GÉNÉRATEUR DE MOUVEMENT

Tout Atout permet à des jeunes dans une dynamique d'insertion de s'émanciper par la création artistique. Tout Atout met en réseau des artistes, des acteurs du champ social et de la culture pour les embarquer dans des projets atypiques. Tout Atout accompagne les jeunes individuellement vers une réalisation collective pour révéler et valoriser le potentiel de chacun.
Ensemble nous générons un mouvement dans lequel chacun peut s'inventer.

HYPOCRITE

Un journal culturel sans langue de bois.

L'Hypocrite est un journal culturel trimestriel réalisé par un collectif de jeunes adultes (16/30 ans), porté par l'association Tout Atout.

Nous suivre

hypocrite_le_journal

@hypocrite_le_journal

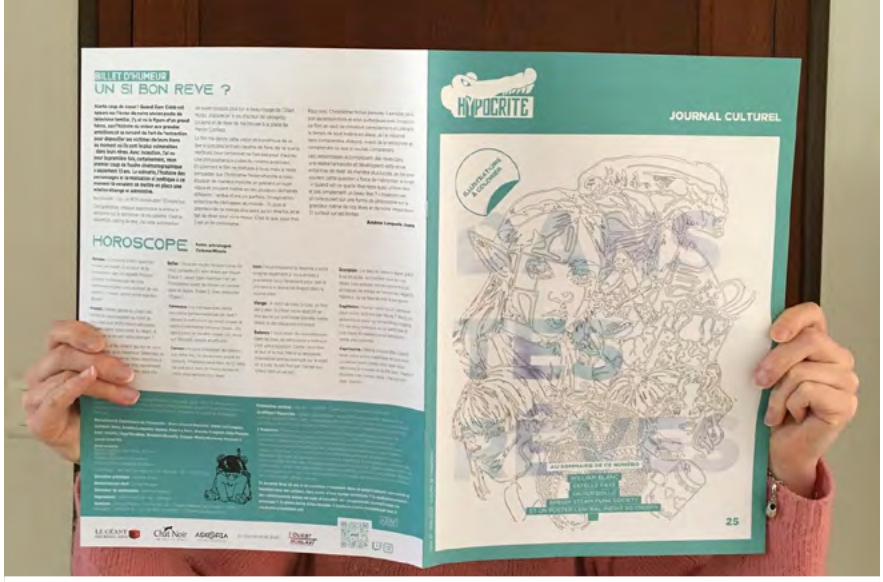
journal-hypocrite.fr

Contact

Carine Peynaud
Médiatrice culturelle
mediation@toutatout.org
Tél : 0954737750
0659957527

Association Tout Atout
44, rue Champion de Cicé
35000 Rennes

www.toutatout.org



L'ASSOCIATION TOUT ATOUT RECHERCHE LE/LA FUTUR.E DESIGNER GRAPHIQUE DU JOURNAL HYPOCRITE.

NOTRE DÉMARCHE

Tout Atout a pour objectif l'insertion professionnelle et sociale de jeunes adultes en situation de fragilités.
Pour cela, elle met en œuvre avec des artistes des projets dans lesquels les participants vont s'engager pour se remobiliser dans leurs trajets de vie. Notre approche est basée sur la mixité sociale, l'exigence artistique, l'expérimentation et l'intelligence collective.

En savoir plus : www.toutatout.org

L'HYPOCRITE : FABRICATION D'UN JOURNAL CULTUREL TRIMESTRIEL

L'Hypocrite est un projet de création éditorial collectif, qui rassemble des jeunes bénéficiant d'un accompagnement social avec de jeunes adultes issus de milieux ordinaires, et qui s'appuie sur un parcours de découverte artistique et culturelle par le prisme d'une thématique de société.

Ce projet renouvelé accompagne les jeunes dans la durée pour pour développer leur esprit critique et acquérir des savoirs, des savoirs-faire et des savoirs-être.
Il les encourage à découvrir la vie culturelle rennaise, à s'y impliquer par des rencontres ou du bénévolat tout en leur proposant de devenir les reporters de leurs découvertes.
Il leur permet de comprendre le fonctionnement des médias ainsi que la production de l'information.

CONTENUS

Média traditionnel & média vidéo

Force est de constater que les jeunes générations s'informent exclusivement en ligne, l'Hypocrite doit, en tant que média traditionnel, développer et adapter son contenu pour le web. En complémentarité avec l'édition imprimée, qui doit persister et s'imposer dans le paysage des médias culturels locaux destinés aux jeunes, nous avons ajouter une nouvelle dimension pour renforcer la compréhension par les participants de la fabrique des «nouveaux médias». Pour cela, nous explorons : de nouveaux supports par la production d'une émission en direct, de nouvelles disciplines en développant du contenu d'information pour les réseaux sociaux et de nouvelles compétences techniques par l'approche audiovisuelle (écriture, oralité, captation vidéo et sonore, montage, livestream...).

Ces deux approches (web et papier) permettent aux jeunes adultes de bénéficier d'une compréhension plus globale de la fabrique des médias au 21è siècle.

TROIS NUMEROS, TROIS THEMATIQUES

Choix d'une thématique

La thématique est la porte d'entrée qui mobilise les jeunes le long de la production de chaque numéro. Qu'elle soit proposée par les jeunes ou qu'elle fasse écho à l'actualité, elle permet de construire les différents axes qui mobiliseront un panel d'invités aux opinions diverses et variés ainsi que les sorties culturelles envisagées.

Depuis 2018, nous avons travaillé sur le développement durable, la fin du monde, l'argent & le bonheur, la justice, la démocratie, la liberté, la mort, la gastronomie, la culture manga et travaillons actuellement sur un numéro consacré aux Cultures de l'Imaginaire.

La programmation culturelle

La programmation culturelle proposée aux jeunes, s'articule en fonction de la thématique trimestrielle.

Elle est constituée par :

- **des rencontres avec diverses personnalités qui par leurs actualités ou par leur métiers ont une opinion à offrir sur le sujet**
- **des sorties culturelles (expositions, spectacles, évènements...).**

Chaque rendez vous donne lieu à un sujet qui trouvera sa place dans le futur numéro.

De plus, les jeunes sont accompagnés pour faire des propositions et des choix dans le cadre d'une programmation culturelle balisée (dessin de presse, chronique musique..).

Ces propositions à l'intérieur d'un cadre prédéfini leur permettront de répondre à leurs envies mais aussi de découvrir de nouveaux univers.

Le journal

Accompagnés par les professionnels, les jeunes travaillent collectivement à l'édition du journal trimestriel, gratuit, tirés à 800 exemplaires, retraçant leurs expériences culturelles. Il est distribué dans une vingtaine de lieux rennais.

Le format actuel fini est de 24.50 x 34.30 cm et le format ouvert de 49.00 x 34.30 cm. Chaque numéro comprend 16 pages.

Le contenu suit un rubriquage précis : édito, interviews d'artistes et de professionnels, reportages, billet d'humeur, chiffres clés, chronique musique, création d'illustrations.

En participant aux différentes étapes, les jeunes sont sensibilisés à l'utilisation de la presse écrite ainsi qu'à l'édition et au journalisme. Ils peuvent en effet, à travers le projet acquérir ou développer des savoirs-faire dans différents domaines :

- Travail de l'écriture (interviews, articles) et travail graphique développé avec 6 intervenants extérieur par saison (3 écrivains, 3 plasticiens).
- Mise en place de binôme de jeunes rédacteurs en chef par numéro
- Techniques d'impression manuelles comme le monotype, le linogravure et le tampon...
- Ateliers chemin de fer et maquettage avec le collectif pour l'amener à décider de la mise en forme du contenu avant la phase de post production et de mise en page sur ordinateur du journal (PAO)

Les « pages blanches »

Trois « pages blanches » sont offertes à des artistes et écrivains invités pour chacun des numéros.

Elles favorisent l'implication des jeunes et la rencontre grâce à des temps de créations partagées.

Deux ateliers de création littéraire avec un auteur.e *(Estelle Faye, Pierrick Jégu, Laure Fonvieille...)* aboutissent à la publication d'un texte dans le numéro.

Deux ateliers de création graphique avec un.e artiste aboutissent à la réalisation du poster central. Il est diffusé en insert dans le journal et sous forme d'affiche autonome, éditée à 150 exemplaires chacune au format A2.

CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'APPEL À PROJET

Suite au départ du designer graphique de l'Hypocrite, qui a collaboré avec nous et les jeunes sur la production de 13 numéros, nous recherchons un.e designer graphique qui aura pour mission de renforcer l'identité graphique et éditoriale du journal par :

> Le renouvellement de la maquette

Il est attendu du designer une proposition originale de maquette (format, styles graphiques…) qui reflète « la personnalité » du journal.

> La conduite d'ateliers de créations d'illustrations

Chaque numéro est illustré par les participants grâce a des ateliers de création collectif qui utilise des techniques différentes d'un numéro à l'autre en fonction des thématique abordées. Il est attendu du designer de faire des propositions de techniques qu'il mettra en œuvre avec le groupe. Il n'est pas nécessaire d'avoir déjà animer des ateliers avec du public auparavant, juste d'apporter un encadrement technique. L'animation des ateliers sera prise en charge par l'équipe de Tout Atout

> La conception de chaque numéro en collaboration avec les jeunes (chemin de fer, rubriquage) ainsi que sa post-production.

Participer à la réunion de rentrée avec l'équipe de rédaction et être force de proposition pour structurer le numéro à venir. Communiquer et tenir les délais auprès de l'imprimeur.

CAHIER DES CHARGES

Penser une identité principalement print mais déclinable pour le web.

Favoriser des techniques ou procédés manuels.

Mettre en place des ateliers de créations d'illustrations en valorisant les techniques artisanales.

PROFIL RECHERCHÉ

L'association n'est pas à la recherche d'un.e prestataire mais d'un.e professionnel.le qui partage les valeurs de l'association et qui souhaite s'engager auprès des jeunes afin de leur transmettre ses savoir-faire. Nous recherchons une personne expérimentée en CAO/PAO sans nécessité d'avoir eu des expériences obligatoirement rémunérées. De plus, il n'est pas nécessaire d'être intervenu auprès de public pour candidater.

CALENDRIER

De septembre 2023 à juin 2024
4 ateliers de 3h + temps de post production par trimestre

BUDGET

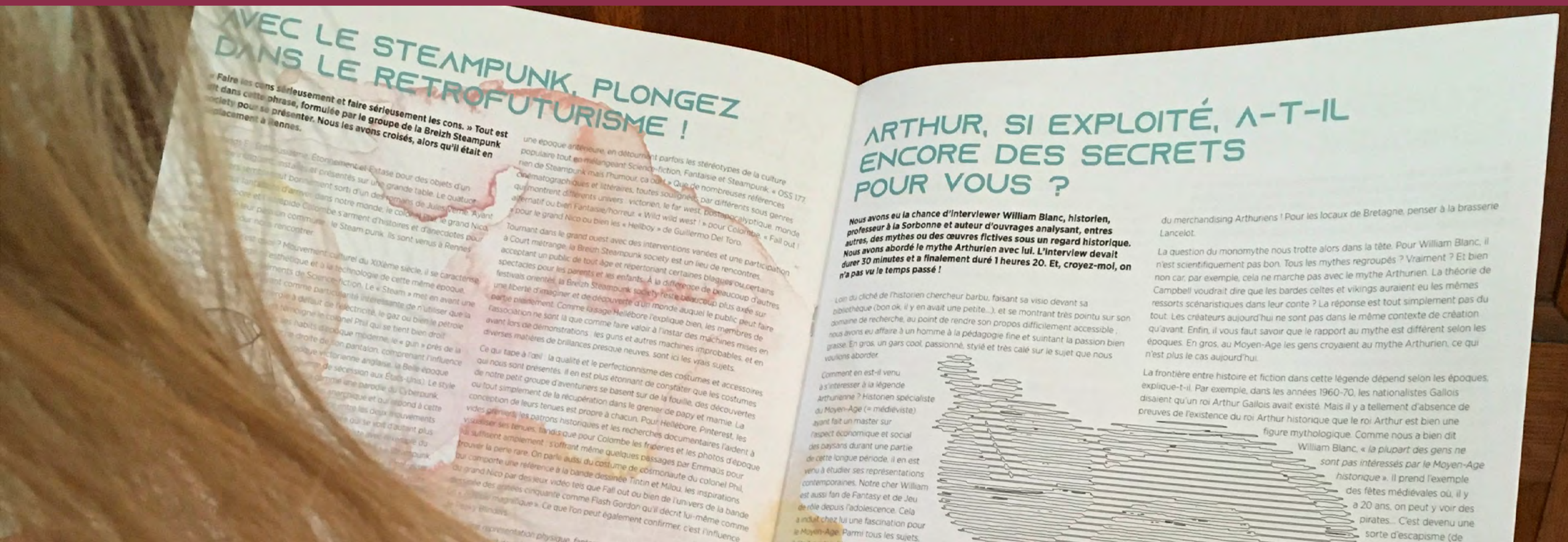
750 euros net par numéro/trimestre

MODALITÉS DE CANDIDATURE

Envoyer un dossier .pdf présentant votre univers graphique ainsi qu'une note d'intention, des pistes de maquettes (moodboard), des exemples de rubriquage, de typographies à travers la mise en page d'une couverture et de deux pages.
Proposez une technique d'illustration en rapport avec le thème de la Beauté que vous pourriez mener avec les jeunes membres de l'Hypocrite afin d'en illustrer les articles.

Il est attendu la proposition d'un univers graphique singulier.

Envoyez votre dossier pour le vendredi 24 mars, dernier délai à l'adresse : mediation@toutatout.org



AVEC LE STEAMPUNK, PLONGEZ DANS LE RETROFUTURISME !

« Faire les cons sérieusement et faire sérieusement les cons. » Tout est dit dans cette phrase, formulée par le groupe de la Breizh Steampunk society pour se présenter. Nous les avons croisés, alors qu'il était en déplacement à Rennes.

ARTHUR, SI EXPLOITÉ, A-T-IL ENCORE DES SECRETS POUR VOUS ?

Nous avons eu la chance d'interviewer William Blanc, historien, professeur à la Sorbonne et auteur d'ouvrages analysant, entres autres, des mythes ou des œuvres fictives sous un regard historique. Nous avons abordé le mythe Arthurien avec lui. L'interview devait durer 30 minutes et a finalement duré 1 heures 20. Et, croyez-moi, on n'a pas vu le temps passé !

Loin du cliché de l'historien chercheur barbu, faisant sa visio devant sa bibliothèque (bon ok, il y en avait une petite…), et se montrant très pointu sur son domaine de recherche, au point de rendre son propos difficilement accessible, nous avons eu affaire à un homme à la pédagogie fine et suintant la passion bien graisse. En gros, un gars cool, passionné, stylé et très calé sur le sujet que nous voulions aborder.

Comment en est-il venu à s'intéresser à la légende Arthurienne ? Historien spécialiste du Moyen-Age (= médiéviste) ayant fait un master sur l'aspect économique et social des paysans durant une partie de cette longue période, il en est venu à étudier ses représentations contemporaines. Notre cher William est aussi fan de Fantasy et de Jeu de rôle depuis l'adolescence. Cela a induit chez lui une fascination pour le Moyen-Age. Parmi tous les sujets,

du merchandising Arthuriens ! Pour les locaux de Bretagne, penser à la brasserie Lancelot.

La question du monomythe nous trotte alors dans la tête. Pour William Blanc, il n'est scientifiquement pas bon. Tous les mythes regroupés ? Vraiment ? Et bien non car, par exemple, cela ne marche pas avec le mythe Arthurien. La théorie de Campbell voudrait dire que les bardes celtes et vikings auraient eu les mêmes ressorts scénaristiques dans leur conte ? La réponse est tout simplement pas du tout. Les créateurs aujourd'hui ne sont pas dans le même contexte de création qu'avant. Enfin, il vous faut savoir que le rapport au mythe est différent selon les époques. En gros, au Moyen-Age les gens croyaient au mythe Arthurien, ce qui n'est plus le cas aujourd'hui.

La frontière entre histoire et fiction dans cette légende dépend selon les époques, explique-t-il. Par exemple, dans les années 1960-70, les nationalistes Gallois disaient qu'un roi Arthur Gallois avait existé. Mais il y a tellement d'absence de preuves de l'existence du roi Arthur historique que le roi Arthur est bien une figure mythologique. Comme nous a bien dit William Blanc, « *la plupart des gens ne sont pas intéressés par le Moyen-Age historique* ». Il prend l'exemple des fêtes médiévales où, il y a 20 ans, on peut y voir des pirates… C'est devenu une sorte d'escapisme (de