



Charte Graphique Comité Paralympique et Sportif Français

Cahier des Charges

31/05/2018

Référent du projet :

Marion WATELLE – Communication

m.watelle@france-paralympique.fr – 06 65 75 71 25

TABLE DES MATIERES

REGLEMENT DE CONSULTATION.....	3
PRESENTATION DU CPSF.....	4
Contexte et Vision.....	4
Missions.....	4
ETAT DES LIEUX DE L'IDENTITE GRAPHIQUE DU CPSF.....	5
PRESENTATION DU PROJET & DES ATTENTES du CPSF.....	7
Enjeux du projet.....	7
Cibles du projet.....	8
Spécificités et contraintes du projet.....	8
Engagements.....	9
Dépôt à l'INPI.....	9
Données techniques.....	9
LIVRABLES.....	10
PLANNING.....	10
ANNEXES.....	11

REGLEMENT DE CONSULTATION

Objet : Appel d'offre relatif au renouvellement de l'identité visuelle du CPSF

Le Comité Paralympique et Sportif Français est une association de type loi 1901 qui, selon les termes de l'article 19 de la loi du 27 novembre 2015, représente et coordonne, sur le territoire national et dans les instances internationales, le mouvement paralympique. Il contribue à son développement, aux côtés des fédérations affiliées. Il conduit la délégation nationale aux jeux paralympiques d'hiver et d'été.

1. Objet du marché

Le présent appel d'offres porte sur la création d'une nouvelle identité visuelle globale du CPSF (logo, charte graphique pour l'institution comme les équipes de France paralympiques).

2. Pouvoir adjudicateur

Comité Paralympique et Sportif Français
INSEP
11, avenue du Tremblay
75012 Paris
m.watelle@france-paralympique.fr

3. Caractéristiques du marché

a. Durée et portée du marché

Le présent marché est ponctuel.

b. Allotissement

Le présent marché n'est pas alloti.

c. Durée des offres

La durée de validité des offres est de 120 jours à compter de la date limite de réception des offres.

d. Contenu et mise à disposition du dossier de consultation

Le dossier de consultation comprend le présent règlement de consultation, le cahier des charges et quatre annexes.

Il est mis à disposition à tout candidat qui consultera le site France Paralympique ou en fera une demande par courriel à m.watelle@france-paralympique.fr

e. Date limite de dépôt des offres

Les offres doivent être remises, par courriel ou voie postale, **avant le 27 juin**, le cachet de la Poste faisant foi.

I. Présentation du CPSF

1. Contexte et vision

« Contribuer, par l'excellence paralympique, à bâtir une société où la diversité est pensée comme un catalyseur de richesses et d'intégration »

Fondé en 1992, le Comité Paralympique et Sportif Français est membre du Comité Paralympique International (IPC), au même titre que le Comité national Olympique et Sportif Français (CNOSF) est membre du Comité International Olympique (CIO), et conduit la délégation française aux Jeux Paralympiques. Le Comité Paralympique et Sportif Français souhaite créer une nouvelle identité graphique, en cohérence avec la vision, les missions énoncées ci-dessous et le développement de ses activités.

Ces dernières années le CPSF a connu de **nombreuses évolutions** qui modifient fondamentalement sa position sur l'échiquier sportif national et international et qui l'amènent à se repenser tant dans ses missions que dans sa structuration.

Jusqu'au début de la décennie seule la Fédération Française Handisport (FFH) préparait des sportifs aux Jeux Paralympiques. La FFH et le CPSF étaient alors 2 entités superposées et n'avaient pas de réelles raisons d'être distinctes sauf d'un point de vue administratif, le CPSF étant le seul interlocuteur de l'IPC au niveau national.

La réintroduction des sportifs déficients intellectuels au programme des Jeux paralympiques de 2012 a constitué une première étape dans l'évolution de la place du CPSF.

La reconnaissance législative du CPSF en 2015 ainsi que sa position dans le cadre de la candidature de Paris aux Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 lui ont clairement conféré un rôle de représentant du mouvement paralympique et des fédérations qui le composent (29 à ce jour). **Cette évolution est particulièrement notable si l'on observe le nombre des acteurs impliqués dans les Jeux Paralympiques : une fédération en 2000, 5 en 2016 à Rio, 12 en 2020 à Tokyo.**
(Voir annexe 1)

2. Missions

Le CPSF poursuit son développement à travers **4 grandes missions** :

- **Promouvoir** l'unité du mouvement paralympique en France en lien étroit avec les instances qui le composent ;
- **Représenter, défendre et coordonner**, le mouvement paralympique français à l'international et en particulier auprès de l'IPC (Comité Paralympique International) ;
- **Encourager** le développement du sport de haut niveau et du sport pour tous en lien avec les fédérations affiliées ;
- **Organiser et structurer** la délégation française lors des Jeux Paralympiques et compétitions internationales sous l'égide directe de l'IPC. Le CPSF étant le seul interlocuteur de l'IPC pour la France.

II. Etat des lieux de l'identité graphique du CPSF

Le logo France Paralympique tel qu'il est aujourd'hui a été créé en 2011 à l'aune des Jeux Paralympiques de Londres 2012 mais aucune charte graphique n'a été associée à la création de ce logo ni ne définit les règles d'utilisation de notre logo et identité visuelle. Ci-dessous l'utilisation et la déclinaison de notre logo :

Le Logo institutionnel



a. Version médaillon



b. Version goodies & textile



c. Version composite (partenaires)



(Déclinaison de l'identité visuelle sur outils communication du CPSF en annexe 4)

III. Présentation du projet et des attentes du CPSF

1. Enjeux du projet

L'année 2017 aura marqué un tournant. Paris 2024, dont le CPSF est membre fondateur, a été désigné comme ville hôte des jeux olympiques et paralympiques. 12 fédérations préparent désormais les Jeux Paralympiques de Tokyo en 2020. L'identité visuelle actuelle du CPSF, qui date de 2011, n'est plus adaptée à ces nouvelles réalités. La nouvelle identité visuelle doit désormais refléter cette évolution substantielle. Aussi, les enjeux pour le CPSF sont les suivants :

Le CPSF souhaite faire évoluer son identité, aujourd'hui encore centrée autour de « CPSF » ou encore « Comité paralympique ». La marque « France paralympique », aisément compréhensible, est en mesure de parler au plus grand nombre.

Ainsi, l'agence devra créer un logo et une identité graphique autour de « France Paralympique », notre marque mère, notre marque institutionnelle, mais aussi décliner cette marque mère via un logo et une identité visuelle « Bleu Paralympique », dédiée à nos équipes de France.

a. Le logo

Le logo « France Paralympique » devra symboliser la dynamique du mouvement paralympique français et montrer son champ d'actions et ses valeurs :

SPORT

HANDICAP

PERFORMANCE

Ce logo devra être décliné par l'agence avec le « Bleu Paralympique »

Le CPSF attend de l'agence retenue qu'elle travaille autour des notions de mouvement, de diversité (singularité, l'humain au centre). Les pistes de réflexion ne sont pas restrictives et nous attendons une proposition de logo et d'identité graphique **cohérente, impactante, qui raconte une histoire**. Cette nouvelle identité visuelle doit être créative, reconnaissable pour que le CPSF se différencie.

Concernant les couleurs, nous imaginons une palette qui symbolise notre pays, en tant que représentant national du mouvement paralympique (bleu, blanc, rouge) mais d'autres pistes peuvent être proposées.

À noter, la volonté du CPSF est d'arbore un logo **différent** de ceux des autres comités paralympiques. (Ici les logos des comités paralympiques internationaux >> <https://www.paralympic.org/europe>).

Par ailleurs, le CPSF, qui regroupe les sportifs ayant des handicaps très différents, ne souhaite pas un logo trop restrictif qui s'appuierait sur un seul handicap comme point d'entrée (ex : un logo avec un fauteuil roulant ou une prothèse) .

b. La charte graphique

Elle devra être centrée autour de ces 2 mots : « FRANCE » et « PARALYMPIQUE » mais devra être déclinée par l'agence autour du « Bleu Paralympique ».

2. Cibles du projet

Cette nouvelle identité graphique devra s'adresser à trois types de cibles : Le monde du sport, du handicap et le grand public. Dans le détail, ces cibles sont, sans exhaustivité l'Etat, Paris 2024, le Comité National Olympique et Sportif Français, les fédérations sportives, les clubs, les associations, les médias, les sponsors...).

3. Spécificités et contraintes du projet

De manière générale, l'agence devra respecter **de la façon la plus stricte la charte graphique du Comité Paralympique International** (voir annexe 2) et s'engage à prendre en compte les règles d'utilisation du logo et de la charte graphique de l'IPC dans la conception et la réalisation du logo et de l'identité graphique du CPSF.

o Contraintes & Spécificités du logo :

Le logo France Paralympique devra être déclinable, reconnaissable en couleurs ou en monochrome. Il devra être en quadrichromie sur fond blanc et en noir ou blanc sur des fonds en couleur. Il devra impérativement intégrer les « **agitos** », logo de l'IPC : rouge, bleu, vert (cf charte graphique de l'IPC en annexe) et devra pouvoir s'associer aux logos des partenaires et / ou mécènes du CPSF selon différents formats (horizontal, vertical...).

o Contraintes & Spécificités de la charte graphique :

La charte graphique devra être adaptable à nos supports de communication :

- **Print** : papeterie, flyer, papier-en-tête, plaquette, affiches....
- **Numérique** : newsletter, site internet, headers réseaux sociaux, logo animé pour entrées et sorties de vidéo, signature mail, PPT...
- **Evènementiel** : Banderoles, kakémonos, nappes, fonds partenaires...
- **Textile** : T-shirts, pulls, casquettes....

(Voir annexe 4)

4. Engagements

NB : Le prestataire cèdera au CPSF tous les droits de propriété intellectuelle relatifs aux outils créés dans le cadre de la réponse à ce cahier des charges, pour la durée de protection de la propriété intellectuelle, artistique et industrielle, sans limitation d'étendue ni de territoire, en ce compris les droits d'auteur relatifs aux dits développements, à savoir droits d'utilisation, de reproduction, de modification, de traduction et d'adaptation.

Le prestataire cédera l'ensemble des fichiers sources des éléments produits.

5. Dépôt à l'INPI

Le prestataire s'engage à déposer la création des logotypes auprès de l'INPI pour le compte du CPSF.

L'auteur s'assurera donc que son dessin est l'original.

Le dessin ou le modèle doit posséder un caractère propre, c'est à dire qu'il ne doit pas susciter une impression de déjà-vu dans son ensemble, par rapport à un dessin ou modèle divulgué avant la date de protection accordée au dépôt.

Le prestataire se devra de faire les démarches de dépôt pour le compte du CPSF en d'en attester par la suite le CPSF.

6. Données techniques

La charte graphique doit contenir l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituera l'identité graphique du CPSF. Le prestataire doit créer le nouvel univers graphique du CPSF et définir les règles des nouveaux éléments créés en conséquence.

Le prestataire devra définir :

- La position des logos & éléments graphiques sur tous les supports print, web...
- Les polices de caractère utilisées pour les documents officiels (titre de document, affiches...)
- Les typographies, leurs tailles et aspects (gras, italique...)
- Pour les jeux de couleurs : leurs déclinaisons sur les différents supports de communication, les valeurs pantômes (CMJN, RVB de chaque couleur)
- L'utilisation des éléments graphiques tels que les filigranes, détails du logo agrandi, courbes et traits spécifiques qui seront adaptables à tous formats : bannières web, marge de document, entête ...)
- La charte devra également proposer les principes de déclinaison des logotypes afin que tout nouveau support émis par le CPSF participe à la construction de l'image et des valeurs du CPSF.

IV. Livrables

1. Pièces et éléments à fournir par l'agence (phase 1 >> réponse à l'appel d'offre)

>> Présentation de la société & de l'équipe qui prendra en charge le dossier (Description du parcours si freelance)

>> Références illustrées sur une prestation similaire / comparable à celle décrite dans ce présent cahier des charges

>> Tarif de la prestation dans son ensemble en Tarif HT et TTC

2. Pièces et éléments à fournir par l'agence (phase 2 >> Sélection des agences retenues en shortlist)

>> Pistes de logo

>> Pistes de déclinaison

3. Pièces et éléments à fournir par l'agence (phase 3 >> Choix de l'agence et finalisation du projet)

>> Projet finalisé

V. Planning

PHASE 1 : APPEL D'OFFRE

31 mai : Publication du cahier des charges

27 juin : Deadline de remise des dossiers

PHASE 2 : SELECTION DES AGENCES RETENUES EN SHORT LIST

2 juillet : Annonce shortlist (un budget sera dédié par le CPSF à la réalisation des projets par les agences shortlistées)

Courant juillet, rencontre avec les agences

20 août : remise par les agences shortlistées de pistes de logos et déclinaisons

PHASE 3 : CHOIX DE L'AGENCE ET FINALISATION DU PROJET

12 septembre : Choix final de l'agence

24 octobre : remise du projet final

VI. Annexes

- Annexe 1 : [Plaque de présentation du CPSF](#)
- Annexe 2 : [Charte graphique du Comité Paralympique International \(IPC\)](#)
- Annexe 3 : [Charte des valeurs et d'éthique du CPSF](#)
- Annexe 4 : [Document outils CPSF](#)