

Du BRIEF au DESIGN

Mohammed Ben Totoch

FAÇONNEZ VOS CONCEPTS CRÉATIFS

DUNOD



Mohammed Ben Totoch

Du BRIEF au DESIGN

FAÇONNEZ VOS CONCEPTS CRÉATIFS

DUNOD

Couverture : Direction et conception graphiques de la couverture
Nicolas Wiel – Florie Bauduin (graphiste)

Maquette et mise en page : CoGen-iD



Pour aller plus loin et mettre toutes les chances de votre côté, des ressources complémentaires sont disponibles sur le site www.dunod.com.

Connectez-vous à la page de l'ouvrage (grâce aux menus déroulants, ou en saisissant le titre, l'auteur ou l'ISBN dans le champ de recherche de la page d'accueil).
Sur la page de l'ouvrage, sous la couverture, cliquez sur le lien « LES + EN LIGNE ».

© Dunod, 2025
11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff
www.dunod.com
ISBN : 9782100883486

SOMMAIRE

Introduction – 16

1 **CoGen-iD**
Co-génération d'idées

1.1 Co-génération créative – 43

1.2 Points de départ – 55

2 **iD-Zone**
Questions
Tensions

2.1 Recherche de sens – 89

2.2 Recherche iconographique – 119

2.3 iD-Zone – L'inconfort du questionnement – 133

3 **iD-Board**
Inspirations
Parti pris
Prototypage

3.1 iD-Board – Planche technique d'analyse – 161

3.2 Prototypages et expérimentations – 175

3.3 Optimisation créative – 193

4 **iD-Telling**
Persuasion
Présentation

4.1 Finalisation et présentation – 209

4.2 Étude de cas : innovation et durabilité – 233

DÉCODEZ LE DESIGN EN UN CLIC !

Découvrez notre glossaire non exhaustif mais dans lequel chaque terme est choisi avec soin.

GLOSSAIRE en ligne

http://dunod.link/08v1ibq

1 CoGen-iD
CO-GÉNÉRATION
D'IDÉES

2 iD-Zone
QUESTIONS
TENSIONS

3 iD-Board

INSPIRATIONS
PARTI PRIS
PROTOTYPAGE

4 iD-Telling

PERSUASION
PRÉSENTATION

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements 12
Avant-propos 13

Introduction 16
Dépasser le cliché

Le manuel idéal ? 18
Designare 20
Évidences 22
La complexité du design 24
175 ans de design 26
Responsabilité 28
Design et gouvernances 31
Portraits – **Ariane Epstein** 32
Christian Guellerin 36

1 CoGen-iD 40
Co-génération d'idées

1.1_**Co-génération créative** 43
CoGen-iD 44
Un mot-clé 46
Un questionnement 48
Portrait – **Pierre -Damien Huyghe** 50

1.2_**Points de départ** 55
Synergie interdisciplinaire 56
Collaboration, leadership, impacts... 58
... et culture du réseau 60
Marketing et design se remodèlent 62

- Le rapprochement ingénieurs-designers 64
- Le brief marketing et sa problématique 66
- Brief et gestion de... 68
- ... projet créatif 70
- L'observation source d'inspiration 72
- Les ruptures de contexte 74
- L'écoute active 76
- Contraintes et créativité 78
- Réduire le brief à un mot 79
- Portrait – **Akiko Sekimoto** **80**
- Ce qu'il faut retenir – QCM en ligne 84
- À vous de jouer ! *Brief sans problématique* 85

2 iD-Zone **86**
Questions – Tensions

2.1_**Recherche de sens** **89**

- Polysémie d'un mot-clé 90
- L'usage du dictionnaire 92
- Quand le mot est simple et évident 94
- Quand le mot-clé est composé 96
- Opter pour un mot à la polysémie enrichie 98
- Explorer les contextes d'un mot limité 100
- Quand le mot est un concept ou une notion 102
- Le mot manquant 104
- C'est comme... 106
- L'intuition 108
- L'expression 109
- Portraits – **Susana Blasco** **110**
- **Philippe Arlaud** **114**
- Ce qu'il faut retenir – QCM en ligne 117

2.2_**Recherche iconographique** **119**
- Traduire la polysémie en images 120
- Support visuel pour le questionnement 122
- La force du *sketchnoting* 124
- Portrait – **Kevin Bethune** **126**
- Ce qu'il faut retenir – QCM en ligne 131

2.3_**iD-Zone – L'inconfort du questionnement** **133**
- L'axe créatif 134
- Questionner le paradoxe et l'étonnement 136
- Combien de questions ? 138
- Trois niveaux de questionnement 140
- Niv. 1 – Questionner sans quitter le thème 142
- Niv. 2 – Questionner pour révéler de nouveaux horizons 144
- Niv. 3 – Questionner en plongeant au cœur de l'inconnu 146
- Se déconnecter dans l'iD-Zone ? 148
- Se re-connecter depuis l'iD-Zone ? 149
- Portrait – **Pia Lauritzen** **150**
- Ce qu'il faut retenir – Brief en ligne 155
- À vous de jouer ! *Les 3 niveaux de l'iD-Zone* 156

3 iD-Board 158
Inspirations – Parti pris – Prototypage

3.1_iD-Board – Planche technique d'analyse 161
- Exploration d'espaces latents 162
- Parti pris créatif 164
- Portrait – **Verónica Majluf** 166
- Ce qu'il faut retenir – QCM en ligne 172
- À vous de jouer ! 173

Réalisation d'une iD-Board pour GreenSurf

3.2_Prototypages et expérimentations 175
- Prototypage : apprendre de l'échec 176
- Le prototypage produit 178
- Le prototypage en graphisme 180
- Parti pris créatif à prototyper 182
- La règle des trois axes créatifs 184
- Portrait – **Marc Hoffmann** 186
- Ce qu'il faut retenir – QCM en ligne 190
- À vous de jouer ! 191

Prototypage d'un maillot de bain éco-responsable

3.3_Optimisation créative 193
- Prototypage et stratégie 194
- L'harmonie dans la conception 196
- Ajuster le design 198
- Portrait – **Valentin Maynadié** 200
- Ce qu'il faut retenir – QCM en ligne 204
- À vous de jouer ! 205

Cartographier l'optimisation de votre prototype

4 iD-Telling 206
Persuasion – Présentation

4.1_Finalisation et présentation 209
- Convaincre 210
- Retracer le cheminement 212
- Structurer son propos 214
- Mentionner l'iD-Zone de niveau 1 216
- Ne pas mentionner l'iD-Zone de niveau 3 217
- Le diaporama de présentation 218
- Portraits – **Teresa Sdralevich** 220
- **Stéphane Hadjeras** 224
- Ce qu'il faut retenir – QCM en ligne 228
- À vous de jouer ! 229

Rédaction d'un rendu de dossier avec l'iD-Telling

4.2_Étude de cas : innovation et durabilité 230
- Innovation et durabilité 233
- Brief 234
- Définition du mot-clé 236
- Mise en images 237
- iD-Zone niv. 3 238
- Partis pris 240
- Expérimentations 242
- iD-Telling 246
- Portraits – **Stéphanie Patois** 248
- Vers une transposition algorithmique ? 254
- Références bibliographiques 256