

La génération d'idées

CONCEPTION GRAPHIQUE

Christophe Haenssler ■ CPNV ■ Novembre 2014



Le brainstorming

Le *brainstorming* ou *remue-méninges* est une technique de résolution créative de problèmes.

La technique du brainstorming a été conçue en 1940 par Alex Osborn, vice-président de l'agence de publicité américaine BBDO. C'était à l'origine une méthode de réunion de groupe soigneusement préparée puis tout aussi soigneusement exploitée pour trouver un nombre important d'idées publicitaires et promotionnelles pour les clients et prospects.

Le brainstorming vise à produire de nombreuses idées dont certaines seront retenues pour être éventuellement développées. Pendant la séance, les participants sont encouragés à formuler toutes leur suggestions dans un environnement ouvert, non critique, pour favoriser l'émergence d'idées nouvelles. des tableaux peuvent être employés pour faciliter le processus et noter les idées produites. Celles-ci peuvent ensuite être regroupées par type puis évaluées selon leur pertinence afin de sélectionner les meilleures.

Principes de base du brainstorming

L'idée générale de la méthode est la récolte d'idées nombreuses et originales.

Deux principes de base définissent le brainstorming : la suspension du jugement et la recherche la plus étendue possible.

Ces deux principes de base se traduisent par quatre règles :

- **ne pas critiquer** - la règle la plus importante
- se laisser aller, lâcher prise
- rebondir sur les idées exprimées
- chercher à obtenir le plus grand nombre d'idées possibles sans imposer les siennes propres

Les outils de brainstorming

Il existe de très nombreux outils d'aide au brainstorming. En groupe on utilise souvent le tableau blanc, le flipchart ou les post-it. Si vous êtes seul, on peut citer les outils de création de cartes mentales tels [Mind Manager](#) ou [Mindmeister](#). Dans un style un peu différent, citons aussi [Visual Thesaurus](#) (en anglais seulement). Bien entendu, un crayon et une feuille de papier suffisent !



Le moodboard

Le moodboard (littéralement « planche d'humeur »), appelé aussi planche de tendances est un outil de recherche et de communication visuelle utilisé dans de très nombreux domaines :

- Architecture d'intérieur
- Design d'interfaces
- Web Design
- Communication et Marketing
- Films
- Jeux vidéo
- Peinture
- Mode
- Musique

Utilisations

Les moodboards sont généralement utilisés par les graphistes pour leur permettre de montrer en amont d'un projet la direction du style qu'il recherche. Ils peuvent aussi être utilisés pour montrer un style d'écriture (on parle alors de nuage de mots). En résumé, les moodboards ne sont pas limités à des thèmes visuels, mais servent comme outil pour informer rapidement les autres du « sentiment » ou de l'ambiance que le designer essaie d'atteindre. La création de moodboards sous format digital est généralement plus rapide et plus facile, mais



Mood board réalisé par Maya Jeanmonod, ancienne élève de média, pour un projet de site web (4^e année 2010-2011)



les objets physiques peuvent avoir un plus grand impact sur les personnes qu'une impression sur papier d'un moodboard digital.

Ne vous limitez pas dans l'utilisation des moodboards. Ils peuvent en effet être utilisés pour communiquer vos idées rapidement à votre client ou supérieur, à vos collègues, à d'autres designers. Vous pouvez y inclure des images bien sûr, mais également des croquis, des captures d'écran, des éléments typographiques.

Outils pour la création de moodboards

Il existe de nombreux outils de création de moodboards mais si vous utilisez Adobe Creative Suite dans votre travail, autant utiliser Illustrator, InDesign ou Photoshop. Un des outils en ligne les plus couramment utilisés est [Pinterest](#). A voir également [The Matboard](#) et [tumblr](#). Il y a aussi bien sûr les banques d'images telles [Getty Images](#), [Shutterstock](#), [Fotolia](#) ou [iStockphoto](#). Enfin, on peut bien entendu aussi utiliser [Google Images](#) ou [flickr](#).

Sources

brainstorming :

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Brainstorming>

Design Thinking, Ambrose/Harris, Pyramid (2010), p. 66

<http://www.movingbrands.com/work/coyote>

Movingbrands - Coyote Journey Video : <http://vimeo.com/33777509>

moodboard :

http://fr.wikipedia.org/wiki/Mood_board

<http://www.buddyweb.fr/utilisation-moodboard-projets-creation/>

<http://www.creativebloq.com/graphic-design/mood-boards-812470>