelt
- D) Franklin D. Roosevelt



## 2 - ACTUALITÉ

Le référentiel mobilisé pour les questions dites d'actualité n'est pas nécessairement inscrit dans les livres d'histoire ou dans les bibliographies classiques du lycée. Il correspond plutôt à des éléments contemporains, utilisés dans des articles, des iconographies, des publicités ou des lancements de sujets dans la presse audiovisuelle.

### Q1 - QUEL DESSINATEUR A CRÉÉ LE PERSONNAGE DE BD TITEUF?

- A) Franquin
- B) Glez
- C) Quino
- D) Zep

### Q2 - QUI A RÉALISÉ LE FILM KAAMELOTT SORTI EN 2021?

- A) Jacques Audiard
- B) Fabien Onteniente
- C) Alain Chabat
- D) Alexandre Astier

### Q3 - QUEL TERME A FAIT SON ENTRÉE DANS LE DICTIONNAIRE LE ROBERT EN 2021?

- A) Le mot «femmage»
- B) Le pronom «iel»
- C) Le mot «matrimoine»
- D) Le mot «matron»

### Q4 - UNE INFORMATION EST VRAIE À PROPOS DU JOURNAL LE CANARD ENCHAÎNÉ

- A) Ses fondateurs étaient des dessinateurs
- B) Sa rubrique «L'album de la comtesse» porte sur les contrepèteries
- C) Son actionnaire principal possède aussi Le Monde
- D) C'est un hebdomadaire qui paraît le mardi

### Q5 - LA MILITANTE ÉCOLOGIQUE GRETA THUNBERG EST DE NATIONALITÉ :

- A) Norvégienne
- B) Finlandaise
- C) Danoise
- D) Suédoise

## 3 - FRANÇAIS

Les questions de cette rubrique portent sur la langue française, à la fois pour la forme (orthographe) et le fond (signification de termes ou de locutions usuelles). Préférer un verbe plutôt qu'un autre, choisir un adjectif, éliminer une source de malentendu ou de contresens, écrire correctement le mot « rhétorique », « astérisque » (et périls?) et jouer avec les mots : autant de compétences qui seront mobilisées quand vous devrez concevoir et rédiger un argumentaire, une campagne de publicité ou un article de vulgarisation scientifique.

### Q1 - LE VERBE «ABHORRER» A POUR SYNONYME

- A) Redouter
- B) Exécrer
- C) Époustoufler
- D) Acculer

### Q2 - COMMENT ÉCRIT-ON 2203 EN TOUTES LETTRES?

- A) Deux milles deux cents trois
- B) Deux mille deux cent trois
- C) Deux milles deux cent trois
- D) Deux mille deux cents trois

### Q3 - QUEL EST L'ÉQUIVALENT DE L'EXPRESSION « DE CHARYBDE EN SCYLLA »?

- A) Par superstition
- B) De mal en pis
- C) Avec une débauche de moyens
- D) Avec parcimonie

### Q4 - QUELLE PHRASE EST ÉCRITE CORRECTEMENT

- A) Ne t'inquiètes pas, j'irai à pied ou en vélo
- B) Ne t'inquiète pas, j'irai à pieds ou en vélo
- C) Ne t'inquiètes pas, j'irai à pied ou à vélo
- D) Ne t'inquiète pas, j'irai à pied ou à vélo

### Q5 - DONNER UN SYNONYME DU MOT «SEPTENTRION»

- A) Soldat
- B) Nord
- C) Soixante-dizaine
- D) Grand-voile

## 4 - ENGLISH

The aim of this section is to assess your command of English, both in terms of vocabulary and grammar. Some short video or audio clips may be offered for your analysis.

### Q1 - WE SHOULD (...) BUSINESS TO HUNGARY WHERE LOCAL LABOUR IS CHEAPER

- A) Announce
- B) Reduce
- C) Dismiss
- D) Relocate

### Q2 - WOULD YOU MIND (...) AFTER MY SUITCASE WHILE I GO TO BUY A MAGAZINE?

- A) Look
- B) Looking
- C) To look
- D) You are looking

### Q3 - YESTERDAY, I WAS SO UPSET THAT I (...) SLEEP...

- A) Can
- B) Can't
- C) Couldn't
- D) Could

### Q4 - DID YOU REMEMBER (...) OFF THE HEAT BEFORE WE LEFT?

- A) Turn
- B) Turning
- C) To turn
- D) Turning it

### Q5 - (...) THE BAD WEATHER THERE WERE A LOT OF RUNNERS PARTICIPATING IN THE COMPETITION.

- A) Because of
- B) Despite
- C) Rather than
- D) Unless

# CORRIGÉ

## ÉPREUVE ° 1

I

### 1 - CULTURE GÉNÉRALE

#### Q1 - A QUELLE PERSONNALITÉ EST ASSOCIÉE « LE NOËL DE L'AN 800 » ?

Réponse C : Charlemagne, couronné à Rome, le jour de Noël, dans la basilique St-Pierre. Le peintre Raphaël a réalisé une fresque sur ce thème au XVIème siècle.

#### Q2 - QUEL ACCORD INTERNATIONAL A ÉTÉ SIGNÉ APRÈS LA PREMIÈRE GUERRE MONDIALE ?

Réponse C : C'est le traité de Versailles qui est signé entre l'Allemagne et les alliés après la guerre 1914-18.

#### Q3 - QUI EST L'AUTEUR DE CETTE OEUVRE ?

Réponse D : René Magritte, peintre surréaliste belge. Cette oeuvre correspond à une réflexion sur les rapports entre mot et représentation

#### Q4 - QUELLE VILLE N'EST PAS EN AUSTRALIE ?

Réponse A : Auckland se situe en Nouvelle-Zélande

#### Q5 - QUI EST-CE PRÉSIDENT DES ETATS-UNIS ?

Réponse A : Abraham Lincoln, qui a dirigé les Etats-Unis lors de la « guerre de Sécession ». Il a fait ratifier l'amendement de la Constitution qui a aboli l'esclavage. Il l'a payé de sa vie quelques jours plus tard.

### 2 - ACTUALITÉ

#### Q1 - QUEL DESSINATEUR A CRÉÉ LE PERSONNAGE DE BD TITEUF ?

Réponse D : Zep, de son vrai nom Philippe Chappuis, est le dessinateur (suisse) qui a créé le personnage de Zep.

#### Q2 - QUI A RÉALISÉ LE FILM KAAMELOTT SORTI EN 2021 ?

Réponse D : Alexandre Astier a réalisé ce premier volet. C'est aussi lui qui était l'auteur de la série à succès de M6 ainsi que le compositeur de la bande sonore. Et de plus, il joue le rôle du personnage principal, le roi Arthur.

#### Q3 - QUEL TERME A FAIT SON ENTRÉE DANS LE DICTIONNAIRE LE ROBERT EN 2021 ?

Réponse B. C'est l'introduction du pronom « iel », forme neutre mêlant il et elle, qui a défrayé la chronique lors de la parution de l'édition 2021 du dictionnaire édité par Le Robert.

#### Q4 - UNE INFORMATION EST VRAIE À PROPOS DU JOURNAL LE CANARD ENCHAÎNÉ

Réponse B : Les contrepèteries de l'album font réfléchir les lecteurs du Canard tous les mercredis...

#### Q5 - LA MILITANTE ÉCOLOGIQUE GRETA THUNBERG EST DE NATIONALITÉ

Réponse D : Greta Thunberg est née en 2003 à Stockholm, en Suède.



# CORRIGÉ

## ÉPREUVE ° 1

I

### 3 - FRANÇAIS

#### Q1 - LE VERBE « ABHORRER » A POUR SYNONYME

Réponse B : « exécrer », soit détester. J'abhorre est le contraire de j'adore !

#### Q2 - COMMENT S'ÉCRIT 2203 EN LETTRES ?

Réponse B : deux mille deux cent trois, mille étant invariable et deux « cent » étant ici au singulier car suivi d'un « trois ». Même si on ne dit jamais 203...

#### Q3 - QUEL EST L'ÉQUIVALENT DE L'EXPRESSION « DE CHARYBDE EN SCYLLA » ?

Réponse B : de mal en pis, comme ces marins qui rencontraient tour à tour les deux monstres de la mythologie grecque, Charybde et Scylla, en naviguant dans le détroit de Messine.

#### Q4 - QUELLE PHRASE EST ÉCRITE CORRECTEMENT

Réponse D : Ne t'inquiète pas (impératif 1er groupe), j'irai (futur) à pied (sans s) ou à vélo (comme « à » cheval).

#### Q5 - DONNER UN SYNONYME DU MOT « SEPTENTRION »

Réponse D : le Nord

### 4 - ENGLISH

#### Q1 - WE SHOULD (...) BUSINESS TO HUNGARY WHERE LOCAL LABOUR IS CHEAPER

Réponse D : We should *relocate* business to Hungary where local labour is cheaper

#### Q2 - WOULD YOU MIND (...) AFTER MY SUITCASE WHILE I GO TO BUY A MAGAZINE ?

Réponse B : Would you mind *looking* after my suitcase while I go to buy a magazine?

#### Q3 - YESTERDAY, I WAS SO UPSET THAT I (...) SLEEP...

Réponse C : Yesterday, I was so upset that I *couldn't* sleep...

#### Q4 - DID YOU REMEMBER (...) OFF THE HEAT BEFORE WE LEFT ?

Réponse C : Did you remember *to turn* off the heat before we left ?

#### Q5 - (...) THE BAD WEATHER THERE WERE A LOT OF RUNNERS PARTICIPATING IN THE COMPETITION.

Réponse B : *Despite* the bad weather there were a lot of runners participating in the competition.



Les candidat(e)s disent redouter cette épreuve qui fait partie de la plupart des concours d'entrée pour les filières de métiers auxquelles prépare l'ISCPA.

Ils(Elles) indiquent, lorsqu'on les interroge à ce sujet, qu'il y a certainement une part de chance pour réussir mais conviennent également qu'un suivi régulier de l'actualité permet de se sentir plus à l'aise pour éliminer des réponses incongrues et/ou faire le bon choix. Souvent, en effet, deux réponses paraissent plausibles et deux peuvent être éliminées d'emblée.

La moyenne à l'épreuve se situe à 10,2/20 avec trois catégories identifiables : les 10% de candidat(e)s qui ont moins de 7, et qui, le plus souvent n'ont pas le niveau pour une entrée directe à l'ISCPA ; la très grande majorité (70%) entre 7 et 12 ; les 20% de candidat(e)s qui obtiennent une note supérieure à 12.

La correction du QCM montre une distribution homogène des points pour les deux premières catégories de questions (Culture et Actualité) avec, selon les cas, des performances ou des contre-performances plus marquées pour les deux autres catégories (français et anglais). Le jury recommande aux candidats de s'entraîner à partir des annales ou des tests disponibles (par exemple, sur Twitter).

**POUR PLUS D'ENTRAÎNEMENT DÉCOUVREZ LE**  
**CAFE 20 INTERACTIF**



# ÉPREUVE N°2

## TRANSFORMEZ L'ESSAI

### I

<sup>x</sup> Comme dans un match de rugby, il appartient au (à la) candidat(e) de transformer l'essai... en une épreuve gagnante !

Le(la) candidat(e) dispose d'une heure, devant son clavier (et sa webcam qui assure que c'est bien lui(elle) qui compose le texte, seul(e)), pour analyser, commenter, disséquer une photographie, une publicité ou un dessin de presse. Le thème est en général contemporain et permet de réfléchir à un enjeu, un paradoxe, une formulation ou une représentation esthétique.

Dans les métiers que le(la) candidat(e) souhaite exercer un jour, les compétences mesurées par cette épreuve sont omniprésentes : identifier une problématique, analyser un contenu, décrypter une image, repérer un paradoxe ou une idée créative, structurer sa pensée, communiquer ses idées, respecter les formats de l'écrit (orthographe, syntaxe).

Le(la) candidat(e) s'installe ainsi devant son clavier et dispose d'une heure pour composer son texte directement à l'écran, avec un chronomètre. Il(Elle) ne peut pas sortir de la page d'édition pendant qu'il(elle) compose.

## SUJET COMMENTAIRE DE PUBLICITÉ



### EXEMPLE DE BONNE COPIE

Coca-Cola, MacDo, Apple, Nike,... : ces marques sont devenues des symboles de notre consommation globalisée, de notre économie mondialisée, de nos goûts standardisés. Que ce soit pour les célébrer ou pour les dénoncer, les logos de ces entreprises multinationales recouvrent les affiches des manifestations altermondialistes et aussi les panneaux publicitaires de nos villes et des zones commerciales.

Que l'on se promène dans une grande ville européenne, dans une métropole indienne ou sur les bords d'une autoroute américaine, chacun reconnaît au premier coup d'œil le hamburger de cette affiche : le dôme recouvert de graines de sésame, le fromage fondu qui couvre la salade et la viande, les deux tranches de pain du sandwich. La marque est discrète, à droite de l'affiche, sous la forme d'un logo « M ».

Pas besoin de légende, de sous-titre, d'explication : c'est le produit phare du fast-food MacDonald, le Big Mac, que l'on associe spontanément à cette représentation. La marque est tellement ancrée dans notre paysage contemporain qu'un enfant de cinq ans et ses grands-parents qui l'accompagnent identifient immédiatement l'objet. La marque est devenue icône, sa publicité peut se contenter d'un pictogramme, sans commentaire, ni baseline.

Il y a quelques années, le magazine The Economist a même élaboré l'indice « Big Mac » comme un indicateur du pouvoir d'achat national ou même comme un taux de change, une base de comparaison des monnaies : il suffit de comparer la valeur de ce « bien » universel d'un pays à l'autre pour estimer qu'une monnaie est surévaluée ou que le niveau de vie d'un pays est comparable à celui d'un autre.

La force du message publicitaire tient précisément à la simplicité de la forme ainsi projetée. Pas de paillettes, d'arguments, de comparatifs : le produit se suffit à lui-même. Le consommateur peut spontanément associer les éléments cognitifs et affectifs qui le relie au produit « universel ».

Cette manière de simplifier et même d'euphémiser la communication est sans doute un choix stratégique pour normaliser la marque : la viande n'est pas rouge et peut convenir aux végétariens, la couleur rouge traditionnellement associée au logo disparaît au profit d'un fond blanc.

Le hamburger se « banalise », fait disparaître ses calories, son sucre et ses additifs dans une représentation fonctionnelle du sandwich. Après avoir proposé au consommateur de venir « comme il est », MacDonald rend accessible son menu comme un pictogramme d'application : c'est simple, fonctionnel et (presque) sain !

La marque réussit à être identifiée et faire parler d'elle en restant sobre, discrète.

Une manière habile de répondre aux campagnes créatives et souvent plus provocatrices de ses concurrents.

## SUJET COMMENTAIRE PHOTO



## EXEMPLE DE BONNE COPIE

Le magazine « Phosphore » s'adresse aux adolescents et aux jeunes adultes, rompus aux réseaux sociaux donc au zapping permanent. Il faut pouvoir les accrocher et les séduire dès la couverture avec un graphisme impactant : l'allumette et le dégradé rouge-orangé du mot « Phosphore » (qu'on pourrait rebaptiser « Feusphore »), accompagnés d'une petite accroche expliquant que c'est un magazine qui éclaire, sous-entendu quelque soit l'endroit où l'on se trouve.

C'est un magazine qui se veut malin et pratique : pas besoin d'électricité pour le lire, il suffit d'une allumette !

Au programme :

- des thématiques qui les concernent : les séries TV (et de manière sous-jacente l'éducation sexuelle) à travers l'annonce d'un article pour l'une des séries-phares de Netflix « Sex education »; les réseaux sociaux et comment y trouver de l'information; le lycée qui est le quotidien des ados; les élections municipales qui ne sont pas forcément une priorité pour les jeunes, « Phosphore » souligne donc l'importance de la citoyenneté et pour contourner le côté rébarbatif que pourrait avoir ce sujet, propose un « Grand jeu ».
- des photos de personnalités massivement appréciées et suivies par les jeunes : Emma Mc Key et Hugo Travers
- un dessin humoristique sur la bonne alimentation à avoir pour tenir le rythme du lycée, clin d'oeil à la junk food trop fréquemment consommée par les jeunes.


Par ailleurs, la thématique principale abordée par le magazine est tout à fait dans l'air du temps, à savoir les nouveaux moyens de s'informer : nos parents étaient (et le sont encore pour certains) accros au journal de 20 heures des chaînes historiques et à la presse quotidienne en format papier.

La nouvelle génération, « née avec un smartphone dans la main » consomme l'information, quasiment exclusivement, de manière digitale : à travers les applis de titres de presse traditionnelle (Le Monde, L'Equipe, Libération, Le Figaro, etc) mais surtout à travers des titres 100% digital native (Mediapart, Slate) et encore plus à travers les vidéos postées sur Brut, Konbini ou la chaîne YouTube Hugo décrypte, mise en avant sur la couverture. Il existe d'ailleurs de nombreuses chaînes d'information et de vulgarisation sur YouTube, centrées sur des vidéos souvent sans commentaires.

Ces chaînes qui se professionnalisent de plus en plus ont l'avantage d'être indépendantes et d'adopter les codes des jeunes : de l'image avant tout et pas de langue de bois.

Néanmoins, les réseaux sociaux sont particulièrement sensibles aux fake news et gageons que même si il ne le précise pas sur sa couverture, « Phosphore » évoquera ce sujet délicat dans ses pages intérieures. Quoi qu'il en soit, voici un bel exemple de presse papier qui traite pourtant de sujets en rapport avec YouTube et Netflix !

## SUJET COMMENTAIRE PHOTO

 **MARCEL** @MarcelAgency - 13 oct. ...  
Une expo de 245 km à ciel ouvert ? C'est ce qu'on a fait pour la sortie de la série-documentaire "Montre jamais ça à personne" de @PrimeVideoFR . On a racheté tous les panneaux entre Caen et Paris, pour retracer le parcours d' @Orel\_san de Caen à son ascension parisienne



x

## EXEMPLE DE BONNE COPIE

Sur Twitter, l'agence « Marcel » est fière de présenter sa campagne originale pour l'artiste Orelsan : une fresque longue de 245 km sous forme de panneaux d'affichage qui retracent le parcours d'Aurélien, alors rappeur à Caen, jusqu'au succès d'Orelsan, sujet d'une série réalisée par son frère et diffusée sur Prime Video (Amazon).

Depuis le premier album d'Orelsan il y a une vingtaine d'années, l'artiste est connu pour ses provocations, ses « punchlines », et ses paroles qui interpellent sa génération. Il aborde avec acidité par le biais de textes crus des thèmes sombres (la dépression, les relations amoureuses difficiles) ou en rapport avec son quotidien.

Un de ses titres (« Sale Pute ») a même suscité une vive polémique et a été vivement critiqué par des partis politiques et des associations féministes. Un débat sur « la liberté d'expression » de l'artiste s'est ainsi tenu devant la justice, qui l'a finalement relaxé. Pour autant, des pétitions continuent à circuler, demandant le retrait des récompenses qu'Orelsan a reçues pour d'autres albums.

La campagne d'affichage ne fait pas directement la promotion d'un album mais celle d'une série-documentaire tournée par son frère avec des images d'archives.

C'est pourtant une promotion indirecte pour son dernier album et sa dernière tournée. Et cela fonctionne : dans l'histoire du rap français, c'est la première fois qu'un album en streaming reçoit autant d'audience lors de son lancement.

L'image proposée reprend donc tous les ingrédients de la promotion d'un artiste en 2021 : c'est l'agence qui annonce sur un réseau social qu'une « opération » spéciale a lieu à l'extérieur. Occuper des panneaux d'affichage sur 245 km est déjà une curiosité qui ne manquera pas d'être reprise par les observateurs du secteur.

L'idée est intéressante car elle renvoie à un second acteur de l'ère moderne : Prime video. Il s'agit de la plateforme d'Amazon, en concurrence directe avec d'autres plateformes de séries, qui diffuse un programme original. Le titre même « Ne montre ça à personne » est une incitation à transgresser...

Deuxième souffle, donc, pour parler de l'artiste et le rendre accessible ou populaire aux yeux de son public actuel ou à venir. Troisième temps : l'album sort, la tournée s'organise, ce qui prolonge l'itinéraire sur les routes pour raconter l'histoire.

« Orelsan » est ainsi traité comme une véritable marque au travers d'une opération de communication fondée sur des éléments artistiques. Le pourfendeur de l'ordre établi, l'anticonformiste provocateur, l'auteur de punchlines désespérées serait-il un produit de grande consommation ?



Les copies des essais donnent une grande liberté aux candidat(e)s et celles qui ont été corrigées en 2021 font la part belle à la réflexion mais aussi à la créativité des auteurs : billet d'humeur, dissertation, commentaire composé,...

#### **LE PLUS SOUVENT, LES BONNES COPIES :**

- analysent le sujet proposé pour mettre en évidence le caractère «problématique» qu'il contient ou soulève. S'agit-il d'un paradoxe ? D'une opinion commune ou simpliste ? D'une image provocatrice ? Il s'agit bien de dépasser le caractère descriptif du dessin ou de la photo pour poser quelques questions qui guident la réflexion.
- structurent le propos. Même dans le cas d'un texte libre, la continuité de la pensée doit être restituée de manière lisible, fluide à partir d'éléments repérables. Plutôt que de livrer un catalogue d'arguments, le candidat a donc intérêt à bâtir et présenter son texte en deux ou trois parties, pourquoi pas avec des titres repérables (ou, a minima, une annonce du plan puis des transitions habiles).
- respectent les formes de l'écrit. Au-delà de la maîtrise de l'orthographe, de la syntaxe ou de la grammaire, les correcteurs(rices) reprochent souvent un style «oralisé» (recours à un vocabulaire familier ou approximatif, transitions maladroites -- du coup, sinon, de base, alors qu'on peut dire aussi) comme s'il s'agissait d'une discussion à bâtons rompus autour d'un café. Ils préfèrent donc clairement les copies rédigées avec un vocabulaire élaboré, et bien relues avant envoi !

La moyenne de cette épreuve est de 11,7 en 2021. Les notes inférieures à 8 traduisent souvent un manque d'engagement de la part du (de la) candidat(e) (copie lapidaire, empliesse de fautes, pas structurée).

# ÉPREUVE N°3

## L'ENTRETIEN DE CONFIANCE

### I

x L'entretien est un moment clé du processus d'admission. Après un QCM qui admet une bonne réponse sur quatre et une copie (anonyme) sur un sujet imposé, c'est enfin le moment pour le(la) candidat(e) de se révéler en présentant qui il/elle est, quel est son projet d'orientation, quelles sont ses envies, ses aspirations, sa personnalité, bref, tout ce qui le caractérise comme personne unique !

Il ne s'agit donc pas, comme pour le baccalauréat, d'un examen destiné à valider des connaissances à partir d'un exposé mais bien d'une rencontre entre un(e) (futur(e)) étudiant(e) et une personne qui sera amenée à encadrer ses futurs activités.

Faut-il préparer l'entretien ? Incontestablement, oui. Et de deux manières :

- en faisant un inventaire d'éléments «classiques» qui feront sans doute l'objet d'une question : racontez-moi votre parcours, est-ce que vous avez une idée du métier/secteur dans lequel vous souhaitez commencer votre vie professionnelle, comment avez-vous connu l'école, quels sont les derniers films/livres/séries/EP qui vous ont plu et pourquoi...
- en procédant aussi à une introspection et/ou à une enquête autour de vous : qu'est-ce que mes ami(e)s me reconnaissent comme talent ou originalité ? quelles sont les qualités et défauts que j'apprécie ou que je redoute chez les autres ? qu'est-ce qui me plaît vraiment et qui justifierait, par exemple, que je me lève un dimanche à 4 h du matin sous la pluie ?

Le paradoxe de cette épreuve est que l'on peut se préparer à être naturel(le) !

Comment l'épreuve est-elle organisée ?

À l'ISCPA, elle se déroule en face à face ou sur un logiciel de visio à distance (type Whatsapp) pendant trente à quarante minutes avec un(e) membre de l'encadrement de l'école (intervenante, responsable,...). Celui (celle)-ci dispose de votre CV et lettre de motivation mais n'a pas accès aux notes de l'écrit. Il fait donc connaissance avec le (la) candidat(e) sans idée préconçue.

Au contraire, les questions sont destinées à laisser le(la) candidat(e) exprimer ses idées, ses projets, ses ambitions et ce, sur «son» terrain. L'entretien est véritablement conçu comme un échange et le(la) candidat(e) a le droit de poser des questions lui aussi !

Que ce soit pour faire préciser une question qui lui est posée ou pour obtenir des informations sur l'école, des spécialisations, les métiers, le(la) candidat(e) peut prendre toutes les initiatives pour interagir et aborder l'entretien comme un véritable dialogue.





En 2021, l'entretien a donné lieu à une note supérieure ou égale à 12/20 pour huit candidat(e)s sur dix. Malgré les conditions sanitaires qui ont imposé que les entretiens se déroulent systématiquement à distance, les jurys ont apprécié la fluidité des échanges entre eux et les candidat(e)s.

Ceux(Celles)-ci se sont montré(e)s plus à l'aise face au téléphone que dans la situation de l'entretien formel dans un bureau, ce qui est plutôt une «bonne nouvelle», compte tenu de la manière dont l'école envisage cette épreuve.

Les éléments à disposition (CV et lettre de motivation) servent souvent de trame pour les premières questions de l'échange et les candidats qui ont fourni des arguments réfléchis ou des éléments démonstratifs dans ces documents sont plus facilement à l'aise pour évoquer leurs expériences, argumenter et se livrer de façon authentique.

Il paraît également important aux membres de jury qu'un temps de l'échange soit consacré à comprendre le choix particulier de l'ISCPA, au-delà du vœu général de l'orientation, afin d'apprécier la correspondance entre les attentes du(de la) candidat(e) et celles de l'école (pédagogie immersive, accompagnement, valeurs,...)

# GRILLE D'ÉVALUATION

I

Afin de comprendre les enjeux de l'épreuve et la façon dont les... jurys se préparent à l'épreuve, nous mettons à disposition deux outils :

## LE GUIDE DU JURY :

qui explique les tenants et les aboutissants pour nos intervenants

## LA GRILLE D'ÉVALUATION :

utilisée pour rédiger le rapport d'examineur(trice) et attribuer une note à l'issue de l'échange.

ÉVALUATION

### QUALITÉS RELATIONNELLES

		D	C	B	A	
<b>EXPRESSION</b>	Propos confus ou inaudibles					Expression claire, vocabulaire adapté
<b>AISANCE RELATIONNELLE</b>	En retrait, subit l'entretien					À l'aise dans l'échange, nourrit le dialogue
<b>ÉCOUTE</b>	Autocentré(e), récite sans écouter					Fait preuve d'écoute, d'empathie
<b>ANTHENTICITÉ</b>	Joue un personnage					Interagit avec cohérence et sincérité

### APTITUDES INTELLECTUELLES ET CULTURELLES

		D	C	B	A	
<b>STRUCTURE</b>	Pensée désordonnée ou confuse					Argumentation logique et structurée
<b>CULTURE</b>	Références pauvres, peu d'ancrage dans l'environnement					Ouverture d'esprit, pensée documentée
<b>ANALYSE</b>	Réflexion superficielle, sans ressort					Réflexion posée, envisage différents aspects
<b>CRÉATIVITÉ</b>	Réflexion conformiste Consomme mais ne propose pas					Propose, ose, sollicite son imagination

## ADÉQUATION AVEC LE PROJET PÉDAGOGIQUE

		D	C	B	A	
<b>CURIOSITÉ</b>	Passivité N'apprendit pas Faible capacité à apprendre					S'intéresse. Aime la découverte
<b>HUMANISME</b>	Repli sur toi, individualiste ou égocentré					S'ouvre aux autres, envisage l'altérité, l'interculturel
<b>ENTREPRENEURIAT</b>	Attitude passive ou désinvolte					Sens des responsabilités et de l'effort, capable d'engagement
<b>PROFESSIONALISME</b>	Attitude scolaire Ne cherche pas la fiabilité					Assume ses choix Autonome et sociable

## MOTIVATION POUR L'ÉCOLE

		D	C	B	A	
<b>CHOIX D'ORIENTATION</b>	Orientation peu réfléchie voire subie					Orientation réfléchie Des expériences probantes
<b>INTÉRÊT / FORMATION</b>	Motivations conventionnelles ou superficielles					Se projette dans la formation, manifeste un intérêt/ une envie
<b>CONNAISSANCE ISCPA</b>	Faible intérêt pour l'école					Motivation documentée et probante pour l'école

# TOUTE L'ÉQUIPE DE L'ISCPA PARIS VOUS SOUHAITE **BON COURAGE**

×

DES QUESTIONS? CONTACTEZ-NOUS



**MATTHIEU DELAHERCHE**

mdelaherche@groupe-igs.fr  
07.87.00.27.25



**STÉPHANIE CHOLEUR**

schouleur@groupe-igs.fr  
06.49.10.88.13

\_ISCPA PARIS

GROUPE IGS - PARIS CAMPUS - 12, RUE ALEXANDRE PARODI - 75010 PARIS  
TÉL. : 01 80 97 65 80 - EISCPAPARIS@GROUPE-IGS.FR



ISCPAPARIS

[www.iscpa-ecoles.com](http://www.iscpa-ecoles.com)