

## A. Introduction

La communication moderne est essentiellement graphique, qu'elle soit déployée avec des vecteurs papier ou écran. Des révolutions technologiques ont régulièrement bouleversé les techniques d'expression comme les supports au fil de notre histoire.

En voici quelques exemples :

- ▶ Abandon de la tablette d'argile pour le rouleau de papyrus ; écriture, conservation et transport de l'information sont facilités.
- ▶ Passage du rouleau au codex (livre) : l'apport de la page fait progresser la recherche de l'information extraordinairement et le volume facilite l'archivage.
- ▶ Passage de la copie manuelle à l'impression : démocratisation progressive du livre et accès du savoir étendu au plus grand nombre. L'impact est colossal sur le développement des connaissances.
- ▶ Passage du livre au lecteur numérique : tous les livres du monde tiennent dans 300 grammes. Alors que l'humanité s'apprête à coloniser d'autres planètes, elle peut emporter son savoir dans la poche d'une combinaison spatiale.

Ces jalons n'ont pas été franchis sans errements, réticences et inévitables rejets. L'émergence de chaque nouvelle technologie n'a pas manqué de détracteurs pour évoquer à chaque fois la fin d'un monde qui était « bien mieux avant ».

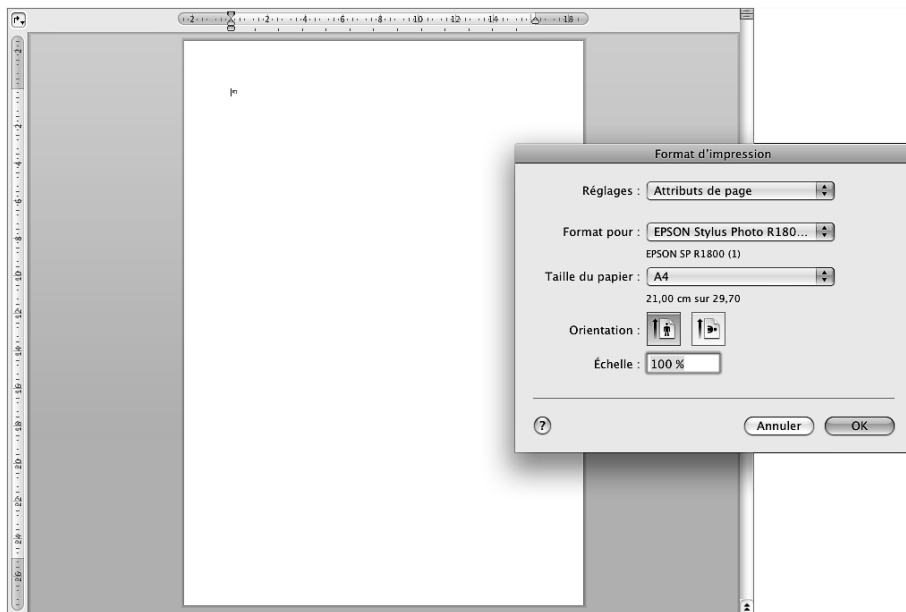
Communiquer visuellement avec efficacité implique d'intégrer deux axes de réflexion qui doivent nous guider constamment :

- ▶ Comprendre les habitudes et de routine héritées d'un passé acquis et inné conditionnant les modes de lecture.
- ▶ S'adapter aux émergences des nouvelles technologies et à leur accélération afin de démultiplier nos leviers d'action vers de nouveaux lecteurs, de la génération Y, qui n'ont pas connu la machine à écrire et les copies carbone.

Ces deux préoccupations bien ancrées, nous pouvons commencer notre travail en étudiant comment créer des documents plus efficaces.

## B. Comment aborder la page blanche ?

Puisqu'au départ il n'y a rien, les possibilités sont théoriquement infinies. Mais ceci n'est pas tout à fait vrai, car dès le lancement d'un simple logiciel de traitement de texte, une page s'ouvre et sans intervention de notre part, des paramètres par défaut s'imposent : format A4 et marges uniformes de 2,5 cm.



C'est ici que l'on peut commencer à améliorer les choses car, vous vous en doutez, la pertinence de ces paramètres par défaut n'est pas démontrée.

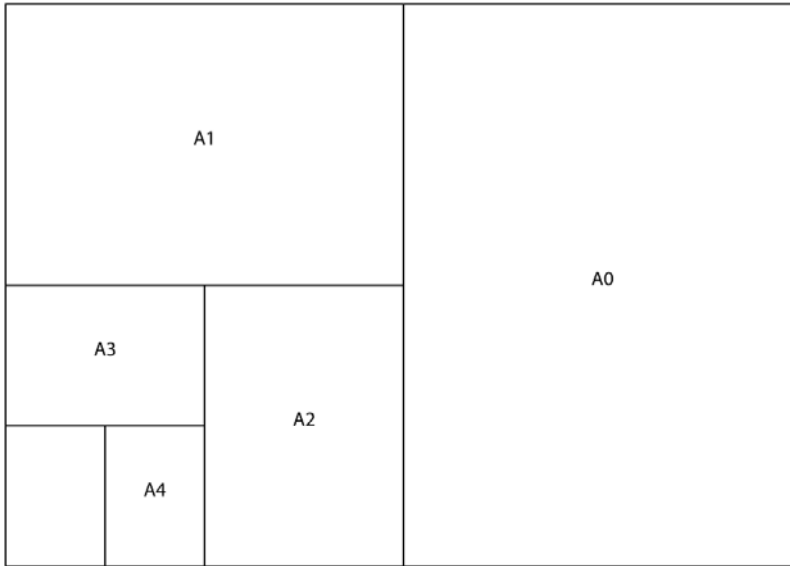
### 1. Améliorer les formats

#### a. A4 ou pas A4, telle est la question

La caractéristique première d'un document visuel est son format. Certains formats sont standardisés pour des raisons pratiques ou industrielles. C'est le cas de l'affichage : 4 x 3 mètres (en France) pour les grandes affiches, 120 x 160 cm pour les abribus, 120 x 180 cm pour les « sucettes », etc.

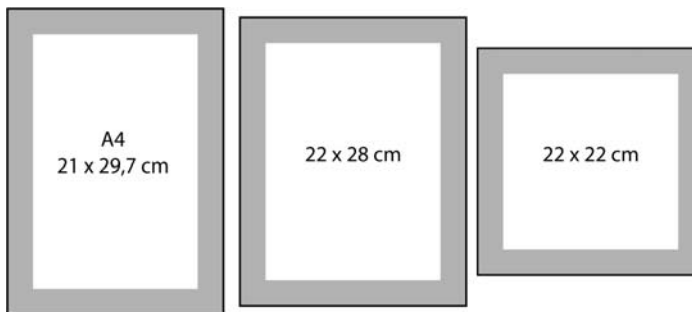
En ce qui concerne les documents papier, la standardisation a imposé le format A4 géré par l'AFNOR. Il s'agit d'un format d'ingénieur et non pas de graphiste pour lequel ces proportions ne sont pas idéales. Il est trop étroit pour un multicolonnage efficace et son usage omniprésent en bureautique ne véhicule pas une image très qualitative.

La raison de son existence est simple : il s'agit de pouvoir appliquer un rapport mathématique homothétique basé sur le pliage de la feuille en deux sur sa plus grande longueur, en partant du format A0 (841 × 1189 mm) qui représente 1 m<sup>2</sup>. Le rapport entre longueur et largeur est constant ( $\sqrt{2}$ ). Vous trouverez tous les détails sur les formats de papier à l'adresse : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Format\\_de\\_papier](http://fr.wikipedia.org/wiki/Format_de_papier)



Il est tout à fait judicieux de travailler des documents de communication aux proportions beaucoup plus harmonieuses et pratiques, en restant dans un format proche de l'A4 pour que les documents puissent être expédiés dans une enveloppe standard au format C4 (22,9 x 32,4 cm).

Par exemple, il suffit d'augmenter légèrement la largeur à 22 cm et de réduire la hauteur à 28 cm :



Dans ce cas, on réalise plusieurs bénéfices :

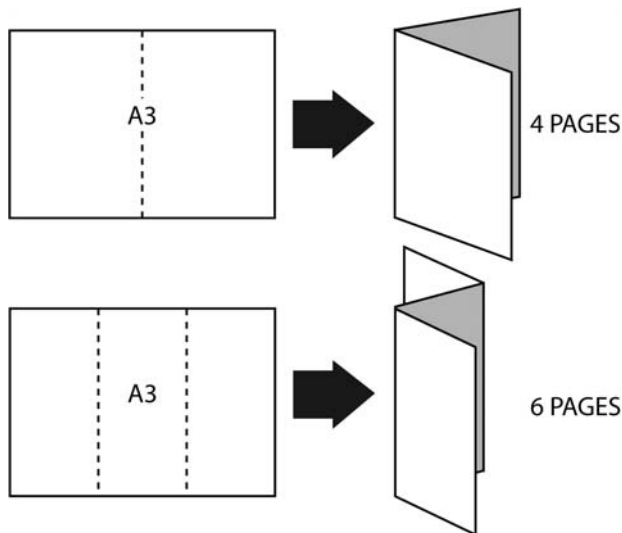
- ▶ Le document de communication ne sera pas assimilé aux autres documents administratifs dont il se distinguera par le format. Il sera en ce sens perçu comme « original ».
- ▶ Le gain en largeur permettra des multicolonnages plus aisés.
- ▶ Ce format mettra mieux en valeur les images.
- ▶ Le document restera archivable dans des boîtes d'archivage standard.

22 cm est la limite en largeur compte tenu de la taille de l'enveloppe. La hauteur peut sans problème être ramenée à 27 cm en restant dans une proportion rectangulaire. Pour des documents qualitatifs, on peut même envisager le format carré 22 x 22 cm.

Même avec un logiciel de traitement de texte, il est facile de définir un format personnalisé original que l'on pourra enregistrer pour ne pas avoir à le reparamétrer à chaque fois qu'on en a besoin. Lorsque ces documents seront imprimés en interne, il restera à prévoir un massicotage en sortie d'imprimante pour recouper les documents au format définitif. C'est un excellent travail pour un stagiaire en communication, Léonard de Vinci ayant commencé son apprentissage en balayant l'atelier de son maître.

### b. Les pliages

Sans aller chercher des pliages complexes qui relèvent plus de l'origami que d'une communication efficace, on peut envisager des formats astucieux. Par exemple, un A3 standard plié en deux produira un banal 4 pages A4, alors qu'en le pliant en trois vous obtiendrez un format accordéon original (plié 140 x 297 mm).



Vous pouvez consulter les principaux pliages standard autorisés par les machines des imprimeurs ici :

<http://www.lafabriquedimages.com/2011/08/les-10-principaux-pliages-en-imprimerie/>

## 2. Améliorer le papier

Le souci premier des imprimeurs, industriels qui transforment la matière première papier, est avant tout de réaliser le meilleur bénéfice en imposant le papier qu'ils achètent le moins cher possible. Ceci n'est pas un problème pour la production de documents courants, qui se satisfera de papiers standard. Lorsque vous demandez un papier spécifique pour la réalisation de documents de prestige (invitations, cartes de vœux, plaquettes de luxe, rapports annuels) n'acceptez jamais un papier « équivalent ». Il ne sera effectivement pas équivalent alors que vous aurez payé le prix de l'authentique, et la qualité du document s'en ressentira. De la même façon qu'un chef étoilé ne cuisinera pas avec les produits génériques du hard discount, un responsable de communication avisé utilisera des papiers authentiques.

N'hésitez pas à demander des échantillons de papier de marque. Si votre imprimeur n'est pas capable de vous proposer des papiers innovants ou de qualité, adressez-vous directement aux papetiers, par exemple Thieberge et Comar (<http://www.thieberge-comar.com/>), qui vous adresseront des échantillons et même des exemples de réalisations.

Un grammage adapté au type de document est crucial. Pour un journal interne de 8 pages et plus, il est contre-productif d'employer un fort grammage. Un papier recyclé de 90 g/m<sup>2</sup> est largement suffisant. À l'inverse, pour une invitation sur un modèle 4 pages 21 x 15 cm plié, n'hésitez pas à employer un 350 g/m<sup>2</sup>.

Si vous devez envoyer ce document par la poste, voici la formule pour en évaluer rapidement le poids :

*(largeur de page en mètres x hauteur de page en mètres) x grammage x nombre de folios*

Notez que dans cette formule, basée sur le format plié, il ne faut pas multiplier par le nombre de pages mais par le nombre de folios (pages recto-verso), qui correspond au nombre de pages divisé par deux.

Voici le résultat de cette formule pour une invitation 4 pages au format plié 21 x 15 cm sur 350 g/m<sup>2</sup> : (0,21 m x 0,15 m) x 350 g x 2 = 22,05 g. Ajoutez le poids de l'encre et du vernis en arrondissant à 23 g.

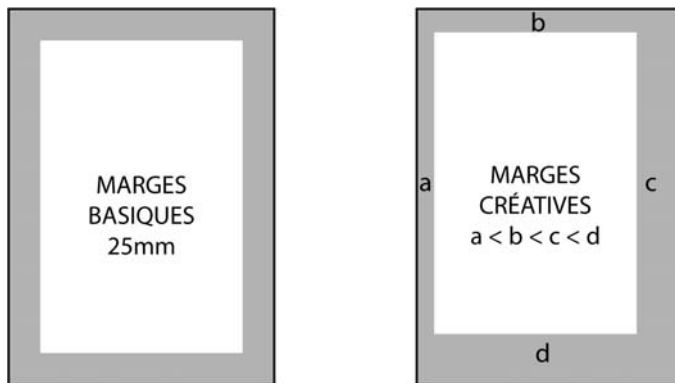
### 3. Améliorer les engagements

Le terme « engagement » appartient au vocabulaire des typographes traditionnels. Il s'agit de la gestion des marges. La vocation première des marges est la protection du contenu, les premiers livres étant jadis stockés dans des conditions où ils pouvaient être attaqués par l'humidité, la moisissure et les rongeurs. La deuxième utilité des marges est de faciliter la prise en main du document en laissant une place pour les pouces.

Historiquement, la notion de luxe est liée aux marges. Plus un document présente des marges importantes, plus il est considéré comme haut de gamme. C'est toute la différence entre une revue de mode, très aérée, et un journal gratuit d'annonces où le moindre millimètre est occupé.

En ce qui concerne les documents courants, la première action consiste à s'affranchir des marges par défaut de 2,5 cm. Cette valeur correspond à l'unité de base américaine (le pouce), et n'a pas plus de valeur que si on utilisait le centimètre, unité de base en vigueur en France.

Les typographes utilisaient des méthodes de calcul, qui remontent au « Canon de division harmonieuse » de Villard de Honnecourt, bâtisseur de cathédrales, puis au Canon des Ateliers, pour déterminer la valeur des marges. Sans appliquer à la lettre ces règles qui sont parfois compliquées à calculer, sachez que chaque marge doit, si on part de celle du pli, être inférieure à la suivante :  $a < b < c < d$ , comme dans l'exemple ci-après.



Précisons que pour des documents usuels modernes, on peut ne pas respecter cette règle à la lettre pour ce qui est de la dernière marge du bas, qui peut être inférieure à celle de l'extérieur.

La marge est un espace destiné à mettre en scène le contenu. Il est donc tout à fait possible, dans le cadre d'une mise en page moderne, d'y placer des contenus : image débordante, légende, note, foliotage, etc.