

**CONSULTATION POUR LE RECRUTEMENT D'UNE AGENCE DE
COMMUNICATION**

**PRESTATIONS DE
CONSEIL EN COMMUNICATION,
CONCEPTION D'OUTILS,
IDENTITE VISUELLE, CHARTE GRAPHIQUE**

**Pour
Les Scènes du Jura – Scène nationale**



À partir de la saison 2025/2026

Préambule

Ce document constitue le cahier des charges **de la consultation lancée pour le recrutement d'une agence de communication, pour des prestations de conseils en communication pour Les Scènes du Jura – Scène nationale**. Il concerne l'évolution de l'identité visuelle, de la charte graphique, et des outils de communication de l'établissement. Il fait état du besoin et des attentes des Scènes du Jura – Scène nationale pour réaliser ce projet.

I. Les Scènes du Jura – Scène nationale

1) Être les Scènes du Jura

Scène nationale depuis 2013, **Les Scènes du Jura** ont été fondées en 1996 avec le rapprochement des théâtres de Dole et de Lons-le-Saunier, pour doter le territoire d'une structure culturelle forte irriguant tout le département, mutualisant moyens, compétences et ressources.

Cette dimension a été développée afin d'aménager un réseau de partenariats pour que chaque habitant accède, le plus facilement possible, à une programmation de spectacles professionnels de création contemporaine, d'envergure nationale et internationale. Six collectivités locales offrent ainsi au projet des milieux urbains, périurbains ou ruraux où se déployer. Ce soutien est complété par celui du Conseil Départemental du Jura, du Conseil Régional de Bourgogne Franche-Comté et de l'État.

Chaque saison la Scène nationale et son équipe de 27 salariés permanents mettent ainsi en œuvre une programmation pluridisciplinaire, des résidences et des projets d'action culturelle en investissant 25 lieux différents d'une capacité de 80 à 1500 places, sur l'ensemble du territoire jurassien, dans et hors les murs. Avec sa particularité d'être multisite à l'échelle de tout un département, et de s'adapter à des espaces de toutes sortes, la Scène nationale a qui plus est en responsabilité directe 3 salles : le Théâtre à l'italienne de Dole et celui de Lons-le-Saunier, ainsi que La Fabrique à Dole.

Cette diversité d'équipements a permis par exemple d'accueillir 45 spectacles, 98 représentations en 24 lieux d'escale sur la saison 24/25 !

2) Un lieu de synthèse ancré sur son territoire, avec une diversité d'espaces à investir.

L'identité des Scènes du Jura est, par essence, plurielle. Nées du mariage entre les deux théâtres à l'italienne, joyaux culturels des deux principaux chefs-lieux du département, Les Scènes du Jura s'incarnent aussi ailleurs sur le territoire marqué par son relief caractéristique, né de soulèvements et de plissements géologiques, fait de roche calcaire, de plateaux incisés de reculées, de petites montagnes, de combes et de crêts. Cette géographie singulière, le climat continental et ses hivers rudes, ont forgé le caractère et l'identité sociale et culturelle du territoire et des hommes et femmes qui y vivent. Le projet porté par Les Scènes du Jura cherche naturellement à épouser au mieux les spécificités de son environnement.

Ainsi, au fil des saisons dans les lieux les moins attendus, sur les places de villages, dans les salles de classe, sur des terrains de football, au bord de lacs, les spectacles et les artistes se sont mêlés à la population, se sont fondus dans les paysages majestueux du Jura : l'art a fait corps avec le territoire.

Si le territoire d'irrigation du projet est majoritairement rural, avec des points de repères sociaux et culturels se fondant sur les valeurs du terroir, l'identité des Scènes du Jura s'articule néanmoins entre deux pôles urbains distants d'une soixantaine de kilomètres - d'un côté Lons-le-Saunier, ville préfecture, ville thermale tournée vers le sud du département, et de l'autre Dole, dotée d'une gare TGV, géographiquement, économiquement et culturellement plus interconnectée avec les chefs-lieux de région que sont Dijon et Besançon. Mais l'âme des Scènes du Jura se situe au cœur d'un territoire plus vaste, élargi au département, et s'incarne dans le partenariat avec six établissements publics de coopération intercommunale, fondateur du projet des Scènes du Jura. Trait d'union entre les identités et des spécificités propres à ces territoires, à ces terroirs et leurs cultures, Les Scènes du Jura sont un partenaire privilégié des EPCI et des collectivités territoriales, région Bourgogne-Franche-Comté et département du Jura.

3) Un public multiple auquel s'adresser

Institution culturelle emblématique du département et de la région, Les Scènes du Jura - Scène nationale sont repérées et identifiées par un large tout public pour l'ensemble de ses manifestations, indépendamment de leur variété. Sa programmation est communiquée auprès de spectateurs très divers :

- public très fidèle
- public occasionnel
- familles
- retraité·e·s / séniors
- public issu de structures à vocation sociale
- public scolaire et leurs enseignantes et enseignants accompagnateurs
- associations, collectivités, comités d'entreprise

II. Les missions, le projet

1) Être Scène nationale : un label qui nous engage

Obtenu en 2013, le label Scène nationale assoit la reconnaissance et le rayonnement du projet artistique et culturel au niveau national et engage Les Scènes du Jura à remplir des objectifs ambitieux d'irrigation culturelle du territoire confiés aux 78 Scènes nationales labellisées en France.

Comme rappelé par l'Association des Scènes nationales dans le rapport "30 ans du label Scène nationale", le label est d'abord attribué à « un lieu » (lettre de Bernard Faivre d'Arcier, du 16 décembre 1991) : dans le cas des Scènes du Jura, ce lieu est le Jura.

C'est donc en ce lieu, sur ce territoire, qu'en tant que Scène nationale, lieu privilégié de rencontre avec le public et de démocratisation de la culture, que Les Scènes du Jura s'emploient à mettre en place, un processus de captation, de constitution et de fidélisation d'un public nouveau, différent, plus jeune et plus mixte socialement, via des liens avec le réseau associatif, le monde scolaire. Elles accueillent ce public grâce à des stages, des ateliers...

Si un des enjeux majeurs des Scènes nationales est de favoriser la fréquentation des spectacles, il n'en est pas moins d'inscrire le théâtre dans la vie du territoire, en **ouvrant la pratique artistique comme pratique sociale destinée à un public aussi large que possible.**

L'élément central du cahier des charges d'une Scène nationale tourne autour de **la création contemporaine.**

« S'affirmer comme un lieu de production artistique de référence nationale dans les domaines de la culture contemporaine », écrit Bernard Faivre d'Arcier dans sa lettre inaugurale, « organiser la diffusion et la confrontation des formes artistiques en privilégiant la création contemporaine ». Le label Scène nationale est un gage de reconnaissance auprès du public, des partenaires, mais aussi des premiers acteurs du projet : les artistes. Être accueilli ou coproduit par une Scène nationale est pour les équipes artistiques, un gage de professionnalisme et la garantie d'une forme de qualité créative. Les Scènes nationales sont des interlocuteurs essentiels dans le système de production et de diffusion nationale du spectacle vivant.

Le troisième vecteur du label Scène nationale est l'interdisciplinarité. Si le théâtre, élément clé de la politique culturelle française, occupe une place prépondérante, les Scènes nationales, héritières des Maisons de la Culture, jouent historiquement le rôle d'un lieu de synthèse, où ont pu se fondre les deux priorités traditionnelles des théâtres publics, la création et la démocratisation culturelle, longtemps vécues comme contradictoires et désormais réunies. Les Scènes nationales se sont imposées dans le paysage culturel français, comme cercle le plus actif pour la création interdisciplinaire sur l'ensemble des territoires, pour la coproduction et la circulation

nationale des spectacles et pour le développement des publics. D'une année à l'autre, la programmation des Scènes du Jura reflète cette tendance de fond.

Être une Scène nationale, c'est aussi **faire rayonner la culture au-delà des frontières nationales**. Le label est alors un passeport précieux, d'autant plus pour un territoire frontalier, comme le Jura avec son voisin suisse. En développant des projets dans le cadre du programme européen Interreg, Les Scènes du Jura sont parfaitement dans leur rôle : faire corps avec le territoire, son histoire, sa géographie, son identité, sauter les frontières à travers l'art, la création et la pratique du spectacle vivant.

2) Retour sur le projet artistique 2020-2024 « Faire corps : des sensibilités à l'écoute des espaces de vie »

En 2020, sous la nouvelle direction de Cédric Fassenet, Les Scènes du Jura s'étaient fixé pour les années à venir l'objectif ambitieux de promouvoir un projet - presque une philosophie - visant à Faire Corps avec le territoire et avec ses habitants, s'articulant autour de trois idées forces :

Questionner nos façons de faire.

Notre rôle est d'animer un établissement chargé d'une mission de service public. Cela ne doit pas nous contraindre, au contraire, cela nous engage à toujours aller plus loin, à créer du lien plutôt que de cloisonner, à tendre des passerelles plutôt que de créer des îlots, à partir constamment à la rencontre de l'autre et lui offrir l'opportunité d'un décentrement, de pouvoir prendre parfois du recul, parfois de la hauteur. Démocratiser vraiment l'accès à la Culture, n'est possible qu'en allant vers le territoire et ses publics, en étant prêt à questionner les façons de faire. Le trésor des Scènes du Jura, c'est la pluralité des lieux, formidables outils de représentation, de création artistique mais aussi de rencontres, de brassage d'idées, de cultures. Éclatées d'une extrémité à l'autre du département et bientôt saute frontière, Les Scènes du Jura offrent une transversalité unique. Cet éclatement trouve son socle, son unité, dans notre projet, dans notre programmation et dans notre label Scène nationale, qui nous engage à être toujours plus vecteur d'entraînement, d'animation et de référence dans le vaste paysage de la création et de la diffusion artistiques qui nous environne.

Transformer nos espaces de représentation en lieux de vie : plus que de se contenter d'offrir des lieux de représentation pour des spectacles qu'ils soient de théâtre, de musique, de cirque, de danse..., nous avons voulu ouvrir toujours plus les fenêtres et les portes de ces espaces dont on nous a confié les clés, prendre et proposer des bols d'air, provoquer le dialogue et la discussion entre celles et ceux qui s'y rencontrent, avant ou après un spectacle. Dans une société où tout est toujours plus segmenté, fragmenté et plus encore sur un territoire rural comme le nôtre, il est impératif et urgent de continuer, dans nos communautés de vie, d'aménager ces espaces où deviennent possibles tous les embranchements, toutes les hybridations, des lieux où s'incarne la richesse du cosmopolite et du métissage, tout en respectant et en célébrant les espaces qui nous sont confiés, leur histoire, leur identité mais en libérant leurs potentiels.

Faire des Pas de Côté : être là où on ne nous attend pas. L'identité d'une Scène nationale n'est pas figée. Notre mission d'être vecteurs de démocratisation culturelle et d'interdisciplinarité nous autorise à toujours aller à la rencontre de nouveaux terrains de pratiques, d'expérimentations d'aventures artistiques. Les Scènes du Jura prônent le Pas de Côté permanent, la pluralité des points de vue, veulent être un lieu de tous les déplacements, toutes les émancipations et de toutes les libérations de genre. Il s'agit de "déranger" nos routines, de secouer nos habitudes pour mettre de l'imprévu, de l'inédit, de l'inouï, de l'infini, de "l'inutile" dans nos vies, de nous donner une ouverture possible au monde. Ce qui nous anime, c'est l'envie de poétiser le quotidien, d'exalter la richesse de la rencontre avec le territoire sur lequel nous évoluons, de le faire vibrer d'émotions.

3) 2025 - 2029 « Faire corps : vibrations, hybridations et déplacements »

Dans le cadre du renouvellement de son mandat de direction, Cédric Fassenet rédige à ce jour son nouveau projet. Pensé dans la continuité de ces quatre premières années, il s'intitule toujours « Faire corps », consolidant les fondamentaux du premier et s'enrichissant de nouvelles perspectives.

Alors que s'achève une étape de quatre années, riche en créations, en complicités avec les artistes associés et en découvertes aux côtés de nos publics, un nouveau chapitre s'ouvre pour la Scène nationale labellisée du Jura, avec l'établissement d'une nouvelle Convention Pluriannuelle d'Objectifs, pensée pour la période 2025-2029.

Cette convention qui unit tous les partenaires autour d'une vision commune et d'un projet commun s'érige à la croisée des chemins. Là où Les Scènes du Jura s'étaient employées au cours des cinq dernières années de Faire corps, elles souhaitent aujourd'hui faire vibrer l'âme de ses théâtres.

Au cours des quatre prochaines années, Les Scènes du Jura entendent emmener les artistes, les publics et le territoire là où les vibrations résonnent, où les hybridations prennent vie, et où les déplacements ouvrent des horizons inattendus.

Vibrations. Faire vibrer, c'est convoquer l'émotion, tendre des ponts invisibles entre les cœurs et les esprits, et éveiller cette part d'humanité profonde que seule l'art peut révéler. Ces vibrations organiques, sensibles, intellectuelles naissent des silences chargés d'attente, des éclats de rires partagés, des frissons qui parcourent une salle plongée dans l'obscurité d'une représentation. Elles résonnent bien au-delà des murs de nos théâtres, irriguant le Jura d'une énergie magnétique qui amplifie son identité et tisse des liens entre ses habitants.

Hybridations. Les hybridations sont l'essence même de notre époque, ce moment où les frontières – entre les disciplines, les formes, les générations, et même les idées – s'estompent pour révéler des territoires inédits. Hybrider, c'est mêler le classique et le contemporain, le grandiose et l'intime, la ruralité et l'universel. C'est aussi provoquer la rencontre : entre un jeune spectateur découvrant pour la première fois une œuvre et un artiste complice de longue date ; entre des pratiques artistiques qui s'entrelacent pour produire l'inouï.

Déplacements. Le déplacement est un moteur : il décentre, il bouscule, il transforme. Les Scènes du Jura font, par nature, le pari du mouvement. Mouvement des publics, que nous invitons à parcourir le territoire, à emprunter des chemins de traverse, à quitter leurs habitudes. Mouvement des artistes, sur scène et en coulisses, qui trouvent ici non seulement un lieu d'accueil et de travail mais aussi un territoire à explorer et à comprendre, pour en nourrir leurs créations. Mouvement des idées enfin, car nous croyons au pouvoir de l'art pour remettre en question, interpeller et faire émerger de nouvelles perspectives.

C'est autour de ces trois axes – vibrations, hybridations et déplacements – que valsera l'aiguille de notre boussole pour les années à venir. Une boussole qui pointe vers un territoire magnétique par son esthétique, son relief géographique, son histoire culturelle et sociale, terre de fruitières où la coopération est ancrée dans les modes de faire et dont nous voulons infuser le projet artistique et culturel que nous portons. Chaque projet, pour les années à venir, devient une aventure partagée.

La proposition des Scènes du Jura pour cette nouvelle CPO s'inscrit dans une volonté claire qui fait leur ADN : consolider ce qui a fait notre force tout en prenant le risque d'aller plus loin, de repousser les limites, de s'aventurer sur des chemins encore inexplorés. Nous souhaitons élargir les collaborations transfrontalières et internationales, en imaginant des dialogues inédits avec des artistes et des structures culturelles d'autres pays, tout en affirmant notre ancrage local, si précieux et si fertile. Nous voulons continuer à explorer la richesse de la ruralité, non pas comme un cadre contraignant mais comme un terrain d'expérimentation, où les possibles se multiplient.

Ces années à venir seront aussi celles de l'écoresponsabilité, une démarche que nous inscrivons au cœur de nos pratiques, en inventant de nouvelles manières de produire, de diffuser, et de créer. Elles seront celles de l'attention portée à nos publics, à nos équipes, à nos partenaires, dans une dynamique de coopération et de dialogue. Elles seront enfin celles de l'audace, car c'est en prenant des risques que naissent les œuvres qui vibrent et qui marquent. Elles seront celles de nos trente ans d'existence.

Nous avançons avec cette conviction que le spectacle vivant est une onde qui résonne, en un lieu le temps unique d'une représentation, puis en chacun de nous. Une onde qui s'étend, dessinant de nouvelles formes à perte de vue.

Cédric Fassenet, Directeur des Scènes du Jura

III. Enjeux de la communication des Scènes du Jura, Scène nationale

1) De « Faire Corps » 20-24 aux 4 années à venir

Le projet des Scènes du Jura - Scène nationale a changé en 2020, avec l'arrivée de Cédric Fassenet à la direction et du premier projet Faire Corps. Pour accompagner ce nouvel élan, l'identité visuelle a elle aussi été repensée.

C'est l'envie directrice d'une simplification générale des outils de communication internes qui a principalement guidé les nouvelles orientations des quatre premières années.

À l'extérieur, pour le public, le souhait était avant tout de gagner en lisibilité et en accessibilité. Être proche de chacun. D'un abord facile et immédiat, épuré, direct, allant à l'essentiel dans un esprit joyeux, ludique, convivial. Pour les visuels de spectacles, le choix a été celui des photographies des spectacles eux-mêmes et devait reposer sur le fait de montrer vraiment le spectacle, d'en faire envie, simplement.

Pour le visuel de saison en revanche, le parti pris de l'illustration s'est révélé immédiatement. Le projet « Faire corps » a ensuite naturellement peuplé les pistes d'illustration de divers personnages et l'idée de « foule », de « rencontres » a marqué d'évidence le visuel d'une première saison d'un genre nouveau.

La déclinaison de ces personnages au fil des saisons a suivi, accompagnée d'une phrase, forte, inscrite notamment en couverture de plaquette comme le *leitmotiv* promis, sinon d'une thématique au moins d'un esprit, d'un élan annonciateur de la programmation à y découvrir (« *cavaler en douceur* », « *motiver les songes* », « *cheminer par les sensibles* »)

À l'image des Scènes du Jura - Scène nationale, dont la ligne artistique est la pluridisciplinarité et dont l'une des principales particularités est celle d'être multisite à travers tout un département, les notions de géographie et de paysages, d'images protéiformes ont aussi guidé les recherches graphiques. À l'image d'une structure vivante, évolutive et adaptable, ont été privilégiées des formes organiques (à l'intérieur desquelles sont notamment intégrées systématiquement les photographies de spectacles et/ou d'artistes), les formes non régulières, les lignes courbes le plus souvent possible.

Le travail par calque, par superposition, s'est aussi inscrit dans ce principe, évoquant les couches, les strates d'un territoire atypique mais en cela archi caractéristique.

Pour l'usage interne également il fallait que les propositions soient simplifiées, faciles d'accès, que chacun là aussi puisse se les approprier facilement, les décliner et les utiliser en autonomie. Elles ont donc été réfléchies comme une véritable boîte à outils avec notamment un stock d'objets graphiques en tout genre, et dont l'apparition sur quelque support que ce soit puisse identifier très vite la structure elle-même.

Le choix de l'encadrement protéiforme des photographies va par exemple également en ce sens, permettant d'éviter les débords hasardeux et faciliter les impressions maison.

Toujours pour simplifier, et pour accompagner les démarches éco-responsables dans lesquelles s'inscrit l'ensemble du projet artistique, l'utilisation du fond blanc est notable, revendiquant des outils moins encrés.

Le travail sur le logo lui aussi a été l'un des premiers marqueurs de cette volonté d'être très facilement identifiable et identifié : traduire et résumer en une initiale, l'ensemble d'une identité artistique multiple et incessamment mouvante.

Ainsi le S : « S de pluralité. S de multiplicité des lieux et des disciplines. Le S pour évoquer les différents chemins qui amènent dans d'autres lieux, dans d'autres ailleurs, tels des Pas de Côté. Un S composé de deux formes en fer à cheval symbolisant les deux théâtres à l'Italienne de Dole et de Lons. Et deux demis points au-dessus et en dessous du S pour suggérer aussi que les Scènes sortent des théâtres...vont partout, et vers chacun ».

De même que la communication a suivi les 4 ans du premier « Faire Corps », elle doit aujourd'hui s'inscrire dans la continuité tout en marquant le lancement du nouveau projet et accompagner l'évolution des 4 ans à venir.

Si les valeurs fondamentales en terme d'adresse à tous les publics, de nécessité de clarté et de sobriété, d'envie d'esprit ludique, de facilités d'usages demeurent les mêmes, les prestations fournies devront néanmoins faire évoluer cette identité pour aller encore plus loin (ouverture, modernité, lisibilité, appropriation, appartenance aux réseaux nationaux, force et visibilité), en veillant à la cohérence de tous les supports de communication (print, web) défendant une identité visuelle encore plus forte, homogène et toujours plus identifiable pour le grand public.

La reconnaissance du logo a notamment marqué les quatre premières années d'exercice, comme une vraie réussite. Il peut donc notamment être l'un des axes sur lequel poursuivre.

2) Ce que nous souhaitons mettre en valeur

Les supports de communication doivent mettre en évidence de multiples dimensions :

- mettre en avant les caractéristiques du projet « Faire corps : vibrations, hybridations et déplacements » :
 - Cadre de base de la programmation favorisant la diversité des publics (éclectisme, pluridisciplinarité, ouverture, de la découverte à la notoriété, tout public élargi pour un renouvellement des publics : enfance et familles, solidarité etc.)
 - Les grands rendez-vous (Y Mettre du Sien !, Comme un Bol d'air, Canapé Transat)
 - Les artistes complices
 - L'Education Artistique et Culturelle : projets structurants du territoire
- des lieux de vie vivants et habités, ouverts à tous et aux usages multiples (exposition, atelier, convivialité...)
- des lieux de passage, multiples, inattendus, au plus près de chaque habitant
- une programmation et une itinérance qui s'adapte à chacun (horaires décalés, transports en commun : bus, covoiturage...)

3) Les nouveaux enjeux que nous souhaitons valoriser

La communication des Scènes du Jura - Scène nationale devra répondre aux enjeux suivants :

- valoriser la diversité et la richesse de la programmation avec des nouvelles propositions artistiques
- présenter de façon claire, innovante, élégante et pratique, l'ensemble de la programmation, soit plus d'une cinquantaine de propositions artistiques par saison mais aussi des ateliers, des temps conviviaux, des visites guidées, des temps forts...
- véhiculer des valeurs de confiance, d'appropriation, d'ouverture, d'humanité
- augmenter le rayonnement de la structure, au niveau local régional national et international, marquer son appartenance aux réseaux.
- augmenter les ventes de billetterie et principalement les ventes dans le courant de l'année par le développement de nouveaux supports ou moyens.

4) Les nouveaux publics que nous souhaitons viser

Fort de son exigence d'excellence et de cet esprit d'ouverture, la Scène nationale souhaite élargir son audience et s'adresser à tous les publics pour accroître son rayonnement et sa visibilité. Les outils de communication devront s'adresser aux types de spectateurs suivants :

- public régulier mais pas encore fidèle
- grand public / public occasionnel (intéressé par un artiste ou un spectacle bien précis)
- public pouvant fréquenter les Scènes du Jura pour d'autres activités que la venue au spectacle
- public familial
- public de proximité qui ne fréquente pas les temps de culture : habitant·e·s des quartiers pour les bourgs pôles, spectateurs éloignés
- habitant·e·s de la Région Bourgogne Franche-Comté

La communication, des Scènes du Jura - Scène nationale devra aussi s'adresser aux professionnel·le·s. Elle devra véhiculer une volonté de dialogue et de travail en commun avec :

- partenaires institutionnels et tutelles (élus et représentants des différentes collectivités territoriales et de l'État)

- professionnel-le-s du spectacle vivant et du spectacle en France et à l'international,
- presse
- entreprises
- mécènes particuliers
- professionnels de la petite enfance, entreprises mécènes

IV. Les grands axes de travail

1) L'évolution de l'identité visuelle

Afin de garder une identité forte aux Scènes du Jura - Scène nationale, il nous semble important de répondre aux besoins suivants :

- travail d'une charte graphique et charte éditoriale ; afin de donner une cohérence, d'affirmer un ton, de créer une signature forte ; qui seront déclinées sur l'ensemble des supports.
- travailler des phrases, des titres qui permettent de véhiculer l'image et le projet
- travail d'infographie et/ou d'iconographie pour rendre ludique et compréhensible *le projet « Faire Corps »*
- l'évolution du projet doit être visible dès le lancement de la saison 25/26 dans la forme et dans les contenus. Ils doivent laisser la place à la continuité et expliquer les changements, les évolutions, les ouvertures.
- donner à voir les temps forts, les partenariats (et leur co-construction), les artistes associés et l'ouverture au jeune public et public familial
- poursuivre la réflexion sur les formats et sur les supports print dans une démarche de développement durable
- faire vivre les Scènes du Jura tout au long de l'année dans son actualité artistique

Pour la brochure

- travail iconographique pour la couverture
- un document clair laissant de la place à la respiration des infos, des visuels et des titres
- réflexion sur la mise en page des temps forts et sur la place du jeune public dans les principaux outils de com (pagination, chromatique)
- trouver une solution visuelle et en contenu pour raconter l'univers du spectacle de manière ludique et rapide
- réflexion autour du format du bulletin d'abonnement en lien avec une politique tarifaire en évolution
- proposition tarifaire sur le format et le nombre de pages etc.
- travailler à la dynamique globale de la brochure dans sa disposition pour mettre en valeur le sens et les contenus artistiques des spectacles
- des éléments légers qui permettent de mettre en valeur les grands axes du projet
- travailler avec le volume de la brochure ses contours, sa tranche
- évolution des polices carrées et moins rondes, lisible tout en étant identifiable de tous en participant à l'image de marque des Scènes du Jura
- questionner la place et l'usage de la photographie

2) Les contraintes

La prestation demandée n'est pas une refonte complète de l'identité visuelle mais des évolutions.

- garder une cohérence visuelle sur l'ensemble des documents de saison.
- prendre en compte l'organisation de notre équipe.

- un budget limité et des importants besoins en communication (conseil stratégique, choix outils aux tarifs compétitifs)
- Conserver l'arborescence au moins la première année du site internet des Scènes du Jura proposer une charte graphique en lien. Prévoir une réflexion sur les options responsive du site
- Valoriser le logo

3) Prestations à réaliser

L'agence sélectionnée sera amenée à accompagner Les Scènes du Jura, sur la création d'un ensemble de réalisations graphiques, d'outils et de supports pendant 4 saisons, certaines créations ayant une récurrence établie et d'autres étant réalisées pour répondre à des besoins ponctuels en fonction de l'actualité de la structure. Un inventaire des besoins est proposé ci-dessous. Il est important de noter que celui-ci n'est pas exhaustif et qu'il a vocation à évoluer en fonction des stratégies de communication.

- fournir une prestation de conseils artistiques et assistance technique en coopération avec la chargée de communication des Scènes du Jura - Scène nationale, pour la réalisation et la déclinaison de l'ensemble de ses supports. Trouver des solutions tarifaires ingénieuses en lien avec nos besoins de communication dans une démarche écologique. Il convient d'établir une politique de choix stratégique mais aussi de trouver les imprimeurs écoresponsables les plus compétitifs (choix d'imprimeurs locaux ...).
- direction artistique et réalisation de la brochure de saison
- un ou plusieurs dépliant(s) (soit un calendrier, soit de relance de la saison en cours, soit spécifique jeune public, soit sur les temps forts)
- un modèle d'affiche par spectacle / événement / rendez-vous
- un modèle d'affiche Decaux relançant les spectacles ou temps forts de la saison (devis par affiche)
- un modèle d'affiche mensuelle
- transmission des données de l'année 1 au prestataire collaborateur en place, voire mise à jour de l'interface du site Internet en fonction de la charte graphique (imports des données en interne) ainsi qu'un forfait conseil web à l'année
- travail sur les visuels, les affiches façade et environnement du Théâtre (interne et externe)
- conception de visuels clés avec slogans pour des campagnes de communication visant à promouvoir des temps forts de la saison, un spectacle ou une programmation spécifique ou à sensibiliser un public spécifique.
- conception et création d'un ou de plusieurs visuels pour les campagnes de mise en tension du projet sur un teasing de lancement de saison
- déclinaison du visuel de saison
- conception d'un gabarit programme de salle sous la nouvelle identité visuelle
- conception d'un gabarit pour la newsletter sous la nouvelle identité visuelle
- conception de la maquette pour les flyers promotionnels sous la nouvelle identité visuelle
- conception des visuels kakémonos, bâches & banderoles grands formats et mobiliers itinérants
- conception des teasers de saison

4) Perspectives : Signalétique interne et externe

La diversité des espaces de travail des Scènes du Jura est une véritable richesse et une contrainte qui demande à être repensée pour incarner la notion de « lieux de vie »

- en général : la scénographie de nos lieux de vies permanents est à repenser et réharmoniser. La manière de scénographier nos lieux d'itinérance en les harmonisant également à nos lieux de vie permanents devra également être questionnée.
- la visibilité extérieure est à réinventer, voire à inventer tout court : l'affichage sur les bâtiments, les éclairages etc. seraient à travailler pour mieux identifier la Scène nationale
- une réflexion éco-responsable doit être prise en compte dans l'évolution et dans les choix que

nous réaliserons pour ces lieux dont les contraintes patrimoniales sont conséquentes. Il conviendra de proposer une communication légère, mobile, amovible.

- il conviendra de s'interroger sur la place des deux théâtres au sein de leur ville et de leur agglomération proposant des installations suscitant la curiosité et la volonté

5) Droits d'exploitation

Les évolutions apportées à l'identité visuelle et la charte graphique des Scènes du Jura - Scène nationale proposées par le/la candidat-e retenu-e seront la propriété de la Scène nationale qui se réserve la possibilité d'en confier l'exécution et la reproduction à d'autres prestataires.

Des gabarits, notamment sur In Design, devront être fournis systématiquement pour tous les documents qui seront actualisés en interne (fichier In Design, visuels HD et les feuilles de styles...)

La Scène nationale se réserve la possibilité de faire travailler les prestataires photo et vidéo et d'impression avec lesquels elle a développé une relation.

V. Éléments de réponse attendus

Une procédure de sélection en deux phases est prévue. La première phase concerne tous les candidats, la deuxième phase concernera uniquement les 3 candidat-e-s sélectionné-e-s. La seconde phase fera l'objet du versement d'une prime maximale de **600 euros ht**, qui sera remise aux 2 candidats non retenus en dédommagement de leur travail. L'élaboration d'une facture pour l'ensemble des travaux réalisés fera office de contrat.

Pour la première phase, il est demandé à tous les candidats de fournir :

- des références (si possible dans le secteur culturel, et dans le spectacle vivant en particulier) avec des exemples de réalisations (brochure, affiches, supports print et web) et contacts (téléphoniques) des structures
- une note d'intention précisant les pistes d'évolutions retenues en adéquation avec les spécificités de l'identité visuelle des Scènes du Jura - Scène nationale, sa ligne artistique et son projet.
- une analyse des forces et faiblesses de la communication des Scènes du Jura
- une proposition de devis précisant les montants pour chaque projet réalisé

Pour la seconde phase, il sera demandé aux 3 candidats retenus de fournir

- un projet de visuel de saison déclinable sur la couverture de la brochure et sur l'affiche de saison permettant de voir si le prestataire a bien identifié nos enjeux et traduit notre besoin.
- une maquette des pages suivantes pour la brochure de saison (en reprenant les éléments textes de la brochure 24/25 en annexes) :
 - double page spectacles
 - double page temps forts
 - double page focus
- une déclinaison sur le web de la nouvelle charte graphique pour la page d'accueil

VI. Organisation et méthodologie de travail

Le travail demandé au prestataire sera réalisé en collaboration étroite avec les membres de l'équipe de communication (Secrétaire générale, chargée de communication) et la direction des Scènes du Jura. La

chargée de communication, présente en interne, est garante de la charte graphique et de l'identité visuelle des Scènes du Jura - Scène nationale proposée par l'agence, qu'elle décline pour les différents supports (programmes de salle, affiches, ...).

Tout au long de l'année, une grande réactivité sera attendue de la part de l'agence retenue pour mener à bien la réalisation des supports de communication afférents aux différents besoins institutionnels et opérationnels de la structure.

Le prestataire devra ainsi prévoir des allers-retours avec l'équipe des Scènes du Jura en respectant les contraintes de calendrier et de rendu des projets.

1) Calendrier général et séances de travail

La collaboration avec l'agence retenue commencera dès le **24 février 2025**. L'agence devra se rendre disponible pour travailler sur la première mission qui lui sera confiée : **l'évolution de l'identité visuelle**, avec la conception d'une plateforme de marque (incluant une charte graphique et une charte éditoriale).

2) Calendrier prévisionnel de la brochure et des visuels de la saison 2025/2026

L'agence retenue devra également être disponible et réactive entre **janvier et juin 2025**, pour accompagner l'équipe des Scènes du Jura - Scène nationale dans la réalisation de la brochure de saison (conseil et direction artistique de la brochure) jusqu'au BâT (vers le 2 juin 2025, date à préciser) et pour concevoir le(s) visuel(s) et la campagne du lancement de saison. La brochure devra être imprimée et disponible en juillet. À partir du mois de mars, il conviendra de décliner cette nouvelle identité sur les différents supports de lancement de saison pour l'été en parallèle du travail réalisé sur la maquette de la brochure.

Ce planning prévisionnel est susceptible d'évoluer :

- brief émis par Les Scènes du Jura – Scène nationale : **le 19 décembre 2024**.
- première proposition de l'évolution graphique via le book, la note d'intention l'analyse des forces et des faiblesses et le devis : **le 20 janvier 2025**.
- proposition finalisée et validée par l'équipe des Scènes du Jura : **27 janvier 2025**.

À cette date, les nouveaux contenus pour réalisation des nouvelles maquettes seront donnés au 3 agences restant en liste.

- remise des nouvelles propositions et choix final : **24 février 2025**
- direction artistique de la brochure (conseil et travail iconographique) en lien avec l'équipe des Scènes du Jura : fin février > mars 2025
- premières propositions pour la couverture : 31 mars 2025
- réalisation de la brochure de saison : avril > juin 2025
- nouvelle charte graphique web pour le site Internet : avril > juin 2025
- proposition finale pour la couverture validée par Les Scènes du Jura : 14 avril 2025
- premières propositions pour la campagne du lancement de saison (1 ou plusieurs visuels avec slogans) : 14 avril 2025
- proposition finale pour la campagne du lancement de saison validée par Les Scènes du Jura : 28 avril 2025

ANNEXES

L'ensemble des documents est en téléchargements sur ce lien :

https://drive.google.com/drive/folders/1hRgd_HsdRJGhc2ZMVjssZb3JThpcpd_A?usp=sharing

Logo Les Scènes du Jura + guide utilisation et signification
3 dernières brochures de saison
Cartes postales de saison
Programme de salle
Dépliants Temps Forts *Y mettre du sien !* et *Comme un bol d'air*
Mini doc spectacles à voir en famille
Dossiers à destination des scolaires (1^{er} & 2nd degré et dossiers pédagogiques spectacles)
Affiches de saison (lancements de saison et visuels de saison, formats A3, 80x120)
Affiches Sucettes (spectacles, lancements saison, thématiques spécifiques (transports, vœux ...))
Affiches spectacles
Affiches thématiques (Bistro d'à côté, Billet suspendu...)
Affiches mensuelles
Affiches menu pour le Bistro d'à côté les soirs de spectacles
Flyers spectacles et opérations spécifiques (ateliers, rencontres...) : version Etract et tract x 4 pour impression interne
Insertions pub régulières Journal Pays Dolois et Pays de Lons et Numéro 39
Kakémonos (plusieurs formats), mobiliers (comptoir, stand parapluie & roll-up)
Bâche & banderoles spectacles en territoire
Invitations club des mécènes, partenaires institutionnels
Communiqués, invitations & dossiers de presse
Teasers des 3 dernières saisons
Bandeaux de saison (pour couverture Facebook)
Pages réseaux et site Internet
Newsletter (fichier HTML envoyé depuis le logiciel de billetterie SIRIUS créé avec des images hébergées sur la banque de notre site Web)
Mailings spectateurs spécifiques

Vos contacts pour plus d'informations et l'envoi du dossier de candidature :

Stéphanie Ledjam, secrétaire générale : stephanieledjam@scenesdujura.com

Laura Angonnet, chargée de communication : communication@scenesdujura.com

Les Scènes du Jura – Scène nationale

Direction Cédric Fassenet

4 rue Jean Jaurès

39000 Lons-le-Saunier

SIRET : 413 401 373 000 19 / Code APE : 9001 Z

Licence d'entrepreneur du spectacle : L.D.19.405