

## AVERTISSEMENT

Il est aujourd'hui nécessaire de communiquer. Ce qui est vrai pour les entreprises l'est évidemment pour tous les organismes publics. C'est par l'« identité visuelle » que beaucoup d'administrations doivent montrer la transformation de leur gestion, de leur fonctionnement et de leur culture.

Nous vivons dans un monde où les mass-médias et l'audio-visuel influent sans cesse sur notre comportement personnel, social, économique et politique par une sollicitation de tous les instants dont nous ne sommes, bien souvent, même plus conscients. Le pouvoir des mots est déjà bien reconnu, mais le rôle que joue l'image en cette matière ne s'évalue pas encore suffisamment à sa juste mesure. Il faut que l'on sache que les informations s'inscrivent mieux dans le souvenir lorsqu'elles ont une présentation graphique qui mobilise la mémoire visuelle et si, de plus, elles usent de la séduction de la couleur, elles ont encore plus de chances de s'imprimer profondément. Lorsque ces moyens sont utilisés à bon escient, ils multiplient l'efficacité d'un message. Les grandes entreprises, qui l'ont compris depuis longtemps, dépensent d'énormes moyens pour préserver une identité visuelle savamment élaborée.

Ces méthodes qui ont fait leurs preuves peuvent aujourd'hui être mises au service des administrations et des collectivités publiques. Il importe que les responsables soient informés des moyens faisant partie de la stratégie de la communication qu'ils peuvent mettre en œuvre pour mieux remplir leur mission. Encore faut-il que cette communication valorise leur image, encore faut-il qu'il y ait cohérence entre l'identité visuelle et l'émetteur public, entre le discours et le graphisme.

Ce guide vise à répondre aux questions que doit se poser tout responsable chargé d'intervenir sur l'identité visuelle de l'organisme auquel il appartient, à lui permettre de mieux mesurer les enjeux de la conception et de l'utilisation d'une charte graphique.