

Appel à candidatures refonte de l'identité visuelle de TRAM

du 24 juillet au 15 septembre 2025

Sommaire

1. Contexte et présentation du réseau TRAM	2
2. Les raisons et les objectifs	3
2.1. Les raisons du changement	3
2.2. Les objectifs de la refonte	3
3. Les publics cibles	3
3.1. Les cibles externes	3
3.2. Les cibles internes	3
4. Les attendus	4
4.1. Les éléments attendus	4
4.2. Les attendus théoriques	4
4.3. Les pistes de réflexion proposées par les membres de TRAM	5
5. Les profils attendus des candidat·es	5
6. Le déroulé de l'appel à candidatures et le calendrier prévisionnel	6
6.1. La première étape de la sélection	6
6.2. La seconde étape de sélection (étape indemnisée)	6
6.3. Le calendrier prévisionnel de l'appel à projets	7
Contact	7

Une version word et sans inclusif est disponible pour faciliter la lecture par les lecteurs audios.
Pour tous les besoins spécifiques, vous pouvez contacter Elise Préault (voir contact page 7).

1. Contexte et présentation du réseau TRAM

TRAM est une association fédérant depuis 1981 des lieux engagés dans la production et la diffusion de l'art contemporain en Île-de-France. Aujourd'hui au nombre de 35, ils témoignent de la vitalité et de la richesse de la création artistique sur le territoire francilien. Centres d'art, musées, écoles d'art, collectifs d'artistes, fondation, frac, ces structures mènent des actions complémentaires de production, de diffusion, de collection, d'enseignement, de médiation, d'édition, de pratiques amateurs, etc.

Les missions de TRAM sont tournées à la fois vers les publics et vers les professionnelles des arts visuels. Le réseau favorise l'accès à l'art contemporain par l'organisation de multiples parcours sur tout le territoire : les RandoTram (à pied), les TaxiTram (véhiculés), ou les MétroTram - rejoignant ainsi le développement de mobilités impulsé par la Région Île-de-France. Le réseau s'engage également à communiquer sur l'actualité de ses membres, contribuant ainsi à faire rayonner leurs activités. TRAM est aussi un outil pour les équipes de ses adhérents, qui mettent en commun informations et expériences en s'engageant sur l'exemplarité de leurs pratiques. Enfin, le réseau participe à la structuration du secteur des arts visuels en Île-de-France. L'expertise et les compétences développées par ses membres sont partagées avec l'ensemble des actrices franciliennes de la culture (artistes, services culturels des collectivités, élus, lieux de création et de diffusion artistique...) dans le cadre de journées d'information, de parcours et de temps d'échanges dédiés, et par la mise à disposition de ressources professionnelles sur son Site Internet.

Créé en 1981, TRAM est le premier réseau territorial d'art contemporain en France. Soutenu par la Région Île-de-France et la Drac Île-de-France, TRAM est une association qui connaît un développement continu : 14 nouveaux lieux d'art ont rejoint le réseau ces 10 dernières années portant le nombre à 35 en 2025, l'équipe salariée s'est structurée et compte aujourd'hui 3 emplois temps plein. Reconnu pour sa capacité fédératrice, TRAM collabore avec de nombreux partenaires et collectivités (Métropole du Grand Paris, Cultures et Diversité, Cultures du Cœur, etc.) au service de l'art contemporain, des artistes et des professionnels, et permet de valoriser les dynamiques de création sur le territoire francilien dans toute sa pluralité.

L'association célébrera son 45^e anniversaire en 2026, l'occasion d'affirmer son rôle moteur et structurant au sein du territoire francilien.

2. Les raisons et objectifs

2.1. Les raisons du changement

L'association a vu évoluer ses usages, son fonctionnement, et ses actions. Le réseau TRAM a grandi et accueille désormais de nouveaux lieux membres, ce qui alourdit le programme papier tant en contenu qu'en coût de production. La refonte proposée doit viser à rationaliser le contenu et à alléger le support, tout en conservant sa lisibilité et son attractivité.

Les attentes des publics évoluent, en particulier au regard de la montée en puissance des réseaux sociaux et des plateformes digitales. Les membres du réseaux TRAM souhaitent donc adapter la communication pour attirer de nouveaux publics amateurs et professionnels.

Les coûts de production et de diffusion ont considérablement augmenté. Un objet plus léger, produit moins fréquemment mais de manière plus ciblée, pourrait permettre de réinvestir ces ressources dans des actions de communication digitale.

Les questions d'écoresponsabilité et d'accessibilité sont devenues centrales dans les réflexions des membres et dans les activités du réseau et, plus largement, dans le secteur des arts visuels. Le changement

d'identité proposé devra refléter ces valeurs, incarnées notamment lors des journées professionnelles annuelles du réseau, et répondre aux attentes des publics et des professionnel·les en matière de durabilité et d'accessibilité.

2.2. Les objectifs de la refonte

Après plus de 40 ans d'existence, l'association en constant questionnement pourrait réaffirmer sa position en Île-de-France dans l'art contemporain. Une nouvelle identité visuelle serait un levier pour rappeler l'historique et le rôle de TRAM tout en actualisant son image pour un impact durable et attractif.

La refonte du programme imprimé ne doit pas se traduire par une perte de qualité. Il est crucial de trouver un équilibre pour répondre aux nouvelles attentes sans décevoir les membres du réseau ou les publics. L'expertise en *design* graphique sera précieuse pour accompagner ce changement et concevoir des nouveaux outils et objets graphiques en accord avec les besoins et valeurs du réseau.

3. Les publics cibles

3.1. Les cibles externes

- Amateurices d'art contemporain et publics des lieux membres ;
- Professionnel·les des arts visuels franciliens, nationaux, et internationaux ;
- Partenaires : partenaires financiers, institutions, autres réseaux d'art contemporain ;
- Presse culturelle et influenceuses ;
- Futures professionnel·les : étudiantes, stagiaires etc.

3.2. Les cibles internes

- Membres du réseau TRAM.

4. Les attendus

Cette refonte est une opportunité stratégique pour TRAM de renforcer son positionnement dans le paysage culturel francilien. TRAM aspire à créer une identité forte, cohérente et adaptée à ses valeurs et à ses ambitions actuelles et futures.

4.1. Les éléments attendus

Une charte graphique et ses composantes

- Un logo ;
- Une ou plusieurs typographies accessibles, déclinables sur tous supports, et pérennes à long terme ;
- Un document explicatif de l'utilisation de la charte graphique.

Un document *print*

Un programme présentant le réseau TRAM, ses missions et ses membres.

Une déclinaison graphique du Site Internet existant

En collaboration avec une web développeuse.

Des gabarits

- Gabarits pour les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et LinkedIn) ;
- Gabarits pour les newsletters ;
- Gabarits pour les documents externes (rapports d'activité, communiqués de presse, notes stratégiques, lettres ouvertes) ;
- Gabarits de documents administratifs (papier à en-tête, carte de visite, signature électronique pour les courriels).

Une grille tarifaire et des devis des éléments optionnels suivants

- La mise en page de la restitution écrite de la journée professionnelle annuelle ;
- La mise en page du rapport d'activité ;
- La conception d'une carte de vœux.

4.2. Les attendus théoriques

Écoresponsabilité

Favoriser des outils et des supports durables, tant pour le digital que pour le *print*.

Accessibilité

Garantir que les outils soient utilisables et lisibles pour tous les publics, y compris les personnes en situation de handicap (physique, sensoriel, cognitif, etc.)

Budget

Optimiser les coûts de production en respectant les contraintes budgétaires de l'association.

Autonomie de l'équipe de TRAM et appropriation des outils

Veiller à ce que les outils et supports de communication soient facilement modifiables et simples à utiliser, afin de permettre une prise en main rapide par l'équipe du réseau.

4.3. Les pistes de réflexion proposées par les membres de TRAM

Une charte graphique adaptable selon le contexte

La nouvelle identité visuelle devra tenir compte du lien essentiel que les structures membres entretiennent avec l'image. Elle devra s'effacer ou rester discrète lorsqu'elle cohabite avec des visuels forts (photographies, affiches d'exposition, etc.) tout en assumant un rôle graphique plus affirmé lorsque les supports (imprimés ou numériques) ne présentent pas d'éléments visuels prédominants.

Un réseau de 35 structures fédérées autour de l'art contemporain

La future charte devra refléter l'identité collective du réseau TRAM tout en valorisant l'hétérogénéité de ses membres. Il sera donc crucial de respecter et mettre en lumière la notion de singularité de chaque structure tout en affirmant la cohésion et la force du collectif.

Il est également nécessaire de prendre en compte l'accroissement du réseau TRAM, et l'intégration possible de nouveaux membres.

Des publics et des usages distincts à prendre en compte dans la conception des outils de communication

Les missions de TRAM s'adressent à deux cibles principales : les amateurices d'art et les professionnel·les du secteur. Ces deux publics, qui utilisent souvent les mêmes outils (newsletter, réseaux sociaux, site web, etc.), doivent pouvoir identifier facilement et rapidement les informations qui les concernent. La nouvelle identité graphique devra permettre une communication claire et lisible pour ces deux cibles distinctes.

5. Les profils attendus des candidat·es

Cet appel à projet est ouvert :

- Aux candidatures individuelles ou collectives (studios de design graphique, équipes pluridisciplinaires, etc.) ;
- À des profils expérimentés ou émergents, capables de démontrer un goût assidu et un sens affirmé pour le design graphique contemporain, avec un intérêt marqué pour l'expérimentation ;
- Aux candidat·es disponibles pour respecter les dates clés mentionnées dans le calendrier (point 6.3) ;
- Aux candidat·es souhaitant s'inscrire dans une relation de collaboration à long terme, si le travail correspond aux attentes de l'association ;
- À des professionnel·les ou collectifs ayant une sensibilité particulière pour les enjeux d'écoresponsabilité, d'accessibilité, et une compréhension fine de l'éco-système culturel.

6. Le déroulé de l'appel à candidatures et le calendrier prévisionnel

6.1. La première étape de la sélection

Contenu du dossier de candidature

- Une sélection de créations issues du portfolio, illustrant les capacités à répondre à la commande ;
- Une lettre de motivation d'une page, permettant d'évaluer la compréhension des attentes et du projet et des enjeux de visibilité du réseau ;
- Un CV par candidat ou par collectif ;
- Le formulaire ([à compléter en ligne](#)).

Les candidates doivent envoyer leur dossier de candidature à l'adresse suivante info@tram-idf.fr, avec pour objet :

Dossier de candidature – AAP – [Nom du studio / Nom propre et prénom]

avant le lundi 15 septembre 2025 à 23h59 en format PDF.

En cas de fichier volumineux, merci d'utiliser un lien *SwissTransfer*.

Les critères de sélection : à l'issue de la réception des dossiers, les membres de TRAM sélectionneront 12 candidatures sur la base des critères suivants :

- Qualité graphique et artistique des créations présentées : 30% ;
- Pertinence et cohérence des choix de créations avec le projet : 20% ;
- Originalité des orientations générales et compréhension des enjeux, exprimées dans la lettre de motivation : 25% ;
- Attention portée aux enjeux d'accessibilité et d'écoresponsabilité : 25 %.

Les 35 membres de TRAM et l'équipe salariée voteront, en appliquant le principe d'une voix par structure, pour sélectionner 3 candidatures finalistes qui recevront une indemnisation pour la finalisation de leur dossier.

Important : Il n'est pas demandé de projet ni d'ébauche graphique à cette étape. L'envoi de pistes graphiques à cette étape pourra être pénalisé.

6.2. La seconde étape de sélection (étape indemnisée)

Les 3 candidatures finalistes devront envoyer un dossier comprenant :

- Une ébauche d'éléments graphiques ;
- Une note explicative sur les éléments graphiques envoyés (3 pages maximum) ;
- Une note méthodologique synthétique exposant la méthodologie, l'approche de la relation avec l'association TRAM et les délais de livraison (une demi-page maximum) ;
- Un devis détaillé des prestations listées au point 4.1.

Indemnisation : Chaque candidature recevra une indemnisation de 800 euros TTC

Les critères de sélection : à la suite de la réception des dossiers, les candidates finalistes seront invitées à un oral devant un jury. Puis, le jury votera pour définir le lauréat, selon les critères suivants :

- Cohérence de la démarche artistique avec les valeurs et besoins de TRAM : 30 % ;
- Qualité créative de la proposition graphique : 30 % ;
- Adaptabilité technique de la proposition graphique : 10 % ;
- Note méthodologique : 15 % ;
- Prix, sur la base du devis détaillé : 15 %.

6.3. Le calendrier prévisionnel de l'appel à projets
(sous réserve de la disponibilité des membres et du jury) :

Lancement de l'appel à candidatures

- Jeudi 24 juillet 2025

1er tour : Sélection des candidatures

- Réception des dossiers de candidature : lundi 15 septembre 2025 ;
- Consultation et vote des membres de TRAM et de l'équipe salariée pour la sélection des 3 candidatures finalistes : octobre 2025 ;
- Prise de contact des 3 candidates finalistes : fin octobre 2025

2ème tour : Étude des dossiers finalistes

- Réception des dossiers des 3 candidatures finalistes : fin novembre 2025 ;
- Présentation orale des propositions devant un jury : début décembre 2025 ;
- Vote du jury pour la sélection du/de la lauréate : début décembre 2025 ;

Étape finale : Validation et finalisation

- Annonce du/de la lauréate : lundi 15 décembre 2025
- Rencontre du/de la lauréate avec les membres : janvier 2026
- Validation de la charte graphique finale : mars 2026

TRAM bénéficie du soutien de :



Direction régionale
des Affaires culturelles
d'Île-de-France

Contact

Pour toute question concernant l'appel à candidature, veuillez contacter : Élise Préault, chargée de mission / structuration et communication, référente accessibilité

E-mail : info@tram-idf.fr

Téléphone : 06 38 97 67 38