

APPEL À PROJET / IDENTITÉ GRAPHIQUE DU FESTIVAL D'AVIGNON

CONTEXTE

Fondé en 1947 par Jean Vilar, le Festival d'Avignon est aujourd'hui l'une des plus importantes manifestations internationales du spectacle vivant contemporain. Chaque année, en juillet, Avignon devient une ville-théâtre, transformant son patrimoine architectural en divers lieux de représentation, majestueux ou étonnants, accueillant des dizaines de milliers d'amoureux du théâtre de toutes les générations. Le Festival réussit l'alliance originale d'un public populaire avec la création internationale. Avignon, c'est également un esprit : la ville est un forum à ciel ouvert, où les festivaliers parlent des spectacles et partagent leurs expériences de spectateurs. Un mois durant, tous peuvent avoir accès à une culture contemporaine et vivante.

Depuis le 1^{er} septembre 2022, Tiago Rodrigues est directeur du Festival d'Avignon. Dans ce contexte, le Festival d'Avignon cherche à renouveler son identité visuelle.

PROJET

En arrivant à la direction du Festival d'Avignon, Tiago Rodrigues vise à donner une « nouvelle interprétation d'une même partition », celle de l'histoire du Festival, à travers plusieurs grands axes :

- Le Festival est à l'image d'un lieu de convivialité et d'échanges : un « café lumineux pour l'Europe ». Il permet de questionner et fêter le monde à partir d'Avignon
- Rendre accessible ce qui est complexe : poursuivre l'utopie et l'objectif de démocratisation et le lien avec la société civile ;
- Réussir le mariage heureux entre la mémoire / l'histoire / le patrimoine et la recherche / l'expérimentation pour offrir un tremplin à l'avenir
- Faire de l'écologie une préoccupation prioritaire : se positionner aussi comme une structure-phare et modélisante où se mènent des projets responsables et des manières de travailler respectueuses
- Renforcer l'ancrage territorial tout au long de l'année, notamment en coopération avec les acteurs locaux et en direction de la jeunesse
- Favoriser l'accessibilité, l'inclusion et la représentativité, aussi bien dans le public que sur les scènes.

Le Festival d'Avignon reste principalement un lieu de création théâtrale. L'aspect international, notamment européen sera renforcé, avec chaque année une « **langue invitée** », aussi bien dans la programmation que dans la communication.

L'aspect festif, la convivialité mais aussi l'idée de rassemblement, de forum d'échanges d'idées sont également constitutifs de la « parenthèse enchantée » que constitue le Festival d'Avignon. Une attention particulière sera apportée aux personnes pour qui le Festival d'Avignon est la « première fois » (artistes, publics, partenaires...)

Mots-clés : renouvellement, évolution, fête, populaire, surprise, mémoire, patrimoine, innovation, accessibilité, inclusion, effervescence, lumière, accueil, ouverture, Europe, Monde, expérience unique, rassemblement, utopie, dialogue, laboratoire, avenir

CHARTRE ET LOGO / HISTORIQUE

L'ensemble des affiches du Festival depuis 1947 est visible ici : <https://festival-avignon.com/fr/archives>

De 1954 à 1979, l'univers graphique du Festival est créé par Marcel Jacno pour le Théâtre National Populaire. Les trois clés sont l'emblème de la ville d'Avignon : deux pour les papes (une pour le pouvoir terrestre, l'autre céleste), et la troisième comme un symbole de la souveraineté autonome de la ville.



Le logo « tampon » a été adapté en 2014 par le Studio Allez. Symbole fort du lien avec l'histoire et la ville, il est désormais très identifié et présente de nombreux avantages : lisibilité, accessibilité, format carré, une seule couleur, contraste fort. Pour ces raisons, il n'est pas prévu de le modifier.

ATTENTES

Il est demandé aux candidats de repenser l'identité visuelle et la chartre graphique du Festival d'Avignon en tant qu'institution pérenne (structure) et non en tant qu'édition.

Le visuel de chaque édition (dont l'affiche) fait partie de la programmation artistique établie par la direction et n'est donc pas inclus dans le présent appel. Il est possible que l'affiche soit demandée à un artiste (peintre, metteur en scène...) et qu'une collaboration puisse émerger avec ce dernier.

Les propositions devront intégrer une attention forte à l'écoresponsabilité et l'écoconception autant pour les publications imprimées que numériques.

PROCÉDURE POUR LA PREMIÈRE SÉLECTION

Les candidats sont invités à envoyer :

- Des documents présentant leur parcours et leurs productions : CV, portfolio.
- Une lettre de motivation détaillée (3 pages) : texte préliminaire dans lequel il ou elle expose sa perception des enjeux du projet mais aussi de sa relation avec le commanditaire pour cette première édition et les suivantes, sa motivation, et son attention à l'écoresponsabilité.

3 à 5 candidats seront retenus pour la deuxième sélection.

DEUXIÈME SÉLECTION

Les candidats retenus pour cette étape auront :

- à travailler sur une sélection de documents :
 - Une page d'informations artistiques et une page d'informations pratiques du programme imprimé de l'édition qui habituellement est de 80 pages et tiré à environ 60 000 ex)
 - Un gabarit word pour réalisation en interne (ex : dossiers de production, dossiers pédagogiques)
 - Habillage lettres d'information (bandeau supérieur, blocs texte + images)
 - Papeterie : papier à lettres, cartes de visite
- à fournir une évaluation financière pour le travail concernant les supports indiqués ci-dessous :
 - Programme imprimé d'environ 80 pages et tiré à environ 60 000 ex
 - Gabarit pour un tract ou dépliant pour un projet ponctuel (500 à 15 000 ex)
 - Gabarit pour une petite brochure (hors édition) (500 à 10 000 ex)
 - Maquette word pour réalisations en interne (dossiers de production, dossiers pédagogiques, contrats, courriers...)
 - Habillage lettres d'information (bandeau supérieur, blocs texte+images)
 - Habillage site Internet : déclinaison sur page d'accueil et page événement
 - Feuille de salle
 - Papeterie : papier à lettres, cartes de visite
 - Générique / habillage audiovisuel (5 secondes)
- à préciser leur intention à l'endroit de l'écoresponsabilité et écoconception.

MÉTHODOLOGIE / OUTILS / MODALITÉS DE TRAVAIL

Du fait de la diversité des activités du Festival d'Avignon et ses évolutions permanentes, la flexibilité, facilité d'adaptation et modularité de la charte est primordiale. Les éléments devront pouvoir être aisément adaptés et/ou déclinés, notamment en interne par l'équipe du Festival et par d'autres prestataires graphiques, sur une grande variété de supports (imprimés, numériques, signalétiques, animés, etc.). Certains supports pourront être conçus en interne à partir d'une « boîte à outils » ou de gabarits transmis.

Par la nature événementielle du Festival, un dialogue en amont entre l'équipe graphiste et le commanditaire permettra de comprendre et préciser la relation de travail, les plannings de réalisation de la plupart des supports étant très serrés. Une grande disponibilité ainsi qu'une souplesse importante seront demandés au candidat retenu, notamment durant les périodes de bouclage (février à juin). La présence aux calages d'impression est souhaitée.

PLANNING

- Lancement de l'appel à projets : 21 octobre 2022
- Réception des éléments pour la première sélection : 6 novembre
- Établissement de la liste des candidats de la deuxième sélection (de 3 à 5) : 10 novembre (une indemnité de 2 000 euros sera alors proposée aux candidats retenus à la deuxième sélection, hors gagnant)
- Éléments complémentaires, entretiens en présentiel : semaine du 21 novembre
- Sélection définitive 28 novembre
- Livraison des éléments : 2 janvier 2023

PRÉCISIONS / CONTACTS

Pour toute précision, merci de contacter Camille Gillet, responsable des publications imprimées et des contenus numériques (camille.gillet@festival-avignon.com / 06 33 95 27 41)

Merci d'envoyer vos propositions au format dans un dossier ZIP, où chaque fichier sera nommé ainsi : « VOTRE NOM_type de support.pdf ». Une visualisation en ligne pourra aussi être proposée pour certains supports numériques.