

Cahiers pratiques

Rubrique : Communication / Identité visuelle et sonore

Fiche n° 10 : Le format parue le 16/5/2008

Qu'est ce que le format ?

On oppose souvent aujourd'hui le format Internet au format papier, en oubliant trop fréquemment qu'au sein même de l'univers papier, on dispose de toute une palette de choix de format : il n'y a pas que le format A4 ! On peut et on doit en sortir.

Pourquoi réfléchir au format papier ?

Le format des outils de communication contribue directement à l'image que le client ou le prospect se fait du cabinet. C'est, le plus souvent, un travail très fin et tout en subtilité qui agira sur cette perception.

Le recours à un format ou pliage original permet au cabinet de :

- créer son propre langage visuel
- se distinguer, en refusant la banalisation (la standardisation) du format A4
- créer une harmonie, que ce soit entre le format du document et la forme de son logo, entre les différents outils de communication...
- faire passer un message par la forme : le carré peut, par exemple, rassurer.

Comment trouver le bon format ?

La question du format doit se poser dès le démarrage du processus de conception d'un document. C'est le cas de la création d'une plaquette : c'est l'organisation même des rubriques de la plaquette qui déterminera son format.

Le choix du bon format passe par :

- un travail sur les qualités visuelles (couleurs-matières, format) : certains cabinets ont entamé une démarche d'hypersophistication de leur plaquette, se traduisant notamment par l'émergence d'un design sensoriel
- le dépassement des seules contraintes liées à la bureautique et au format standard des imprimantes (trop souvent seules prises en compte)

- l'analyse de la structuration principale de votre projet éditorial : le format en sera le reflet (des possibilités de "lectures transverses" peuvent être proposées aux lecteurs, via des titres "chapô" comme dans la presse)
- la prise en compte de la finalité du document.

De préférence, le cabinet privilégiera la simplicité et l'efficacité : le recours à un pliage adéquat peut ainsi aider à structurer le discours du cabinet, les textes apparaissant au rythme des pages.

Cliquez sur ce lien pour voir des exemples de format :

http://www.imagejuridique.com/dl/dossierdepresse/Exemples_de_format_site_IJ.pdf

Brigitte Van Dorsselaere et Paul Boulant - Image Juridique