

## Site Juriforum

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

### Cahiers pratiques

Rubrique : Communication / Identité visuelle et sonore

#### La salle de réunion

Fiche N° 20, septembre 2009

Marie Jeannest de Gyvès et Brigitte Van Dorsselaere  
Image Juridique

***La salle de réunion, de plus en plus utilisée, fait aujourd'hui partie intégrante de l'identité du Cabinet et doit s'intégrer dans sa politique de communication globale.***

#### Un espace de plus en plus utilisé

Les salles de réunion sont de plus en plus utilisées pour les raisons suivantes :

- pour respecter la confidentialité, les avocats ne reçoivent pratiquement plus jamais leurs clients dans leur bureau,
- la taille des cabinets augmentant, des réunions entre départements ou par département sont devenues nécessaires,
- la nécessité de fidéliser les collaborateurs a conduit la majorité des cabinets d'avocats à mettre en place une politique de communication interne de plus en plus motivante, nécessitant souvent l'utilisation de salles de réunion comme lieu convivial de réunion extra professionnelle (*happy hours*, pots d'arrivées ou de départs, fêtes de fin d'années,...)
- dans le cadre du recrutement des collaborateurs et des membres du personnel administratif, les entretiens se tiennent très fréquemment dans les salles de réunions.

#### Le premier contact physique du visiteur avec le Cabinet

La salle de réunion est le lieu dans lequel le visiteur prend contact pour la 1<sup>ère</sup> fois avec le Cabinet. Au même titre que l'accueil, c'est l'occasion pour lui de capter l'atmosphère que dégage le Cabinet. Il faut y attacher de l'importance car :

- on dit souvent que « *la première impression est la bonne* » et on n'a qu'une seule fois « *l'occasion de faire une première impression* »
- l'impression ressentie sera mémorisée pour longtemps
- elle fait partie des éléments d'appréciation du Cabinet : par ses volumes, son aménagement, sa décoration, sa fonctionnalité..., elle exprime la qualité, le sérieux, l'esprit convivial du Cabinet et contribue ainsi à le distinguer de ses concurrents.

## Un élément de l'identité du Cabinet

A l'heure où les cabinets d'avocats s'efforcent de plus en plus de définir leur positionnement afin de se différencier de leurs concurrents, la salle de réunion représente un élément distinctif supplémentaire. Autant que les supports de communication, ce lieu doit refléter les valeurs du Cabinet, son identité. C'est pourquoi, la salle de réunion doit être à la fois :

- fonctionnelle (écran vidéo, retro projecteur, bloc note, crayons réalisés en suivant la chartre graphique du Cabinet),
- conviviale (café, boissons...),
- confortable pour que le client, les candidats, les membres du Cabinet, les journalistes s'y sentent bien, aient envie de le rejoindre, d'y rester puis l'occasion d'en parler,
- en cohérence avec l'image et les messages que le Cabinet entend véhiculer auprès de ses clients, prospects, prescripteurs, journalistes et futurs collaborateurs.

## Comment l'aménager et la décorer ?

L'espace de réunion devant permettre au Cabinet d'asseoir son image et de renforcer sa stratégie de marque forte, il est important d'aménager et de décorer ce lieu en cohérence avec le positionnement et l'identité du Cabinet. Pour cela, il est conseillé de :

- respecter l'harmonie des différents outils de communication : le client, qui a lu la plaquette ou visité le site Internet, doit reconnaître l'environnement et les codes de communication spécifiques du Cabinet lorsqu'il s'y rend physiquement,
- créer un espace qui porte l'empreinte de la personnalité du Cabinet (sa spécialité, ses secteurs d'activités économiques, ses localisations géographiques...) : le client ou le prospect doit avoir l'impression immédiate de pénétrer dans un lieu personnel et de qualité,
- bien choisir la couleur du lieu : un subtil équilibre doit être trouvé entre les couleurs chaudes (rouge, jaune, orange), plutôt tonifiantes, et les couleurs froides (vert, bleu, violet), plus relaxantes, toujours en tenant compte des codes couleurs du Cabinet, retenus sur les outils de communication (cf. notre fiche sur l'aménagement des bureaux)
- travailler la lumière, élément trop souvent ignoré et pourtant essentiel,
- décorer la salle avec soin et réflexion : la décoration, le mobilier, les objets d'art... contribueront à l'impression générale retenue par le visiteur (convivialité, tradition, modernité, haute technologie, luxe ....). C'est d'autant plus important que le client, qui risque parfois d'y passer un long moment, doit apprécier l'atmosphère qui s'y dégage, le confort bien-sûr, mais aussi l'agrément et l'efficacité de ce lieu de travail,
- fleurir le lieu, dans l'esprit du style de la pièce (classique, design, nature...),
- éventuellement, en profiter pour manifester son engagement pour l'art ou sa démarche de mécène, en exposant régulièrement des artistes soutenus par le Cabinet ou tout simplement appréciés afin de créer un lien de complicité avec les visiteurs,
- y présenter des supports de communication du Cabinet décrivant ses domaines d'intervention, ses équipes, sa démarche, son expérience dans tels secteurs d'activité économiques, ou sa présence à l'international... tout ce qui contribue à sa valeur ajoutée. Souvent le client ne connaît, en effet, le Cabinet que sous une seule étiquette de compétence,
- prévoir de façon plus pratique, blocs, stylos, crayons, réalisés selon la chartre graphique du Cabinet (logo, typographie, couleurs), qui soulignent l'identité graphique du Cabinet, ainsi que café et vaisselle reprenant également l'ensemble des éléments de la marque,
- et, bien sur, toujours veiller au respect des règles de confidentialité de la profession (notamment, ne pas accéder à la salle de réunion en passant par des couloirs où les noms des dossiers seraient visibles, ou encore veiller à la bonne acoustique des bureaux voisins....).