

Choisir le bon papier et processus d'impression

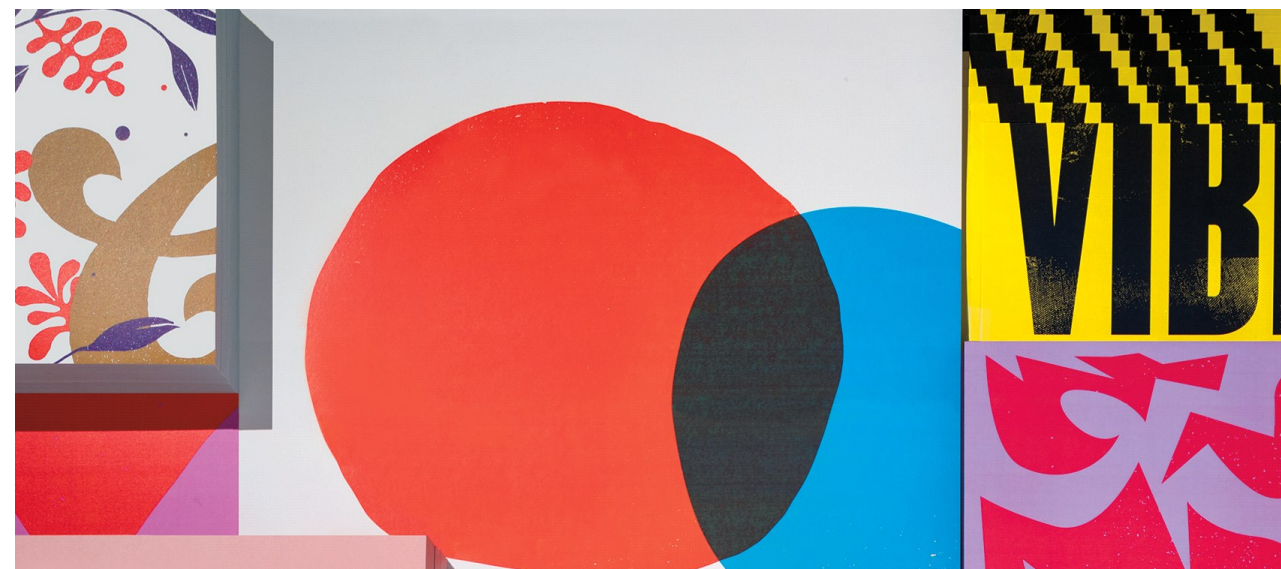
Mohawk Connects

Les documents parlent, ils communiquent – les vôtres véhiculent-ils fidèlement votre message? Le papier et les processus que vous choisissez sont révélateurs.

Il n'y a pas qu'un seul moyen de faire – un seul style, point de vue, outil, raisonnement ou philosophie. C'est parce qu'il n'y a pas qu'un seul créateur. Différents points de vue existent au même moment et ils font tous partie de la conversation graphique que nous engageons par notre travail.

C'est la beauté de la création. Nous partageons notre point de vue, vous partagez le vôtre. Nous contrastons, nous créons, nous collaborons. Notre travail parle de lui-même.

Donc, comment choisir le bon papier et processus d'impression à utiliser pour véhiculer votre message? Ce n'est pas une question facile, mais voici une liste d'éléments à prendre en considération.



Toucher :

Les documents sont d'habiles communicateurs qui fournissent des informations que notre cerveau transforme (souvent inconsciemment) en pensées et émotions. On pourrait même dire que les documents représentent le langage corporel des communications imprimées. Vous en savez plus sur le sujet que vous ne le pensez.

Les yeux fermés, essayez de toucher différents imprimés autour de vous. Vous paraissent-ils familiers? Pouvez-vous deviner ce qui est imprimé sur le papier en le touchant? Quel papier donne la meilleure impression?

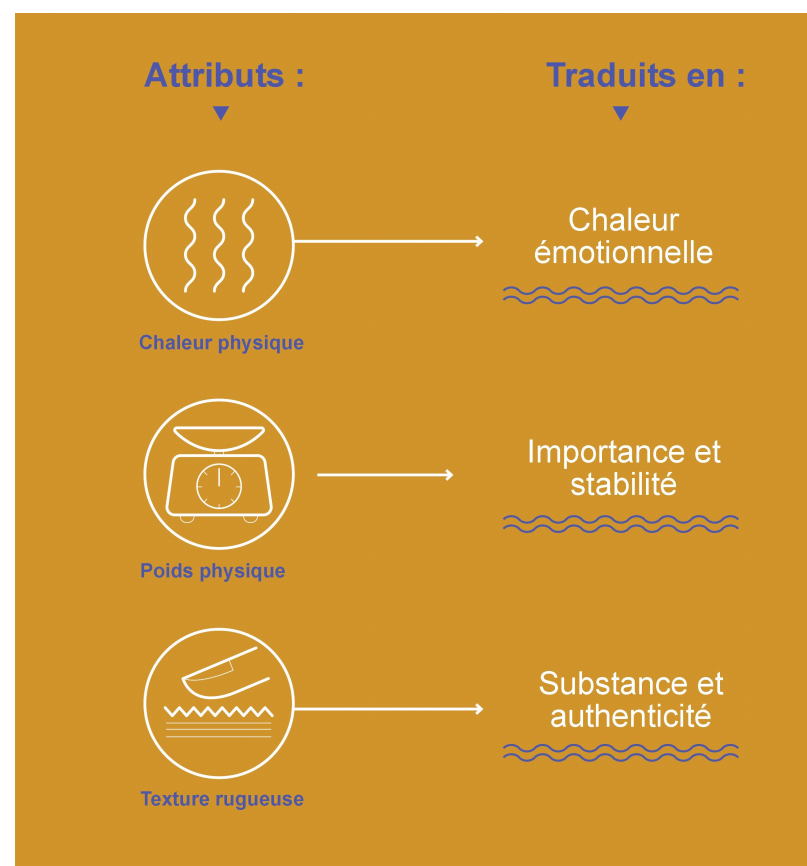
On pense rarement au toucher de façon distincte, mais tous les documents suscitent différentes émotions. Lorsque vous choisissez un papier, demandez-vous toujours ce que vous ressentez lorsque vous le touchez.



Cognition incarnée :

Avant de lire un seul mot, le toucher communique, évoque des émotions, et parfois conteste les attentes. Cet effet documenté s'appelle la cognition incarnée et c'est quelque chose dont nous faisons tous l'expérience.

C'est simple : notre cerveau traduit l'émotion procurée par le toucher en émotions et impressions distinctes. Cette révélation que le papier contient un message donne une importance croissante à votre choix de papier.



Envisagez ces idées autour de la cognition incarnée lorsque vous choisissez un papier :

- Lorsque quelque chose émet une chaleur physique, nous la traduisons en chaleur émotionnelle.
- Lorsque quelque chose a un poids physique, nous le traduisons en importance et stabilité.

Lorsque quelque chose est doté d'une texture de surface, nous traduisons cela en substance et authenticité.



Message :

Les documents représentent un pilier de la communication tout comme le texte, la conception et l'impression et ils peuvent rehausser ou dévaloriser une marque. Lorsqu'ils sont bien choisis, les documents peuvent perfectionner les bonnes communications. S'ils sont ignorés, ils pourraient passer entièrement à côté du message.

Les documents sont une composante

essentielle d'une excellente communication.



Documents



Texte



Conception



Impression



Communication de marque efficace.

Il est essentiel d'apprendre à exploiter la diversité offerte par le papier non couché pour que d'excellentes communications transmettent le bon message. Demandez-vous : quel message essayez-vous de saisir avec votre imprimé? Voici quelques clés de réflexion :

- Robuste
- Raffiné
- Rustique
- Lisse
- Écologique
- Élégant
- Puissant
- Discret
- Luxueux
- Fiable
- Audacieux

En résumé, lorsqu'il s'agit de documents de communication, le papier non couché vous offre le plus grand éventail de choix pour contrôler votre message. La diversité de textures et couleurs disponibles lorsque vous spécifiez du papier non couché offre le plus de contrôle sur votre marque et votre message.

Billet de blogue extrait de [Mohawk Connects](#).