

# CRÉATION DE L'IDENTITÉ VISUELLE 2021

## CONTACTS

Paul Langeois - Directeur // Claire Lesaulnier - Co-directrice  
Joanne Gautier - Responsable communication // Simon Martin - Chargé de communication digitale

Pour postuler : [recrutement@festivalbeauregard.com](mailto:recrutement@festivalbeauregard.com)

FESTIVAL BEAUREGARD

1.2.3.4 juillet 2021 - normandie

## SOMMAIRE

### ***I - Présentation du festival***

À PROPOS

PUBLICS & CHIFFRES

### ***II - Recherche du visuel 2021***

DIRECTION ARTISTIQUE

ÉLÉMENTS DU VISUEL

### ***III - Rendu des projets***

CONDITIONS

ÉCHÉANCIER

### ***IV - Annexe***

VISUEL DES ÉDITIONS PRÉCÉDENTES

# I - PRÉSENTATION DU FESTIVAL

## À PROPOS

À l'origine du projet de création du festival Beauregard en 2009, il y a l'attente du public de l'agglomération caennaise et plus largement de la région normande d'un festival de musiques actuelles en plein air. Beauregard occupe en outre une position stratégique aux portes de Caen, à quelques kilomètres de la mer qui plus est, à la croisée de villes comme Cherbourg, Rouen, Rennes, Le Mans, Deauville, Granville, Le Havre... villes qui n'accueillaient pas de festivals

### Il y a aussi un site exceptionnel : le château de Beauregard

Le festival est ainsi implanté dans le parc de plus de 33 hectares du château du XIX<sup>e</sup> à l'architecture ciselée. Arbres centenaires et sculptures rupestres en définissent les contours. Tout ici respire l'harmonie dans un esprit bucolique et historique.

### Une évolution rapide

Le Festival Beauregard s'est d'abord déroulé sur 2 jours puis, à partir de la 3<sup>ème</sup> édition, sur 3 jours passant de 20 000 festivaliers en 2009 à 54 000 en 2013. En 2014, le Festival a décidé de proposer une 4<sup>ème</sup> journée, un Day Before avec une seule tête d'affiche accompagnée de 2 premières parties, pour attirer un nouveau public - en 2014 : Stromae, en 2015 : Scorpions, en 2016 : Les Insus. En 2018, ce fut non pas un Before mais un Day After avec la présence exceptionnelle de Depeche Mode.

### Une nouvelle formule efficace

En 2019, nous avons décidé d'installer définitivement le Festival sur 4 jours, avec non plus une tête d'affiche et une seule scène, mais un vrai 4<sup>ème</sup> jour en faisant du Jeudi une journée normale : 2 scènes, 8 groupes. Cette nouvelle formule a été une réussite puisque 26 000 festivaliers étaient présents le jeudi 4 juillet. Comme en 2018, le festival a réuni en 2019, 108 000 festivaliers. Un record et une réussite égalés à tous les niveaux : accueil du public, des artistes, reconnaissance médiatique et des productions nationales. En 2020, suite au succès de 2019, le but était de prérenniser cette formule de 4 jours complets.

## PUBLICS & CHIFFRES

### Beauregard et ses publics

Le festival Beauregard a la chance de séduire un public multiple : enfants, jeunes, familles, retraités s'y côtoient. Il n'est pas rare de voir 3 ou 4 générations d'une même famille s'y rendre ensemble, chacun découvrant les artistes que les autres écoutent et sont venus voir.

### Beauregard en chiffres (données 2019)

- 4 jours
- 108 000 personnes
- 38 groupes / artistes
- 2 scènes
- 150 entreprises partenaires
- 200 journalistes accrédités
- Plus de 300 groupes ou artistes ont désormais foulé les terres normandes du parc de Beauregard

BEAU  
REGARD

## II - RECHERCHE DU VISUEL 2021

### DIRECTION ARTISTIQUE

Beaugard a su devenir une marque forte, reconnue et identifiée au fil des années. Nous recherchons donc un visuel novateur, actuel et original que le public doit pouvoir identifier et s'approprier.

Tous les styles et esthétiques sont acceptés. À noter que le but n'est pas de reprendre les choix graphiques des éditions précédentes mais bien de nous proposer une nouvelle identité graphique en laissant libre cours à votre créativité et votre audace.

Le visuel 2021 devra valoriser l'identité du Festival et les valeurs qu'il représente. Facilement reconnaissable pour le public (majoritairement composé de fidèles assistant au Festival depuis plusieurs années, le public est très attaché au festival et à son identité graphique), le visuel devra proposer un concept percutant et susceptible de séduire tous types de public.

Le visuel du Festival est décliné sur de nombreux supports de communication (papier, web...) mais aussi sur le merchandising (tee-shirt, tote bags, cartes postales, stickers...) et la signalétique : il devra donc proposer un univers graphique complet et adaptable sur tous types de supports de communication.

### ÉLÉMENTS DU VISUEL

L'affiche du festival devra nécessairement comporter les éléments suivants :

#### 1- Le bloc marque

**BEAU**  
**RE** 2.3.4.5 juillet 2021  
**GA** château de beaugard  
**RD** hérouville saint-clair  
normandie

Si nous souhaitons changer d'identité visuelle, nous aimerions néanmoins pouvoir conserver le bloc marque. En effet, cet élément graphique représente la «marque» Beaugard et doit pouvoir être intégré au visuel de l'affiche mais également fonctionner pour lui-même en tant que logo.

Il doit comprendre les dates de l'édition 2021 : 1.2.3.4 juillet 2021 ainsi que la localisation de l'évènement : château de Beaugard / Hérouville saint-clair / normandie.

BEAU  
BEAUGARD

## II - RECHERCHE DU VISUEL 2021

### ÉLÉMENTS DU VISUEL

#### 2- Le macaron approved by John ou la mention de John



John fait partie intégrante de l'univers du festival. Il prend la parole directement ou indirectement et veille sur les festivaliers. Le visuel de l'affiche doit pouvoir intégrer ce macaron (logo intemporel du festival depuis 2009) ou faire référence à John d'une manière ou d'une autre.

#### 3 - La programmation

Le visuel doit pouvoir comporter entre 35 et 45 noms et la typo doit être percutante et lisible sur petit et grand formats.

Tous les artistes doivent pouvoir figurer dans la même taille de police.

#### 4 - Site internet et mentions billetterie

le site : [www.festivalbeauregard.com](http://www.festivalbeauregard.com)

les réseaux sociaux du festival : facebook / twitter / instagram

doivent toujours être mis en avant sur l'affiche

#### 5 - Les logos partenaires

2 logos des partenaires principaux en haut de l'affiche (Claim Crédit Mutuel «Le Crédit Mutuel donne le La» + Logo France Inter)

Entre 20 et 30 logos partenaires en bas de l'affiche (sur 2 lignes maximum)

## III - RENDU DES PROJETS

### CONDITIONS

#### Conception de l'identité & des éléments graphiques

Le créatif retenu devra réaliser le visuel de l'affiche 2021 ainsi que les éléments graphiques associés qui devront être déclinables sur tous les supports.

**Le Festival Beauregard assurera en interne la réalisation des diverses déclinaisons/merchandising/signalétique.**

#### Limite des droits

En cas d'utilisation d'une image existante, le créatif s'engage à avoir obtenu au préalable les droits sur cette image.

L'acceptation de ces conditions implique, pour le créatif, l'abandon des droits de cette image au profit du festival Beauregard.

Les partenaires du festival Beauregard pourront utiliser le visuel de la campagne pour des opérations de communication liées à l'événement.

#### Conditions financières

Pour l'ensemble de ce travail (création du visuel de l'affiche, des éléments graphiques & tous droits concédés), le créatif retenu percevra une somme totale de **5000 euros H.T**

Il est entendu que le créatif devra remettre au festival Beauregard des documents d'exécution finalisés pour chaque projet de création validé.

### ÉCHÉANCIER

#### RENDU DES PROJETS : LUNDI 17 AOÛT 2020

\*Nous vous remercions de bien vouloir respecter les délais d'envoi des projets et la liste des éléments à fournir.

#### Éléments à fournir

- Visuel 40x60 + 120x176 + 320x240
- Quelques pistes concernant les éléments graphiques adaptables sur tous les supports (encarts presse, merchandising...)

Merci d'envoyer vos projets par mail uniquement à l'adresse suivante :  
**recrutement@festivalbeauregard.com**



**IV - ANNEXE**  
*Visuels des éditions précédentes*



2009



2010



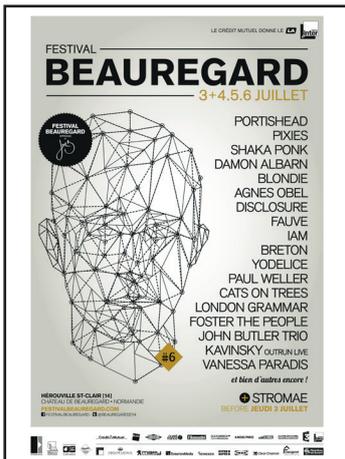
2011



2012



2013



2014



2015



2016



2017



2018



2019



2020