



Théâtre populaire romand
La Chaux-de-Fonds
Centre neuchâtelois des arts vivants

APPEL À CANDIDATURES

Nouvelle identité visuelle

La Chaux-de-Fonds
25 août 2026

Depuis plus de soixante ans, le Théâtre Populaire Romand fait vivre à La Chaux-de-Fonds un théâtre de création exigeant, accessible et profondément ancré dans son territoire. Il accompagne les artistes, accueille des créations, favorise la rencontre avec les publics et développe des actions de formation et de médiation qui font de lui l'un des acteurs culturels majeurs en Suisse romande.

Le TPR déploie ses activités sur deux sites avec trois salles : le Théâtre de Beau-Site avec 198 places, lieu de création et de résidence ; L'Heure bleue, théâtre à l'italienne classé monument historique avec 531 places ; et la Salle de musique, reconnue pour son acoustique exceptionnelle et sa programmation musicale avec 1030 places.

À l'occasion du changement de direction en juillet 2026, le TPR ouvre un nouveau chapitre de son histoire. Il souhaite aujourd'hui se doter d'une identité visuelle capable d'exprimer la singularité de son projet artistique, son attachement à son territoire et son ambition pour les années à venir.

Intentions artistiques et axes de réflexion

À travers sa nouvelle identité visuelle, le Théâtre Populaire Romand souhaite affirmer son identité et renforcer davantage ses valeurs qui fondent aujourd'hui son projet artistique.

Le nouveau logo devra donc davantage refléter ses valeurs. Les candidat·es sont invité·es à s'approprier librement les axes de réflexion suivants, qui constituent des sources d'inspiration plutôt que des contraintes graphiques.

Le TPR ne recherche pas un logo spectaculaire ou démonstratif, mais une identité capable d'évoluer et de l'accompagner durablement. Il privilégie une approche sensible, exigeante et contemporaine, en résonance avec ses projets artistiques et son ancrage territorial.

Une appellation affirmée

Le nom « Théâtre Populaire Romand » sera privilégié dans son intégralité, plutôt que l'abréviation « TPR ». Cette appellation porte l'histoire et l'identité de l'institution ; elle affirme son ancrage dans la région et son ambition de rester un théâtre ouvert et accessible en Suisse romande.

Le logo doit se décliner selon trois configurations :

- Théâtre Populaire Romand
- Théâtre Populaire Romand
La Chaux-de-Fonds
Centre de création et de formation
- Théâtre Populaire Romand
Beau-Site · L'Heure bleue · Salle de musique

Ces différentes versions devront former un système graphique cohérent, identifiable et facilement adaptable aux supports imprimés et numériques.

Des résonances avec le projet artistique du Théâtre Populaire Romand

La future identité visuelle pourra explorer plusieurs dimensions qui traversent le projet du TPR :

Le vivant et la durabilité

Un théâtre pensé comme un organisme vivant, en relation avec son environnement. Les notions de transformation, d'interdépendance, de nature ou d'écosystème peuvent constituer des pistes de réflexion (nature, animaux, permaculture etc.)

La Chaux-de-Fonds et son territoire

Une identité nourrie par son lieu d'implantation : la ville en damier, son architecture, son histoire horlogère, le style sapin – expression locale de l'Art nouveau – ou encore son caractère singulier au sein du paysage culturel romand.

L'artisanat du théâtre

Un théâtre qui revendique le geste, le faire, la fabrication collective et la dimension humaine de la création. Une approche qui valorise les savoir-faire, les processus et la rencontre plutôt qu'une image institutionnelle fondée sur le prestige.

La joie

La joie comme puissance d'agir, capacité à créer, à transformer, à susciter le désir, la rencontre et la pensée critique.

L'éphémère

À l'image de l'expérience théâtrale, unique et renouvelée à chaque représentation. Cette dimension peut se traduire par le mouvement, la transformation, la trace, la matière, les couleurs ou les supports auxquels le signe graphique est associé.

La troupe

Une troupe, c'est un théâtre qui se construit dans le temps. Un ensemble d'artistes réunis, un collectif qui travaille main dans la main. Au fil des créations, la troupe tisse des liens, partage une histoire, des valeurs et une manière de faire du théâtre. La troupe incarne l'esprit du lieu, nourrit son identité et fait de chaque création une aventure profondément humaine et collective.

Les candidat·es sont encouragé·es à proposer une interprétation personnelle et sensible de ces différents axes afin de créer une identité visuelle singulière, capable d'accompagner durablement le Théâtre Populaire Romand.

Objet du mandat

Le Théâtre Populaire Romand souhaite confier la conception d'une nouvelle identité visuelle à une agence de graphisme de la région, capable de développer une approche globale, sensible et cohérente.

Le mandat comprend :

- création d'un nouveau logo et de ses différentes déclinaisons
- une nouvelle charte graphique institutionnelle globale
- rendre lisible les catégories : création, danse, théâtre, musique, jeune public etc.
- création de modèles et de principes de mise en page pour les supports de communication
- supports imprimés (brochure de saison, qui doit s'émanciper d'un format institutionnel et usuel, affiche de saison et spectacles, flyers, dépliants etc.)
- supports numériques (refonte du site internet avec une arborescence par sujet, une bonne hiérarchie et une optimisation de l'ergonomie, newsletters, réseaux sociaux dont les contenus vidéo, annonces digitales, etc.)

Phase 1

Les agences sont invitées à nous transmettre :

- présentation de l'agence
- références
- portfolio
- note d'intention

Phase 2

Trois agences sont invitées à présenter une première piste créative, comprenant notamment une proposition de logo ainsi que ses déclinaisons. Chaque agence devra également remettre un devis détaillé couvrant la production de la nouvelle identité visuelle, la conception et la réalisation de la brochure de saison 27–28, ainsi qu'un forfait pour l'ensemble des supports de communication produits durant la saison. Cette deuxième phase sera indemnisée.

Agenda

- 22 septembre 2026 ; remise des dossiers (phase 1)
- semaine du 28 septembre 2026 ; rencontre et entretien (en vue de la phase 2)
- 16 novembre 2026 ; dernier délai pour déposer le projet (phase 2)
- 30 novembre 2026 ; décision finale pour le projet retenu

Nous privilégions les agences de la région pour des raisons de proximité et de collaboration étroite et régulière. Merci de nous transmettre vos projets par e-mail à cila.zecevic@tpr.ch

Nous restons à votre disposition pour toute question complémentaire et nous nous réjouissons d'ores et déjà de découvrir vos projets. Bonne chance !

Cila Zecevic
Chargée de communication
+41 32 912 57 79
+41 79 901 95 88
cila.zecevic@tpr.ch