



Brief identité

Les questions à se poser



Un bon brief d'identité permet de bien comprendre l'organisation, sa mission, ses valeurs et ses publics cibles. Il répond aux questions suivantes :

- 1** Quel est le **contexte** : secteur d'activité de l'organisation, produits/services offerts ou mission qu'elle réalise, valeurs.
- 2** Quels sont les **objectifs principaux** de cette création ou refonte d'identité visuelle ?
- 3** Quels sont les **publics visés** en premier lieu et en second lieu : si ce sont des particuliers, quels sont leur âge, profession, centres d'intérêt, attentes, etc. Si ce sont d'autres organisations, quelles sont leurs activités, leurs besoins, leur modus operandi, etc. et, au sein de ces organisations, à quels profils et postes vous adressez-vous ?
- 4** Qu'est-ce qui **différencie** l'organisation de ses concurrents ? Le fameux USP : Unique Selling Proposition ou, en français, argument clé de vente.
- 5** Quelle est la **personnalité et le ton** de l'organisation : s'il y a des valeurs ou messages spécifiques que l'identité visuelle doit véhiculer, et, le cas échéant, définir parmi eux le message prioritaire. Éventuellement, faire un portrait chinois de l'organisation ou la décrire comme si elle était une personne. Définir le ton qui devra être perçu dans la communication visuelle, par exemple : audacieux, élégant, moderne, rassurant, accessible, traditionnel, etc.
- 6** Quelles sont les **orientations visuelles**, si elles existent : éléments, symboles, couleurs que vous souhaitez inclure ou éviter dans l'identité ; préférences éventuelles pour le style général, par exemple : minimaliste, classique, futuriste, organique, etc. mais aussi degré d'abstraction/figuration.
- 7** Quels sont les **supports** sur lesquels l'identité visuelle sera déclinée en priorité : site web, réseaux sociaux, papeterie, packaging, affichage, etc. Souhaitez-vous des éléments adaptables pour différents types de communication, comme des icônes, motifs ou illustrations ?
- 8** Quelles sont vos éventuelles **références et inspirations graphiques** pour ce projet, mais aussi des exemples à éviter qui ne correspondent pas à votre vision ?
- 9** Quelles sont vos **contraintes et attentes particulières** : techniques ou légales (polices, couleurs, style d'images) ; présence d'éléments visuels existants (logo, couleurs, symboles) ; attentes en termes de délais, budget, et processus de validation des étapes créatives.

