



Dessinez la 3e Journée de la Communication Responsable

Chères créatrices, chers créateurs de Nouvelle-Aquitaine, chers membres du Club des Créas,

Le 27 novembre, 200 communicantes et communicants de la région se retrouvent à l'Hôtel de Région pour une journée entière à inventer, débattre et fabriquer ensemble.

Il lui manque encore une chose : son visuel.

Nous aimerions qu'il vienne de vous.

Cet appel est ouvert aux membres de l'APACOM : illustratrices et illustrateurs, graphistes, directions artistiques, designers, studios, agences et équipes créatives intégrées chez les annonceurs de la région. Vos propositions sont attendues jusqu'au dimanche 11 octobre à 23h59.

Pourquoi vous

La Journée de la Communication Responsable réunit chaque année celles et ceux qui transforment nos métiers. Elle mérite un visuel fort.

L'APACOM rassemble des talents graphiques reconnus bien au-delà de la Nouvelle-Aquitaine : la signature de cette édition viendra de l'un d'entre eux.

Nous reprenons ici le principe qui avait présidé à la refonte de notre identité : un appel ouvert, un choix collégial, une signature assumée.

Le territoire créatif

La 3e édition s'ouvre sur une plénière consacrée à la puissance des imaginaires et à la force des nouveaux récits.

C'est votre matière première.

La communication responsable se raconte trop souvent par la contrainte, la mesure et le renoncement. Nous cherchons l'inverse : un visuel qui donne envie, qui montre une profession en mouvement, qui rassemble sans faire la leçon.

Un indice pour la journée : elle se passe presque entièrement en ateliers, en focus groupes et en travail collectif. Les participantes et participants repartent avec des fiches action qu'ils ont écrites eux-mêmes. Ce n'est pas une salle qui écoute, c'est une salle qui fabrique.

Le second fil : l'Observatoire des métiers de la communication

Un moment fort de la journée : la découverte de l'édition 2026 de l'Observatoire des métiers de la communication, en présence d'Alain Rousset, président de la Région Nouvelle-Aquitaine.

C'est une vision à 360 degrés de nos métiers à l'échelle de la région : le poids économique de la filière, les grands enjeux du secteur, l'évolution des métiers, les missions et le rôle des communicantes et communicants.

Autrement dit, ce jour-là, une profession entière se regarde en face et se compte.

Cette matière nous intéresse beaucoup pour le visuel. Elle dit que nous sommes nombreux, divers, répartis sur un territoire, et reliés : agences, annonceurs, indépendantes et indépendants, communication interne, collectivités, enseignement, études.

Témoigner de notre diversité et de celle de nos métiers, voilà une volonté qui traduit bien l'état d'esprit de cette journée.

Deux fils, donc, à tresser comme vous l'entendez : les imaginaires que nous fabriquons, et le paysage que nous formons.

Le principe directeur

Nous avons besoin d'un visuel unique, riche et grand format, qui vit entier sur une affiche et par fragments sur les réseaux.

Deux références pour illustrer ce principe, à regarder pour la logique, jamais pour le style :

- La carte très subjective du paysage médiatique français, publiée par Les médias, le monde et moi : une cartographie dense, lisible de loin, inépuisable de près.
<https://lesmediaslemondeetmoi.com/la-carte-tres-subjective-du-paysage-mediatique-francais/>
- L'affiche officielle des Jeux de Paris 2024, dessinée par Ugo Gattoni : une fresque panoramique où chaque détail tient debout seul.
<https://www.paris.fr/en/pages/spectacular-mural-unveiled-as-official-paris-2024-games-poster-27344>

Ce que ces deux visuels partagent : un recadrage suffit à produire un nouveau visuel. Une seule création nourrit ainsi toute une campagne, du format carré au kakémono.

Cette densité sert aussi le second fil. Un visuel riche loge beaucoup de métiers, de lieux et de visages sans se disperser.

Votre langage graphique reste le vôtre. Illustration, collage, typographie, photographie composée, dessin vectoriel : nous jugeons la justesse, pas la technique.

Votre palette aussi. Inutile de reprendre la charte de l'APACOM : votre visuel prendra place dans des supports qui la portent déjà, avec nos logos, nos couleurs et nos typographies autour de lui. Nous attendons au contraire un visuel qui ait sa propre voix.

Ce qu'il nous faut

Une composition maîtresse

- 4 000 pixels minimum sur le plus petit côté, en 300 dpi, ou un fichier vectoriel
- Des couleurs qui tiennent en quadrichromie autant qu'à l'écran
- Une réserve claire pour les logos APACOM, Région Nouvelle-Aquitaine et Réseaux Com' Nouvelle-Aquitaine, ainsi que pour le bloc date, lieu et inscription
- Des typographies libres de droits, ou dont la licence couvre notre usage

Trois recadrages de démonstration

Carré pour les réseaux, vertical 9:16 pour les stories, affiche A2 portrait. Ils nous montrent que le visuel tient dans tous les formats.

Une note d'intention de cinq lignes

Votre idée, en une respiration. Nous la reprendrons pour présenter votre travail à la communauté.

Un point de vigilance commun

Le titre doit rester lisible en vignette sur un téléphone, et les contrastes suffisants pour toutes les vues. Un visuel responsable commence par un visuel accessible.

Intelligence artificielle générative

Vous restez libres de vos outils. Nous vous demandons de les déclarer dans votre note d'intention.

Deux conditions : la composition procède d'un travail graphique qui vous appartient, et elle n'imité pas le style d'une artiste ou d'un artiste identifiable. L'APACOM porte un groupe de travail sur l'IA et les pratiques responsables : nous appliquons à cet appel ce que nous défendons ailleurs.

Ce que nous offrons en retour

Cet appel repose sur le bénévolat et nous l'assumons clairement. Voici ce que nous engageons en échange :

- Votre signature sur l'ensemble des supports de la Journée : affiche, site, billetterie, réseaux sociaux, programme, dossier de presse
- Un post dédié sur nos canaux, consacré à vous et à votre démarche, auprès de toute notre communauté
- Une mention depuis la scène le 27 novembre, devant 200 professionnelles et professionnels et devant nos partenaires institutionnels
- Votre place à la Journée et au cocktail, offerte
- La liberté d'exposer ce travail dans votre portfolio et de le présenter à votre clientèle

Vos droits

Vous restez autrice ou auteur de votre création et votre nom accompagne chaque diffusion.

Vous accordez à l'APACOM le droit de reproduire et de diffuser le visuel sur tous supports, pour la promotion et l'archivage de la 3e Journée de la Communication Responsable, jusqu'au 31 décembre 2027. Cette cession reste non exclusive. Tout autre usage fera l'objet d'un nouvel accord avec vous.

Le calendrier

- **Dès aujourd'hui** : ouverture des dépôts
- **Dimanche 11 octobre, 23h59** : clôture des dépôts
- **Dans la foulée** : délibération du jury, annonce du visuel retenu, puis déploiement sur toute la campagne jusqu'au 27 novembre

Comment participer

Envoyez un PDF de moins de 10 Mo, réunissant la composition maîtresse, les trois recadrages et votre note d'intention, à contact@apacom.fr.

Objet du mail, impérativement : **VISUEL DIRECTEUR JCR APACOM**

Une proposition par personne ou par structure. Les duos et les équipes sont les bienvenus. La personne retenue transmettra ensuite ses fichiers sources.

Le jury

Clara Morel et Mélanie Sévilla, pilotes de la Journée, Matilda Verney et François Cassin pour le pôle communication, Estelle Gentilleau, présidente de l'APACOM.

Cinq critères, à poids égal :

1. La justesse du regard sur les deux fils : les imaginaires et le paysage de nos métiers
2. La force à distance et la richesse de près
3. La capacité de déclinaison, du kakémono à la vignette
4. La singularité graphique
5. La lisibilité et l'accessibilité

Une question ? Écrivez-nous à contact@apacom.fr, nous y répondons sous 24 heures.

Nous avons hâte de découvrir vos visuels.