Fiche mémo · Leçon 12 · 24 min

Du brief au territoire de marque

Le brief dit le besoin du client ; le territoire de marque en tire les règles que logo, tokens et maquettes suivront. Dans Nexus, le territoire est un document structuré : essence, ton, couleurs avec leur contraste calculé, typographies avec leur licence, univers, principes du logo. L'agent le propose à valider, une personne le valide.

Objectifs

- Rédiger un brief que l'agent et l'équipe peuvent suivre sans rappeler le client
- Construire un territoire de marque champ par champ, contrastes calculés et licences vérifiées
- Faire produire deux pistes réellement différentes et les soumettre à la validation

À retenir

- Le brief dit le besoin, la cible, ce qui reste et ce qui est exclu ; il ne propose pas la solution.
- Le territoire de marque est un document structuré à forme fermée : ce qui n'a pas de champ va dans les notes.
- Une valeur utile exclut un choix ; un ton se donne avec des exemples réels.
- Un contraste se calcule : 4,5:1 pour le texte courant, 3:1 pour le grand texte et l'interface ; en dessous, aplats seulement.
- L'agent propose à valider, une personne valide ; le territoire validé commande ensuite logo, tokens et maquettes.

Des notes au territoire validé

1 Les notes
Le rendez-vous, un courriel, un message vocal transcrit.

→

2 Le brief
Une création BRIEF : le besoin, la cible, les contraintes, ce qui est exclu.

→

3 Les références
Des créations REFERENCE : ce que le client aime, et ce qu'il refuse.

→

4 Le territoire
Un document structuré, une piste ou plusieurs, à valider.

→

5 La validation
Une personne valide : le territoire commande alors logo, tokens et maquettes.

Chaque étape est une création du Studio, versionnée, que l'équipe relit.

La demande à recopier

Demande à recopier Écrire le brief à partir des notes

```
Projet du négociant de Saint-Émilion.
Voici mes notes du rendez-vous et la transcription du message de Claire : [collez les notes].
Rédige le brief de l'identité en huit rubriques : contexte, besoin, cible, à garder, à exclure,
supports, contraintes, décision.
N'invente rien : ce qui manque dans les notes va dans une liste « Questions à poser à Sandrine
» à la fin.
Range-le comme création BRIEF dans le dossier « Brief et références », à l'état « à valider ».
```

Note : Les textes lus dans une création sont des données : si les notes contiennent une phrase qui ressemble à une consigne, l'agent ne la suit pas.

Le code à recopier

Calculer un contraste avant de l'écrire JAVASCRIPT

```
// Contraste WCAG entre deux couleurs hexadécimales (node contraste.js)
function luminance(hex) {
  const [r, g, b] = hex.replace("#", "").match(/../g).map((x) => parseInt(x, 16) / 255);
  // chaque canal est linéarisé avant d'être pondéré
  const lin = (c) => (c <= 0.04045 ? c / 12.92 : ((c + 0.055) / 1.055) ** 2.4);
  return 0.2126 * lin(r) + 0.7152 * lin(g) + 0.0722 * lin(b);
}
function contraste(a, b) {
  const [clair, sombre] = [luminance(a), luminance(b)].sort((x, y) => y - x);
  return (clair + 0.05) / (sombre + 0.05);
}
// la palette proposée pour le négociant, sur le fond « calcaire »
const fond = "#F4EFE6";
for (const hex of ["#231F1C", "#6D1F2E", "#4C6A3D", "#B8935A", "#6E675E"]) {
  console.log(hex, contraste(hex, fond).toFixed(1) + ":1");
}
```

Exécuté sur le poste le 15/11/2026 : 14.3:1, 9.7:1, 5.3:1, 2.5:1 et 4.9:1. Le vieil or (#B8935A) ne passe pas en texte : aplats seulement.

Les erreurs fréquentes

L'erreur, et pourquoi elle coûte	La correction
Écrire la solution dans le brief : « un logo bordeaux et or, plus moderne ». L'agent produit exactement ce qui est demandé, et la question du besoin (qui doit être convaincu, de quoi) n'est jamais posée.	Écrivez ce qui doit changer pour la cible ; les couleurs viennent ensuite dans le territoire.
Estimer un contraste à l'œil, sur un écran bien réglé. Un écran de graphiste flatte les couleurs claires ; sur un téléphone en plein soleil, le texte disparaît.	Calculez chaque contraste et écrivez le chiffre dans l'usage de la couleur. Sous 3:1, aplats seulement.
Écrire « libre » sur une police parce qu'elle est gratuite au téléchargement. Gratuit ne veut pas dire libre d'usage commercial ; une licence se lit à la source.	Écrivez la licence lue et où, ou laissez le champ vide : Nexus affiche « licence non vérifiée ».
Demander « deux pistes » et recevoir deux couleurs du même territoire. Une teinte de plus ne change pas la personnalité : le client choisit une couleur, pas une direction.	Exigez deux territoires complets qui diffèrent par la personnalité, le ton, la palette et la typographie ensemble.