

Fiche pratique N°2
Juriforum www.juriforum.fr
Mai 2007

L'identité sonore

Qu'est ce qu'une identité sonore ?

C'est une création sonore ou musicale, créée spécifiquement pour le cabinet. Ce design sonore est devenu un élément fondamental dans les codes de la communication, compte tenu de l'impact émotionnel fort du sens auditif. Le sens auditif, immatériel et abstrait, complète efficacement le sens visuel (charte, logo, format, couleur...) et le sens tactile (choix du papier...), plus concrets. C'est la nouvelle dimension de la communication, déjà comprise par les entreprises, qui gagne la profession.

Pourquoi une identité sonore ?

L'identité sonore permet de :

- compléter son identité graphique, déjà bien intégrée dans la profession
- laisser ainsi de multiples impressions
- faire ressortir sa singularité face à la vague de communication des cabinets
- renforcer la résonance du cabinet par une identité sonore facilement mémorisable
- donner du charisme à la marque du cabinet
- optimiser le 1^{er} contact avec le client /prospect (qui passe par le téléphone)
- aider le prospect à choisir son cabinet
- puis renforcer la relation client en donnant le ton et en créant une connivence, une complicité

Comment créer une identité sonore ?

La création d'une identité sonore passe par :

- **un état des lieux** : analyse du cabinet (histoire, valeurs, activités, positionnement, évolution, marché dans lequel évolue le cabinet, concurrents...) et audit visuel (identité visuelle sur tous les supports de communication : plaquette, site, papeterie, dossier, décoration des locaux ..)
- **une phase créative** : sur la base des éléments recueillis, développement de trois orientations, musicales ou sonores, combinant le visuel et l'auditif dans le cadre d'une approche poly-sensorielle
- **la déclinaison de l'axe** retenu sur différents supports : accueil et attente téléphonique, cartes de vœux, site, CD Rom, salle d'attente, petit film de présentation du cabinet.....

Comment la réussir ?

Pour que l'identité sonore soit efficace, le cabinet doit confier sa création à un musicien compositeur. Il s'agit de composer une identité sonore propre au cabinet pour qu'elle soit clairement identifiée à la marque : la reprise des musiques libres de droit ne distinguera pas le cabinet et ne correspondra jamais à sa singularité.

Captant l'esprit du cabinet, le défi du professionnel sera de tenir compte de tous les éléments permettant de définir le cabinet et de retranscrire son esprit sous forme de création musicale en veillant à la cohérence des éléments entre eux ... et au respect des principes essentiels de la profession : dignité et délicatesse. Aussi est-il confronté à une lourde tâche : créer une identité sonore originale, tout en s'appuyant sur les valeurs de la profession.

Exemples d'identités sonores

Quelques exemples de sites auxquels on accède par un jingle à la page d'accueil :

- Arsène <http://arsene.fr>
- Lamy Lexel Avocat Associés <http://www.lamy-lexel.com>
- Kahn & Associés <http://www.kahnlaw.com>
- Huglo-Lepage <http://www.huglo-lepage.com>
- PDGB Avocats avec une ambiance jazzy <http://www.pdgb.com>

L'identité sonore peut être couplée avec animation graphique :

- Sur la page l'accueil du site du cabinet D'Alverny Demont <http://www.dalverny-demont.com>

L'identité sonore peut agrémenter avec un petit film sur le cabinet :

- Sur le site du cabinet Deprez Guignot <http://www.ddg.fr>

L'identité sonore anime vos cartes de vœux :

- Vœux Image Juridique 2006 : <http://www.imagejuridique.com/bonneannee.swf>
- Vœux Image Juridique 2007 : <http://imagejuridique.free.fr/Carte1.swf>
- Vœux cabinet : <http://www.imagejuridique.com/CarteFlecheux.swf>

Exemple de jingle sur un petit film

- Le Barreau en Images, magazine mensuel sur le site de l'Ordre des avocats : <http://www.tv-barreau.com>