

APPEL À PROJET

IDENTITÉ VISUELLE PRINT

CAHIER DES CHARGES

INTRODUCTION

En vue d'accompagner son changement de label de scène conventionnée à Scène nationale et de signifier la mise en place de son nouveau projet, Carré-Colonnes souhaite redéfinir son identité visuelle et renouveler l'ensemble de sa charte graphique dès la saison 2020-2021. Pour ce faire, Carré-Colonnes recherche un prestataire avec qui travailler pour la création de sa nouvelle identité visuelle et sa déclinaison sur l'ensemble des supports de communication print. Des recommandations sur la définition même de ces outils et des méthodes de communication seront également appréciées.

CARRÉ-COLONNES

UNE HISTOIRE

Carré-Colonnes est un Établissement Public de Coopération Culturelle, né en 2010 de la mutualisation de deux scènes, Le Carré à Saint-Médard et Les Colonnes à Blanquefort, lui conférant ainsi une dynamique importante sur la métropole bordelaise en terme de diffusion et de création. Carré-Colonnes est Scène conventionnée dès sa création et Scène Conventionnée d'Intérêt National « Art et Création » depuis 2018. Ainsi Carré-Colonnes porte une saison sur deux sites, des projets hors les murs et des projets de territoire ainsi que le festival Échappée Belle en partenariat avec la ville et le tissu associatif de Blanquefort. En 2016 se construit un nouveau modèle de coopération culturelle avec la création et le pilotage du Festival International des Arts de Bordeaux Métropole, le FAB, à l'échelle de toute l'agglomération bordelaise, festival co-porté, via une convention, par l'Association FAB basée à Bordeaux, et Carré-Colonnes. Cette évolution permanente du projet témoigne d'une capacité et d'un goût pour des formats de projets très variés : saison de spectacles dans et hors des murs, festivals, avec une préoccupation de dynamisme territorial au service des populations.

UNE GÉOGRAPHIE PÉRIURBAINE

Saint-Médard-en-Jalles (32000 habitants) et Blanquefort (15000 habitants) se situent au nord-ouest de la métropole bordelaise. Éloignées de Bordeaux de 15 et 10 km, elles ont leur propre dynamique, leur propre vie, leur bassin d'emploi. Elles sont autant reliées au centre de Bordeaux, qu'au vaste territoire rural (et balnéaire) du Médoc, duquel elles constituent la porte d'entrée métropolitaine. Ce positionnement périurbain, véritable passerelle entre un secteur rural économiquement et socialement vulnérable, un secteur périurbain très disparate, et une ville centre dynamique en fort développement est un atout considérable de la Scène nationale.

UNE ACTIVITÉ ARTISTIQUE

La nouvelle Scène nationale fait partie d'un réseau de 74 établissements labellisés par le Ministère de la Culture. Scène pluridisciplinaire de référence nationale, elle soutient activement la création et la diffusion artistique dans le domaine du spectacle vivant en privilégiant la création contemporaine. La Scène nationale opère des missions de service public dont une programmation de spectacles et d'actions culturelles en collaboration avec les villes de Saint-Médard-en-Jalles et de Blanquefort et organise deux festivals d'envergure : le FAB, Festival International des Arts de Bordeaux Métropole et le Festival Échappée Belle.

Carré-Colonnes une nouvelle Scène nationale en Nouvelle-Aquitaine

Au 1^{er} janvier 2020, Carré-Colonnes devient la huitième Scène nationale en Nouvelle-Aquitaine.

Sylvie Violan, directrice, a écrit un projet pour cette nouvelle Scène nationale.

Son projet se caractérise par les orientations suivantes :

- Une programmation d'œuvres contemporaines pluridisciplinaires dans les murs et hors les murs ;
- Un haut niveau d'exigence de qualité artistique et la recherche d'un accroissement de la fréquentation et d'une diversification des publics ;
- La présence de grandes formes, de niveau international, notamment en théâtre et en danse ;
- Une programmation axée sur le mélange des arts et des esthétiques, des spectacles indisciplinés ;
- Un soutien important aux artistes et à la création par le biais de résidences, des coproductions ;
- Une Scène nationale engagée et écocitoyenne ;
- Une collaboration accrue avec les structures du territoire, de la métropole bordelaise, comme les acteurs du Médoc dans la recherche de nouvelles synergies ;
- Un travail pour le rayonnement régional et national de la Scène nationale en développant le travail en réseau ;
- Un projet artistique et culturel qui a pour objectif de créer des liens à tous les niveaux sur le territoire : entre habitants et artistes de passage, entre amateurs et professionnels, entre spectateurs de différentes générations, entre culture locale et ouverture sur le monde ;
- Des projets partagés, participatifs, associant artistes et spect-acteurs ;
- Une attention à l'expression des droits culturels ;
- Des pratiques de coopération, co-construction et de mutualisation ;

À noter :

Carré-Colonnes compte à ce jour 24 employés permanents et s'agrandit régulièrement de personnels relevant du régime spécifique des intermittents du spectacle vivant.

Le parc informatique est principalement dominé par l'environnement PC, cependant, le service communication est équipé de Mac et de la suite Adobe 2020.

COMMANDE

IDENTITÉ VISUELLE

Le graphiste ou studio retenu sera chargé de repenser et de créer une identité visuelle forte, novatrice et singulière pour la Scène nationale. Les deux festivals gardent leur identité visuelle propre. Cette identité devra s'adapter et se décliner sur l'ensemble des supports de communication de la Scène nationale. La nouvelle charte graphique devra incarner au mieux l'identité intrinsèque du Carré-Colonnes depuis 10 ans et le nouveau projet de la Scène nationale et répondre à l'ensemble de ses enjeux et missions (diffusion, production, action culturelle...).

Le candidat retenu assurera la conception, la réalisation de certains supports et fournira au service communication des gabarits nécessaires aux déclinaisons réalisées en interne. La charte graphique sera livrée dans des formats exploitables par les logiciels de graphisme de la suite Adobe 2020, ainsi que dans des formats courants pour différentes exploitations (PDF, png, jpg, Word, Excel, etc...).

Pour l'ensemble des supports imprimés, il conviendra de détailler tous les paramètres utiles et nécessaires à l'utilisation de l'identité visuelle : les règles d'utilisation du logo et de tous les éléments qui composent la charte, leurs compositions, constructions, équilibres, les typographies, le choix des couleurs, les positionnements et conseils d'usage.

Pour la création de cette nouvelle identité visuelle, toute candidature d'un montant supérieur à 20 000€ ne pourra pas être retenue.

Une collaboration étroite et régulière, une compréhension réciproque et une réactivité dans les échanges sont attendues tout au long de la collaboration. Il sera également nécessaire de prévoir un volume d'échanges et d'allers-retours pour répondre aux besoins de modifications, d'adaptation des contenus et pour mener à bien la réalisation des produits et des supports de communication afférents aux différents besoins de la Scène nationale. Disponibilité, rigueur et souci du détail seront indispensables.

ENJEUX ET ATTENTES / CRITÈRES DE SÉLECTION :

- Marquer une évolution avec la communication précédente, tout en gardant certains éléments forts de notre identité (pourcentages) et incarner la mise en place d'un nouveau projet ;
- Donner à la Scène nationale l'image d'une structure de référence dans le domaine du spectacle vivant ; un lieu incontournable, multiculturel, ouvert et convivial ; un lieu inclassable, branché, décalé ; un lieu précurseur et « découvreur » de nouveaux talents ;
- Un lieu de référence nationale dans toutes les disciplines artistiques, ancré dans son territoire et capable de développer un travail de terrain tout en étant ouvert sur le monde ;

- Répondre à la problématique d'une cible intergénérationnelle et s'adresser à tous les publics, toutes les générations et tous les habitants des territoires de Bordeaux Métropole et du Médoc. Tout en confortant la relation avec l'éventail large des publics de la Scène nationale, il s'agit également de se soucier du renouvellement des spectateurs de la Scène nationale et de la conquête de nouveaux publics – notamment par la captation des jeunes générations ;
- Prendre en considération le territoire et le contexte culturel, politique, économique et social dans lequel évolue la Scène nationale ;
- Tenir compte du caractère multi-site de la Scène nationale et de son implantation territoriale, pont entre une grande métropole urbaine et des territoires ruraux ;
- Créer une identité novatrice, en phase avec son époque, légère et décalée, pouvant être identifiée immédiatement ;
- Faire preuve de souplesse et de créativité afin d'innover chaque année sans trahir l'identité, favoriser la reconnaissance ;
- Penser une communication éco-responsable (type de papier, encres, formats, nombre et types de supports, etc.) et réduire l'empreinte carbone ;
- Être partie prenante de la réflexion globale sur la communication ;
- Respecter le calendrier et être prêt à s'engager dans une collaboration régulière et répondre aux besoins de réactivité de la Scène nationale ;
- Respecter un cadre budgétaire dont les moyens accordés par la Scène nationale ne peuvent excéder 20 000 € ;

NOS VALEURS

Innovation et Créativité, Hospitalité, Engagement, Diversité et Parité, Mobilité et Itinérance, Décloisonnement

DES MOTS-CLÉS

Artistes, joyeux, décalé, festif, spectacle vivant, théâtre, engagement écologique, périurbain, « place to be », branché, cosmopolite, proximité, diversité, créativité, innovation, création contemporaine, internationale, danse, territoire, inventer, ouverture au monde, cirque, coopération, mutualisation, lieu de vie, convivialité, service public, écoresponsable, partage, jeune, faire ensemble, anticonformisme, coopération, co-construction, impulser, design, sensibiliser, habitants, accessibilité, pluridisciplinarité, exigence, ambition, ludique, curiosité, éloge du pas de côté.

NOM DE L'INSTITUTION ET CRÉATION DU LOGO DE LA SCÈNE NATIONALE

Un avis, une idée...

Le nom actuel « Carré-Colonnes, scène conventionnée d'intérêt national, art et création » est le résultat de nombreux changements depuis la fusion de deux scènes, le Carré des Jalles et les Colonnes de Blanquefort. La fusion il y a 10 ans en un Établissement Public de Coopération Culturelle et la forme des bâtiments, a donné un premier nom : Le Carré - Les colonnes Scène conventionnée ; le nom est devenu Carré - Colonnes, scène cosmopolitaine puis depuis 2018 Carré-Colonnes, scène conventionnée d'intérêt national, Art et création. Ces différents changements de noms, le fait que nous partageons les deux bâtiments (le Carré des Jalles et les Colonnes) avec une médiathèque, des écoles de danse et musique, des cinémas, continue à créer de la confusion pour le public. Une nouvelle appellation est en cours de réflexion. Des mentions obligatoires doivent être associées en *base-line* à ce nouveau nom indiquant le label (Scène nationale) et le territoire qui s'y rattache (Bordeaux Métropole, Blanquefort et Saint Médard en Jalles, Médoc, autre ?). Nous réfléchissons actuellement à changer de nom ou pas. Nous serions ouverts à ce que les candidats puissent participer à nos cogitations.

Il pourrait être utile de faire évoluer le logo sur la base d'éléments du logo actuel et notamment les formes géométriques du carré et des colonnes :

PRINT

utilisation de la charte graphique & recommandations

En plus de présenter les modalités d'utilisation de l'identité visuelle pour les différents supports imprimés, un regard global sur la communication print serait apprécié. Le candidat pourra fournir des préconisations qui permettent de faire évoluer les outils imprimés existants et d'envisager la création de nouveaux outils.

Pour vous accompagner, voici la liste des outils imprimés existants :

cf. annexe 3

COMMUNICATION PRINT

- Programme saison (80 pages environ) – 21 X 27 cm format fini / 42 x 27 cm format ouvert ;
- Programme saison simplifié – 14 X 16 cm format fini / 70 x 48 cm format ouvert ;
- Affiches saison (17X59/30x60/120x176) – campagne avec déclinaison d'un visuel ;
- Affiches spectacles (20x60/30X60 pour affichage vitrine, 120x176 pour affichage sucette) ;
- Cimaises pour identification à l'intérieur des salles de spectacles (dans le hall) ;
- Affiches prochainement 120X160 cm en façade de nos lieux ;
- Panneau billetterie adhésif 120x160 cm ;
- Flyers et affiches pour la promotion de certains spectacles ;
- Programme de salle pour chacun des spectacles, distribué avant la représentation ; (A4 plié en 2 / imprimé via le copieur des bureaux)
- Encarts presse régionale et nationale ;
- Bâche devanture extérieure du Carré ;

Pistes de réflexion :

Document de relance en janvier ? Supports thématiques pour la promotion de certaines missions (production, médiation ...) ? Street marketing ? Revoir l'identification selon les contraintes de chaque lieu avec la collaboration des Villes ?

PAPETERIE ET AUTRES :

- Billets de spectacles et pochettes à billets ;
- Papier à lettre (courriers, bons de commande, factures...);
- Enveloppes ;
- Cartes de correspondance ;
- Chemises cartonnées (format A4) ;
- Cartes de visite ;
- Cartons d'invitation ;
- Badges (permanences) ;
- Signatures de mail ;

Pistes de réflexion :

Tee shirts et sweat pour l'équipe technique ? Goodies (sac, stylo, t-shirt...) ?
Cartes cadeaux ?

PROCÉDURES ET DOCUMENTS À REMETTRE

Calendrier récapitulatif de la candidature

1^{ère} PHASE

09.12.2019 Diffusion de l'annonce

06.01.2020 Clôture des candidatures à midi

13.01.2020 Annonce de la short list avant minuit (3 projets maximum)

2^{nde} PHASE

15.01.2020 Rendez-vous avec la directrice pour une présentation du projet et de nos attentes

03.02.2020 Réception des projets avant midi

07.02.2020 Jury - entretiens avec les candidats

10.02.2020 Sélection du graphiste/studio, annonce du projet retenu et début du travail

Pour candidater

1^{ère} PHASE

- un curriculum vitae
 - un portfolio présentant des créations et des réalisations artistiques professionnelles et détaillées du candidat ;
- Une note d'intention dans laquelle le candidat exprimera sa perception des enjeux liés aux créations d'un marqueur d'identification (logo ou autre) et d'une charte graphique ainsi que du visuel de saison, au vu des éléments fournis par le mandant
- Le statut et la situation structurelle, sociale et économique de l'entreprise ainsi que la disponibilité et l'organisation de l'entreprise
 - option : propositions de nouveaux noms

La remise des dossiers/projets se fera en deux versions :

- **version électronique** au format PDF envoyée par email à communication@carrecolonnes.fr
- **une version papier** glissée sous pli, scellée et adressée à :
Carré-Colonnes
Place de la république
33160 Saint Médard en Jalles

L'enveloppe/colis contenant le dossier/projet portera la mention
« Offre identité visuelle – ne pas ouvrir ».

A l'issue de l'analyse de ces dossiers, il sera retenu 3 candidats au maximum qui en seront informés le 13 janvier 2020 au plus tard.

Il sera constitué un groupe projet à l'issue de cette présélection pour travailler avec les candidats sur les attendus finaux le 15 janvier 2020.

2nde PHASE

Composition des dossiers/projets (pour les candidats participant à la deuxième phase)

- Un projet d'identité visuelle, comprenant une note explicative et méthodologique ;
- Une proposition de document léger présentant la Scène nationale ;
- Deux esquisses de propositions de visuels saison et un projet pour la première campagne de communication de saison ;
- Une série de maquettes / déclinaisons (si possible tirages couleur sur papier au format pour la version papier) :
 - Programme saison : recommandation de format + proposition concrète de page pour la présentation d'un spectacle + proposition concrète ; de page type
« informations pratiques »
 - Un principe d'affiche (sur A3 minimum) avec une déclinaison pour une affiche de spectacle ;
- Le tarif des prestations (devis détaillé distinguant les prestations de conception/création)

La composition des dossiers sera indemnisée par la Scène nationale de manière forfaitaire à hauteur de 1000€ HT par candidature (quel que soit le profil : candidature individuelle ou collective).

Détails du calendrier

Un pack contenant les différents supports de communication actuels de la Scène nationale sera remis à chaque candidat.

Les graphistes/studios remettront un projet d'identité visuelle ainsi que des maquettes pour le lundi 3 février à 12h, que ce soit par envoi normal, recommandé, électronique ou dépôt.

SÉLECTION

Le vendredi 7 février les 3 graphistes/studios présenteront leur projet devant un jury au Carré-Colonnes. (60 minutes par projet dont 25 minutes de présentation)

Composition du jury :

- Directrice de la Scène nationale
- Secrétaire Générale de la Scène nationale
- Service communication de la Scène nationale
- Deux personnalités qualifiées, externes (sous réserve)

Le lundi 10 février 2020, l'annonce du graphiste/studio sélectionné sera officialisée. Début de la collaboration et mise en place d'un rétro-planning.

LIVRAISON DES PREMIERS SUPPORTS

fin mars 2020 :

- Nouveau logo
- Charte graphique générique
- Document de présentation léger de la Scène nationale pour le lancement de la campagne Scène nationale du 4 avril au 4 mai
- Charte graphique des « pages spectacle » du programme saison

mi-mai 2020 :

- Document light de saison
- Charte graphique complète pour le programme saison
- Visuel saison 20-21 (affiches 40x60 et couverture de programme)
- Papeterie

Le détail pour la remise des autres supports sera communiqué ultérieurement

Renseignements et informations complémentaires

Merci d'adresser vos demandes par email : communication@carrecolonnes.fr

Suivi du projet : Hélène Debacker - Secrétaire Générale

DROIT D'AUTEUR

Toute création faite par le prestataire dans le cadre de la présente commande deviendra la propriété de Carré-Colonnes, lequel aura toute liberté de les reproduire et de les diffuser sur tous supports de son choix. Les fichiers natifs devront être fournis finalisés pour toute utilisation ou impression ultérieure.

Les honoraires de création doivent intégrer la cession des droits d'utilisation au profit de l'EPCC pour tous types de supports de communication en France et dans le monde entier et au profit de tiers accrédités par l'EPCC pour soutenir toutes actions de partenariat, mécénat ou sponsoring.

RÉMUNÉRATION DES DOSSIERS NON RETENUS

Les dossiers non retenus en phase 2 feront l'objet d'une indemnisation à hauteur de 1000 € dans la mesure où ils seront rendus dans les délais et en correspondance avec les attentes ci-dessus.

RÉSERVE D'ANNULATION

Carré-Colonnes se réserve la possibilité de suspendre la consultation et de déclarer l'appel à projet infructueux à l'une des deux phases (présélection et sélection) dans le cas où le nombre et la qualité des réponses ne satisferaient pas aux exigences de qualité requises par celui-ci.

ANNEXE 1

Projet de la Scène nationale

ANNEXE 2

Photos des théâtres & salles de spectacle

ANNEXE 3

Exemples supports de communication existants

annexe 1

Carré-Colonnes, Pour une nouvelle Scène Nationale En Nouvelle-Aquitaine

CONTEXTE ET ENJEUX

Une histoire singulière : mutualisation et coopération

Enjeu : articuler et sécuriser

Une géographie périurbaine

Enjeu : faire un pont entre le monde rural et la métropole bordelaise

Des équipements de qualité, cœur battant et vivant des villes

Enjeu : créer de véritables espaces de vie et de pratiques

Un niveau d'activité et de fréquentation important

Enjeu : augmenter les coopérations et l'itinérance pour développer les publics et les liens

Un soutien artistique à renforcer

Enjeu : créer un véritable pôle de création coopératif

Une éducation artistique et culturelle à consolider

Enjeu : lui donner de la visibilité avec des projets phares et une incarnation sur les lieux

Une coopération territoriale forte

Enjeu : contribuer à l'équité des territoires, à leur vitalité

Une responsabilité professionnelle accomplie

Enjeu : devenir prescripteur à l'échelle nationale et européenne

Une structure saine, avec une bonne marge artistique

Enjeu : solidifier en conservant l'agilité

UNE SCÈNE NATIONALE ENGAGÉE ET ÉCORESPONSABLE

Défendre nos valeurs pour une ligne éditoriale claire et des pratiques cohérentes

- Hospitalité
- Engagement
- Innovation et créativité
- Diversité et parité
- Mobilité et itinérance
- Décloisonnement

Contribuer à la transition écologique

- Initier, produire, diffuser des œuvres et des contenus de sensibilisation
- Pratiques écoresponsables
- Réseau de festivals Nouvelle-Aquitaine écoresponsables
- Partenariat avec le futur Parc Naturel Régional du Médoc et les espaces naturels sensibles de Gironde

UN PROJET ARTISTIQUE TRANSDISCIPLINAIRE ET COOPÉRATIF

Diffuser des œuvres contemporaines pluridisciplinaires dans les murs et hors les murs en saison et dans les festivals

Renforcer la programmation d'artistes de référence, notamment en coréalisant des focus avec le TnBA, et l'ONB pour une visibilité maximale
Augmenter significativement la diffusion de la danse « en grande forme », en partenariat avec le CDCN
Poursuivre la diffusion du cirque en salle et en espace public en complémentarité avec La Cité cirque et Queyries (chapiteaux)
Accentuer la diffusion d'art en espace public
Coopérer avec Le Glob, pour proposer des séries longues d'artistes en devenir
Programmer en itinérance sur le territoire métropolitain et son aire d'influence

Accompagner, soutenir, produire les artistes

Concertier les productions et les résidences pour accompagner les parcours
Veille et accompagnement d'artistes émergents avec la Ruche et la Ressourcerie
S'appuyer sur 2 compagnies associées, véritable collaborateurs artistiques
Explorer l'hybridité et le numérique en participant au programme CHIMÈRES
Activer la cellule de production
Être une plateforme d'échanges internationaux : s'impliquer dans les réseaux et accueillir les professionnels étrangers
Monter un Projet européen

DES ARTISTES POUR DES TERRITOIRES

Parcours artistiques pour Bordeaux métropole :

Une Scène Nationale au service des ambitions européennes d'un territoire capital

Comité de coordination avec les scènes labellisées de la Métropole
Itinérance de petites formes dans les communes péri-urbaines
Projets in situ dans les quartiers sensibles
Lieu mutualisé avec les compagnies, bureaux et QG du FAB

Le Médoc, terrain d'aventures artistiques

Projet « Apprivoiser les peurs » avec l'IDDAC
Des artistes in situ avec le Parc Naturel Régional/Danse et paysages au gré des saisons
Les hommes de l'estuaire avec Opéra Pagai, les Départements de la Gironde et de la Charente Maritime

Blanquefort et Saint-Médard : ports d'attache aux dynamiques nouvelles

L'arpentage des parcs et des espaces naturels
Permanence artistique dans les lieux
Attractivité des bâtiments par une démarche de tiers lieux

Des artistes pour des projets à l'échelle néo-aquitaine

Volubilis pour initier à la danse contemporaine
Soutenir un projet d'artiste avec les Scènes Nationales et organiser des tournées concertées
Travailler avec le CNAREP Sur le Pont
Le partenariat avec l'OARA

DE LA MÉDIATION À L'EXPRESSION DES DROITS CULTURELS

Une mission prioritaire : l'éducation artistique et culturelle

- Des parcours à l'année
- Les journées culturelles
 - Journées Jeune Public à l'Echappée Belle
 - Fabuleux lycéens au FAB
- Une sensibilisation innovante
- L'invention des terrains de solidarité
- Valoriser et communiquer

Les publics, une attention sans cesse réinventée

Le partage du savoir

- À l'écoute des problématiques contemporaines
- Des initiatives associatives

Le partage des lieux

- Avec les autres activités des bâtiments
- Avec tous : des temps de convivialité et des fêtes

Implication citoyenne

- Projets participatifs
- Bénévolat
- Les ambassadeurs : Un conseil de jeunes un collectif de spectateurs investis

PROJET D'ÉTABLISSEMENT POUR UN PROJET CULTUREL EN RHIZOME

Articulation EPCC/association : vers une nouvelle gouvernance en 3 temps

Coopération et mutualisation

- Organisation interne agile et horizontale avec un comité de direction
- Coopération externe : quels engagements ?
 - Des diagnostics partagés
 - Des instances de co-construction
- Mutualisations : la Scène Nationale dans l'économie sociale et solidaire
 - Emplois mutualisés
 - Lieu de stockage et investissements mutualisés

BUDGET et développement des financements

- Budget de fonctionnement
- Mécénat
- Emploi

annexe 2

accueil
le carré des jalles
billetterie spectacles











Au Carré / Saint-Médard



La Hall et la billetterie Carré



La grande salle

- Capacité 770 places assises + 17 places PMR
 - o 578 sièges
 - o 41 strapontins
 - o 142 places au balcon
 - o 12 places loge d'honneur
- Scène
 - o Ouverture maximal : 15,45m
 - o Profondeur maximale : 11,50m
 - o Surface : 225m²
- Accès internet
- Deux loges avec douche, sanitaire, table, chaises et miroir



Les grands foyers

- Capacité : 500 personnes debout et 350 assises
 - Gradin rétractable de 94 places
- Surface hors scènes : 474m²
- Scène
 - Ouverture maximale : 10,80m
 - Profondeur maximale : 4,80m
 - Surface : 51,8m²
- Accès internet
- Loge pour 2 personnes avec douche, sanitaire, table, chaises et miroir
- Office attenant pour préparation de réception



L'annexe des grands foyers

- Surface : 100m²
- Accès internet

+ des espaces administratifs

- 13 bureaux
- 1 salle de réunion

Les travaux de rénovation prévus par Bordeaux Métropole et Ville de St-Médard en Jalles en 2020 permettront l'amélioration générale de l'accessibilité et de la convivialité des espaces d'accueil des publics. La rénovation intégrale de la grande salle offrira la possibilité d'adapter les jauges, d'améliorer la visibilité et le rapport scène-salle. Ses composantes scèno-techniques répondront à la fois aux différentes formes artistiques dont le cirque, aux évolutions technologiques, à la meilleure gestion budgétaire en fonctionnement et enfin, de répondre aux objectifs environnementaux.

Aux Colonnes / Blanquefort



Le Hall et la billetterie Colonnes

• Surface : 150m²



La salle de spectacle

- Capacité 280 places assises + 6 places PMR
 - o 260 sièges
 - o 20 strapontins
- Scène
 - o Ouverture maximale : 10m
 - o Profondeur maximale : 7,75m
 - o Surface : 77,5m²
- Accès internet
- Deux loges avec douche, sanitaire, table, chaises et miroir

Aux Colonnes / Blanquefort



Le studio

- Surface 78m²
- Accès internet
- Deux vestiaires avec douche, sanitaire, table, chaises et miroir



Salle Annie Aubert

- Capacité 280 places assises + 6 places PMR
- Surface :
- Accès internet

+ des espaces administratifs

- 11 bureaux
- 1 salle de réunion

annexe 3

ANNEXE 3

Exemples de documents print saison 19/20 Carré-Colonnes

PROGRAMME SAISON « LUXE »

(80 pages environ) – 21 X 27 cm format fini / 42 x 27 cm format ouvert



PROGRAMME SAISON « LIGHT »

14 X 16 cm format fini / 70 x 48 cm format ouvert



AFFICHE SAISON

ici format 30x60



