

Cahiers pratiques
Rubrique : Communication / Identité visuelle et sonore

Fiche n°13 : L'affiche
parue en octobre 2008

À l'heure où les avocats sont de plus en plus présents, comme les entreprises, dans les salons et les salles de conférences ou de formations, l'affiche devient un des outils classiques de communication des cabinets.

Pourquoi une affiche ?

Dans ces lieux publics, l'affiche permet aux cabinets d'avocats de :

- présenter leurs spécialités juridiques
- mettre en avant leurs expériences de certains secteurs économiques
- présenter leurs équipes, en mettant en avant les hommes
- souligner leur force de frappe à l'international, en citant leurs bureaux à l'étranger
- renforcer ainsi leur visibilité auprès de leurs clients, des prospects, des jeunes avocats, des journalistes...

Une fois conçue, elle pourra être reprise sur le site du cabinet et aussi, pourquoi pas, dans les locaux du cabinet. Conçue pour un événement particulier, elle sera ensuite déclinée, à l'avenir, pour d'autres événements ou permettra d'inspirer une page annonce à paraître dans la presse. C'est ainsi un véritable outil dont doit aujourd'hui disposer le cabinet.

Comment réussir son affiche ?

Votre affiche sera réussie si elle donne envie de lire et sort du lot. Pour y parvenir, il faut prendre certaines précautions et respecter une méthode :

1. Privilégier le visuel :

- consacrez au moins 50% de la surface de l'affiche à des images, des graphiques ou des tableaux car une affiche trop chargée en textes n'est pas attractive.
-

2. Utilisez une ligne graphique simple avec des couleurs :

- restez fidèle au code couleur du cabinet
- réservez le noir et le bleu pour le texte, qui sera plus lisible de loin
- pour le reste, limitez vous à trois couleurs bien franches et contrastées. Evitez, par exemple, les tons pastels non visibles à distance
- si vous utilisez des images, accompagnez-les d'une légende explicative pour bien travailler la qualité de l'information transmise
- si vous êtes amenés à concevoir une série d'affiches distinctes dans le temps, par exemple pour annoncer une suite de conférences, varier la charte graphique dans le temps, tout en restant dans les mêmes codes couleur, pour bien faire apparaître qu'il s'agit d'une nouvelle affiche

3. Soignez la construction de l'affiche :

- opter pour une construction sur la base de 2 colonnes
- utiliser des blocs couleurs ou des cadres afin de réserver des espaces bien distincts destinés à présenter les objectifs, méthodes, résultats, conclusions, perspectives.... Les conclusions, trop souvent placées en bas à droite, peuvent complètement échapper au lecteur. Il faut, au contraire, les mettre bien en évidence
- indiquer clairement dans quel ordre il faut lire l'affiche, en n'hésitant pas à recourir à des numéros ou des flèches

4. Choisir le format et le papier en fonction de la destination :

- opter selon la nature et l'usage du document : le format A4, simple affichette à distribuer, le format A5 à fixer sur un support, le kakemono, de plus grand format, à dérouler et à utiliser, par exemple, sur les salons professionnels
- se renseigner sur les dimensions exactes requises auprès des salons et lieux publics dans lesquels l'affiche doit être utilisée, car, en principe, des normes sont à respecter (taille des panneaux, harmonisation des affiches...)
- s'y prendre suffisamment à l'avance auprès de votre imprimeur
- privilégier la matière plastifiée avec œillets pour des kakemonos, pour permettre une réutilisation
- prévoir aussi de quoi fixer l'affiche sur place !

5. Porter une attention particulière au titre de l'affiche, qui doit :

- résumer le cœur de votre message : d'un coup d'oeil, le lecteur doit pouvoir identifier le sujet
- être bien mis en évidence (grand et fort) : on doit pouvoir le lire à une distance de 5 m
- ne pas hésiter à recourir à des formulations accrocheuses : des slogans, par exemple, dans un langage simple et compréhensible, ou encore des formes interrogatives ou un propos provocateur
- lui attribuez une couleur spécifique pour le distinguer du reste du texte

6. Réduisez le texte à des mots clés et limitez les phrases. Parce que trop d'informations tue l'information, il est conseillé :

- d'opter pour un texte compact si on veut qu'il soit lu, sachant qu'un lecteur peut lire, tout au plus, deux à trois phrases confortablement devant une affiche
- si vous devez mentionner quelques références clés, elles ne doivent pas dominer l'affiche et y figureront dans une taille de police moins grande
- de savoir adapter le langage au public : renoncez aux termes juridiques incompréhensibles aux non initiés
- de mettre bien en évidence l'adresse de votre site Internet, qui fournira, en principe, plus d'informations sur l'évènement ou le cabinet
- et bien sûr, tout celadans la délicatesse et la dignité afin de respecter la déontologie de la profession. « *Lors de la participation à un salon professionnel, l'avocat doit respecter les principes de dignité, d'information du public et d'interdiction de sollicitations et du démarchage* » (avis du 25/10/2000, cité dans le Code de déontologie, 2007, art.10, note 37).