APPEL D'OFFRE

**NOUVELLE IDENTITÉ
VISUELLE**

CENTQUATRE-PARIS

Sommaire

1. Le CENTQUATRE-PARIS

2. Contexte

Les publics

Les territoires du CENTQUATRE

Chiffres-clés

3. Nouvelle direction, nouveau projet

4. Communication et visibilité

5. Commande

Equipe et interlocuteurs

Objectifs

Supports livrables

Procédure et calendrier

1. Le CENTQUATRE-PARIS

Le CENTQUATRE-PARIS est un établissement artistique de la Ville de Paris, situé dans le 19^e arrondissement, créé en 2008, dirigé par José-Manuel Gonçalves de 2010 à 2025 et par Valérie Senghor à partir d'octobre 2025.

Pensé comme un abri des esthétiques artistiques et culturelles, c'est un **lieu de résidences, de création et de production pour les artistes du monde entier**. Il donne accès à l'ensemble des arts actuels par une **programmation résolument populaire et contemporaine**.

Comme **une ville au cœur de la ville**, le CENTQUATRE est également un lieu de vie dans lequel différents usages quotidiens pour les publics coexistent en fonction des espaces :

- **Espaces libres à disposition de pratiques artistiques**,
- **Commerces** de bouche : restaurants, camion à pizza et marché bio,
- **Boutiques** : librairies, Emmaüs, éditeur d'arts graphiques,
- **Espace dédié à la petite enfance** : Maison des Petits - lieu d'accueil parents-enfants,
- **Espace dédié aux pratiques amateurs** (Le Cinq).

Pour les entreprises qui intègrent **son incubateur 104factory**, il constitue un territoire d'expérimentation, à la croisée de l'art et de l'innovation. Avec une approche d'urbanisme, son **équipe d'ingénierie culturelle 104ingénierie** livre une expertise unique pour des projets à travers le monde.

Bâtiment industriel datant de 1874 avec une surface totale de 39 000 m², il dispose de deux salles principales de spectacles, d'une nef modulable et d'ateliers de répétitions et d'exposition, permettant l'accueil d'événements culturels et artistiques : spectacles de création contemporaine française et internationale (théâtre, danse, performance, cirque), concerts et festivals, expositions, ateliers, rencontres, événements commerciaux.

Ancré dans le nord-est parisien, le CENTQUATRE développe une **action culturelle territoriale** avec de nombreux partenaires (associations, centres sociaux, établissements scolaires et universités, acteurs locaux et porteurs d'initiatives) dans une logique d'hospitalité et d'échanges par la culture.

Grâce à son activité de diffusion et de production artistique, ainsi qu'aux différentes missions menées par le pôle Ingénierie culturelle, **il rayonne à l'échelle nationale et internationale**.

2. Présentation et contexte

Les publics

Le CENTQUATRE s'adresse aussi bien à des publics avec des codes culturels acquis qu'aux personnes qui fréquentent peu ou pas les établissements culturels.

Cible 1 : les publics, dans toute leur diversité

- Publics fidèles ou occasionnels, spectacles, concerts, expositions
- Visiteurs et visiteuses libres
- Praticquants et pratiquantes
- Familles : activités pédagogiques, ateliers et spectacles, Maison des Petits
- Jeunes
- Habitants et habitantes proches (18^e, 19^e arr., Pantin, Aubervilliers)
- Professionnels et professionnelles de la culture

Cible 2 : relais et institutions

- Partenaires des relations avec les publics scolaires, périscolaires, universitaires et écoles supérieures, champ associatif, social et socio-médical
- Journalistes, médias et influenceurs
- Partenaires institutionnels : Services culturels de la Ville de Paris et des villes limitrophes, services de partenaires institutionnels (élus, région, ministères) ou directions de lieux culturels franciliens
- Publics des salons et événements extérieurs

Cible 3 : les professionnels et entreprises (B to B)

- Artistes : programmation, espaces de résidence ou de répétition
- Programmateurs artistiques
- Partenaires de l'ingénierie culturelle 104ingénierie
- Partenaires de l'incubateur 104factory : jeunes entreprises culturelles et créatives
- Entreprises, partenaires financiers et mécènes

Les territoires du CENTQUATRE

- **Paris** : très forte attractivité et concurrence
- Le **19^e arrondissement** : maillage culturel fort, population hétérogène
- Le **Grand Paris** : sur le chemin direct de l'entrée dans Paris du plus grand bassin de population, la Seine-Saint-Denis
- Un **rayonnement national**
- Une activité à l'**international**, notamment via la production/diffusion artistique et l'ingénierie culturelle

Chiffres-clés

Année 2024

500 000 visiteurs

336 événements et activités

dont 92 spectacles

4 expositions

28 créations

213 résidences

Budget 17 935 000€

dont 51% de ressources propres

Relations avec les publics

11 000 billets groupes associatifs et scolaires

dont 70% pour les spectacles et 30% sur les expositions

85 projets artistiques menés avec les publics

1 092 heures d'ateliers et de rencontres in situ et hors situ

300 partenaires du territoire (Nord Est Parisien et Seine-Saint-Denis)

Commercialisation et mécénat

7 parrains ou mécènes

31 événements

Communication

1 245 retombées presse

157 000 fans Facebook

115 000 followers Instagram (+15 000 en 1 an)

104factory

20 structures accompagnées (entreprises ou associations),

dont plus de la moitié sont co-fondées par des femmes

104ontheroad

19 spectacles

157 représentations dans 80 lieux en France et à l'étranger

5 projets arts visuels

240 jours d'exposition

104ingénierie

15 projets terminés, 25 projets en cours, pour 20 commanditaires, dans 7 pays

72 délégations internationales accueillies

3. Nouvelle direction, nouveau projet

Valérie Senghor prend ses fonctions de directrice générale à partir d'octobre 2025. La saison culturelle 2025-2026 a été programmée par le précédent directeur et la première saison culturelle imaginée par Valérie Senghor sera annoncée sur le site internet en juin 2026, pour un déploiement effectif à partir de septembre 2026.

Afin d'accompagner et de refléter ce changement de direction, le CENTQUATRE souhaite redéfinir son identité visuelle et renouveler l'ensemble de sa charte graphique. Cette dynamique d'évolution s'inscrit dans une volonté de changement, mais ne présuppose pas de rupture radicale, le nouveau projet s'inscrivant dans une forme de continuité avec les valeurs portées par le lieu depuis 15 ans.

Projet d'établissement de Valérie Senghor : *Faire corps, faire monde*

Le projet *Faire corps, faire monde* entend s'appuyer sur la pertinence du modèle du CENTQUATRE, pour le porter plus loin et l'actualiser, à l'aune des **nouveaux enjeux politiques, climatiques et sociétaux** qui traversent la société et le monde.

La direction artistique du lieu sera menée en étroite dialogue avec une **communauté d'artistes, de penseurs et de chercheurs complices**.

Faire corps, faire monde porte une **vision optimiste et combative de l'art et de la culture** comme **forces de transformation et d'émancipation individuelle et collective**, de **résorption des inégalités**, comme facteurs de **mise en valeur de la diversité au sein d'une communauté humaine**, et de **cohésion sociale et territoriale**.

Ce projet défend une **approche holistique de l'art** et le **décloisonnement des disciplines**. Il revendique le **rapprochement indispensable et fructueux de l'art et de la culture avec la société et les sciences**, pour s'outiller, émotionnellement et intellectuellement, face à la complexité du monde.

Faire corps, faire monde **affirme la place du corps, de la pratique corporelle et manuelle, le lien entre art, culture et bien-être, santé physique et mentale**. Il prend en compte **l'acceptation des vulnérabilités et le soin porté à soi, aux autres, au vivant**.

Faire corps, faire monde porte l'ambition de s'adresser à un « **public** » **actif et participant**, et pas seulement récepteur et spectateur. Ce projet mise sur la force d'**hospitalité** et la capacité d'**innovation** du lieu pour développer de nouvelles alliances partenariales, à l'échelle locale, nationale et internationale et continuer d'asseoir le CENTQUATRE comme un **acteur clé de l'écosystème de la création contemporaine**.

4. Communication et visibilité

Activité print actuelle :

- 4 programmes trimestriels de 12 pages imprimés à 13 000 exemplaires
un aperçu de saison de 8 pages imprimé à 15 000 exemplaires
- + 4 programmes additionnels temps forts festivaliers
- Affiches de saison, des temps forts festivaliers et des expositions
40 x 60 cm + grands formats : Colonnes Morris, Métro, MUPI
- Cartes postales 10 x 15 cm : temps forts festivaliers et expositions
- Expositions : document d'accompagnement à la visite
- Vie du lieu : document présentant l'activité générale du lieu

La stratégie de communication print sera adaptée au regard des nouvelles lignes et rythmes de programmation de la saison 2026/2027.

Signalétique :

- Informatrice et directionnelle (accueil, plan, billetterie, commerces, toilettes...)
- Programmation : bâches, cimaises, totems, kakémonos...
- Expositions : « habillage » du bâtiment sous la Halle Aubervilliers, cimaises de présentation, stickers plan, lettres découpées entrée de salles, cartels d'œuvres...

Activité numérique :

- 50 000 visiteurs actifs du site internet par mois ; 2,4 millions par an
- Newsletters hebdomadaires et mensuelles envoyées à 120 000 destinataires
- Plus de 275 000 abonnés cumulés sur les réseaux sociaux
(Facebook, Instagram, TikTok et LinkedIn)

Presse :

- 105 insertions presse publicitaires print et web par saison
- Plus de 1 200 retombés presse par saison

5. Commande

Equipe et interlocuteurs

Le service communication est constitué d'une directrice de la communication et organisé en trois pôles : numérique, presse et print, avec l'appui d'une graphiste en interne.

Contacts :

Directrice de la communication : Flore Bonafé / f.bonafe@104.fr

Responsable communication print : Julie Marailac / j.marailac@104.fr

Objectifs

À travers une nouvelle identité visuelle et charte graphique, le prestataire devra :

- **Signifier le changement de direction**
- **Incarner les valeurs du nouveau projet**
- **Véhiculer l'image d'un lieu accueillant, ouvert à toutes et tous**
- **Permettre l'identification immédiate du CENTQUATRE-PARIS**
- **Signifier sa singularité et sa spécificité dans le paysage culturel parisien**
- **Donner une vision globale de l'esprit du projet tout en laissant transparaître la multiplicité de ses activités**
- **Privilégier la lisibilité et la compréhension auprès de tous les publics, initiés ou non**
- **Proposer une identité qui se déploie aussi bien sur le print que sur les outils numériques**
- **Tenir compte des enjeux d'éco-responsabilité (type de papier, format, encres envisagées)**
- **Respecter le cadre budgétaire préétabli**

Le CENTQUATRE réalise un nouveau site internet pour le lancement de saison 2026/2027, les deux chantiers de réflexion et développement sont pensés simultanément et devront être menés de front lors de la première année de collaboration.

L'identité visuelle proposée sera entièrement déclinée en interne par la graphiste du CENTQUATRE, à partir des gabarits fournis, notamment sur les supports suivants :

COMMUNICATION B TO C

- Brochure de saison
- Affiches 40 x 60 cm, grands formats (Métro, MUPI, Colonnes Morris)
- Programmes additionnels : flyers, dépliants
- Signalétique pérenne et directionnelle
- Signalétique d'exposition
- Web : site internet, newsletters, réseaux sociaux...

COMMUNICATION B TO B

- Plaquettes institutionnelles : mécénat, commercialisation, 104factory, 104ingénierie, 104ontheroad...
- Professionnels : dossiers de presse et de production, insertions publicitaires (presse écrite et numérique)
- Objets promotionnels

Supports livrables

Il est attendu une identité visuelle comprenant :

- **La création originale d'un logotype :**

Le logo devra comprendre une version institutionnelle complète, ainsi qu'une version plus légère, afin de s'adapter aux différents supports. Il pourrait également y avoir une version numérique animée.

Le CENTQUATRE souhaite conserver un «logo-titre», c'est-à-dire un logo avec les éléments suivants : «CENTQUATRE» écrit en toutes lettres et «#104» en chiffre, suivi de «PARIS».

- **Une charte graphique incluant :**

Les typographies, le choix des couleurs et leurs règles d'utilisation, leurs compositions, les positionnements et conseils d'usage, notamment au moyen d'un Brand Book, ainsi que ses déclinaisons sur les supports print suivants :

- Déclinaison du logotype en version couleur et noir et blanc
- Création originale d'une maquette pour une brochure annuelle
- Création originale d'une maquette pour un document trimestriel
- Création originale d'une maquette pour une affiche de format 40x60 cm
- Création originale d'une maquette pour une plaquette institutionnelle
- Création originale d'une maquette pour une signalétique directionnelle (accueil, billetteries, toilettes...)

- Une proposition de **légère évolution chaque année** de cette charte graphique, de façon à pouvoir signifier au public une nouvelle saison.

- **Des livrables web :**

- Site Web : logotype, typographies, palette de couleurs, ainsi que deux ou trois éventuelles pistes ou partis-pris graphiques
- Newsletter : un gabarit simplifié pour un mailing à destination du public
- Réseaux sociaux : faire une proposition de logo qui rentre dans un rond ou un carré, prévoir éventuellement son animation (gif, story, réels ou teaser vidéo) et ses déclinaisons.

Procédure et calendrier

ETAPE 1 : Sélection sur dossier

Lancement : mercredi 1^{er} octobre 2025

Limite de dépôt des candidatures : **vendredi 24 octobre 2025**

Annonce des 3 ou 4 candidats retenus : **jeudi 30 octobre 2025**

Eléments attendus :

Une présentation de l'agence, de sa méthodologie de travail

Un portfolio comprenant divers travaux réalisés et des références

Une note synthétique sur la candidature pour le CENTQUATRE

(2000 signes maximum, espaces compris)

Candidatures à envoyer à :

Flore Bonafé, Directrice de la communication / f.bonafe@104.fr

OBJET : Renouvellement identité graphique CENTQUATRE-PARIS

ETAPE 2 : Propositions graphiques de 3 ou 4 agences graphiques pré-sélectionnées

Une rencontre avec chaque agence pré-sélectionnée sera organisée avec la direction générale du CENTQUATRE. Elle permettra de présenter le projet d'établissement et de préciser les attentes graphiques. Une visite de l'établissement et des résidences de travail in situ pourront être envisagées.

Commande rémunérée :

1. Réflexion globale sur l'image du CENTQUATRE et ses outils de communication existants
2. Création graphique et supports : proposition de pistes graphiques (logo, typographies, palette couleurs, composition) et de leurs adaptations (proposition d'affiche 40x60 et premières réflexions sur les éléments print : brochure, journal...).
3. Estimation budgétaire
4. Equipes impliquées et disponibilités

Le travail de recherche et d'élaboration de propositions sera rémunéré à hauteur de 2000€ TTC pour les agences non retenues.

Calendrier

Réception des projets pré-sélectionnés : **jeudi 27 novembre 2025**

Présentation orale des projets à la direction générale et à l'équipe communication :
lundi 1^{er} et mardi 2 décembre 2025

Annonce de la candidature retenue : vendredi 5 décembre 2025

ETAPE 3 : Réception charte graphique et gabarits

Réception charte graphique (en 2 étapes) : modalités et calendrier communiqués ultérieurement.