

ésad

école supérieure
d'art et de design
de Reims

APPEL À PROJET

La conception d'une identité visuelle et la réalisation d'une charte graphique de l'École Supérieure d'Art et de Design (ÉSAD) de Reims

—

17 juillet 2025

Une prestation de services de création et de réalisation graphiques destinée à la refonte de l'identité visuelle de l'École Supérieure d'Art et de Design de Reims, l'évolution de sa charte graphique et ses déclinaisons sur les supports de communication.

CONSTAT

Dans la dynamique de sa relocalisation, l'ÉSAD de Reims entame une transformation à différents niveaux. Pour être en phase avec son évolution et son devenir, elle souhaite renforcer sa visibilité à l'échelle du territoire et asseoir sa notoriété à l'échelle nationale et européenne, aux côtés des autres écoles d'art et de design. Ainsi, dans cette dynamique d'école en mouvement et en mutation, elle souhaite consolider sa position d'école territoriale d'envergure comprenant un nouveau bâtiment, mais aussi de nouveaux chantiers pédagogiques (la formation en alternance en plus de la formation initiale, et prochainement, au cœur de ses nouveaux locaux, la formation continue ou formation « tout au long de sa vie »). À l'instar de la refonte de son site internet en mai 2025, une transformation « visuelle » est à présent nécessaire.

Une nouvelle identité visuelle est une façon de mettre en cohérence ces changements et d'affirmer une ère nouvelle pour cet établissement dont les origines remontent au XVIII^e siècle dans la mouvance des Académies d'Art puis écoles des Beaux-Arts, enfin, depuis près de 30 ans, des Écoles Supérieures d'Art et de Design (ÉSAD).

OBJET DE L'APPEL À PROJET

La conception d'une nouvelle identité visuelle et la réalisation d'une charte graphique de l'ÉSAD de Reims, prenant en compte son entrée dans le nouveau bâtiment conçu par Jean-Pierre LOTT architecte.

Par cet appel à projet, il s'agit de façonner une **nouvelle image de l'ÉSAD de Reims en accord avec ses formations, son projet architectural et de relocalisation au Port Colbert** (ancien site industriel et de bateliers le long du canal de l'Aisne à la Marne) **ainsi qu'avec son devenir.**

En effet, l'ÉSAD 2.0 prendra attache dans un bâtiment lui permettant de se développer au-delà de ses formations initiales et en alternance. Une salle d'exposition lui permettra de produire et de recevoir des expositions, un auditorium lui permettra d'accueillir des cours théoriques mais aussi de diffuser des supports audiovisuels, de programmer des concerts ou toutes propositions immersives grâce à son principe de gradins rétractables. La partie nord R+1 du bâtiment sera dédiée aux pratiques amateurs et espace d'incubation pour jeunes entrepreneurs créateurs. La cuisine pédagogique et son équipement professionnel pourront être mis à profit dans le cadre de formation continue, tout comme les ateliers au R+4 (sérigraphie, laboratoire argentique, arduino, etc...). Son rooftop, végétalisé en parti, abritera une scène mais aussi un potager, évoquant ainsi une école nourricière, géré par une association d'étudiants.

La nouvelle identité visuelle et sa charte graphique, conçues dans ce contexte, devront laisser place au contexte artistique de l'établissement et aux projets des étudiants lorsqu'ils s'insèrent dans des documents print ou numériques (laisser la part belle aux photos, aux projets des étudiants etc...).

L'ensemble des éléments visuels sera décliné afin de servir et renforcer l'identité de l'ÉSAD par voie numérique et adaptable à des déclinaisons print : site internet, brochure, papier à en-tête, cartes de visite, réseaux sociaux, signature emailing, ... (voir détails ci-dessous).

L'OFFRE

Cette nouvelle identité visuelle devra permettre :

1—vis-à-vis de l'externe :

- De véhiculer une image de marque, unique, différenciante et attractive, immédiatement reconnaissable, qui soit le reflet de son positionnement et de ses valeurs, notamment auprès de futurs étudiant.e.s et leurs parents ;
- De véhiculer l'image d'une école ancrée sur son territoire, dynamique et ouverte à tous les publics, notamment dans le cadre de son devenir, possible grâce au nouveau

bâtiment (programmation d'expositions, pratiques amateurs, ... en plus de la formation initiale et des diplômes délivrés) ;

- De fédérer les nouveaux publics réguliers et occasionnels (amateurs, visiteurs, spectateurs...) et son flux ;
- De permettre aux différents publics de l'établissement d'avoir une information spécifique, claire et lisible ;
- De mettre en cohérence, dans le cadre d'un système global, les différents supports de communication produits et émis en direction de ses publics ;
- D'être facilement utilisable par des médias, partenaires, prestataires de l'établissement ;

2—vis-à-vis de l'interne :

- De fédérer les équipes (administratives, enseignantes, techniques, administrateurs) et les étudiant.e.s en créant un sentiment d'appartenance ;
- De contribuer à créer de la fierté autour de l'image de l'établissement ;
- De faciliter le travail par la mise en place d'une « boîte à outils » comprenant adaptations et déclinaisons facilement mobilisables quels que soient les supports (papier et numériques), les formats (qui peuvent ne pas être homothétiques) et les matériaux utilisés.

Le logotype proposé par l'équipe candidate devra :

- Pouvoir coexister et rester impactant en utilisation et articulation avec les logotypes des partenaires de l'ÉSAD de Reims : les tutelles (État, Région, Grand Reims, Ville de Reims, URCA)
- Un logotype incluant l'acronyme ÉSAD et le nom de l'école en toutes lettres
- Tenir compte des nouveaux modes et codes de la communication numérique et s'inscrire dans une démarche durable, notamment au niveau des préconisations de matériaux/matières à utiliser le cas échéant.
- À la fois fonctionner en autonomie et en association avec des visuels (photos de travaux d'étudiants, visuel événementiel, etc.).
- Prévoir, notamment sur les supports de communication institutionnelle, événementielle et de relations presse, un emplacement suffisant pour la bonne insertion des logotypes du Grand Reims, du ministère de la Culture et de la Région Grand Est, ainsi que pour les éventuels partenaires et mécènes de l'établissement.
- Être décliné en couleurs, pour fonds blanc et couleur, ainsi qu'en noir et blanc.
- Être utilisable avec des logiciels bureautiques basiques et exclure toute complexification qui nécessiterait une adaptation particulière des postes de travail ou l'achat de logiciels spécifiques.

Les critères d'évaluation sont :

CRITÈRES	PONDÉRATION
Offre graphique et technique	100 points
Pertinence de la note explicative (concept et intention)	30 points
Références des réalisations similaires	20 points
Modalités de travail	10 points

Les candidats devront répondre à l'appel à projet sous la forme d'un document comprenant :

- Une note explicative sur le concept et l'intention de 3 pages maximum, dans laquelle les candidats exprimeront notamment leur perception des enjeux liés à l'élaboration de la nouvelle identité visuelle de l'ÉSAD de Reims, ainsi qu'une présentation de la méthodologie ; cette note fera également état des partis pris d'univers (formes, couleurs, sens, matières) émanant du concept proposé ;
- 2 à 3 exemples de réalisations similaires, sous forme d'annexe au document principal.

Ce document (note explicative, méthodologie, univers et annexe) sera envoyé en PDF, 6 pages maximum, à Leslie Picardat maximum le 17 septembre 2025 (23h59).

leslie.picardat@reims.fr

Les propositions seront étudiées par un comité composé de :

- L'ÉSAD de Reims

Une à plusieurs personnalités qualifiées extérieures pourraient être consultées (non définie aujourd'hui).

La rémunération globale est fixée à **15 000 € TTC**.

Elle couvre la création de l'identité visuelle, la charte graphique et sa déclinaison.

Le nouveau site internet, récemment en ligne (mai 2025), bénéficiera de la nouvelle identité visuelle et sera intégrée par les concepteurs du site.

Le site internet de l'ÉSAD de Reims est conçu pour être un double numérique de nos activités : étudier, rechercher, produire des projets, les publiciser (expositions, évènements, publications, conférences, performances, partage sur les réseaux sociaux, liens internes et externes vers les jeunes auteurs de projets et les acteurs de la pédagogie, de la recherche, et de l'école plus largement etc...). À ces fins, une structuration et une mise en relation informatique des contenus a été entreprise pour refléter cette organologie : personnes, projets, publications, actualités, programmes, pages, partenaires. Cette architecture conçue pour se déployer et durer dans le temps doit être conservée.

La hiérarchisation des menus et de la structure des pages doit également être conservée pour des raisons de design éditorial et de référencement des contenus avec des URLs stables et pérennes. Les menus sont organisés sur 2 niveaux pour plus de lisibilité et pour mettre en valeur la hiérarchie des sujets auprès des publics (tutelles et partenaires, étudiants et enseignants, pairs de la recherche académique, candidats à l'entrée) :

NIV. 1 : école, études, recherche, admissions

NIV. 2 : actualités, international, vie étudiante, galerie

Un système couleur dynamique (une gamme de 8 bichromies) est employé pour chapterer et identifier les domaines de contenus du site : accueil & actualités / école & personnes / études & pédagogie / recherche & publications / admissions & candidatures / galerie & projets / international / vie étudiante / formulaire de recherche dans le site. Les teintes de la gamme sont modifiables pour s'adapter à une autre charte couleur si besoin.

Une version anglaise des pages est en cours de réalisation et sera prochainement déployée.

La typo utilisée actuellement sur le site est l'Inter UI Sans, un caractère neutre, open source et qui dispose de variantes de graisses étendues (fonte variable) permettant un ajustement précis des graisses selon les tailles d'affichage du texte. Une autre typo peut lui être substituée si elle dispose également de niveaux de graisses suffisants pour s'adapter à l'ensemble des situations éditoriales existantes. Une typo de titrage spécifique peut être ajoutée si cela est envisagé par l'équipe lauréate.

Le logotype est substituable sans difficulté, au format SVG.

Au plan méthodologique, des réunions préparatoires doivent être organisées entre l'équipe de conception du site web et l'équipe lauréate pour détailler la déclinaison de l'identité visuelle sur le site web. Une mise en place sur un site de préproduction sera effectuée pour tester la déclinaison de la charte avant déploiement.

La rémunération pourra être échelonnée suivant un phasage qui sera à déterminer d'un commun accord.

Des échanges réguliers sont à prévoir avec l'équipe de l'ÉSAD.

Le calendrier est envisagé comme suit :

- 17 juillet 2025 : lancement de l'appel d'offre
- 17 septembre : candidatures arrêtées
- 30 septembre : attribution de l'offre, désignation du candidat en charge de l'identité visuelle
- 17 novembre : livraison de l'avant-projet sommaire (2 pistes)
- Février 2026 : Livraison de l'avant-projet définitif
- Avril 2026 : livraison des fichiers
- Mai-juin : dévoilement de la nouvelle identité visuelle comprenant son intégration au site internet

Les livrables / Les attendus sont :

- Logo et ses variantes
- Typographie*
- Modèle affiche exposition (A3, A0, Decaux numérique H 1920 x L 1080 px)
- Bandeau de signature email
- Flyer exposition (A5 recto-verso)
- Marque page recto-verso
- Livret d'exposition (A5)
- Bannière stand salon (à voir par la suite)

- Modèle carte d'accès étudiant, enseignant, équipes ÉSAD (8,5 x 5,4 cm)
- Plaquette de l'établissement (format sur proposition)
- Carte de visite (8,5 x 5,5 cm)
- Papier entête (feuille A4)
- Carte de correspondance (21 x 9,5 cm)
- Chemise (30 x 21 cm) et pochette à rabat
- Tampon encreur
- Enveloppe
- Template Power point et Word
- Livret de l'étudiant (couverture, sommaire et page d'entrée de chapitre) (A4)

***Typographie**

Clause d'exclusivité

Si une proposition comporte un caractère spécifique, la cession des droits d'utilisation à l'ÉSAD de Reims est sans limite de temps et comprend une clause d'exclusivité limitée à 5 années. La cession des droits d'utilisation à l'ÉSAD de Reims sera formalisée via un contrat.

Les attendus en termes de typographie :

- Tampon encreur
- Une seule typographie, originale et lisible (print et web)
- Regular et italique
- Comprenant différents niveaux de gras (l'actuelle typo de l'ÉSAD comporte 6 graisses)
- Avec perspective (entre autres) d'intégrer le nouveau site internet de l'ÉSAD
- Typographie pouvant intégrer des glyphes (type puce ou flèche pour structurer la présentation d'un texte)
- Option d'animations typographiques pour les réseaux sociaux (logo sous forme de GIF animé, mots-clés tels que « JPO », « Semaine folle »... ou autres idées bienvenues)