



UNE MARQUE D'AVANCE



Communication PUBLIQUE



synap



Responsable de l'identité visuelle

Famille métier : Conseil en communication

Domaine d'intervention : Communication externe
Communication interne

En entreprise/organisation

Autres appellations : Responsable de l'identité visuelle & designer

Définition du métier

Le responsable de l'identité visuelle est chargé de la gestion globale de l'identité visuelle d'une entité, entreprise ou administration.

Il assure la cohérence de l'image.

Il construit l'image de l'entité et la fait évoluer dans le respect des contraintes économiques et des objectifs stratégiques et commerciaux définis par la direction générale.

Il conçoit et coordonne l'ensemble des supports (chartes graphiques, logos, signalétique, objets, édition, etc.) qui véhiculent l'identité visuelle de l'entité, de l'entreprise ou de l'administration, ainsi que des marques qui lui sont rattachées.

Missions

Le responsable de l'identité visuelle participe à la réflexion stratégique de l'image de l'entité.

Il audite tous les supports internes et concurrentiels afin d'alimenter sa réflexion stratégique de l'identité visuelle de l'entité.

Il sait définir un brief « image » ou concrétiser par des dessins l'identité visuelle qui correspond le mieux à l'entité. Il initie les réflexions et définit l'identité visuelle afin qu'elle exprime de manière pertinente, durable et esthétique la marque qu'elle représente.

Parfois, il met en scène lui-même ces concepts et utilise des outils graphiques (palette graphique photos, polices de caractères).

Il a une vision prospective et innovante sur l'ensemble des projets liés à l'identité visuelle. Il conseille de façon permanente les directions et travaille de façon opérationnelle et transversale avec l'ensemble des parties prenantes de l'entité afin que l'identité visuelle soit respectée et appliquée.

Il élabore guides et chartes qui détaillent l'ensemble des champs d'application de l'identité visuelle. Il est le contact permanent et gère au quotidien cette identité.

Il est chargé notamment de la dynamique d'évolution de la marque et de l'architecture des marques et travaille en lien direct avec la direction marque.

Cette fonction est transversale et permet de renforcer la stratégie de l'entreprise ou de l'institution. Ses contacts peuvent être des directions de filiales autant que les directions communication et publicité. Il pilote les agences de design, de publicité, d'aménagement de stands...

Domaine et périmètre d'intervention

Le responsable de l'identité visuelle peut être rattaché à la direction de la communication. Selon les structures et ses champs d'intervention, il peut être rattaché à la direction des marques ou la direction marketing. Il intervient de façon transversale auprès de l'ensemble des directions.

Certains responsables de l'identité visuelle ont une formation artistique et une forte sensibilité créative. A ce titre, le responsable de l'identité visuelle devient responsable de l'identité visuelle & designer. Il initie alors les recherches de concepts nouveaux et leurs expressions visuelles afin de traduire au mieux le dynamisme de la marque et/ou de l'entité.

Cette fonction est alors observée en agence ou en libéral et le responsable de l'identité visuelle devient designer au service de plusieurs entités.

Activités et tâches

Activité 1 : Gère la stratégie d'image

- Tâches :
- Participe à la stratégie d'identité visuelle
 - Audite l'ensemble des outils
 - Identifie et recense les expressions de l'identité visuelle
 - Interviewe et écoute interlocuteurs internes et externes sur le fondement de l'identité de l'entité

Activité 2 : Pilote et met en cohérence l'identité visuelle

- Tâches :
- Structure les différents univers de l'image de l'entité : signalétique, publicitaire...
 - Assure la cohérence de son identité visuelle et graphique
 - Formalise le cadre de suivi des supports de l'identité visuelle

Activité 3 : Crée les plans et outils de communication liés à l'identité visuelle

- Tâches :
- Établit plans de communication internes et externes liés à l'identité visuelle (création, refonte, consolidation...)
 - Établit guides et chartes de l'identité visuelle
 - Supervise et fait créer des supports (signalétique, papeterie...) dans le respect de l'identité visuelle
 - Assure les traductions dans le cadre de fonctions groupe et transversale

Activité 4 : Pilote la fonction et manager son réseau

- Tâches :
- Est en relation avec l'ensemble des directions de l'entité et des parties prenantes externes (fournisseurs, médias)
 - Anime et accompagne les développements de l'identité visuelle au niveau national, local et parfois international
 - Gère et anime une équipe de chargés de communication

Activité 5 : Mesure et suit ses actions de communication

- Tâches :
- Définit des indicateurs de la bonne utilisation de l'identité visuelle
 - S'assure des mises à jour et suit les versions (traduction, évolution)

Compétences

SAVOIRS

Connaissance de l'organisation, ses produits, ses métiers, sa culture/son identité, son histoire, son environnement (économique, social, politique).

Connaissances marketing (gestion des marques, architecture des marques, identité visuelle).

Connaissance des principes et des enjeux de marketing et communication.

Connaissance de la construction d'une charte graphique, éditoriale.

Connaissances des principes du web et de l'édition.

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Être capable d'élaborer un diagnostic de communication, des recommandations, des plans de communication globaux.

Avoir le sens de la communication sous ses différentes modalités (écriture web, communication).

Avoir une maîtrise opérationnelle des outils de conception graphique et de l'utilisation de logiciels spécifiques (Illustrator, Photoshop, Acrobat, Indesign, Iweb, traitements d'image, Iphotos).

Avoir une pratique courante des logiciels bureautiques.

Avoir des aptitudes rédactionnelles.

Être capable de mettre en place et d'animer des réseaux de correspondants.

Compétences souhaitées :

Utiliser les méthodes d'animation de groupe

SAVOIR-ÊTRE

Compétences requises :

Créativité

Rigueur

Organisation

Capacité de décision

Ouverture aux autres :

- Sens de l'écoute
- Bon relationnel
- Bonne compréhension et reformulation des besoins
- Curiosité
- Adaptabilité

Force de proposition

Arbitrage

Aptitude à l'animation de réseau

Compétences souhaitées :

Implication et motivation

Goût pour la gestion d'équipe

Sens du management Pédagogie

Charisme et entraînement