

Site Juriforum
<http://www.juriforum.fr/>

Cahiers pratiques
Rubrique : Communication / Identité visuelle et sonore

Fiche n°16 : La vidéo
parue en février/mars 2009

IMAGE JURIDIQUE,
Brigitte VAN DORSSELAERE, Marie JEANNEST de GYVES et Antoine BRETILLARD

La vidéo constitue un outil de communication trop peu utilisé par les cabinets d'avocats. Pourtant, elle est désormais largement accessible. L'accès à Internet, le haut débit généralisé et les avancées technologiques sont, en effet, aujourd'hui autant de moyens favorisant l'«exposition sonore et visuelle».

Quel type de vidéo ?

Les cabinets peuvent avoir recours à trois grandes catégories de vidéos :

1. La vidéo de présentation du cabinet, sorte de clip ou de mini reportage

Elle contribue tout d'abord à renforcer son identité visuelle en donnant au cabinet :

- une tonalité qui lui soit propre (lumière du cabinet, mise en valeur des locaux, identité sonore, interview personnalisée...)
- un rythme induit par le montage du film afin de signifier, par l'image, les qualités propres à l'identité que souhaite véhiculer le cabinet (par exemple, on optera pour un montage calme et détaillé pour un cabinet voulant donner une impression rassurante de confort, de conditions de travail optimales, de sécurité ; alors qu'on retiendra un montage rapide où les interviews se chevauchent pour un cabinet désirant plutôt mettre en valeur sa réactivité, son dynamisme, sa jeunesse.....)

Elle aide ensuite à la relation avec le client :

- en présentant en « live » les domaines d'intervention du cabinet, pouvant être illustrés par un montage d'images d'archives, d'interviews, de captation de conférences etc.
- en créant un lien visuel et sonore avec le client, rappelant la relation intuitu personae que l'avocat entretient par essence avec lui. Il est donc essentiel que les hommes, leur parcours, leurs valeurs, leurs images et leurs voix deviennent une tonalité (lumière du cabinet, ...) des vecteurs à part entière de la communication des cabinets.

2. La vidéo de formation sur un sujet juridique, de préférence d'actualité

Elle permet de communiquer :

- en externe, auprès des clients sur l'expertise et le savoir-faire du cabinet, renforçant ainsi sa visibilité
- en interne, pour contribuer à l'information des équipes (par exemple, en diffusant, en interne une conférence filmée à l'extérieur).

3. La vidéo qui ne traite pas spécifiquement du cabinet ou d'un sujet juridique donné

Elle peut également être offerte comme cadeau à des clients, par exemple en fin d'année ou à l'occasion d'un évènement (anniversaire du cabinet...). La vidéo n'est pas alors tournée spécifiquement pour le cabinet. Le cabinet offre un coffret vidéo de qualité, comme il envoie à ses clients privilégiés un livre ou une caisse de champagne.

Pourquoi une vidéo ?

La vidéo est devenue un véritable outil de communication, qui contribue à véhiculer votre image et à renforcer votre positionnement. L'image et le son permettent, en effet, aussi efficacement que les textes, et de façon plus instantanée et plus rapide, d'atteindre les objectifs suivants, selon le type de vidéo retenu :

- vous distinguer de vos concurrents par le style et le ton
- présenter vos locaux (le choix n'est pas neutre selon que l'on cherche à renforcer le lien humain ou, au contraire, de mettre en avant la structure)
- mettre en scène les membres de votre équipe (en extérieur pour donner une image dynamique, moderne, «dans la vie», ou en intérieur pour mettre l'accent sur l'aspect «travail»)
- renforcer l'image du cabinet en mettant en relief son dynamisme, son histoire, ses valeurs classiques, masculines, féminines, son caractère innovant, ses aspects technologiques, ...)
- annoncer un évènement : l'arrivée d'un nouvel associé, le développement d'une nouvelle activité, l'ouverture d'un bureau en province ou à l'étranger, une fusion avec un autre cabinet, ...
- créer un lien avec le client, mais aussi entre les différents bureaux (bureau principal et bureaux secondaires, bureau parisien et bureaux à l'étranger, membres d'un réseau...)
- former les collaborateurs, qui pourront ainsi accéder à la vidéo sur tout lieu et à toute heure, ce qui permet une grande souplesse
- animer son site Internet
- constituer sa vidéothèque
- faire un cadeau à ses clients, en leur adressant une vidéo sur un thème d'actualité juridique les concernant ou une vidéo déconnectée du domaine juridique en fin d'année
- adresser la vidéo d'un petit déjeuner organisé au cabinet aux participants, ou à ceux qui n'ont pu y assister, pour exploiter l'évènement après le jour J
- présenter son programme, dans le cadre d'une élection professionnelle, comme y ont eu recours certains candidats au Bâtonnat aux dernières élections.

Où utiliser la vidéo ?

La vidéo pourra ensuite être utilisée dans différents lieux ou sur divers types de supports :

- sur des écrans installés au cabinet (salon d'attente ou salle de formation)
- sur le stand du cabinet dans le cadre d'un salon professionnel auquel vous participez, notamment pendant les temps de pause pour continuer à animer le lieu et se rendre visible
- dans une salle de séminaire, de conférences ou de formation, ...
- sur votre site Internet : le barreau de Paris traite ainsi l'actualité du mois sous forme d'images dans le cadre du Barreau en Images, accessible sur la page d'accueil du site de l'Ordre (Image Juridique a initié ce projet de vidéo)
- et aussi, de façon simple, sur Dailymotion, ce qui augmentera votre visibilité et modernisera votre image.

Comment s'y prendre pour créer sa vidéo ?

Il est important de :

- confier la prestation à un professionnel
- prévoir la présence d'une styliste (maquillage, tenue vestimentaire, mise en scène)
- gérer la cession de droits (pour une durée illimitée) sur tous supports
- demander la remise de la vidéo sur un DVD (ce qui permet de matérialiser le produit et de le remettre aux clients si besoin) ainsi qu'au format web (pour le mettre en ligne)
- respecter l'identité visuelle et sonore du cabinet (logo, codes couleur, jingle, ...)
- citer les concepteurs et les intervenants dans le cadre d'un générique
- habiller ce générique de son identité sonore
- limiter la durée de la vidéo si elle est destinée à Internet, ou faire un montage adapté à ce type de support

Cliquez sur ces liens pour voir des exemples de vidéos :

Vidéo présentant une équipe

Belle présentation de l'équipe, au travers d'une séance photo sur un pont de Paris, accessible en vidéo sur la page d'accueil du site Deprez Dian Guignot <http://www.ddg.fr/>

Vidéo présentant un homme

Mise sur un site de cabinet d'une interview d'un avocat, diffusée au JT de TF1 : http://www.ftms-a.com/Proces-Erika-TF1-JT-20H00-du-4-juin-2007_a81.html

Vidéo présentant des activités

Le magazine mensuel du Barreau en images, accessible dès la page d'accueil du site de l'Ordre des avocats du barreau de Paris (initié par Image Juridique) pour relayer, en images, les informations du traditionnel Bulletin du Bâtonnier : http://www.avocatparis.org/SommaireMagazine/lemagazine_fevrier_2009.aspx