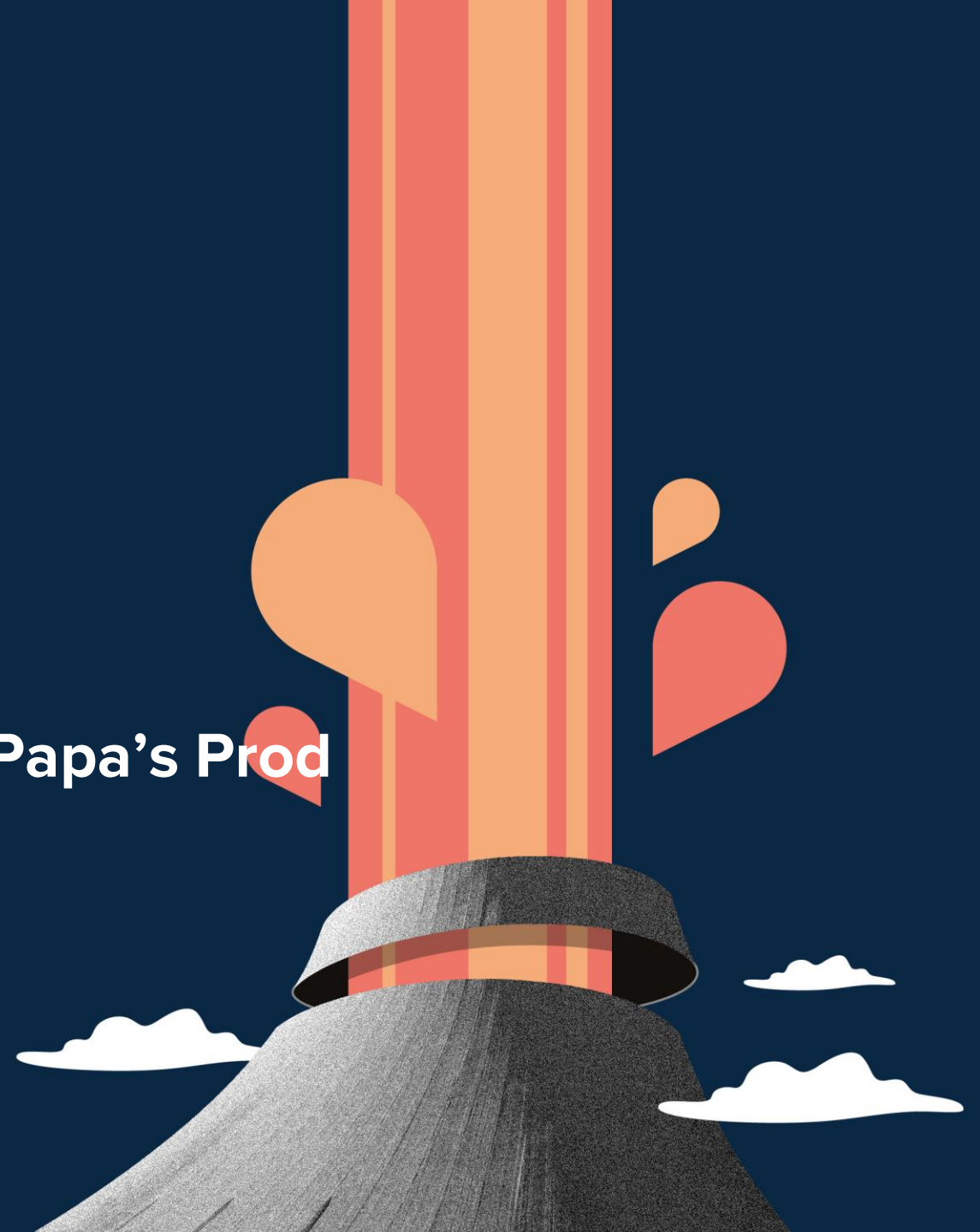


15
18
17.

A
R
C
H
I
T
E
C
T
E
D
E
V
O
T
R
E
C
O
M
M
U
N
I
C
A
T
I
O
N

Catégorie affichage

Festival Ovest Park 2021 – Papa's Prod



20-24
OCTOBRE

festival 2021
**QUEST
PARK** LE HAVRE
FORT DE
TOURNEVILLE

#jesuisalouest



**AYO • FATOUMATA DIAWARA • DELUXE
HOSHI • NAÂMAN • BALTHAZAR • BON ENTENDEUR
CABALLERO VS JEANJASS • VLADIMIR CAUCHEMAR
VIAGRA BOYS • MADEMOISELLE K • HERVÉ
WHISPERING SONS • SILLY BOY BLUE • DIRTSA
OHMNS • GRAND FINAL • FRANÇOIS PREMIERS
TOLVY • PINK FLAMINGOS • MOONYA • CELERITAS**



Le Havre

LE HAVRE SEINE

76 NORMANDIE

NORMANDIE

sacem

centre national de la musique

SPEDIDAM

Centre pour la copie privée

Greenroom

NORMANDIE.fr

tsugi

Society

SO FOOT

TOUS LES FESTIVALS

TOUS LES FESTIVALS

TOUS LES FESTIVALS

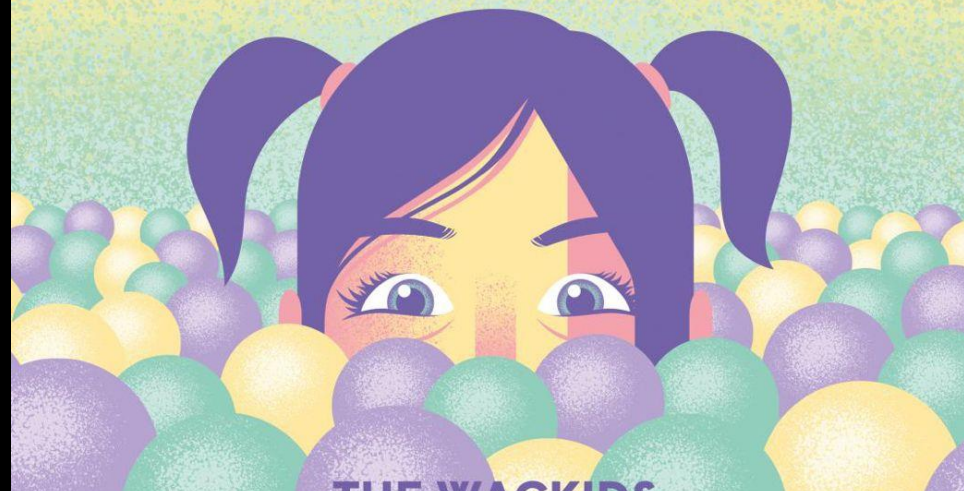
Licence 110484857 / 21272972 / 51123555 - Design graphique Agency ©2021

MER.20
OCTOBRE

FORT DE
TOURNEVILLE
LE HAVRE

5^e édition
**QUESTITI
PARK** FESTIVAL
POUR
LES ENFANTS

#jesuisalouest



**THE WACKIDS
LES FRÈRES CASQUETTE
DJ SHOW SET • STAND 2000
LE CLUB DES CHATS**



Le Havre

LE HAVRE SEINE

76 NORMANDIE

NORMANDIE

sacem

centre national de la musique

SPEDIDAM

Centre pour la copie privée

Greenroom

NORMANDIE.fr

tsugi

Society

SO FOOT

TOUS LES FESTIVALS

TOUS LES FESTIVALS

TOUS LES FESTIVALS

Licence 110484857 / 21272972 / 51123555 - Design graphique Agency ©2021



COMMENTAIRE

Contexte, problématique de communication et cibles

Après une édition 2020 annulée à cause de la crise sanitaire, l'équipe du Ouest Park souhaitait une identité visuelle résolument optimiste, évoquant symboliquement le masque et mettant en avant l'humain. Autres contraintes du visuel :

- Pouvoir le décliner sur tout type de format ainsi que dans une version destinée aux enfants (Ouestiti Park),
- Être en mesure d'intégrer l'ensemble de la programmation en gardant un bel équilibre visuel.

Cible : L'identité devait parler à un public large, le Ouest Park étant un festival ouvert à tous les âges et à la programmation éclectique. Cet événement vise principalement les habitants de l'agglomération havraise mais élargit sa communication à la Normandie.

Concept et supports utilisés

Ce visuel, au fort contraste tant d'un point de vue matières que couleurs, place l'humain au centre de l'événement sans aborder visuellement la question du masque. Le personnage, au regard enjoué et au bas du visage dissimulé, sort littéralement la tête de l'eau pour se retrouver dans une ambiance chaleureuse, festive et réconfortante. Les couleurs sont crépusculaires (festival ayant lieu le soir et la nuit).

Dans la rue, sur les formats Decaux, le regard plein de promesses invite à venir passer un bon moment.

Déclinaison Ouestiti Park : Pour s'adresser aux enfants, le personnage a été rajeuni, il incite au jeu et à la joie en émergeant cette fois d'une piscine à balles aux couleurs pastels.

Bien qu'ici nous nous concentrons sur la campagne d'affichage, de nombreux supports ont été réalisés (programme, webdesign, déclinaisons web, gifs ...).