

APPEL À CANDIDATURE

Définition d'une identité visuelle pour le réseau air de Midi

Nom de l'association :	air de Midi
Nom du projet :	Identité visuelle air de Midi
Personne à contacter :	Claire HUGONNET, Coordinatrice
Adresse :	C/o Les Abattoirs, Musée – FRAC Occitanie 76, allées Charles de Fitte – 31300 TOULOUSE
Tel :	0687333528
Email :	claire.hugonnet@airdemidi.org
Site internet :	www.airdemidi.org

A. Présentation de la structure	2
B. Analyse de l'existant	2
C. Analyse des enjeux et objectifs: identité et adaptabilité	3
D. Les cibles	4
E. Elaboration de la charte graphique	4
F. Livrables et spécificités	5
G. Conditions et critères de sélection	6

Date limite de candidature :
le 28 août 2020

A. Présentation de la structure :

Air de Midi, réseau des professionnels de l'art contemporain en région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée, a été créée en janvier 2013.

Cette association porte un dessein fondamental : la visibilité et le développement du secteur des arts visuels sur le territoire régional et leur résonance aux échelons national et international.

Elle s'attache à soutenir et à valoriser, conformément aux missions de tous ceux qui la composent, la création artistique contemporaine dans le champ des arts plastiques et visuels et sa diffusion auprès du plus grand nombre.

Elle fédère **35** structures consacrées à ces domaines et représentatives de la diversité des opérateurs : artist run spaces, centres d'art, écoles supérieures d'art, espaces d'art contemporain, festivals, frac, galeries associatives, musées et résidences d'artistes.

Air de Midi a pour but la mise en réseau des structures de production, de création, de formation et de diffusion dans le domaine de l'art contemporain et le développement d'actions communes visant à promouvoir la recherche et la création, la diffusion, la formation et le rayonnement de chacun de ses membres.

Ouvrer à une meilleure visibilité de l'art contemporain, à l'information interne et à la solidarité entre ses membres, dans une démarche d'intérêt commun à la filière régionale des arts plastiques, est au cœur de ses préoccupations.

La singularité de ce réseau permet d'organiser, de favoriser l'échange et la professionnalisation des acteurs par le dialogue et la construction, en intelligence collective, de projets collaboratifs.

B. Analyse de l'existant :

Air de Midi dispose déjà d'un logotype et d'une identité visuelle créée à sa fondation réalisés en 2014 par le studio de design graphique .corp. La charte graphique et les déclinaisons du logotype seront fournies sur demande.



Logo air de Midi

Un agenda papier « L'agenda de l'art contemporain en Midi-Pyrénées » était réalisé jusqu'en 2019 sur cette même identité graphique.



Couverture d'un agenda

Air de Midi, réseau art contemporain en Occitanie

c/o Les Abattoirs, Musée - FRAC Occitanie Toulouse - 76, allées Charles de Fitte / 31500 TOULOUSE

www.airdemidi.org // contact@airdemidi.org

Cette identité d'origine a évolué au fil de plusieurs projets du réseau, liées à son histoire et à des opportunités. Une carte de la région a été ainsi conçue il y a plusieurs années en partenariat avec l'option design graphique de l'isdaT à Toulouse. En 2019-2020, une carte postale avec un visuel au recto et une carte au verso a été créée par le collectif Superfruit, après la disparition du guide imprimé semestriel. Par ailleurs, le Frac Occitanie Montpellier conserve à ce jour le site ACLR, en attendant de faire évoluer son projet.



Carte postale air de Midi

C. Analyse des enjeux et objectifs: identité et adaptabilité

Air de Midi souhaite mettre en place une identité visuelle, comportant plusieurs déclinaisons possibles (logo, polices déclinées, éléments graphiques, modules et templates) très souple d'application pour des utilisations variées sur différents type de supports et économe en coût de fabrication : ses actions en propre (flyer du Mois de l'art contemporain par exemple, ou journée professionnelle ouverte au public...) mais aussi les supports de ses membres et partenaires. Il s'agit de permettre une insertion et une diffusion rapide de l'identité du réseau.

Il est apparu primordial de doter le réseau d'une identité visuelle forte et pérenne qui permettra aux cibles de s'approprier air de Midi à travers une communication globale et cohérente, d'augmenter sa notoriété, de valoriser ses actions et de renforcer son impact par une meilleure visibilité et une meilleure lisibilité.

Les enjeux sont :

- un réseau jeune, créé avec la fusion des régions dans la région Occitanie, peu visible et peu identifié des publics et des professionnels hors Région Occitanie
- un réseau structurant : c'est le réseau Air de Midi qui a porté la concertation du Sodavi Occitanie; le nombre de membres est par ailleurs croissant.
- une histoire fragmentée de la communication : l'histoire et les opportunités n'ont pas permis de construire une communication identifiable et grand public;
- une dynamique pour l'art contemporain en région avec des artistes habitant en Région, 4 écoles d'art et des collectivités territoriales investies dans le soutien à l'art contemporain;

- la volonté de faire du réseau un outil de développement des arts visuels en région : en connectant les domaines de la création, des savoirs, avec ceux du tourisme par exemple; en développant des liens avec les scènes artistiques du pourtour méditerranéen.
- des ressources propres réduites qui nécessitent la conception et la gestion des outils de communication en interne à partir de gabarits.

Tout en reprenant l'identité véhiculée par le logotype actuel, la nouvelle identité du réseau devra donc répondre à des enjeux fort : son identification et son adaptabilité.

La cession des droits est envisagée pour une durée de 15 ans.

D. Les cibles :

Les cibles pour la réalisation de l'identité visuelle sont :

- **les publics professionnels, partenaires en Région et professionnels de l'art hors région** : communication interne et externe via le site web, facebook, newsletters, flyers, dépliants, programmes, invitations, , rapports, bilans, ... – exp : les journées professionnelles, forum des équipes
- **le grand public**: communication externe via le site web, facebook, newsletters, flyers, dépliants, programmes, invitations, affiches ... – exp : le mois de l'art contemporain

E. Elaboration de la charte graphique :

Définition de l'identité visuelle d'air de Midi au regard des objectifs et des publics visés tout en gardant l'état d'esprit d'air de Midi : typographie, couleurs, sobriété

Les formats devront être souples d'utilisation, adaptables, réutilisables et économes en coûts d'impression

Elle devrait mettre en avant les éléments suivants :

- une identité culturelle, capable de donner une image au secteur des arts visuels en Région Occitanie;
- une identité forte et accessible;
- une identité adaptable qui pourra s'insérer sur la multiplicité des supports des membres et partenaires
- une identité dynamique, reflétant l'identité de cette région du sud de la France et le dynamisme du réseau.

Elaboration de la nouvelle charte graphique d'air de Midi dans l'état d'esprit du logotype qui pourra rester inchangé ou relativement similaire et comportant :

- les règles d'utilisation
- les règles typographiques et colorimétriques
- les règles de mise en espace (marges, graisses, hiérarchies textes...)
- et autres principes à appliquer sur l'ensemble des supports visuels d'air de Midi

F. Livrables et spécificités

1- Pièces et éléments à produire

Le prestataire retenu devra fournir pour des éléments graphiques : logo, polices déclinées, carte du réseau, modules et gabarits adaptables à tout type de support et utilisation, évolutifs sur une durée de 15 ans de cession de droits.

La charte graphique est destinée à être utilisée sur tous les supports de communication externe et interne.

2 - Déclinaisons / Utilisations :

Livrables pour documents imprimés :

- le logo air de Midi comportant la mention "réseau art contemporain en Occitanie"
- un gabarit de flyer A5 recto-verso
- un gabarit de flyer A5 fermé / A4 ouvert recto verso couverture, dos et intérieur)
- un gabarit de stickers de format modeste, capable de s'intégrer sur une chemise ou d'autres autres portes documents
- un gabarit de format A4, avec la page de garde (avec possibilité d'inscrire des élément textes changeant : titre, dates, adresse, destinataire, image d'illustration...) et une page de texte, pour documents administratifs (projet aux tutelles, bilan annuel, compte rendu de réunion...)

Livrables numériques:

- la page d'ouverture du site web : www.airdemidi.org
- un bandeau et favicon pour la page facebook et les autres outils d'usage pour les réseaux sociaux, twitter et instagram notamment;

Autres livrables:

- un gabarit de carte de la région Occitanie avec positionnement des membres, que nous devons pouvoir faire évoluer en fonction des entrées/sorties de membres.

3 – Spécificités :

Le prestataire retenu devra fournir pour les éléments choisis un document présentant le concept de l'identité visuelle, décrivant et fournissant notamment:

- Version couleur pantone, quadrichromie, monochrome noir, noir et blanc / niveau de gris du logo
- Version couleur pantone et quadrichromie pour différents fonds
- Fourniture des fichiers de chaque version des points précédents sur CD ou fichier informatique pour Mac et PC sous formats numériques eps, psd, jpeg, png, pdf en

72 et 300 DPI (logiciels de référence : Adobe illustrator, indesign, photoshop) pour toutes exploitations

- Références couleurs : pantone, CMJN, RVB, HTML
- Règles d'utilisation du logo
- Zone de protection et taille minimum
- Déclinaisons sur différents fonds
- Polices de caractère (typographie, taille et aspect) utilisées

4- Cahier des charges :

Elaboration d'un cahier des charges comportant :

- les règles et durée d'utilisation
- les règles typographiques et colorimétriques
- les règles de mise en espace (marges, hiérarchies textes...)
- et autres principes à appliquer sur l'ensemble des supports visuels d'air de Midi

G. Conditions et critères de sélection :

1 - Remise de l'offre :

Éléments à produire par les prestataires candidats sous format papier et numérique :

- Une lettre de motivation
- Une note de synthèse de 3 pages maximum, présentant l'agence, ses références, nombre de personnes, compétences, secteurs d'activités privilégiés et expériences significatives pour la mission demandée par air de Midi.
- Les références de 2 ou 3 travaux sur l'identité visuelle et charte graphique réalisés au cours des deux années précédentes accompagnés d'un book numérique présentant des travaux similaire à celui demandé), possibilité de lien vers book personnel sur site Internet
- Un devis détaillé (les montants doivent être exprimés en euros et toutes charges comprises) Le candidat fera clairement apparaître les différents éléments de la composition de sa proposition financière (pour chaque phase du travail, le détail prix – nombre d'heures de travail consacrées devra être mentionné). Les montants doivent être exprimés en euros et toutes charges comprises..
- Une esquisse pourra être demandée suite à la sélection

Les éléments sont à adresser à Claire HUGONNET, Coordinatrice d'air de Midi
claire.hugonnet@airdemidi.org **avant le 28 août 2020.**

2 - Budget du projet

La commande est passée sur la base du devis choisi. Les prix sont réputés complets, non actualisables et non révisables.

Le paiement sera effectué à hauteur de :

- 30 % à la remise d'un concept graphique global correspondant à l'identité visuelle
- le solde à la remise des livrables.

3 - Délais d'exécution et de réception

Le délai total d'exécution est fixé à 6 mois maximum après notification de la commande.

Toutes les études et tous les documents réalisés dans le cadre de la présente mission seront propriété exclusive du maître d'ouvrage.

4 - Modalités de sélection des candidats

Le candidat sera sélectionné sur la base du dossier demandé ci-dessus et selon les critères suivants :

- références et expériences du prestataire
- "adéquation du profil du candidat avec le contexte du projet"
- prix

3 à 4 candidats seront présélectionnés, auxquels il sera demandé de produire une première idée, intention ou esquisse sur 2 pages A4, en vue d'une audition. Les candidats présélectionnés et non retenus à l'issue de l'audition, ayant produit une idée, une intention ou esquisse sur 2 pages, seront indemnisés à hauteur de 100€ TTC. Les autres candidats ne seront pas indemnisés. Un contrat de création et de cession de droits sera établi avec le lauréat.

5 - Cession des droits d'exploitation et de reproduction

Le prestataire cède, pour une durée de 15 ans, à titre exclusif, l'intégralité des droits ou titres de toute nature afférents aux résultats permettant à air de Midi de les exploiter librement, pour tous les groupes du réseau et tous les territoires concernés et pour toute la durée légale de protection des droits d'auteurs.

6 - Pilotage de la mission

L'étude sera pilotée par Claire HUGONNET, Coordinatrice d'air de Midi et sur validation du Bureau de l'association. 0687333528 – claire.hugonnet@airdemidi.org

**Date limite de candidature :
le 28 août 2020**