

Un nouveau design convaincant

Pourquoi les informations spécialisées ne pourraient-elles pas être présentées de manière agréable et compréhensible? Le nouveau design de votre magazine *d-inside* prouve que c'est possible!

Bien structuré, serein, généreux, clair. Non, il ne s'agit pas du dernier édifice époustouflant d'un architecte de renom. C'est bien plus modeste; même s'il s'agit effectivement de construction: la reconstruction d'un magazine. *d-inside*, le magazine professionnel de l'ASD qui vous attend chaque mois dans votre boîte aux lettres, a été totalement revisité, trois ans et demi (seulement) après son dernier relookage. «Les défauts de la mise en page actuelle se sont révélés à l'usage», explique Flavia Kunz, rédactrice en chef adjointe. «Ils ne semblaient pas si évidents lorsque nous avons refait la mise en page.» La mise en page statique et surtout le format étroit et oblong des images limitaient considérablement la créativité au niveau de la présentation. Même si le respect de cet audacieux format oblong représentait aussi un intéressant défi pour Odette Montandon, metteuse en page et typographe responsable de *d-inside*: «C'est passionnant de réussir à exprimer quelque chose de compréhensible avec des images aussi étroites.» Mais il est évident qu'en langage visuel, on peut tirer beaucoup d'une image plus grande.

«Ces dernières années, nous avons publié de nombreux longs articles spécialisés qui, de par les impératifs de la mise en page, pouvaient paraître fastidieux et quelque peu monotones», remarque Flavia Kunz. Qui tient à pouvoir désormais présenter de manière attrayante même les articles les plus longs: ce n'est pas parce que le texte est conséquent que son contenu doit se noyer dans la masse. La metteuse en page, pour sa part, souhaite créer des ambiances intéressantes avec des images positives afin d'inciter les lecteurs à se plonger dans les articles.

L'apparence

Il est plutôt contre-productif de bien connaître un produit dont on entend renouveler le design. C'est pourquoi l'ASD a fait appel à un spécialiste externe pour analyser son magazine: le graphiste bernois

Daniel Kislig. Ses critiques principales: la couverture et les premières pages n'étaient pas assez attrayantes et enthousiasmantes. Un peu comme si l'on donnait le signal suivant: «Attention, au travail! Il y a beaucoup, beaucoup à lire!» La nouvelle couverture se démarque donc de l'ancienne en donnant la priorité à l'image et en réduisant le texte au minimum. Le lecteur est accueilli dans le magazine par un sommaire généreusement mis en page, l'éditorial et une illustration qui renvoie à l'article de couverture.

Tous les petits éléments (nombreuses photos en format de timbre-poste, encadrés etc.) n'ont pas non plus trouvé grâce aux yeux de Daniel Kislig. D'emblée, le graphiste, la rédactrice et la metteuse en page ont été d'accord sur un point: «Optiquement, le magazine doit paraître plus léger.» Laisser plus d'espaces blancs permet de rendre la publication plus claire et agréable à lire. Ces espaces peuvent aussi s'utiliser pour mettre en évidence certains éléments, comme le titre, le chapeau, le texte ou un encadré. Ce qui finalement rend la lecture plus facile. La rédaction était depuis longtemps mécontente de la solution insatisfaisante proposée aux lecteurs francophones. Ces très brefs résumés n'apportaient pas grand-chose. Et les colonnes bleues à droite alourdissaient et figeaient la mise en page. Le nouveau *d-inside* sera tout à fait différent: dès le mois de novembre, la version française sera exclusivement disponible en ligne – dans une mise en page identique à la version allemande, donc beaucoup plus agréable.

Flavia Kunz a étudié et soupesé toutes les différentes idées et remarques, puis Odette Montandon a concrétisé le nouveau concept en imaginant une mise en page convaincante. Le nouveau *d-inside* fait donc plaisir à voir: il incite à lire, à feuilleter, à y regarder de plus près!

Katharina Rederer / trad: cs