

Aborder votre graphiste avec sérénité

Vous souhaitez créer un support de communication visuelle, mais... avez-vous la bonne recette ?

Ça y est ! Votre association a enfin décidé de lancer son premier festival de musique folke !! Dans deux mois, les premiers participants vont arriver et vous venez tout juste de réserver les salles, les musiciens, le traiteur, etc. Il faut maintenant créer des affiches et des programmes pour informer les gens. Vous avez donc choisi votre équipe graphiste/imprimeur, et vous avez signé les devis nécessaires pour commencer.

✓ **Par quoi commence-t-on ?**

Ou comment donner les bonnes informations au graphiste pour avancer efficacement et avoir vos documents dans les temps ? Le travail du graphiste est avant tout de mettre en page vos idées, pas de les inventer. La télépathie n'étant pas encore d'actualité, il va falloir échanger :)

✓ **Tout travail de composition se prépare comme un bon plat :**

Définir le nombre d'invités et leurs goûts, les ingrédients nécessaires et les ustensiles pour les préparer. Ensuite, il faut rassembler au même endroit les ingrédients, afin qu'ils soient à portée de main et d'avoir une vue d'ensemble. Puis un à un, il faudra les doser, les transformer, pour qu'ils soient prêts à être utilisés. Ensuite seulement, vous les combinerez ensemble, dans un certain ordre, pour créer votre plat.

La composition est un travail qui met en scène différents éléments sur une même surface.

> Lorsqu'elle n'est pas sur internet, elle se trouve limitée par les bords de la feuille (ou tout autre matière, comme de la bâche ou du tee-shirt imprimés). Le graphiste doit d'abord prendre en compte le public et/ou le lieu où va être lu le support demandé. Ensuite, la thématique, le type de couleurs (dominantes) qui est demandée, ainsi que le type d'éléments qu'il doit intégrer : photos, graphismes abstraits ou figuratifs (illustrations), données textes...

On la nomme aussi mise en page ou maquette, et, avant les ordinateurs, les supports étaient uniquement montés à la main, sur du papier soit par des collages, soit des illustrations qui détaillaient les essais d'emplacement.

Une mauvaise mise en page peut faire perdre son rôle de vecteur de l'information. Par exemple, si elle n'est pas équilibrée, si elle manque de tonus, ou encore si ses informations ne sont pas bien lisibles par le lecteur.

> Toute personne qui souhaite avoir un document efficace, avec ou sans fioriture ou couleurs, doit avant tout travailler la mise en page... Au risque de ne pas pouvoir gagner l'intérêt de ceux qui vont le lire. Ce qui est quand même l'objectif de tout support de communication, publicitaire ou pas !

✓ **Pour résumer**

Qu'est-ce que doit être défini lors du premier entretien ?

a. **Qui sont les personnes qui devront prendre les décisions ?**

Définir le nombre idéal de personnes pour réfléchir, relire, modifier le support au cours de sa création. Choisir un contact unique, coordinateur entre votre équipe et le graphiste/imprimeur, qui pourra prendre certaines décisions sans avoir à se référer à votre équipe, et surtout facilement joignable par tous.

b. **Pour qui et où allez-vous communiquer ?**

Réfléchir au style, à la thématique, et aux contraintes/objectifs

c. **Quels sont les dimensions, plis, pages... de votre document ?**

d. **Avez-vous tous les éléments à intégrer ? Faudra-t-il les modifier ?**

Accélérer l'intégration d'éléments, utiliser une bonne qualité.

e. **Avant votre premier entretien avec votre graphiste :**

1. **Faire un croquis** rapide, pour commencer à appréhender l'espace du support

2. **Préparer** vos éléments : textes et images. Seront-ils sur papier ou numériques ?
3. **Réfléchir** aux contraintes techniques, temporelles, ou matérielles qui devront être prises en compte.
4. **Préparer sur papier, la présentation de votre projet**, reprenant tous les points précédents. Cela permet de bien cibler ses idées, ne rien oublier, de choisir ses mots, de connaître les questions qui sont sans pour l'instant sans réponse.
5. **Éditer un listing**, dans le cadre d'un support avec plus de cinq éléments différents (ex : encarts publicitaires).