

# Bâtir une identité visuelle mémorable et cohérente

---

## Fondations stratégiques

- Définir la mission, la vision, les valeurs et la personnalité de la marque pour établir le ton de voix.
- Effectuer une recherche d'antériorité auprès de l'INPI pour valider la disponibilité juridique du nom et du logotype.

## Conception graphique

- Décliner le logotype en trois formats techniques : principal, horizontal et simplifié (favicon ou icône).
- Définir les palettes de couleurs avec les codes RVB (web), CMJN (impression) et Hexadécimal.
- Hiérarchiser la typographie (titres, corps de texte, accentuation) en vérifiant les licences d'utilisation.
- Sélectionner un univers iconographique (photos, illustrations, icônes) cohérent avec la proposition de valeur.

## Règles d'utilisation et pérennité

- Documenter les règles d'usage : espaces de protection, tailles minimales et interdits (déformation, changement de couleurs).
- Compiler l'ensemble des éléments dans un 'Brand Book' ou guide des styles pour vos futurs prestataires.

## Validation et tests

- Tester l'identité sur des supports physiques (cartes de visite, papier en-tête).
- Vérifier la lisibilité et le rendu sur des supports numériques (site web responsive, profils réseaux sociaux).