



sommaire

1. cahier des charges

- 1.1 analyse du client
- 1.2 identité existante
- 1.3 problématiques
- 1.4 solutions

2. note d'intention

- 2.1 concept
- 2.2 direction artistique
- 2.3 choix des éléments de communication

3. recherche artistique

- 3.1 veille graphique
- 3.2 recherche logotype
- 3.3 concrétisation
- 3.4 version finale

4. charte graphique

- 4.1 identité graphique
- 4.2 typographie
- 4.3 harmonie colorée
- 4.4 mockup

1. cahier des charges

1.1 analyse de la mapraa

Qui sont-ils ?

La **mapraa**, Maison des Arts Plastiques et Visuels Auvergne Rhône-Alpes est une association située à Lyon, qui a été créée en 1983. Elle est animée par un personnel principalement bénévole mais comprend tout de même 5 salariés. La mapraa est subventionnée par le Conseil Régional d'Auvergne Rhône-Alpes, la ville de Lyon, le Ministère de la Culture et l'Auvergne Rhône-Alpes. Toutefois, la principale ressource de la Maison des Arts Plastiques provient de l'autofinancement.

Pour ce qui est de ses actions dans le domaine artistique, la mapraa regroupe deux secteurs d'activité distincts. Le premier porte sur **l'information sur la condition de l'artiste et l'évolution de son œuvre**. La mapraa aide les artistes à se lancer dans ce milieu en leur apportant tous les renseignements nécessaires pour mettre en place leur statut d'artiste, pour se créer une réputation et développer leur activité. Le second porte sur la **gestion d'un centre d'information sur les arts plastiques et visuels en Auvergne Rhône-Alpes** afin d'informer le public sur les différents événements / projets artistiques. Ainsi, son objectif premier n'est pas d'exposer ou de créer des galeries d'art, mais bien avant tout d'informer. La mapraa reçoit depuis 36 ans des créateurs du monde entier.

Elle compte aujourd'hui un millier d'adhérents en Auvergne Rhône-Alpes. La mapraa est à présent une référence en France et dans toute l'Europe pour ses services dans les Arts Plastiques.

1.1 analyse de la mapraa

Que font-ils ?

Ils programment des **expositions temporaires individuelles** dans leur locaux pour mettre en avant des artistes qui n'ont encore pas ou peu montré leur travail dans des lieux identifiés.

Il y a 6 expositions simultanées dans 2 espaces différents (rez-de chaussée et premier niveau) avec **12 artistes** exposant **chaque année**.

Cela permet de faire émerger des artistes inconnus, plus de 400 artistes ont déjà été mis en avant depuis la création de la mapraa. Ils informent également les artistes sur les arts visuels en Auvergne Rhône-Alpes.

Ils gèrent le centre d'information sur différents points : **documentation, édition, expositions, organisation**.

Quelles sont leurs cibles ?

Le but principal de la mapraa est d'aider les jeunes artistes à pouvoir exposer facilement.

La cible principale va donc être les **jeunes de la région Auvergne Rhône Alpes** qui ont entre **25 et 35 ans** et qui viennent d'obtenir leur diplôme d'art.

La cible secondaire est les **visiteurs qui viennent voir les expositions** de ces jeunes artistes, il faudra donc communiquer à un public plus large qui est intéressé par l'art et qui vient de la région lyonnaise.

1.1 analyse de la mapraa

Ont-ils des concurrents ?

La mapraa a également quelques concurrents qui peuvent être intéressants à étudier pour cette refonte d'identité visuelle. Nous en avons étudié quelques uns, comme Le CNAP, la plateforme FRAP ou encore jeune création.

CNAP - Centre National des Arts Plastiques

Le CNAP ou Centre National des Arts Plastiques est une institution nationale. Son objectif est de **soutenir et de promouvoir la création contemporaine dans tous les domaines des arts visuels** : peinture, sculpture, photographie, installation, vidéos, design, design graphique, etc. Elle **apporte son expertise et son soutien** à l'émergence de nouvelles formes en accompagnant les artistes et professionnels de l'art contemporain.

Nous avons retrouvé quelques points qui pourraient nous intéresser lors de cette refonte. Comme leur annuaire en ligne (www.cnap.fr/guide-annuaire), l'agenda en ligne (www.cnap.fr/agenda) et la page des événements (www.cnap.fr/le-cnap/evenements) , car il s'agit de deux fonctionnalités que l'on retrouve sur le site de la mapraa.

1.1 analyse de la mapraa

Plateforme FRAC

La plateforme FRAC a pour objectif de **constituer une collection, la diffuser auprès de différents publics et inventer des formes de sensibilisation à la création actuelle**. Aujourd'hui, les collections des Frac rassemblent plus de 30 000 œuvres de 5 700 artistes autant français qu'étrangers. Contrairement aux musées ou aux centres d'art, les FRAC ne peuvent être identifiés à un lieu unique d'exposition. Patrimoines essentiellement nomades et outils de diffusion et de pédagogiques originaux, les collections des Frac voyagent en France et à l'international.

Jeune création

Fondée en 1949, Jeune Création est une association d'artistes qui a pour vocation de **promouvoir la création contemporaine** au travers d'un réseau de plasticiens et de trois champs d'action principaux. Aujourd'hui, Jeune Création est un des plus anciens et des plus importants collectifs d'artistes dans le monde. Fidèle à sa mission, Jeune Création perpétue à l'international l'émulation entre artistes, publics, collectionneurs, galeries et institutions publiques ou privées.

Nous avons noté comme points intéressants la navigation de leur site qui est **simple et fonctionnelle**, avec une vidéo qui résume leur histoire. Ils ont également une boutique en ligne qui peut être un bon moyen de soutenir les artistes engagés avec la mapraa par exemple.

<https://jeune-creation.myshopify.com/>

1.1 analyse de la mapraa

Qui sont ses partenaires ?

La mapraa compte de nombreux partenaires que l'on peut retrouver sur la page partenaire de son site internet : <https://plateforme-mapraa.org/partenaires/> tels que **AC//RA** et **La maison des artistes**.

AC//RA est association qui **anime et développe un portail numérique dédié à la diffusion et à la communication de l'actualité de l'art contemporain en Auvergne Rhône-Alpes**. AC//RA porte, à l'échelle régionale et nationale, la scène artistique contemporaine du territoire, tout en contribuant à son dynamisme et à son rayonnement.

La maison des artistes, quant à elle, **mène des missions d'intérêt général à travers son siège social et son service associatif auprès des artistes dans un esprit de rassemblement, d'entraide et réflexion** pour améliorer les conditions professionnelles des artistes à travers l'information, la défense du statut professionnel, la solidarité et l'accompagnement professionnel.

1.2 identité existante

La mapraa possède différents supports de communication. On y compte un site internet, des plateformes adjacentes (Bloc Notes Numérique, Bloc Notes Web, Annuaire et AàA), des flyers et dépliants et enfin un compte facebook.

Un site internet :

Le site internet de mapraa est un site très **simple visuellement**. Les typographies qui sont utilisées sont Didact Gothic, Montserrat, Open Sans, Helvetica et Arial : pour la plupart ce sont des **typographies systèmes** qui n'ont pas réellement d'identité mais qui permettent un chargement des pages plutôt rapide. La couleur que nous retrouvons le plus sur ce site est le **noir**, ce qui permet de mettre en avant les différents **images des expositions**. Il y a quelques animations aux survols qui rendent le site **dynamique**. Ce site est **responsive**, ce qui permet de pouvoir naviguer dessus autant sur mobile que sur tablette ou ordinateur. Le **référencement** de ce site est plutôt bien : beaucoup de contenu sur les pages, site en https, url du site simple et explicite, liens externes et internes.

Des plateformes (Bloc-Notes Numérique, Bloc-Notes Web, Annuaire, AàA) :

Il existe différentes plateformes disponible en plusieurs langues qui sont en relation avec le site de la mapraa que l'on ne retrouve pas forcément chez les concurrents.

1.2 identité existante

Bloc Notes Numérique :

Le **bloc-Notes Numérique** est un outil permettant aux artistes du monde entier d'inscrire des offres et de pouvoir montrer leur travail en France et dans le monde entier.

Cette plateforme, visuellement structurée en 3 colonnes et en un menu avec des sous parties semble présenter un **site complexe et avec beaucoup de contenu**. Les typographies utilisées sont Arial et Times New Roman : deux typographies systèmes qui n'ont pas réellement d'identité mais qui permettent un chargement des pages rapide. Les couleurs que nous retrouvons le plus sur ce site sont des **nuances de gris et du rose**, ce qui rend le site coloré et pas très moderne.

Sur cette plateforme il y a beaucoup de textes mais la **hiérarchie de l'information est très mauvaise**, rendant le site difficilement lisible. Ce site est **responsive**, ce qui permet de pouvoir naviguer dessus sur mobile ou sur tablette et ordinateur.

1.2 identité existante

Bloc Notes Web :

Le **Bloc-Notes Web** est un outil permettant aux artistes de la région Auvergne Rhône Alpes de s'informer sur la diversité des manifestations présents dans la région.

Cette plateforme, visuellement structurée en 3 ou 4 colonnes et en un menu avec des sous parties semble présenter un site avec beaucoup de contenu et d'images. La typographie utilisée est News Gothic Std : une typographie qui **n'a pas réellement d'identité**, elle est sans empattement et très lisible. Les couleurs que nous retrouvons le plus sur le site sont le bleu, le orange et le vert : ce qui rend le **site coloré et accueillant**.

Sur cette plateforme il y a beaucoup d'actualités et de photos, les pages sont assez modernes grâce à la qualité des photos et aux diverses animations, cependant l'arborescence du menu est compliquée. Ce site est à peu près **responsive**, ce qui permet de pouvoir naviguer sur mobile ou sur tablette et ordinateur.

1.2 identité existante

Annuaire :

L'**annuaire** est un outil permettant de regrouper l'ensemble des artistes qui ont exposé à la mapraa.

Cette plateforme est visuellement structurée de deux colonnes et d'un menu avec des sous parties. La typographie utilisée est Open Sans : une **typographie système** qui n'a pas réellement d'identité mais qui permet un chargement des pages rapide. La couleur que nous retrouvons le plus sur ce site est **l'orange**, ça apporte du dynamisme.

Sur cette plateforme il y a beaucoup de contenus, les pages sont modernes et hiérarchisées grâce à la **qualité des photos** et à la typographie choisie. Ce site est **responsive**, ce qui permet de pouvoir naviguer dessus sur mobile ou sur tablette et ordinateur.

1.2 identité existante

Artiste à Artiste :

La plateforme **Artiste à Artiste** est un outil permettant un service d'échange d'ateliers entre artistes.

Cette plateforme est constituée de contenu HTML avec très peu de CSS ce qui rend le site **très pauvre visuellement**. Il n'y a **pas de menu** donc tous les liens externes et internes se trouvent dans des blocs textes, c'est donc difficile de naviguer sur le site.

Les typographies utilisées sont Arial et Times New Roman : deux **typographies systèmes** qui n'ont pas réellement d'identité mais qui permettent un chargement des pages rapide. Les couleurs que nous retrouvons le plus sur ce site sont du noir, du gris et du bleu : finalement la **configuration de base d'un site sans CSS** mise à part le fond gris du site internet.

Sur cette plateforme il y a beaucoup de textes mais la **hiérarchie de l'information est très mauvaise**, rendant le site difficilement lisible. Ce site n'est **pas responsive**, ce qui permet une navigation difficile.

1.2 identité existante

Flyers et dépliants papiers :

Le site de la mapraa met en avant ses supports de communications sur leur site internet. Disponible en papier comme en support web, le but d'un support de communication est d'**informer** donc l'information doit être **facilement visible**.

Sur leurs différents supports, le logo du mapraa est le plus souvent présent mais parfois **difficilement identifiable**, la typographie, les couleurs, les mises en page, tout diffère d'un support à l'autre. Aucune charte graphique guide la mise en page d'un dépliant, d'une brochure, d'un guide ou d'un flyer, ce qui rend les supports très différents.

Compte facebook :

Le compte facebook de la mapraa met en avant ses **actualités** grâce à beaucoup de visuels. Facile à identifier grâce à **son logo en photo de profil et sa bannière** expliquant son rôle : le compte facebook de la mapraa est à jour avec des informations validées.

Ce compte possède une **communauté de 2000 abonnés**. Ils essayent d'avoir des **interactions** avec leurs utilisateurs grâce à des participations aux événements ou des vidéos. Malgré cette communauté, les visuels de ce compte restent **incohérents** les uns avec les autres à cause d'un manque de charte graphique.

1.3 problématique

Lors de notre étude, nous avons constaté un grand nombre de problèmes sur les supports de communication de la mapraa. Que cela soit sur leurs flyers, leurs réseaux sociaux, leurs plateformes et surtout leur site internet. Pourquoi ? Nous allons l'expliquer en fonction de chacun des supports de communication.

Un site internet :

Pour commencer, le site internet rencontre un gros problème au niveau de son **architecture**. Il faut souvent faire plus de 3 clics avant d'arriver à la page que l'on souhaite consulter. Le menu compte trop de liens, dont certains que l'on retrouve plusieurs fois. Les pages sont **mal hiérarchisées** et le **contenu est mal regroupé**. De plus, **certain call-to-action ne fonctionnent pas**, ce qui peut être un frein pour l'utilisateur.

D'autres parts, le site internet de la mapraa renvoie à de nombreuses reprises sur d'autres plateformes en ligne, détaillées dans la partie précédente. L'utilisateur arrive sur des **interfaces complètement différentes**, qui n'ont pas le même univers que le site de la mapraa, il est donc très vite perdu.

1.3 problématique

Des plateformes (Bloc-Notes Numérique, Bloc-Notes Web, Annuaire, AàA) :

Comme dit précédemment, le site internet de la mapraa regroupe plusieurs plateformes différentes avec des fonctionnalités différentes. On compte un total de **5 interfaces numériques** avec 5 identités différentes pour une seule communauté qui est celle de la mapraa, c'est beaucoup trop.

D'autres parts, ces plateformes sont mal expliquées aux utilisateurs, on ne comprend pas leur fonctionnement, leur **arborescence est complexe** et leur **ergonomie est aussi compliquée** que le site internet officiel de la mapraa. De plus, certaines de **ces plateformes ne sont pas mises à jour**.

Des flyers et dépliants papiers :

Les supports de communication papier rencontrent également des problèmes au niveau de leur identité visuelle. En effet, lorsque l'on compare chacun d'eux, **aucun ne possède la même identité** et cela peut fortement porter à confusion auprès de l'auditeur.

D'autres parts, le **logo comporte par moment plusieurs déclinaison graphique**, ce qui peut accentuer davantage cette incompréhension.

1.3 problématique

Compte facebook :

La mapraa publie également quelques posts sur leur compte facebook. Cependant, leurs posts ne sont **pas assez réguliers**, le rythme de publication est assez saccadé. Les visuels sont encore une fois non uniformes, **aucune identité graphique** n'est dégagée à travers eux et leur contenu est à revoir.

En effet, depuis le compte facebook de la mapraa, il publie également des informations concernant le Bloc-Notes Web ou le Bloc-Notes Numérique, or à ce jour, ils ne peuvent se permettre de communiquer sur un même compte facebook alors qu'il s'agit de plateformes différentes (et dont les utilisateurs n'ont peut-être pas forcément conscience du lien entre eux).

2. note d'intention

2.1 concept

Notre première solution est avant tout de **revoir l'identité graphique de la mapraa**. Cela permettra d'harmoniser tous les supports de communication entre eux et de lui permettre de se distinguer de ses concurrents. La mapraa est une institution nationale reconnue, et doit donc posséder une identité forte qui soit à la hauteur de ses actions. Pour ce faire, nous allons réaliser une charte graphique complète (choix typographique, couleurs, identité visuelle, choix iconographiques, etc) qui redonnera toute sa splendeur à la Maison des Arts Plastiques et Visuels d'Auvergne et Rhône-Alpes.

Avec cette nouvelle identité, il sera alors plus simple de communiquer auprès de son audience, que ce soit via les réseaux sociaux, les flyers, affiches et dépliants ou via le site internet. Cela permettra à la cible de **pouvoir reconnaître directement les communiqués de la mapraa**.

D'autres parts, l'un des plus gros problèmes majeurs de cette identité reste le **logo**. A ce jour, le logo dispose de nombreuses déclinaisons qui peuvent ainsi causer du tort à cette identité déjà peu établie. Il est donc primordial de revoir le logo et d'en faire une identité propre à la mapraa.

2.1 concept

Dans un second temps, nous aimerions pouvoir **retravailler l'arborescence** du site internet de la mapraa et **homogénéiser toutes les plateformes** qu'il regroupe (tout en y intégrant la nouvelle identité graphique qui sera définie). En effet, notre objectif serait de regrouper toutes ces plateformes en une, en y intégrant une partie connexion, où les adhérents pourront déployer leurs articles ou photographies de leurs œuvres. Nous en profiterons également pour mieux regrouper les contenus entre eux pour ainsi **garantir une bonne expérience utilisateur**.

Dans un troisième temps, nous aurons pour objectif d'**adapter tous les supports de communication avec la nouvelle charte graphique** établie. Puisque les supports de communication auront pour fin d'avoir la même identité graphique, nous allons donc proposer différentes mise en forme pour chacun des supports, que ce soit flyers, dépliants, affiches, cartes de visites, etc.

Dans un quatrième et dernier temps, nous aimerions **revoir la stratégie de communication** de la mapraa. En effet, aujourd'hui, cette dernière communique exclusivement sur **Facebook** et sur aucun autre réseau social. Il serait judicieux que la mapraa communique également sur **Instagram** qui propose des contenus beaucoup plus visuels et une cible beaucoup plus sensible à l'Art en général. Mais également **LinkedIn**, qui lui permettra de se construire un réseau de professionnels et ainsi aider les petits artistes à se faire connaître du grand public. De plus, cela renforcera l'image de la mapraa sur son professionnalisme.

2.2 direction artistique

Au vue de nos précédentes recherches sur la mapraa. Nous avons décidé d'établir un univers graphique permettant de **visualiser en un simple coup d'oeil, les différents services** que propose la mapraa et d'en comprendre les fondamentaux.

Pour cela, nous pensons partir sur une **identité assez colorée** pour évoquer la partie artistique de la mapraa mais en gardant un bon équilibre pour ne pas nuire au travail des artistes. Il n'est pour nous pas envisageable de retoucher les photographies représentant les oeuvres de ces derniers, car l'objectif premier de la fondation est de les mettre en avant et les faire connaître.

Nous aimerions également apporter un peu plus de légèreté et d'homogénéité de la charte graphique grâce à des formes ou à des éléments récurrents pour permettre aux personnes d'**identifier facilement et rapidement** la mapraa.

D'autre part, il ne faut pas omettre que la mapraa est aussi présente pour informer et conseiller. Il faudra donc garder un **univers rassurant** afin de donner confiance aux personnes.

2.3 choix des éléments de communication

Pour cette refonte graphique de la mapraa, un choix a dû être réalisé pour la conception de ses éléments de communication. Comme dit précédemment dans l'analyse, bon nombre d'incohérence graphique ont été relevé sur les **supports de communication print et web**. Toutefois, nous avons dû réfléchir à des ordres de priorité.

Dans un premier temps, nous avons préféré revoir tous les supports de communication print, tels que les **flyers**, les **dépliants**, les **affiches**, les **cartes de visites**, les **goodies** et le **magazine** de la mapraa (Bloc Notes).

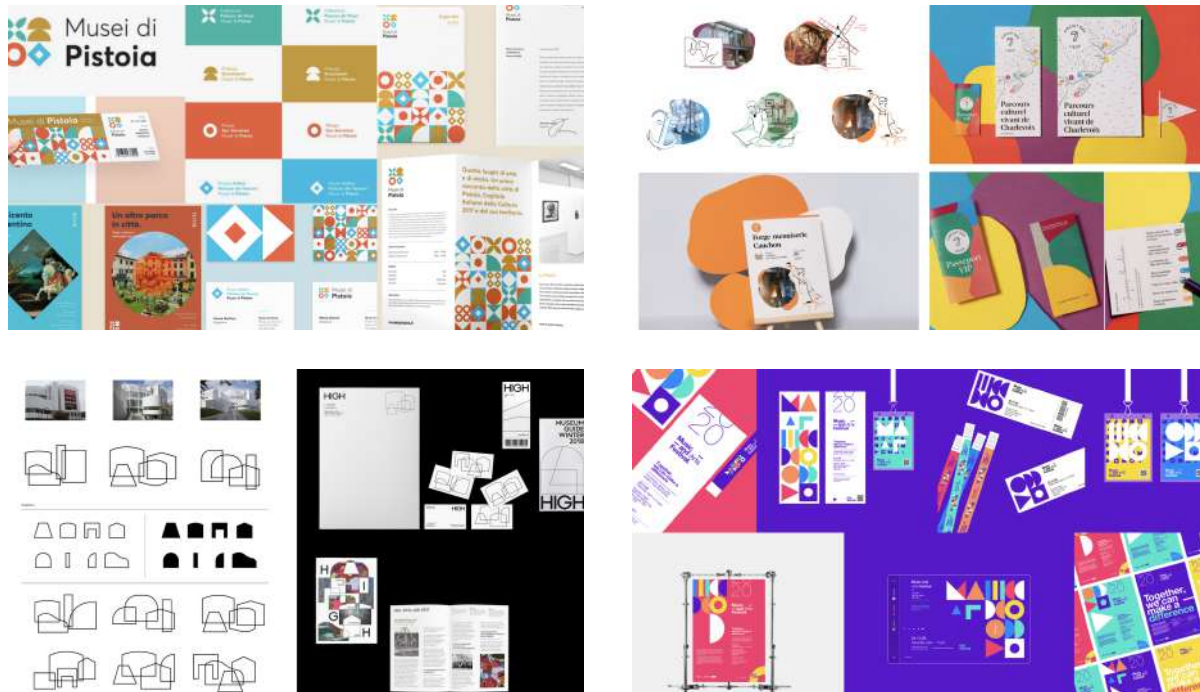
Dans un deuxième temps, nous avons élaboré la **refonte du site internet** de la mapraa. Pour cela, il nous a fallu étudié toutes les arborescences des précédents sites qu'elle regroupait, afin de pouvoir en élaborer une nouvelle. Nous avons fait le choix de tout regrouper en un seul site internet, plus simple, plus ergonomique et avec la nouvelle identité de la mapraa.

Et enfin, dans un troisième temps, nous avons élaboré les **supports de communication pour les réseaux sociaux facebook, instagram et linkedin**.

3. recherche artistique

3.1 veille graphique

Afin de nous aider dans la conception d'une nouvelle identité pour la mapraa, nous avons réalisé une veille graphique sur les différentes tendances qui existent.



3.1 veille graphique

Pour nous imprégner plus facilement des univers, nous avons réalisé les moodboards ci-dessus pour chacune de nos inspirations. On distingue quatre directions différentes :

Sur le moodboard en haut à gauche, il s'agit d'un univers très géométrique mais où chaque forme possède une signification propre.

Sur le moodboard en haut à droite, il s'agit d'un univers pastèle et assez enfantin due aux illustrations. Cela apporte un côté très rassurant à l'identité graphique.

Sur le moodboard en bas à gauche, il s'agit d'un univers tout en noir et blanc mais où le logo représente le bâtiment à l'architecture très prononcée.

Sur le moodboard en bas à droite, il s'agit d'un univers très géométrique sauf qu'à la différence du premier moodboard, les formes sont utilisées pour donner un côté pop à l'identité.

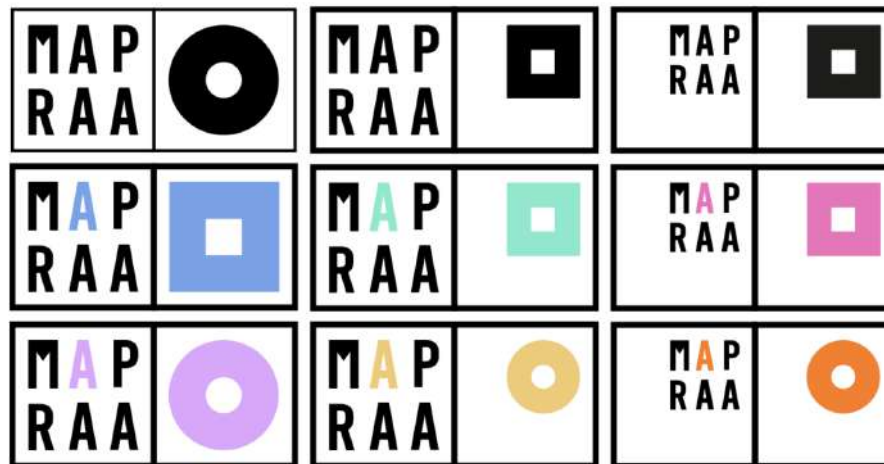
Ainsi, pour la construction de l'identité graphique de la mapraa, nous avons décidé de nous inspirer de ces quatre pistes, car elles mêlent à la fois le côté artistique et le côté rassurant.

3.2 recherche logotype

Après quelques heures de recherche, nous avons distingué quelques pistes. Nous avons vite ciblé les logos qui nous paraissaient intéressants et cohérents avec la demande de la mapraa. Voici quelques exemples de notre recherche :



3.2 recherche logotype



3.2 recherche logotype

Toutefois, les logos ci-dessus nous paraissaient trop agressif et peu lisible. Ils ne correspondaient pas spécialement aux attentes de la mapraa. Nous avons ainsi persisté dans notre recherche jusqu'à ce que l'on trouve enfin une piste qui nous semblait intéressante. Cette identité ci-dessous, illustre la mapraa par des formes géométriques correspondantes aux différents types d'activité qu'elle réalise. Cela correspond parfaitement aux messages que la mapraa essaye de faire passer à sa communauté. Toutefois, nous avons essayé de simplifier davantage afin de rendre le logo plus homogène et moins compacte.



3.3 concrétisation

Nous avons fini par trouver une piste qui commençait à se concrétiser. Nous avons regroupé toutes les différentes activités de la mapraa pour en constituer trois pôles bien distinct : conseils et informations, art et expositions, communauté.



art /
exposition



communauté



informations
/ conseils

3.3 concrétisation

Les formes représentant les différents pôles de la mapraa nous paraissaient être une très bonne idée. Nous avons continué nos recherches afin de concevoir une identité forte et cohérente, qui puisse s'adapter à tous les supports graphiques.



3.4 version finale

Après toute cette phrase de réflexion, nous en sommes arrivés au logo suivant.



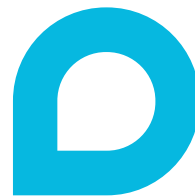
4. charte graphique

4.1 identité visuelle

Comme vous l'avez déjà lu dans la partie précédente, pour construire la nouvelle identité graphique de la mapraa, nous avons réalisé trois formes iconiques pour la représenter. Il y a donc le cercle pour la communication, le carré pour l'art et la bulle pour l'information et les conseils. Ces trois formes composent également le logo pour lui en donner sa force.



**Communauté
Partage**



**Informations
Conseils**



**Art
Expositions**

4.2 typographie

euclid circular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! » # @ £ & ' (§ ! ¢ à) ; , . / = + % \$ *

light
medium
bold

4.3 harmonie colorée



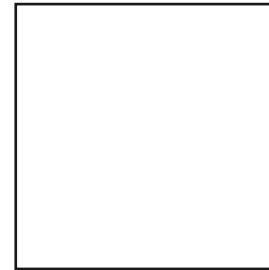
jaune
#daa842



bleu
#06b8e0



rouge
#ea5b38



blanc
#ffffff



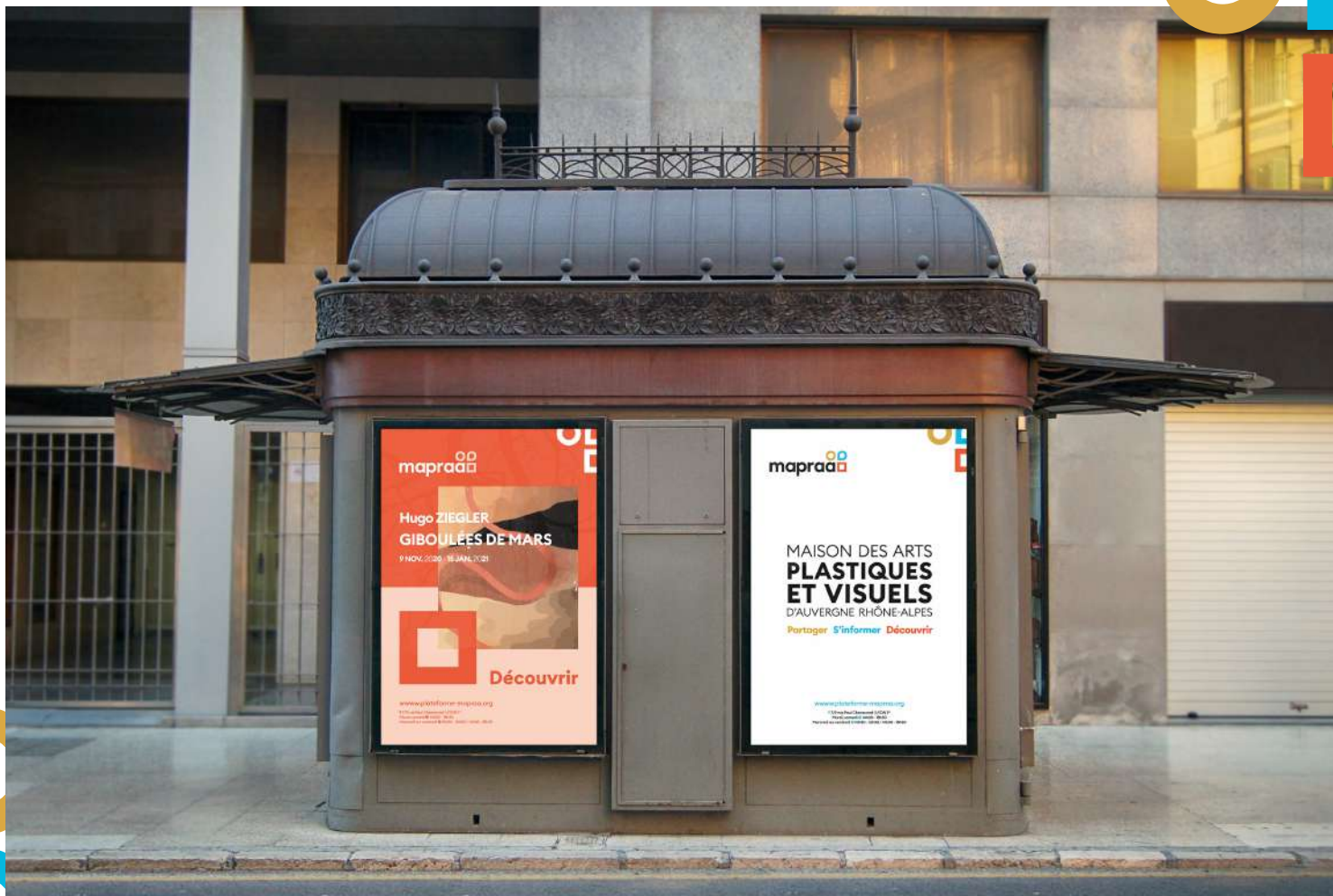
noir
#191919

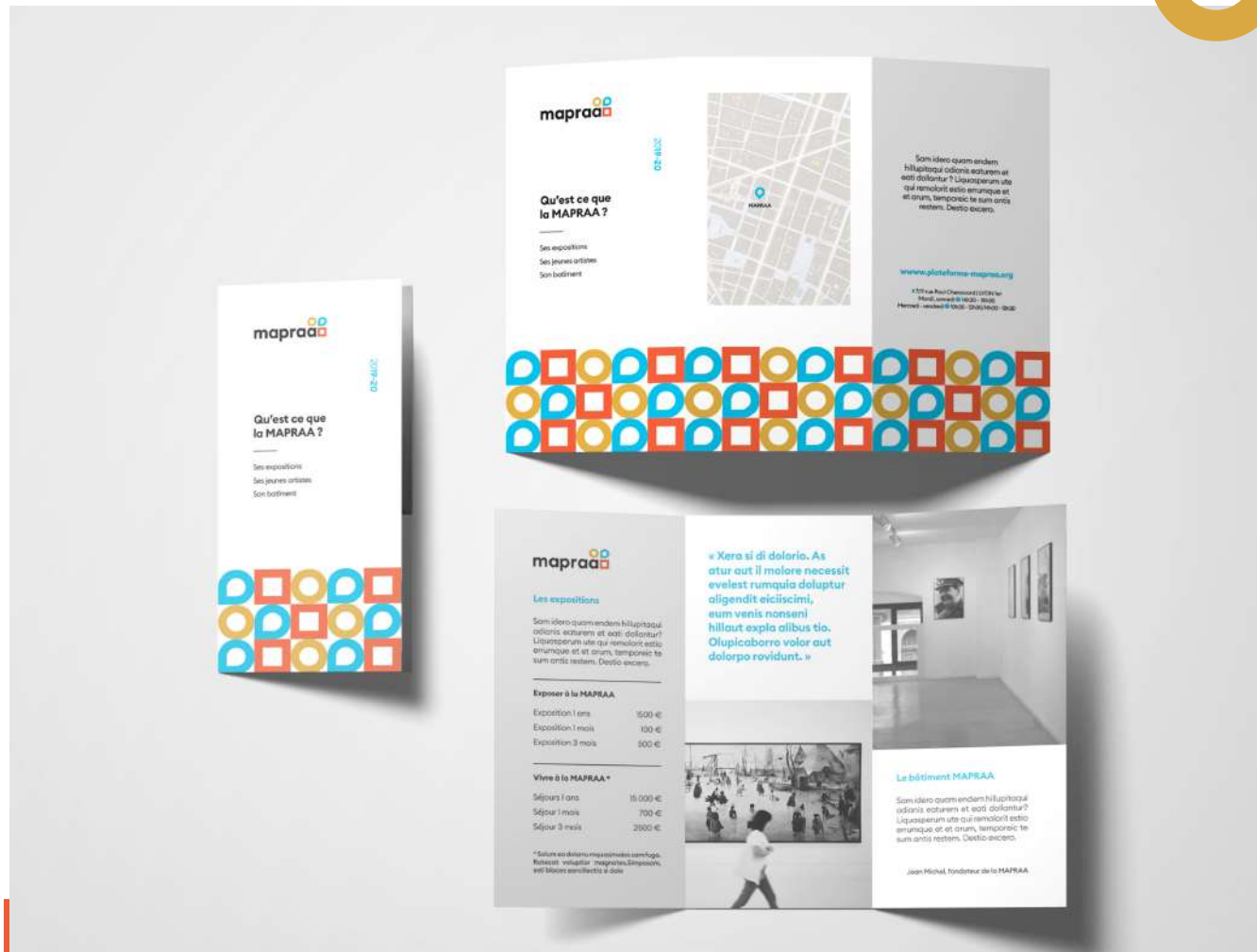
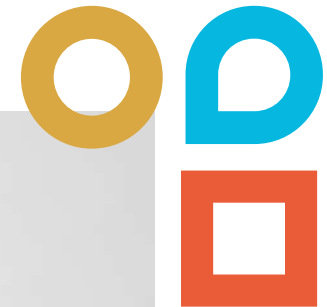
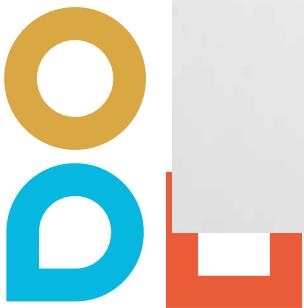
5. mockup

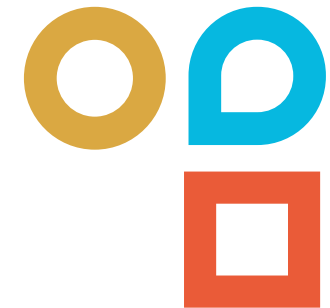
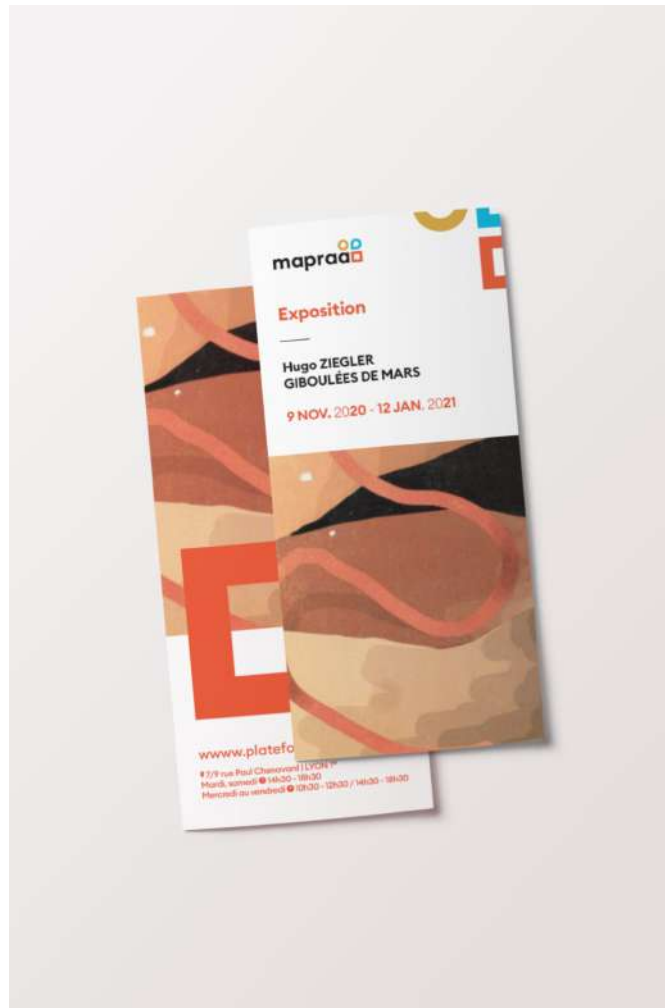
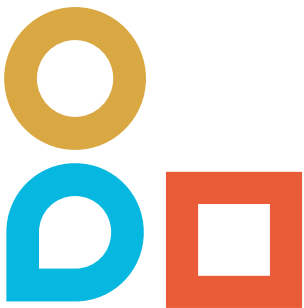








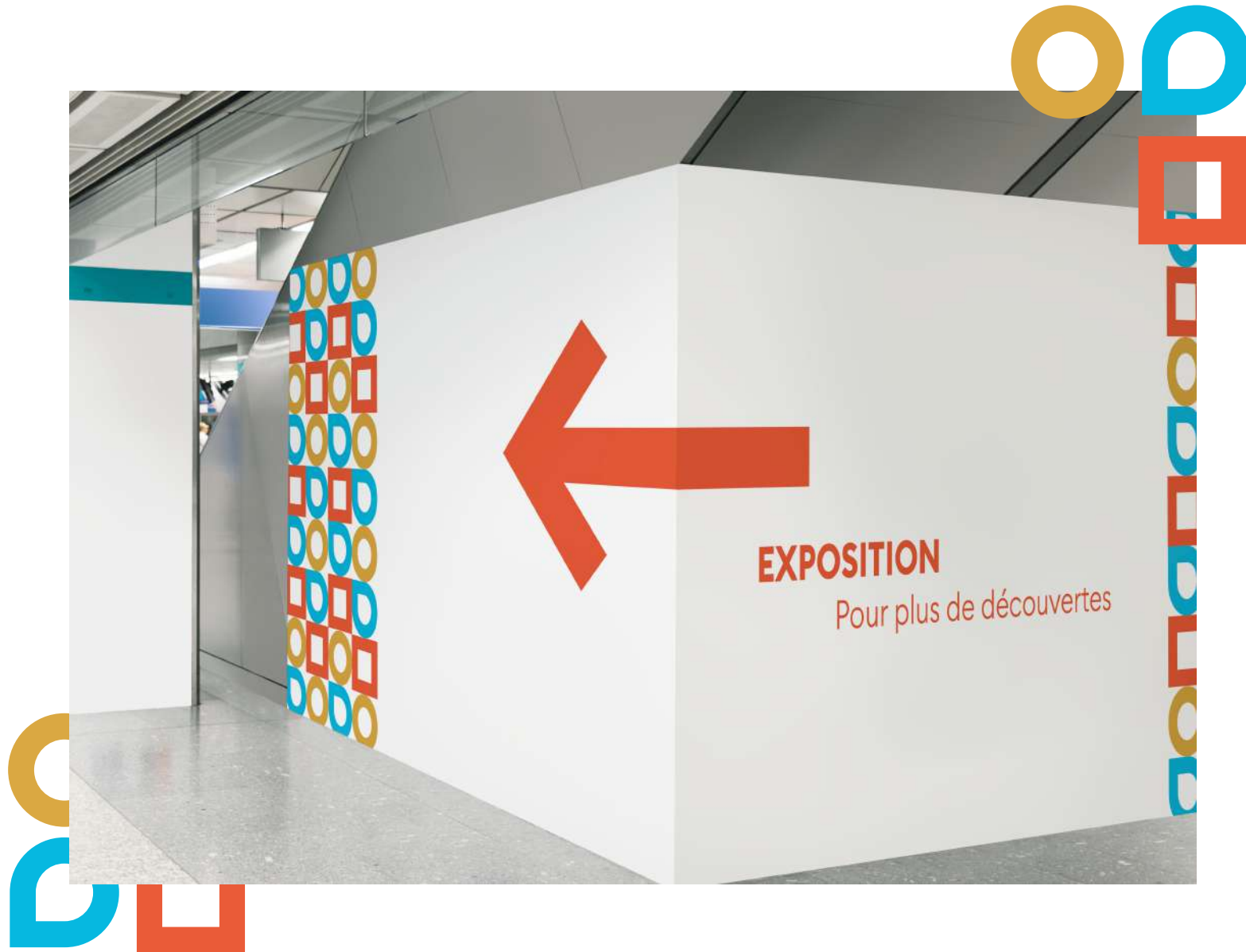




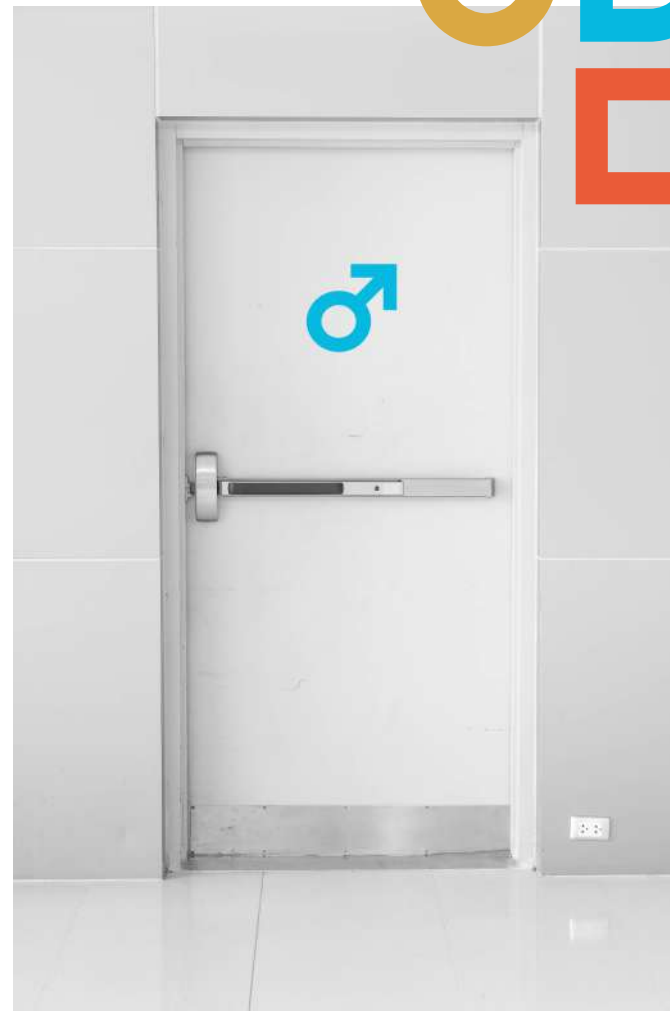
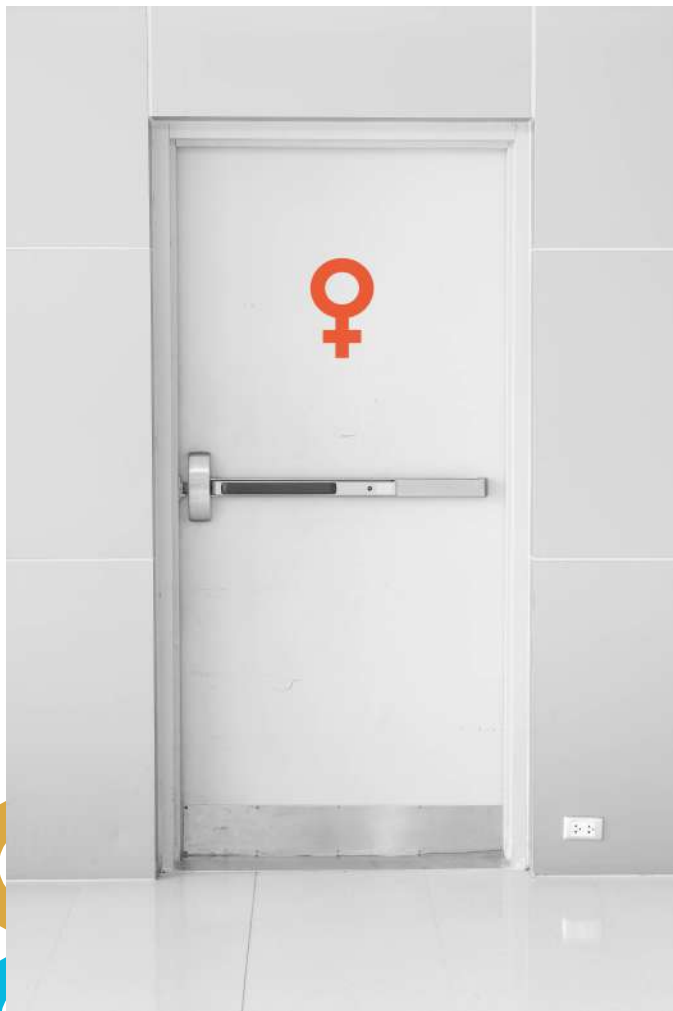


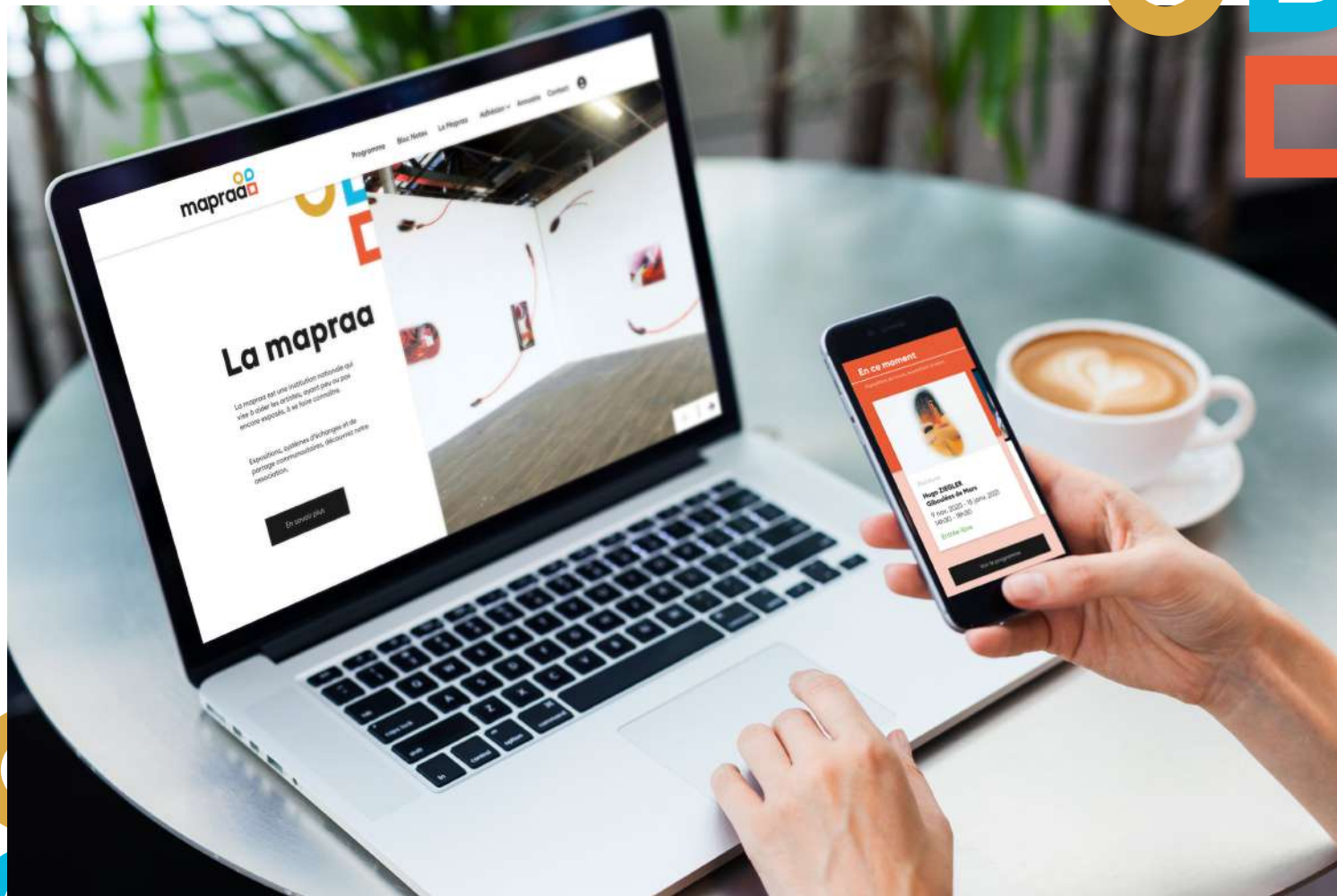


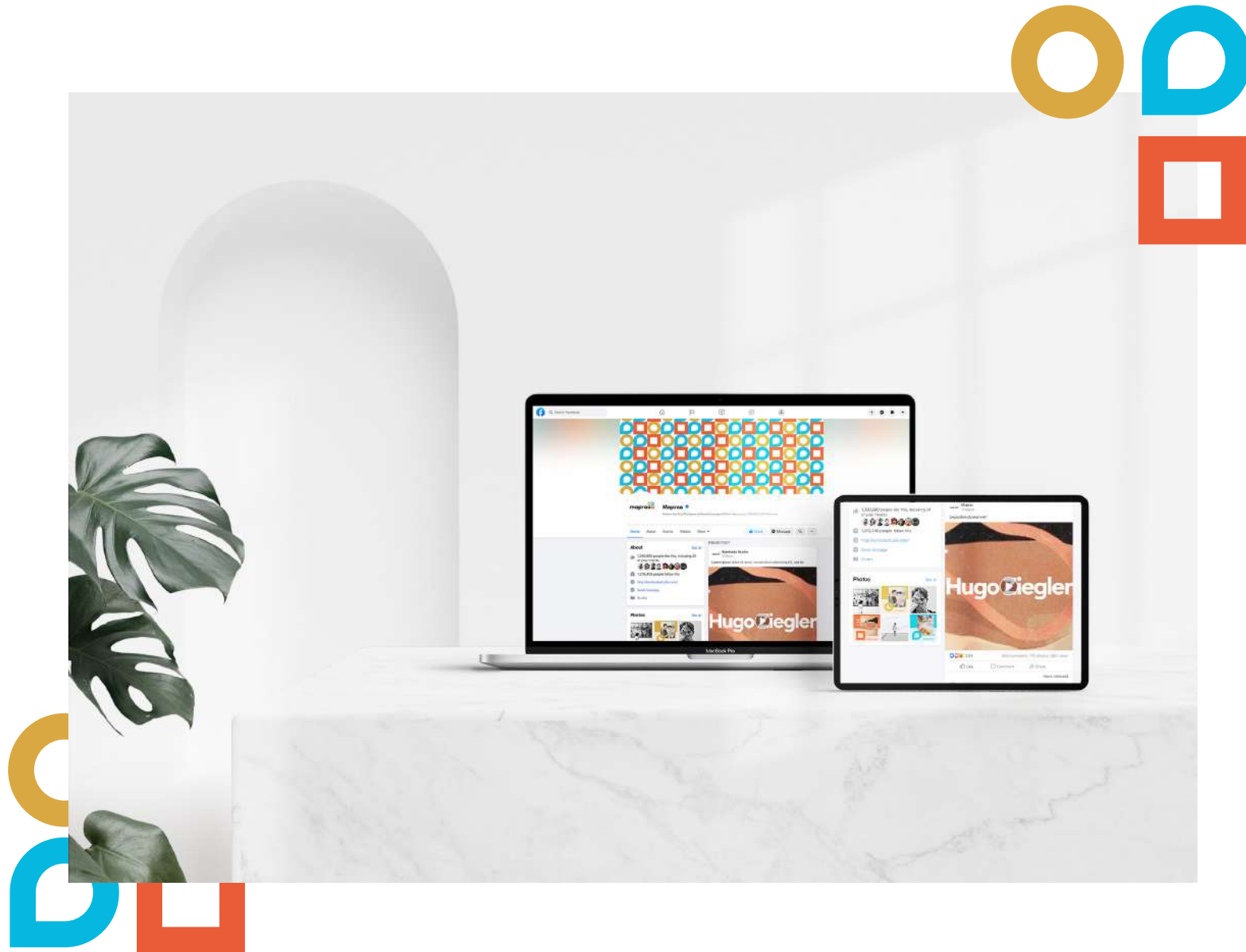


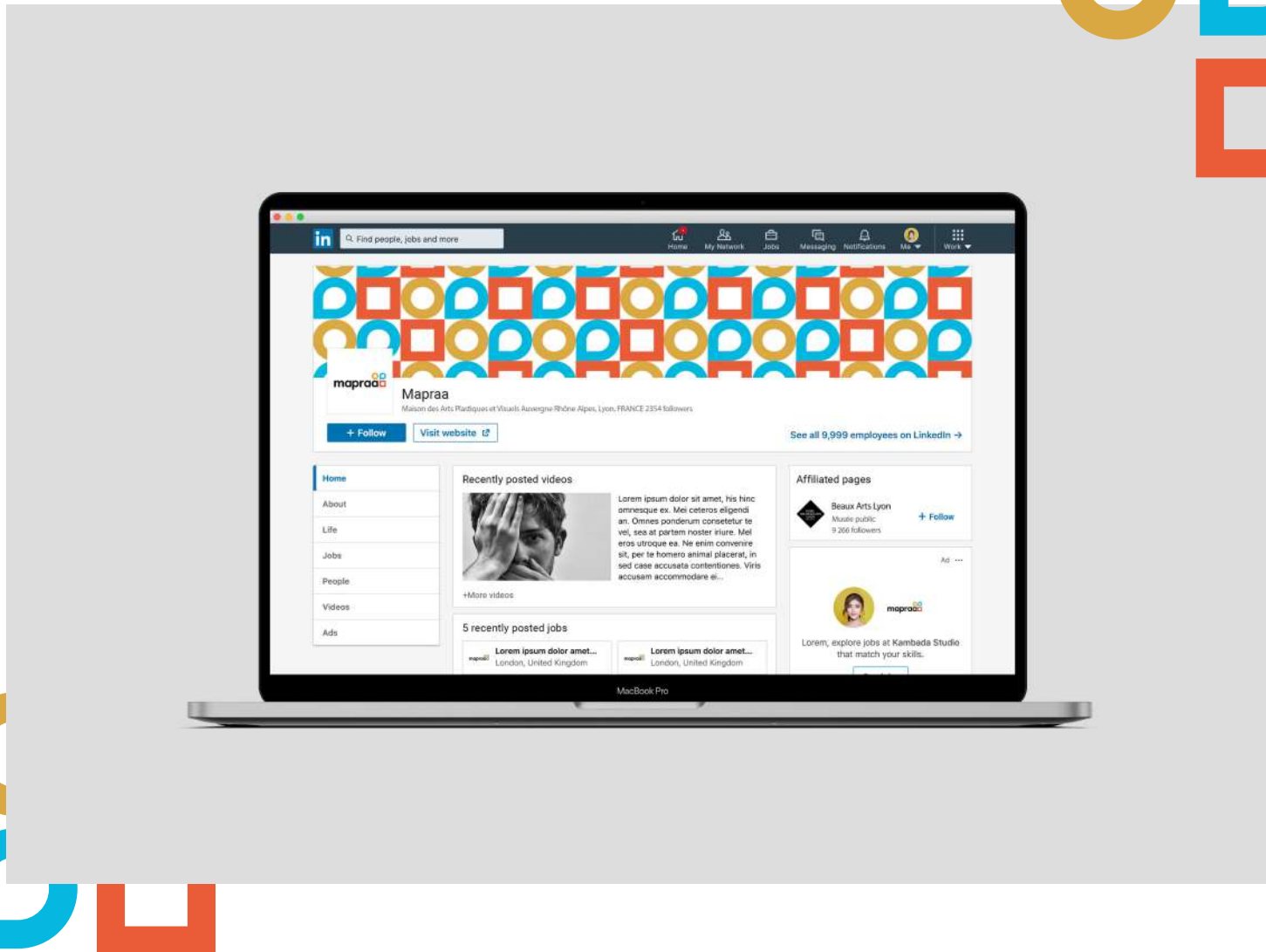


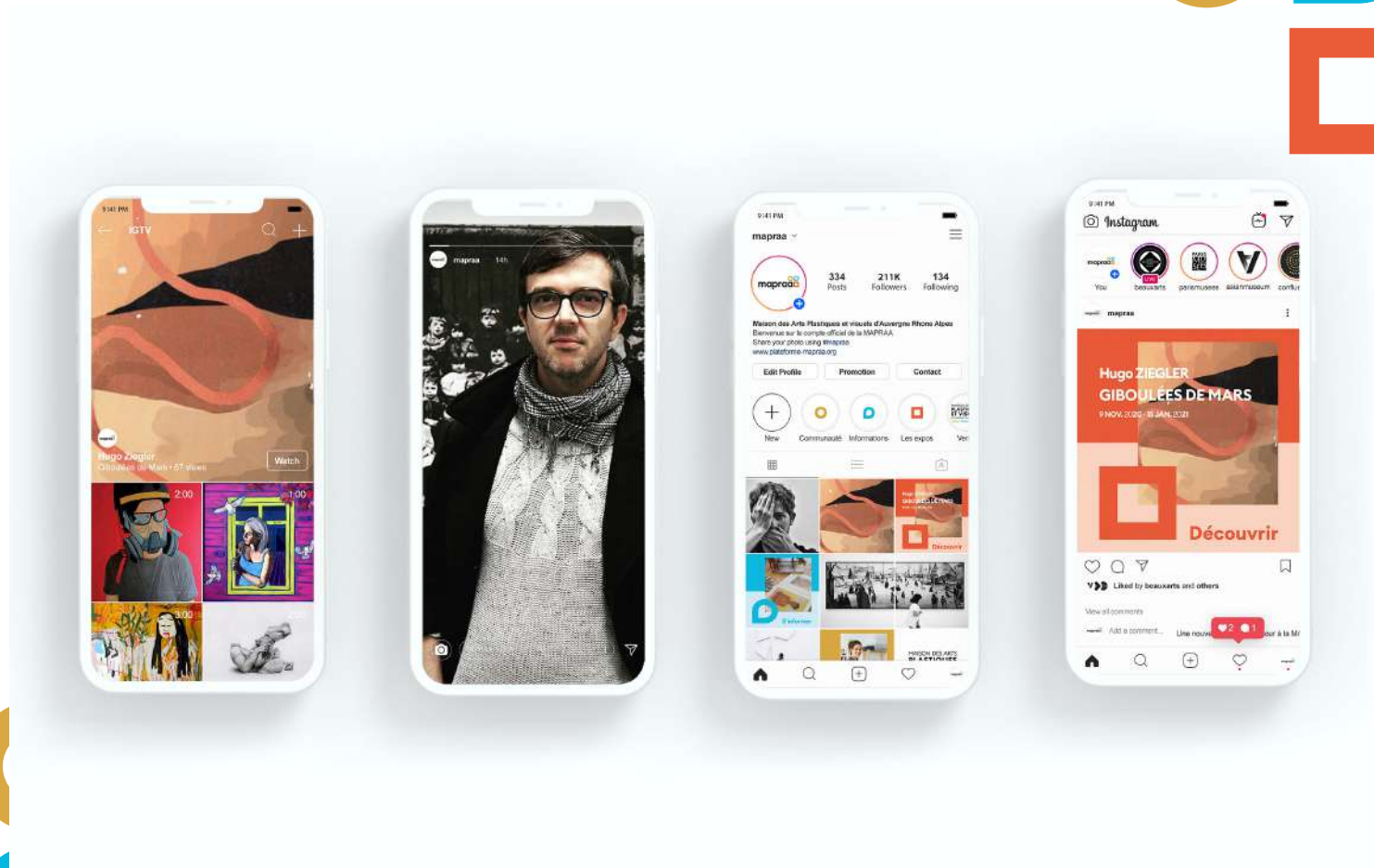
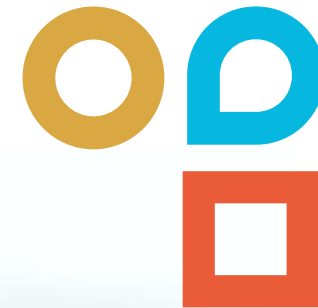
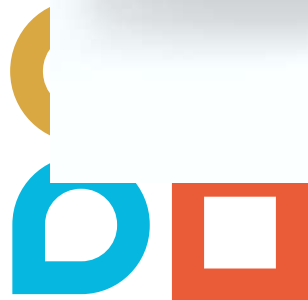












mapraa

