

Rubrique : Communication / Identité visuelle et sonore

Les annuaires : un bon outil pour renforcer l'image de votre cabinet

Fiche n° 36
parue en septembre 2011

Brigitte Van Dorsselaere et Paul Boulant
Image Juridique

L'automne, c'est aussi la saison des annuaires. La période à laquelle les annuaires professionnels vous sollicitent pour une insertion ou un renouvellement.... Au-delà du choix de l'annuaire et du contenu à intégrer sur le cabinet, l'avocat doit aussi penser, à cette occasion, à véhiculer son image.

L'identité visuelle du cabinet, c'est en effet le vecteur qui incarne toute la dynamique de l'entreprise sur tous types de supports : la plaquette et le site du cabinet bien sûr, mais aussi tous les autres supports, afin de faire entrer le cabinet dans la dimension qui le rend capable de produire du sens, d'être vu comme unique, de développer ses propres valeurs, de proposer une vision, sa vision auprès des tiers.

La multiplicité des annuaires, un vrai casse-tête

Les cabinets ont le choix de s'inscrire dans différents types d'annuaires :

- des annuaires juridiques ;
- des annuaires juridiques sélectionnant les meilleurs cabinets après soumission d'un dossier et vérifications en interne de la qualité des clients et des affaires traitées ;
- des annuaires sectoriels : santé, technologie, presse...
- des annuaires grand public, pouvant intéresser les avocats car spécialisés dans certains domaines (droit de la famille, adoption, loyers, etc.) ;
- des annuaires géographiques : par régions, pays, arrondissements de Paris par exemple...
- des annuaires gratuits ;
- des annuaires payants ;
- des annuaires en ligne ;
- des annuaires papier, ou les deux à la fois (le plus fréquent à ce jour).

Le nombre d'annuaires ne cesse de croître chaque année et le cabinet doit faire des choix car le budget alloué aux annuaires peut être très vite important.

La sélection se fera selon différents critères : les compétences du cabinet, sa dimension internationale, le coût de l'opération, la qualité des cabinets déjà présents, les services offerts (*par ex.*, mise à jour en ligne).

À chacun ses outils. Par exemple, des petits cabinets ou de jeunes avocats obtiennent une source de clientèle non négligeable *via* les annuaires gratuits en ligne. La démarche est évidemment plus adaptée à des cabinets d'avocats qui traitent des affaires relevant du droit de la famille ou du droit des loyers ou encore du droit social, qu'à des gros cabinets d'affaires...

Si, de façon générale, les annuaires permettent de diffuser des informations sur les compétences du cabinet, ils ont aussi l'avantage de mettre en valeur leur image selon différentes options (logo, focus, photos des avocats, bibliographies, annonces d'évènements, etc.).

Profitez de cette nouvelle vitrine pour vous présenter efficacement

Via les annuaires, le cabinet peut :

- présenter ses compétences, son équipe, ses bureaux...
- mettre en avant son expertise, en étant cité dans la partie éditoriale ou dans les classements, et pas seulement en « achetant » une fiche cabinet ;
- annoncer des évènements (les annuaires en ligne le proposent de plus en plus avec des mises à jour mensuelles gratuites), ce qui permet de mettre en avant le dynamisme du cabinet, mais aussi de ne pas attendre la prochaine édition papier pour modifier des informations qui seraient devenues obsolètes ;
- préciser ses coordonnées complètes : pensez à fournir un mail de contact... le but étant quand même d'être contacté !
- ajouter des liens vers son site : cette précision parfois limitée à certaines formules proposées par l'annuaire, permet de compléter utilement la fiche par de plus amples informations sur le site du cabinet et aussi d'améliorer le référencement du site ;
- penser à mettre à jour les informations sur le cabinet au moins au renouvellement de l'insertion chaque année, ou en cours d'année pour les annuaires qui le permettent.

Au-delà du contenu, utilisez l'annuaire pour renforcer votre identité visuelle

L'annuaire constitue aussi un bon outil pour véhiculer son image à condition que le cabinet pense à prendre certaines précautions :

- toujours prendre l'option, même payante, permettant de diffuser son logo, partie intégrante de l'image du cabinet
- ajouter les photographies des avocats (en général l'option n'est pas payante), en prenant soin que celles-ci soient bien harmonisées (type de portraits, couleur du fond, qualité de photo, intérieur ou extérieur, couleur ou noir et blanc, etc.), ce qui est essentiel sur le plan esthétique, mais aussi pour donner la vision d'une équipe soudée et complémentaire ;
- se distinguer en faisant apparaître la *base line* du cabinet, si le cabinet met en avant sa démarche et/ou son approche originale ;
- tenter de faire apparaître ses codes couleurs si le format de l'annuaire le permet : la couleur constitue, en effet, un signe, parmi d'autres, qui permet à la marque ou au

- nom du cabinet d'être identifié et de s'imposer sur le marché ;
- si possible, innover dans la présentation de la fiche cabinet : certains annuaires permettent en effet aux cabinets de prendre quelques libertés dans leur présentation (encadrés, choix du titre des rubriques, etc...). Il faut se renseigner à ce sujet et profiter de cette souplesse éventuelle pour se différencier, également dans la forme, de ses concurrents..

La présentation du cabinet est d'autant plus importante que l'annuaire représente un document réunissant tous vos concurrents et qu'il est souvent diffusé largement, notamment auprès de nombreuses directions juridiques. C'est ainsi l'occasion, pour le cabinet, de se démarquer et de soigner son image pour séduire. Celui qui consultera l'outil doit, en effet, le distinguer et le choisir.

Aussi, si vous décidez d'être présent dans un annuaire, votre présentation doit-elle être de qualité et en cohérence avec votre identité visuelle. Sinon, mieux vaut ne pas y figurer du tout...