

à propos du cahier d'identité

LE CAHIER D'IDENTITÉ EST UN DOCUMENT DE RÉFLEXION CRÉATIVE À USAGE INTERNE. IL CONSTITUE UNE ÉTAPE PRÉALABLE SOUVENT FORMIDABLEMENT UTILE À LA FABRICATION D'UNE IMAGE DE MARQUE.

PROBLÉMATIQUES

- CRÉATION D'ENTREPRISE OU DE MARQUE
- IMAGE VIEILLIE, BROUILLÉE
- PROBLÈME D'ORIENTATION
- POSITIONNEMENT FLOU
- L'ENTREPRISE EST À UN TOURNANT DE SON HISTOIRE
- LANCEMENT D'UN NOUVEAU CONCEPT OU PRODUIT

ENJEUX (RE)DÉFINIR LES TERMES DE TOUT CE QUI CONSTITUE L'IDENTITÉ DE LA MARQUE OU L'ENTREPRISE ET IMAGINER LES MOYENS DE L'EXPRIMER AVEC COHÉRENCE.

OBJECTIF DÉLIVRER UNE DIRECTION DE STYLE (VISUELLE, CHROMATIQUE, GRAPHIQUE, SÉMANTIQUE ETC...) JUGÉE PERTINENTE POUR TOUTE LA COMMUNICATION À VENIR.

MÉTHODE ÉLABORER LA RÉFLEXION IDENTITAIRE QUI EST UN JEU DE CONSTRUCTION, EN ÉTROITE COLLABORATION AVEC L'ENTREPRISE, EN 2 TEMPS:

1. INTERVIEW

- > POUR DÉGAGER LES ÉLÉMENTS-CLÉS DE L'IDENTITÉ QUI DISTINGUENT L'ENTREPRISE DE SES CONCURRENTS (SES COMPÉTENCES, SON HISTOIRE, SON AMBITION, SON POSITIONNEMENT ETC...)
- > ET LES TRADUIRE EN IMAGES ET MOTS-CLÉS.

2. CONSTRUIRE UNE VISION DE L'ENTREPRISE A PARTIR DE COMBINAISONS DES DIVERS ÉLÉMENTS PRÉCÉDEMMENT CLARIFIÉS, EXPRIMANT AVEC COHÉRENCE:

- > SON UNIVERS VISUEL (GRAPHIQUE, CHROMATIQUE, PHOTOGRAPHIQUE)
- > SES ÉLÉMENTS DE LANGAGE (COMPÉTENCES, QUALITÉS, VALEURS, PRINCIPES ETC...)

CE QU'IL N'EST PAS LE CAHIER D'IDENTITÉ N'EST PAS UNE CHARTE GRAPHIQUE À APPLIQUER À LA LETTRE.