

# Pourquoi cet ouvrage ?

Le « design de communication » est désormais conventionnellement lié à l'identité de marque, au packaging, à l'architecture commerciale, au design de produits. Il est devenu stratégique : il est parfois plus proche de la communication que du « design » dont il se différencie, en ce sens qu'il tient maintenant compte non seulement de contextes économiques et d'objectifs commerciaux, mais aussi de la marque. C'est un processus qui intègre à la fois des phases d'audit et d'analyse précédant elles-mêmes la communication visuelle. Le design de communication relève donc de l'esthétique et de la fonctionnalité, mais aussi de stratégies de plus en plus complexes, peu enseignées dans les écoles de design, qui sont davantage dans l'application et les techniques, ou dans les écoles de commerce, qui lui préfèrent souvent la publicité et l'achat d'espace. C'est le fait de cabinets, de consultants indépendants ou d'agences dites « de design » de gérer le design de communication.

Le design de communication est devenu global : lorsqu'on travaille à un logotype d'entreprise, le site internet évolue alors, tout comme l'esprit éditorial des brochures ou les packagings. L'identité visuelle de l'entreprise ne peut être morcelée dans la réflexion, même si les techniques sont différentes (édition, packaging, architecture...).

*Le Designer* s'impose comme l'ouvrage de référence de la profession :

- ▶ il ne morcelle pas le design, puisque le design est global, mais explique chaque technique ;

- il établit des ponts entre ces techniques avec pour fil conducteur la stratégie ;
- il propose des outils liés aux différentes disciplines du design de communication ;
- il indique des méthodes de travail simples et efficaces.

*Le Designer* concerne autant les entreprises, les institutions et les enseignes de distribution, grandes et petites, que les agences et les bureaux de design, les départements de design intégrés, les consultants et les designers indépendants, les cabinets de conseil en design et en communication, les architectes et les architectes d'intérieur, les bureaux d'études, les ingénieurs et techniciens, et enfin les étudiants qui se forment à la communication, au design, aux arts plastiques, aux arts appliqués, au commerce, à la distribution.