

Brief

Nouvelle identité graphique

Cahier des charges prévisionnel pour l'évolution de l'identité visuelle de La Manufacture CDCN Nouvelle-Aquitaine Bordeaux • La Rochelle

A l'issue d'une période d'itinérance pendant la rénovation de l'usine, à l'occasion de la réintégration de l'équipe et du projet dans son nouveau bâtiment bordelais et pour renforcer son image, La Manufacture CDCN souhaite redéfinir son identité visuelle et renouveler sa charte graphique à compter de la saison 2027-28. Pour ce faire, le CDCN recherche un nouveau prestataire de design graphique pour une nouvelle collaboration. Il sera chargé d'imaginer une nouvelle identité visuelle puis de concevoir et réaliser les documents de communication print et web ainsi que des maquettes pour réalisation de documents en interne.

1. Présentation

- **HISTOIRE ET VALEURS**

La Manufacture CDCN est un Centre de Développement Chorégraphique National implanté à la manufacture de chaussures à Bordeaux, ainsi qu'à la chapelle Saint-Vincent à La Rochelle. Comme les 15 autres CDCN en France, il inscrit au centre de son projet artistique la rencontre entre les œuvres et les publics. L'objectif de La Manufacture CDCN est de développer la danse contemporaine en région Nouvelle-Aquitaine par une programmation exigeante, le soutien de compagnies émergentes et des actions de médiation d'éducation artistique et culturelle. La Manufacture produit également des ressources, entre autres numériques. Le projet de La Manufacture CDCN « Danse et autres langages » porte une attention particulière au développement des nouvelles écritures pluridisciplinaires, au rayonnement de la communauté artistique et aux échanges entre les différentes pratiques.

La Manufacture CDCN est une structure culturelle

- **ouverte et bienveillante**

accessible aux publics aguerris comme aux plus néophytes ainsi qu'aux danseurs et danseuses. Elle invite à la rencontre et aux croisements des formes artistiques.

- **engagée**

La Manufacture CDCN défend l'éducation artistique et culturelle pour toutes et tous ainsi que la formation des danseurs et danseuses professionnel·les. Est déployée aussi depuis quelques années une médiation de proximité avec le quartier de La Manufacture, notre équipe porte une attention particulière aux voisin·e·s et structures du quartier Bordeaux-Sud.

Son engagement se reflète également par le soutien à la création chorégraphique.

- **passionnée**

Avec son équipe de 15 salarié·e·s, La Manufacture œuvre à faire connaître la création chorégraphique et mène une intense activité culturelle de diffusion des connaissances sur la danse et de pratique artistique. C'est également un lieu ressource proposant des journées professionnelles, des rencontres, des supports pédagogiques etc. .

- **proche des artistes**

Sensible aux nouvelles écritures de la danse, le CDCN soutient la création et les recherches des artistes chorégraphiques en les accueillant en résidence, en produisant ou coproduisant leurs œuvres, en les diffusant au cours de sa saison et de son festival jeune public.

- **ouverte aux créations et nouvelles écritures pluridisciplinaires**

La Manufacture CDCN s'engage également en faveur des artistes et des projet pluridisciplinaires, en diffusant et en accompagnant en coproduction des œuvres hors du champ chorégraphique.

- **ETAT DES LIEUX DE L'IDENTITE GRAPHIQUE ACTUELLE**

Le logo de La Manufacture CDCN, la charte graphique et le site internet ont été réinventés à l'arrivée du CDCN à la manufacture de chaussures à Bordeaux en 2018. C'est le graphiste Franck Tallon, qui collaborait déjà au Cuvier, qui a décliné cette nouvelle identité et qui travaille avec le CDCN pour l'ensemble des supports jusqu'à présent.

La charte est également déclinée en interne sur différents supports de com print et web par la responsable de la communication, les chargées de communication à Bordeaux et à La Rochelle.

- **CIBLES DE LA COMMUNICATION**

Publics : locaux et régionaux, jeunes et famille, 18-25 ans, publics scolaire (projets d'éducation artistique et culturelle), senior-es, publics en situation de handicap, publics issus du champ social. Relais : enseignant-es, et éducateur-ices, médias papier et web / Réseau professionnel : partenaires institutionnel, réseau chorégraphique, professionnel-les de la danse et du spectacle vivant.

2. Définition des besoins

- **OBJECTIFS ET DEFIS DE LA NOUVELLE IDENTITE VISUELLE**

La Manufacture CDCN est une structure importante dans les réseaux de la danse et celui des acteurs du spectacle vivant, mais elle est parfois mal identifiée, particulièrement à La Rochelle où le projet est plus jeune (2019) et l'offre culturelle très dense. L'identité visuelle devra permettre de renforcer l'identification, affirmer la visibilité et la singularité de La Manufacture CDCN sur ses deux pôles (à Bordeaux et à La Rochelle).

Elle devra être souple et créative afin de laisser place à une marge d'innovation et de manœuvre pour innover et se réinventer de saison en saison sans trahir l'identité visuelle générale de la structure. Elle devra surprendre et attirer, être claire et éclairante, bien entendu elle parlera au grand public comme aux professionnel-les, mais elle ne laissera pas de côté les personnes qui ne sont pas initiées en danse. Elle devra prendre en compte l'évolution du projet et la mue de son bâtiment bordelais.

- **LIGNES DIRECTRICES**

La nouvelle charte graphique devra être originale, moderne et reconnaissable.

Être facilement utilisable et déclinable pour une prise en main en interne.

L'identité graphique devra être inclusive et accessible à tous et toutes.

Elle s'inscrit dans une démarche d'eco-responsabilité de la communication.

Elle valorise notre action en faveur de la création et la diffusion de la danse contemporaine

- **MOTS-CLES**

Danse – Corps – Mouvement – Publics - Création - Inclusivité - Diversité - Chorégraphique - Spectacle vivant - Soutien/accompagnement (des artistes, des œuvres) – Territoire - Durabilité - Ressource - Pratique

- **ORGANISATION ET METHODOLOGIE DE TRAVAIL**

La collaboration comporte un travail tout au long de la saison avec des temps forts repérés (conception de la brochure de saison, conception des flyers semestriels, brochure du festival POUCE).

Il sera attendu une bonne disponibilité et une réactivité pour les échanges et les aller-retours avec le CDCN pour modification et adaptation des propositions graphiques et des corrections de contenus.

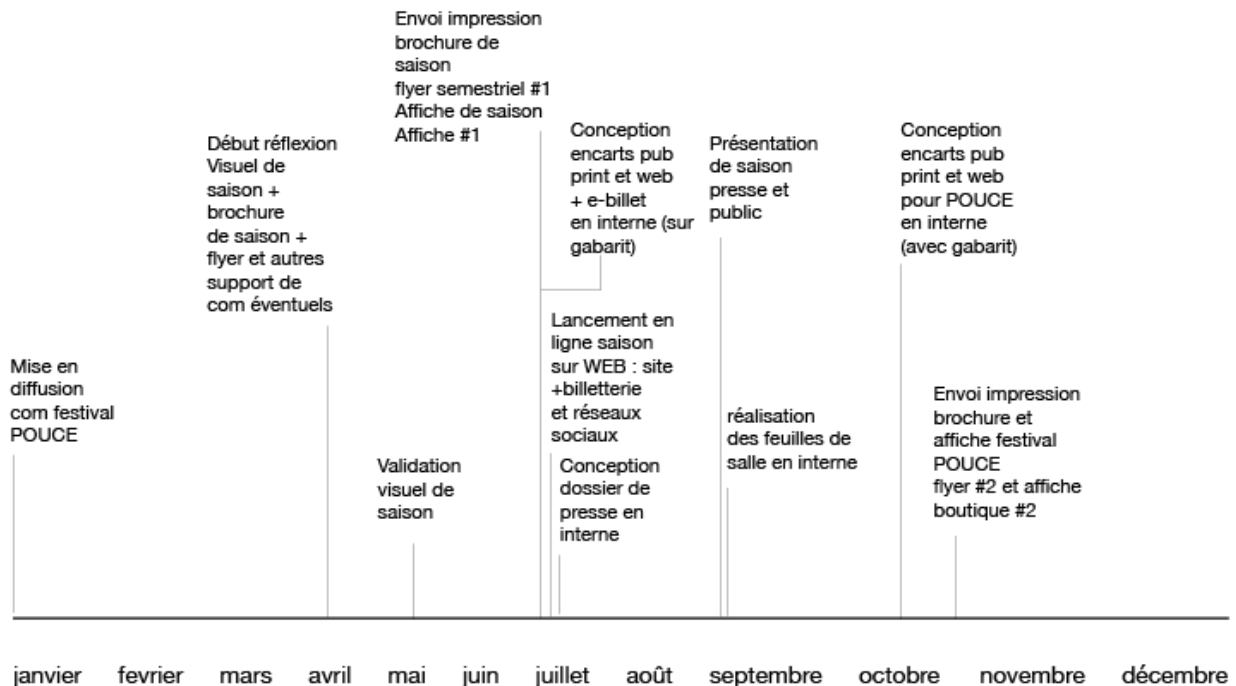
Le ou la graphiste retenu-e pourra être force de proposition et suggérer des évolutions dans les pratiques de communication actuelles (en terme de support print ou web par exemple).

La création des différents supports sera réalisée en étroite collaboration avec le service communication sous la supervision du directeur du CDCN.

Les contraintes de calendrier et de rendus des projets seront indispensablement prises en compte.

Rigueur et souci du détail ainsi que fluidité des échanges seront primordiaux.

- **REPARTITIONS DES PRINCIPAUX TEMPS FORTS DE COM**



Principaux temps fort com de saison

3. Objet de la commande

- **REALISATION D'UNE IDENTITÉ VISUELLE DU PROJET (CHARTRE GRAPHIQUE & SES COMPOSANTES)**

La charte graphique est destinée à être utilisée par La Manufacture CDCN sur tous les supports de communication, interne comme externe, pour l'ensemble de sa communication dont institutionnelle et de saison. La commande inclut la cession de droit en exclusivité sur tous supports, pour le territoire du monde, et pour la durée légale de protection des droits de propriété intellectuelle telle que définie par la loi. Elle doit contenir toutes les règles fondamentales d'utilisation de l'identité graphique, à titre d'exemple, le-la graphiste doit prévoir : une typographie ou jeu typographique avec recommandations d'utilisation d'une à plusieurs polices d'écriture à utiliser ainsi que leurs règles typographiques. La ou les polices de caractère choisies, doivent être lisibles par tous (cf recommandations FALC- facile à lire et à comprendre) si possible légère et écologique.

(Le logotype actuel de La Manufacture sera conservé)

- **REALISATION D'UNE IDENTITE VISUELLE DE SAISON**

- **Visuel de saison** : Chaque année, un nouveau visuel donne les couleurs et l'identité de la saison. L'ensemble des supports de la saison (et donc des temps forts de la saison) est décliné d'après ce visuel. Il doit être reconnaissable et original sans trahir la charte de la structure nouvellement imaginée.

- **RÉALISATION DES PRINCIPAUX SUPPORTS DE COM PRINT ET LEUR CONSULATON NUMERIQUE**

- Brochure de saison
- Flyers semestriels
- Affiches différents formats

- **REALISATION DE L'IDENTITE VISUELLE DU FESTIVAL POUCE !**

- Identité Visuel du festival avec une typo ou jeu typographique reconnaissable
- Logo
- Réalisation de supports de com et gabarits pour print et web(brochure affiche, encart pub etc.)

- **REALISATION DE GABARITS DE SUPPORTS POUR LA COM (imprimée et digitale)>**
Utilisable pour la réalisation de doc en interne par l'équipe communication.

- signature web
- courrier à en-tête (n&b, imprimable en interne)
- Encarts pub et bannière web
- Feuille de salle
- Post réseaux sociaux
- Newsletter
- Flyer
- Maquette de livret à destination et public divers
- Gabarit de e-billet

- **CREATION D'UN PACK GRAPHIQUE POUR UTILISATION EN INTERNE**

Afin de permettre une réactivité et une adaptabilité de la communication de la structure, plusieurs supports et visuels sont créés en interne à partir des gabarits. Pour cela, il sera fourni au service communication un pack graphique pour chaque identité visuelle (saison, festival POUCE !) comprenant les paramètres utiles et nécessaires à son usage : règles d'utilisation, codes couleurs, positionnement et conseils de mise en page. Les fichiers d'identité visuelle et de polices ainsi que les maquettes seront livrés dans des formats exploitables par des logiciels de graphisme (Indesign en particulier) ainsi que dans des formats courants pour différentes exploitations (jpg, eps, png, pdf).

Le pack graphique comprend des éléments utilisables par chacun des membres de l'équipe, [date de livraison] au moment de la validation des maquettes / identité visuelle / visuel de saison.

- **ADAPTATION DE L'IDENTITE VISUELLE AU SITE WEB**

Dans une logique de cohérence, une harmonisation du site est à prévoir avec la charte nouvellement imaginée. Dans un premier temps, il s'agira d'adapter l'identité visuelle au site internet existant en relation avec notre développeur web,

Dans un second temps, à déterminer, une refonte structurelle du site web permettra à terme d'atteindre ou approcher au plus près les objectifs d'amélioration de notre impact environnemental.