

# Table des matières

<b>Préface</b> .....	7
<b>Introduction</b> .....	9
Gérer son identité visuelle ? Ou se laisser gérer par elle ?.....	9
<b>Chapitre 1 - Une identité visuelle, pour quoi faire ?</b> .....	11
A. Qu'est-ce qu'une identité visuelle ? ..	11
B. A quoi sert une identité visuelle ?....	16
C. Un cas particulier : le co-branding....	22
<b>Chapitre 2 - Quelles sont les qualités d'une bonne identité visuelle ?</b> .....	25
A. Les 3 règles fondamentales d'une bonne identité visuelle .....	25
B. Pour formaliser l'identité visuelle : la charte graphique.....	27
C. Deux exemples de chartes graphiques....	32
<b>Chapitre 3 - Qui peut m'aider ?</b> .....	43
A. Un graphiste (travaillant seul ou en agence).....	45
B. Une agence de communication.....	48
C. Une agence de rebranding.....	48
D. Les autres acteurs.....	49

<b>Chapitre 4 - Comment organiser la mise en oeuvre concrète ? Quelles sont les différentes phases ?.....</b>	<b>53</b>
A. Les tâches qui VOUS incombent .....	53
B. La consultation de plusieurs créateurs...64	
C. Un nouveau concept : le « graphisme communautaire ».....	68
D. Le cas d'un marché public.....	71
<b>Chapitre 5 - Et les aspects juridiques ?... 77</b>	
A. Quels droits achète-t-on ?.....	79
B. Que recouvre la cession de droits ?....	84
C. Est-il possible de protéger une identité visuelle ?.....	87
D. Qui procède à un enregistrement ? .....	89
<b>Chapitre 6 - Quel est le prix à payer ?... 91</b>	
A. Les différents postes budgétaires.....	91
B. Les facteurs qui influencent la facture finale.....	95
C. Qu'est-ce qu'un bon devis ?.....	100
<b>Chapitre 7 - Comment communiquer la nouvelle identité visuelle ?.....</b>	<b>105</b>
A. Une règle d'or : d'abord l'interne....	106
B. Quelle communication ? .....	107
C. Trois exemples de campagnes de communication.....	110
D. Un but utilitaire.....	115
E. Qui communique ?.....	118

<b>Chapitre 8 - Conclusion : ne pas avoir peur !.....</b>	<b>119</b>
<b>Annexe - Les aides disponibles.....</b>	<b>123</b>
A. Conseil, orientation, suivi.....	124
B. Bourses et incitants financiers.....	129
C. Propriété intellectuelle .....	133
<b>Ressources &amp; Outils.....</b>	<b>135</b>
A. Bibliographie.....	135
B. Sites internet.....	136
C. Outils.....	137
D. Exemples et études de cas commentés...	139
E. Marchés publics.....	140
F. Propriété intellectuelle.....	141
G. Divers.....	142