



**CRÉATION D'UNE NOUVELLE
IDENTITÉ VISUELLE**

PRÉAMBULE

Le collectif les Z'Eclectiques crée des moments de rencontre et de partage autour d'événements musicaux originaux et d'une programmation éclectique. Le festival s'adresse à tous les publics par une proposition artistique variée à travers différentes soirées et différents lieux entre les Mauges, Cholet et Angers. En découle un projet saisonnier qui grandit sur son territoire, en quatre temps forts (Automne, Hiver, Printemps, Été) aux identités différentes.

<https://www.leszeclectiques.com/>

<https://www.facebook.com/Leszeclectiques>

https://www.instagram.com/les_zeclectiques/



LE FESTIVAL EN QUELQUES CHIFFRES

- 22 ans d'histoire
- 4 saisons aux caractéristique variées (lieux, publics, identités, styles différents).
- 12 000 festivaliers à l'année en moyenne
- 45 artistes / an en moyenne
- 800 bénévoles à l'année

PUBLIC

- Festival grand public, populaire et fédérateur / Festival curieux, parfois pointu et novateur
- Milieu rural / milieu urbain
- Portée régionale, voire nationale sur certains évènements (provenance du public : 50% hors département Maine et Loire / 20% hors région Pays de la Loire)
- Un public fidèle (50% des festivaliers reviennent une année sur l'autre)
- Un festival qui parle à plusieurs générations. L'identité visuelle doit autant parler à un jeune de 16 ans qu'à un quarantenaire.

Bien que le public visé soit large, il n'est pas exclu de choisir et d'assumer un parti pris graphique original pour la nouvelle identité.



OBJECTIF D'UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE

Alors que le festival a de nouveaux projets et prend de nouvelles directions artistiques, nous voulons marquer le coup et renouveler l'identité visuelle de l'événement.

Ainsi répondre à différents objectifs :

- Innover, surprendre et ainsi peut être toucher un nouveau public
- Donner à la communication une portée nationale
- Valoriser le projet de 4 collections, marque de fabrique du festival

Les Z'eclectiques est un festival reconnu par ses actions, ses programmations, mais qui a parfois un déficit d'image, notamment sur ses programmations plus ambitieuses et pointues, éclipsées par les programmations plus populaires. Les Z'eclectiques est un festival qui tente des choses, qui expérimente, qui se veut précurseur et dans l'aire du temps. L'identité visuelle du festival doit être à cette image.



LA COMMANDE

CRÉATION DE L'IDENTITÉ VISUELLE D'UN FESTIVAL EN 4 COLLECTIONS

- **Concevoir l'identité visuelle d'une année du festival les Z'eclectiques décliné en 4 saisons** (Automne, Hiver, Printemps, Été). Il faut donc imaginer un univers graphique et visuel d'ensemble, qui se décline en 4 temps forts distincts mais cohérents.
- **Réalisation des différentes déclinaisons pour chacun des temps forts** : affiche (A2, B1 Decaux...) flyers, divers supports web (facebook, instagram, twitter, info-concert, site du festival), bâches, encarts divers, merchandising, habillage vidéo... (voir exemples plus loin dans le dossier).

Des propositions et des idées de la part du graphiste pour faire vivre son identité sous d'autres formes seront les bienvenues.



CONTRAINTES À RESPECTER

Mentions présentées sur chaque affiche :

- Le logo du festival (qui peut évoluer si la ou le graphiste veut se le réapproprier)
- Le nom de la collection et sa qualification (ex : Collection Automne “Curieuse et Populaire”)
- Dates
- Lieux
- Artistes (prévoir entre 6 et 18 noms par affiche)

Autres contraintes :

- Les Z’Eclectiques devront être identifiables dès le premier regard sur l’affiche
- Nous devons retrouver un ensemble de typographies commun aux 4 saisons
- L’identité visuelle dans son ensemble devra être pensée pour valoriser le concept des 4 saisons
- Penser dès le départ une identité déclinable très largement (merch, bâches, signalétique, scénographie, différents supports visuels...)
- C’est une affiche de festival qui devra valoriser une programmation avec entre 6 et 18 artistes en fonction des collections
- Sur certains flyers, plusieurs collections du festival devront être présentées sur un même visuel. Il faut y penser dès la création pour que l’assemblage soit possible. [Exemple 1](#) / [Exemple 2](#)



IDENTITÉS DES 4 COLLECTIONS

COLLECTION AUTOMNE - "CURIEUSE ET POPULAIRE" (MI NOVEMBRE)

Elle regroupe aussi bien des têtes d'affiches, des noms forts et fédérateurs, que des artistes émergents et à découvrir. C'est chaque année un grand moment mêlant rencontres, fêtes et découvertes.

Public large, familial, jeune et moins jeune, rural et urbain

Fédérateur, tête d'affiche, découverte, ZecLab, fête, avec des amis, variée, actuelle, mélange des générations, tournée vers le monde...

COLLECTION HIVER - "PRECIEUSE ET INTIMISTE" (MI FEVRIER)

Elle offre des moments privilégiés et met en avant des artistes peu représentés jusqu'alors dans notre programmation.

Public curieux, pointu, plutôt urbain, vient en couple, aime musiques alternatives, indés, la découverte.

Douceur, découverte, pop, folk, cadre plus personnel, petite jauge, émergence, singularité, défricheur, partage, programmation précurseuse, lieux patrimoniaux...

COLLECTION PRINTEMPS - "TENDANCE ET ALTERNATIVE" (MI AVRIL)

Plus aventurière que sa grande sœur d'automne, elle est défricheuse de talent, précurseuse et à l'écoute des nouvelles tendances.

Public jeune, urbain, curieux

Fête, rap, électro, dans l'air du temps, précurseur, début de la saison des festivals (tend vers l'été...), danser...

COLLECTION ETE - "SECRETE ET SURPRENANTE" (MI JUIN)

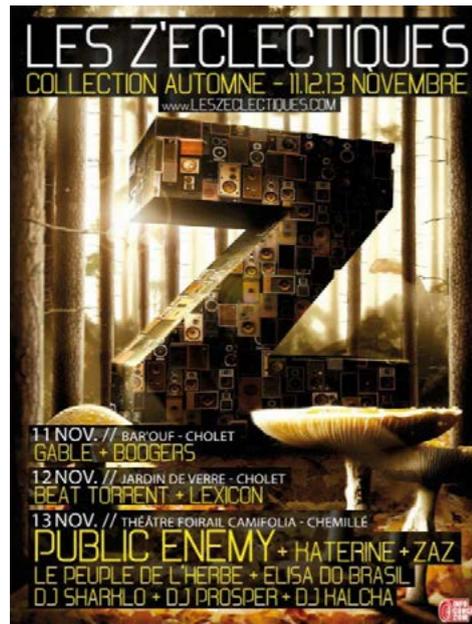
Différente des 3 autres saisons, le programmation de cet événement est secrète et non annoncée à l'avance.

- Balades Secrètes (4 bus à la découverte de lieux patrimoniaux des Mauges, 3 artistes et 3 lieux dans la journée)
- Nuits Z'insolites (festival dans un lieu patrimonial, 1 à 3 soirs, 1500 personnes)

Public curieux, pointu, plutôt urbain, vient en couple, aime musiques alternatives, indés, la découverte

Balade, ruralité, patrimoine, découverte, road-movie, campagne, territoire, cadre atypique, lieux inhabituels/insolites, mystérieux, secret, passerelles entre art vivant - musique, format alternatif...

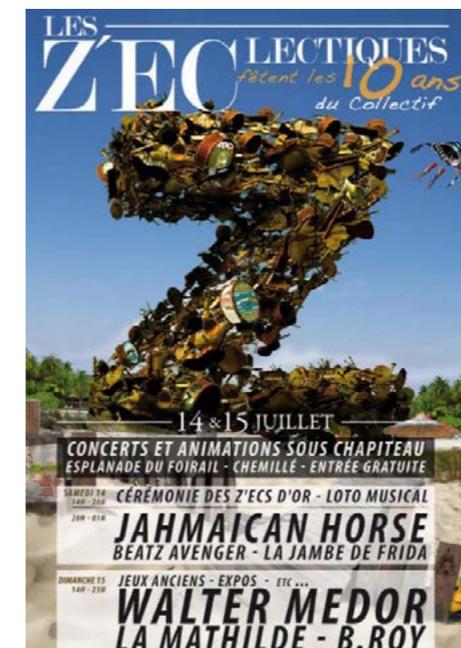
IDENTITÉS DES 4 COLLECTIONS - EXEMPLES



2010 - 2011

Pas de collection été cette année là

Graphiste : Julien Moreau



2012 - 2013

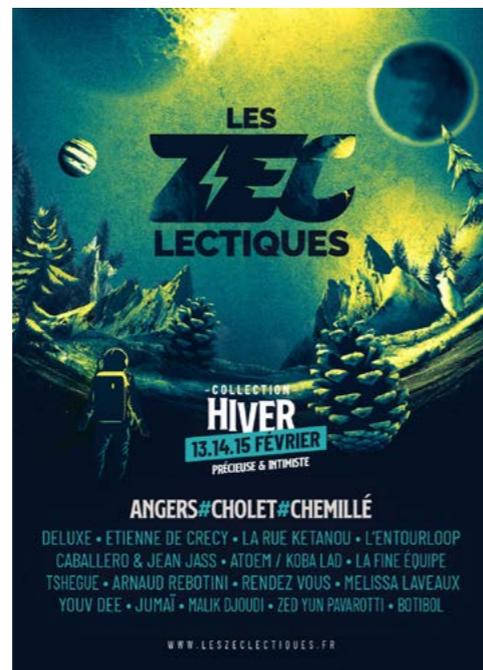
Graphiste : Julien Moreau

IDENTITÉS DES 4 COLLECTIONS - EXEMPLES



2016 - 2017

Graphiste :
Johann Brangeon



2020 - 2021

Graphiste :
Johann Brangeon

EXEMPLES DÉCLINAISONS - AUTOMNE 2019

Graphiste :
Johann Brangeon



CONDITIONS DE L'APPEL À CANDIDATURE

PHASE 1 - PRÉSÉLECTION : CANDIDATURES JUSQU'AU 11 JANVIER MINUIT

Les candidat.e.s intéressé.e.s devront envoyer les éléments suivants :

- Une présentation de la ou du candidat.e et ses motivations
- Une présentation des références (exemples de réalisation) en lien avec les prestations demandées
- Une note d'intention présentant des idées et des orientations (1 page maximum) pouvant être accompagnée de croquis ou de brouillons
- Toute autre pièce que le ou la candidat.e estimera de nature à appuyer sa candidature

Les candidatures devront être envoyées à victor@leszeclectiques.com

Suite à la phase 1, 3 candidat.e.s seront contacté.e.s le vendredi 15 janvier pour participer à la Phase 2.

PHASE 2 - SÉLECTION : RÉCEPTION DES DOSSIERS JUSQU'AU MERCREDI 24 FÉVRIER MINUIT

Les 3 candidat.e.s devront proposer un projet contenant :

- 1 ébauche d'identité déclinée en 2 collections du festival
- Des exemples de déclinaisons possibles (carré artiste, merch, flyers)
- Le ou la candidat.e retenu.e sera contacté.e le lundi 1er mars. Une rencontre sera alors organisée pour imaginer la suite.

Nous ne demandons pas des éléments aboutis mais qui reflètent l'intention donnée par le ou la candidat.e.
Les 2 candidat.e.s non retenu.e.s après la phase 2 seront rémunéré.e.s 400€ HT.



CONDITIONS DE L'APPEL À CANDIDATURE

LES CRITÈRES DE SÉLECTION

- Pertinence de la proposition par rapport à la problématique et aux enjeux
- Impact et originalité de l'identité visuelle
- Pérennité et adaptabilité dans le temps
- Écoute et compréhension des valeurs associatives
- Disponibilité
- Nous privilégions les graphistes de la région Pays de la Loire ou de l'ouest de la France pour pouvoir se rencontrer en présentiel au moins une à deux fois dans l'année et pour soutenir et mettre en valeur la création locale

CALENDRIER

Vendredi 4 décembre : lancement appel à projet

Lundi 11 janvier minuit : remise de candidature (phase 1)

Vendredi 15 janvier : annonce des trois candidat.e.s retenu.e.s pour la phase 2

Mercredi 24 février minuit : remise de création (phase 2)

Lundi 1 mars : annonce du ou de la candidat.e retenu.e

Du 1 mars au 20 avril : élaboration des 4 identités et ajustement

Mardi 20 avril : début d'exploitation du visuel (1ère saison - automne)

Les déclinaisons de chaque saison seront demandées 4 à 5 mois avant chaque édition.



CONDITIONS DE L'APPEL À CANDIDATURE

BUDGET

Pour l'ensemble de ce travail (création de l'identité des 4 saisons et de ses déclinaisons), le créatif retenu recevra une somme totale de 5000 euros H.T. Calendrier de rémunération à définir ensemble.

DROIT

Le ou la lauréat garantit que les visuels et réalisations graphiques sont des créations originales et ne portent pas atteinte à un tiers. Il est demandé la cession des droits pour la reproduction et l'adaptation des différents éléments graphiques et visuels dans le cadre des actions de communication des Z'eclectiques, et cela pour tous les supports qu'ils soient physiques ou dématérialisés.

CONTACT

Victor Laplanche, chargé de communication

victor@leszeclectiques.com / 06 10 83 70 42

