

1. Définition et utilité de l'identité visuelle

1.1. Qu'est-ce que l'identité visuelle?

La formation de l'identité d'une organisation repose sur un ensemble de représentations mentales associées, à l'intérieur comme à l'extérieur, à l'organisation. Des valeurs et des croyances se cristallisent au niveau de ces représentations pour former ce qu'on appelle l'image, qui est le résultat d'une perception.

Pour bien fonctionner, une organisation doit définir et développer son propre territoire d'identité, lequel repose entre autres sur un design corporate unique: l'identité visuelle. Celle-ci ne se résume pas au logo, même si celui-ci en est la partie la plus visible. Elle repose sur un ensemble de caractéristiques graphiques, déclinées de façon cohérente et systématique sur tous les supports. L'établissement d'un livre de normes ou charte graphique est indispensable pour faire respecter et appliquer l'identité visuelle au sein d'une organisation.

La conception, la construction et la mise en place de ce système d'identification visuelle, qui définit et affirme des valeurs et des spécificités, seront l'aboutissement d'une analyse en profondeur. Celle-ci débutera par la définition précise et explicite des objectifs stratégiques de l'organisation. Cette démarche ne peut être confondue avec une opération cosmétique, réalisée dans l'urgence par le biais de solutions graphiques superficielles.

1.2. A quoi sert l'identité visuelle?

Aujourd'hui, le succès d'une organisation ne dépend plus uniquement de la qualité de ses produits et services. Son image est en soi aussi un facteur de réussite. Et ce constat vaut autant pour le secteur public que pour le secteur privé, même si les budgets consacrés à l'identité visuelle et l'importance accordée à l'image en général sont nettement plus limités dans le secteur public. L'impact qu'un déficit d'identité peut engendrer est nettement moins tangible (car plus difficilement mesurable en termes de "recettes financières") dans le cas d'un organisme public. C'est probablement un des motifs pour lesquels l'identité semble faire rarement l'objet de l'attention qu'elle mérite dans les administrations publiques.

GLOSSAIRE

“Définition et utilité de l’identité visuelle” / “Definición y utilidad de la identidad visual”

Identité: identidad.

Croyance: creencia.

Développer: desarrollar.

Design corporate: diseño corporativo.

Reposer: apoyarse en.

Ensemble: conjunto, agrupación.

Décliner: ofrecer, presentar.

Façon: forma, manera.

Charte graphique: carta gráfica, identidad visual.

Au sein de: dentro de.

Mise en place: establecimiento, creación desarrollo.

Aboutissement: culminación.

Débuter: empezar, comenzar.

Démarche: procedimiento.

Cosmétique: cosmético.

Biais: inclinación.

Succès: éxito.

Soi: sí mismo, uno mismo.

Réussite: éxito, triunfo.

Constat: conclusión, constatación.

Autant: tanto como, igual que.

Budget: presupuesto, recurso.

Nettement: claramente, nítidamente.

Recettes financières: ingresos financieros.

Mériter: merecer, ameritar.