

Recrutement d'un·e consultant·e graphiste pour la conception de l'identité visuelle de la campagne « Orangez le Cinéma » – Édition 2026

1. Contexte

L'Association des Rencontres Méditerranéennes du Cinéma et des Droits de l'Homme (ARMCDH) œuvre à la promotion des droits humains à travers le cinéma et à l'intégration d'une approche fondée sur les droits humains et l'égalité dans les politiques et les pratiques du secteur cinématographique.

Dans le cadre de son engagement en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes et de la lutte contre les violences basées sur le genre (VBG) dans le secteur cinématographique, l'ARMCDH a développé plusieurs initiatives visant à documenter les violences, sensibiliser les professionnel·les et le public, ouvrir le débat et contribuer à la mise en place de mécanismes de prévention et de protection.

En 2025, l'ARMCDH a lancé la campagne nationale « **Orangez le Cinéma** », organisée dans le cadre des 16 jours d'activisme contre les violences basées sur le genre. Cette campagne a notamment mobilisé des salles de cinéma, des établissements de formation aux métiers du cinéma, des professionnel·les du secteur ainsi que différents partenaires institutionnels et associatifs.

L'édition 2026 entend consolider cette dynamique et renforcer la visibilité de la lutte contre les violences basées sur le genre dans le cinéma, tout en élargissant la mobilisation des acteurs et actrices du secteur.

Dans cette perspective, l'ARMCDH souhaite faire appel à un·e **consultant·e graphiste** chargé·e de développer le concept et l'univers visuel de l'édition 2026 de la campagne « Orangez le Cinéma », ainsi que leurs principales déclinaisons.

2. Objet de la consultation

La présente consultation a pour objet de sélectionner un·e consultant·e graphiste chargé·e de concevoir le **concept graphique, le visuel principal et l'univers visuel de la campagne « Orangez le Cinéma » 2026**, puis d'en assurer la déclinaison sur différents supports de communication numériques et imprimés.

Le travail devra permettre à la campagne de disposer d'une identité forte, immédiatement identifiable et cohérente avec son positionnement autour du cinéma, des droits humains, de l'égalité et de la lutte contre les violences basées sur le genre.

Une attention particulière devra être portée à la **continuité avec l'identité et les acquis visuels de l'édition précédente**, tout en proposant un renouvellement créatif permettant d'identifier clairement l'édition 2026.

3. Objectifs de la mission

La mission vise principalement à :

- développer un concept créatif et graphique propre à l'édition 2026 de la campagne « Orangez le Cinéma » ;
- traduire visuellement les valeurs et les messages portés par la campagne : égalité, dignité, prévention, protection, solidarité, prise de parole et mobilisation collective ;
- articuler graphiquement l'univers du **cinéma** avec celui de la **lutte contre les violences basées sur le genre** ;
- renforcer la visibilité et la reconnaissance de la campagne auprès des professionnel·les du cinéma, des étudiant·es, des institutions, des partenaires et du grand public ;
- concevoir une identité suffisamment souple pour être déclinée sur différents supports et adaptée aux différents temps forts de la campagne ;
- garantir une cohérence graphique entre l'ensemble des outils de communication produits dans le cadre de la campagne.

4. Orientations créatives

Le/la consultant·e sera invité·e à proposer une approche créative originale autour de l'identité « **Orangez le Cinéma** ».

Sans imposer une solution graphique prédéterminée, le concept devra notamment prendre en considération les dimensions suivantes :

Le cinéma : l'univers visuel devra établir un lien identifiable avec le cinéma et ses métiers, sans nécessairement recourir aux représentations classiques ou littérales de la pellicule, du clap ou de la caméra.

جمعية ثقافية من أجل النهوض بثقافة حقوق الإنسان والمواطنة

ተግባርያት ተግባርያት ለግብረሰብነት ለግብረሰብነት ለግብረሰብነት ለግብረሰብነት ለግብረሰብነት ለግብረሰብነት
Association culturelle pour la promotion des valeurs des droits de l'Homme et de la citoyenneté

La couleur orange : élément identitaire de la campagne et symbole international de la mobilisation contre les violences faites aux femmes, elle devra occuper une place structurante dans l'identité proposée.

La lutte contre les violences basées sur le genre : le traitement graphique devra permettre d'aborder cette problématique sans reproduire des représentations victimisantes, stigmatisantes ou inutilement violentes des femmes.

La prise de parole et la mobilisation : l'univers graphique pourra traduire les idées de libération de la parole, de solidarité, de transformation des pratiques professionnelles et de responsabilité collective.

La dimension professionnelle du secteur cinématographique : la campagne ne s'adresse pas uniquement au grand public. Elle vise également à engager les professionnel·les et les institutions du cinéma dans une réflexion sur les mécanismes de prévention, de protection et de lutte contre les violences.

Le concept proposé devra privilégier une approche contemporaine, forte et accessible, susceptible d'être utilisée aussi bien dans les espaces professionnels du cinéma que dans les salles, festivals, établissements de formation et réseaux sociaux.

5. Prestations attendues

Sous la supervision de l'ARMCDH, le/la consultant·e sera chargé·e de :

1. prendre connaissance de la campagne « Orangez le Cinéma », de ses objectifs, de son identité antérieure et des différents supports développés lors de l'édition précédente ;
2. participer à une réunion de briefing avec l'équipe de l'ARMCDH afin de préciser le positionnement, les messages et les besoins de communication de l'édition 2026 ;
3. proposer **au minimum deux pistes créatives** pour l'identité visuelle de la campagne, accompagnées d'une courte note explicitant le parti pris graphique ;
4. développer, sur la base de la piste retenue par l'ARMCDH, le **visuel principal de la campagne 2026** ;
5. définir les principaux éléments de l'univers graphique : typographies, palette chromatique, principes de composition, iconographie et éléments graphiques récurrents ;

6. intégrer les logos de l'ARMCDH et des partenaires conformément aux règles de visibilité qui seront communiquées ;
7. assurer les adaptations linguistiques nécessaires, notamment en **arabe et en français**, tout en garantissant la cohérence graphique des différentes versions ;
8. décliner le concept retenu sur les différents supports de communication prévus pour la campagne, notamment pour la campagne numérique ;
9. apporter les ajustements nécessaires à la suite des retours de l'ARMCDH jusqu'à validation finale des supports.

6. Livrables attendus

Les livrables comprendront a minima :

- deux propositions de pistes créatives ;
- un visuel principal finalisé de la campagne « Orangez le Cinéma » 2026 ;
- les versions française et arabe du visuel principal ;
- une mini-charte graphique précisant les principaux codes visuels de la campagne ;
- les formats destinés aux publications sur Facebook et Instagram (campagne numérique) ;
- les formats Story pour Instagram et Facebook ;
- une bannière destinée aux réseaux sociaux et/ou sites web ;
- un modèle graphique permettant d'annoncer les différentes activités de la campagne ;
- un modèle d'invitation numérique ;
- un support destiné à l'affichage dans les salles de cinéma et les espaces partenaires ;
- les éventuelles adaptations nécessaires aux écrans numériques utilisés dans les salles, festivals ou espaces accueillant les activités de la campagne ;
- les fichiers HD destinés à l'impression ;

- les fichiers optimisés pour une utilisation numérique ;
- l'ensemble des **fichiers sources ouverts et modifiables** des créations validées.

Les dimensions et spécifications techniques précises seront communiquées au/à la consultant·e lors de la réunion de cadrage.

7. Méthodologie de travail

La mission sera conduite en étroite coordination avec l'équipe de l'ARMCDH.

Elle comprendra :

Phase 1 – Briefing et appropriation

Réunion de cadrage, transmission des supports de l'édition précédente et clarification des objectifs et messages de l'édition 2026.

Phase 2 – Recherche et propositions créatives

Présentation d'au moins deux pistes graphiques accompagnées de leurs intentions créatives.

Phase 3 – Développement de la piste retenue

Approfondissement du concept sélectionné et réalisation du visuel principal.

Phase 4 – Déclinaisons

Adaptation du visuel sur l'ensemble des formats et supports convenus.

Phase 5 – Finalisation

Intégration des derniers retours, validation et remise de l'ensemble des fichiers finaux et des fichiers sources.

8. Durée et calendrier indicatif

La mission se déroulera sur une période estimée de **8 semaines**, à compter de la notification de la sélection du/de la consultant·e.

Le calendrier détaillé sera arrêté avec l'ARMCDH au démarrage de la mission, en tenant compte du calendrier de lancement et des différents temps forts de la campagne « Orangez le Cinéma » 2026.

Le/la consultant·e devra être disponible pour intégrer les ajustements nécessaires dans les délais compatibles avec le calendrier de communication de la campagne.

9. Profil recherché

Le/la consultant·e devra justifier :

- d'une formation ou d'une expérience significative en design graphique, direction artistique, communication visuelle ou domaine équivalent ;
- d'une expérience confirmée dans la conception d'identités visuelles et de campagnes de communication ;
- d'une excellente maîtrise des outils professionnels de création graphique ;
- d'une capacité à développer des concepts visuels à partir de problématiques sociales et institutionnelles ;
- d'une bonne maîtrise des contraintes liées aux supports numériques et imprimés ;
- d'une capacité à travailler en arabe et en français, notamment en matière de composition typographique ;
- d'une sensibilité aux questions de droits humains, d'égalité entre les femmes et les hommes et de lutte contre les violences basées sur le genre.

Une expérience dans la conception de campagnes liées aux droits humains, à l'égalité, à la culture ou au cinéma constituera un atout.

10. Dossier de candidature

Les candidat·es intéressé·es sont invité·es à transmettre :

- un CV ;
- un **portfolio** présentant une sélection de réalisations pertinentes ;
- une courte note présentant la compréhension de la mission et, le cas échéant, des premières orientations créatives ;
- une proposition financière globale, incluant l'ensemble des prestations et livrables prévus par les présents termes de référence ;
- une indication de la disponibilité pour la réalisation de la mission.

Il n'est pas demandé aux candidat·es de produire gratuitement un concept graphique finalisé au stade de la candidature. Le développement des propositions créatives intervient dans le cadre de la mission après contractualisation.

11. Critères de sélection

Les candidatures seront appréciées notamment au regard :

- de la qualité et de la pertinence du portfolio ;
- de l'expérience du/de la candidat·e dans des missions similaires ;
- de la compréhension des enjeux et de l'univers de la campagne ;
- de la qualité de l'approche créative proposée ;
- de l'expérience en matière de communication sociale, culturelle ou institutionnelle ;
- de la capacité à travailler dans les délais prévus ;
- de la proposition financière.

12. Propriété intellectuelle et droits d'utilisation

L'ensemble des créations graphiques réalisées et validées dans le cadre de la présente mission sera remis à l'ARMCDH dans les formats finaux ainsi que dans leurs **formats sources ouverts et modifiables**.

Les conditions de cession des droits patrimoniaux d'utilisation, de reproduction, de représentation, d'adaptation et de déclinaison des créations réalisées dans le cadre de la mission seront précisées dans le contrat conclu avec le/la consultant·e.

Le/la consultant·e garantit que les éléments graphiques, typographies, illustrations, photographies ou autres ressources intégrées aux créations peuvent légalement être utilisés dans le cadre de la campagne et signalera à l'ARMCDH toute ressource soumise à une licence particulière.

13. Coordination de la mission

La mission sera réalisée sous la coordination de l'**Association des Rencontres Méditerranéennes du Cinéma et des Droits de l'Homme (ARMCDH)**.

Les échanges de validation seront centralisés par l'ARMCDH afin d'assurer la cohérence des retours et le respect du calendrier de production.

14. Envoyer les candidatures à :

admin@armcdh.ma avec objet : visuel de la campagne Orangez le cinéma 2026 avant le 30 septembre 2026.