

Comment rédiger un brief destiné aux designers ?



Le mois passé, dans notre rubrique Conseil, nous vous parlions des collaborations entre designers et entreprises. L'un des points soulevés dans cet article est l'importance de la rédaction et de la validation d'un brief avant d'entamer un travail de collaboration. Dans cet article, nous vous donnons des pistes pour bien rédiger ce document.

Voici les 5 questions essentielles sur lesquelles nous pensons qu'il est important de se pencher pour préparer une relation fructueuse avec un designer.

1. Quels sont les éléments importants pour présenter votre entreprise et projet ?

Toute information pertinente concernant votre entreprise permettra au designer de **comprendre votre façon de travailler et vos valeurs**, notamment :

- Le nom et la description de votre entreprise ;
- Sa localisation ;
- Depuis combien de temps elle existe ;
- Vos produits.

Définissez également le projet de manière précise, claire et détaillée. Si possible, donnez **les objectifs du projet et les résultats attendus** sur l'activité ou le service. N'oubliez pas de mentionner :

- Le nom et l'objectif du projet ou les besoins visés ;
- La cible visée ;
- Les principaux concurrents (s'il y en a) ;
- Positionnement et objectifs de volume de vente.

Enfin, il est très important pour faciliter la collaboration d'**identifier la personne de contact** privilégiée au sein de votre entreprise pour les échanges et questions avec designer.

2. Quel budget consacrer à une mission en design ?

Quelle que soit la prestation demandée à un designer, le coût sera en relation directe avec la prestation demandée et le temps qu'il devra y consacrer. Différentes phases d'un projet design peuvent représenter des coûts variés.

Missions en design pour le développement d'un produit :

- Esquisses
- Rendu 3D
- Phase de prototypage

- Phase d'industrialisation
- Suivi de production
- ...

Missions en design pour le développement d'une communication visuelle :

- Logo
- Packaging d'une gamme de produit
- Développement d'une identité visuelle complète (logo, site web, carte de visite, papeterie...)
- ...

3. Votre projet comporte-t-il des contraintes ?

Un projet peut impliquer diverses contraintes telles que :

- devoir travailler selon des directives de marque ;
- respecter des brevets, des chartes ou des marques déposées existants ;
- intégrer des normes de sécurité ou environnementales ;
- travailler aux côtés d'autres designers et experts internes ou externes ;
- ...

Il est important d'en informer le designer dans le brief et d'indiquer comment il peut avoir accès à ces directives.

Pensez également à mentionner les contraintes géographiques, de calendrier et de disponibilités des décisionnaires. Le designer a besoin de ces informations pour pouvoir planifier au mieux l'avancée du projet. Les spécifier dans un second temps pourrait compromettre le bon développement du projet.

4. Comment assurer la bonne mise en route de votre

projet ?

Comme mentionné dans le point précédent, si vous disposez déjà de dates fixées que ça soit des échéances quant au projet, des réunions arrêtées, la prise de congés des personnes décisionnaires... communiquez-les, cela permettra au designer de pouvoir voir si ces dates sont en accord avec son agenda (un designer travaille souvent sur plusieurs projets en même temps). Il pourra également vous fournir ses desiderata et vous pourrez ainsi construire un calendrier plus précis pour favoriser la bonne avancée du projet.

5. Comment aider le designer à bien comprendre votre demande ?

Pour construire une collaboration solide, il nous semble essentiel de rencontrer les designers qui travailleront possiblement avec vous. Cela vous permettra de déjà créer une relation humaine mais aussi de communiquer de manière plus personnelle les valeurs de votre entreprise. Leur regard pourra également être pertinent pour affiner ou faire évoluer le brief et votre projet.

Grâce à ces 5 points, vous serez en mesure de rédiger un **brief précis qui servira de point de référence pour toutes les étapes de la collaboration avec le designer**. La qualité du travail du designer sera reflétée dans la qualité du brief que vous lui soumettrez, d'où l'importance de ne prendre le temps de rédiger ce document en prenant en compte tous ces aspects.

Sachez toutefois qu'il est possible de **co-construire le brief directement avec le designer**. Celui-ci peut, en effet, vous aider dans cette démarche en apportant son expertise, un point

de vue extérieur et d'éventuels questionnements qui peuvent s'avérer très bénéfiques pour l'évolution du projet.

Concrètement, **plus le brief est détaillé et bien rédigé, plus grande est la probabilité que le projet se déroule de manière fluide**. Attention toutefois à ne pas imposer votre vision de l'intervention au designer. Dans la majorité des cas, le designer demandera à passer le brief en revue avec vous, et ce afin de s'assurer que tout est bien compris. La bonne solution émergera du travail d'équipe entre le designer et vous-même, et les résultats n'en seront que plus probants.

Si vous avez d'autres questions sur le brief design, n'hésitez pas à [nous contacter](#).

Article rédigé avec le soutien du Fonds européen de développement régional.



Sources

DBA, How to buy design: 02 writing your design, <http://www.dba.org.uk/resources/review-how-to-buy-design-02-writing-your-design-brief/> (consulté le 15 mai 2018)

Design Council, How to commission a designer: step 4 Brief your designer, <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/how-commission-designer-step-4-brief-your-designer> (consulté le 16 mai 2018)

FEDI, Faire appel au design, http://federation-du-design.com/?page_id=38 (consulté le 15

mai 2018)

APCI, Faire appel à un designer,
<http://www.apci.asso.fr/magazine/categorie/faire-appel-a-un-designer> (consulté le 16 mai 2018)

APCI, le cahier des charges design,
<http://www.apci.asso.fr/magazine/categorie/faites-du-design/le-cahier-des-charges-design> (consulté le 16 mai 2018)