

REALISER UNE PLAQUETTE, UN DEPLIANT

1- Définir son message, son public

Définir à qui sera diffusée, distribuée et envoyée la plaquette

Formuler en une phrase ce que doit retenir le lecteur s'il ne retient qu'une chose

2- Définir le plan de votre plaquette

Disposer les éléments essentiels :

- **Première de couverture** : logo, nom de la structure, slogan ou phrase d'accroche
- **Pages intérieures** : définir le nombre et positionnement des blocs avec des titres bien clairs et de l'espace pour reposer les yeux. Utiliser (jouer avec) ou casser la lecture par le pliage
- **Si rabat** (si pliage en 3): mise en évidence d'une particularité / spécificité
- **Dernière de couverture** : vos coordonnées complètes + les logos des partenaires/références (crédibilité)

Conseil :

- Mettre des **chiffres clés** dans un encadré
- Proposer un **témoignage** sur votre structure

3- Rédiger le texte

Travailler sur un logiciel très simple (word, bloc note) pour vous concentrer sur le texte et non sur la mise en forme

L'essentiel :

- **VOUS** : parlez d'abord à votre public, sa problématique, ses interrogations
- **MOI** : expliquez ensuite qui vous êtes, ce que vous faites
- **NOUS** : terminez enfin par vous lier à votre public, permettez-lui de se projeter pour qu'il imagine tous les bénéfices qu'il pourra retirer de votre collaboration

Vos spécificités :

- Faites ressortir ce qui vous distingue
- Donner des exemples de réalisations : crédibilisez et expliquez

Un résumé :

Trouver une formulation pour qu'on sache vous décrire en une phrase, une expression que l'on retient

Conseil : clés d'écriture

- **Le moins de texte possible** : relire, relire encore, faire relire et éliminer le superflu
- **Phrases courtes** : éviter les longues tirades, aller à l'essentiel
- **« Découper »** votre intérieur de plaquette en sections
- Faciliter la **lecture en diagonale** par la titraille et des mots en gras et les exergues
- **Fautes d'orthographe** : Relisez puis faites relire par quelqu'un d'autre (avec comme consigne de repérer les fautes)

Technique : les niveaux de lecture

- **Niveau 1**: informations que le lecteur va découvrir en balayant le document de façon très rapide : **titres, relances, informations-clés**.
- **Niveau 2** : toutes les données qui peuvent accrocher le regard, retenir l'attention du lecteur : **listes à puces, légendes de photos, titre de schémas....**
- **Niveau 3** (dernier niveau de lecture) : le **corps du texte**, destiné à ceux qui recherchent un maximum d'information et qui ont le temps de lire l'intégralité de la plaquette

4-Développer l'iconographie (ensemble des illustrations : dessin, photographie, schéma, carte, pictogramme)

Choisir les bonnes images est une clé d'attractivité et de ciblage du public.

Des photographies parlantes et de qualité :

- choisir des images significatives, des photos qui parlent plus que des photos « qui font joli »
- travailler, recadrer, obtenir une résolution adaptée et une taille suffisante.

La résolution idéale pour une impression est de 300 dpi (rapport entre le nombre de pixels et la taille réelle de l'image). Attention les images récupérées sur le web sont en 72 dpi et donc de résolution insuffisante pour une impression.

Pour en savoir plus, consultez les fiches « *Trouver une image pour son support de com* » et « *La taille d'une image* »

Des pictogrammes coordonnés, harmonieux et assortis à vos choix graphiques (évités les éléments graphiques récupérés sur le web, optez plutôt pour ce que les banques d'images peuvent vous proposer).

Les logos, le vôtre et ceux de vos partenaires : attention de ne pas en oublier, obtenir une qualité suffisante (leur demander), les classer ou leur donner tous la même taille (sauf si importance réellement différente)

Conseils :

Images

- 1 ou 2 images par page, en alternant de grandes photos avec des visuels plus petits
- les visages attirent le regard (attention aux droits à l'image !)
- un schéma simple vaut souvent mieux qu'un long texte

Charte et couleurs

- une charte de couleur reconnaissable (2 à 3 couleurs principales). Si vous n'avez pas de charte graphique, inspirez-vous des couleurs qui composent votre logo
- une teinte dominante (ex : vert), une teinte d'accompagnement (ex : beige) et le noir suffisent dans la grande majorité des cas

Polices

- limitez-vous à deux polices différentes, en lien avec les niveaux de texte expliqué précédemment :
 - une pour les titres et sous-titres, plutôt de type Sans-Serif (police bâton, ex : Arial, Helvetica), en jouant avec les gras, taille de police, couleur
 - une pour le texte, de type Sérifée (avec empattements, petites extensions terminant les glyphes, ex : Times New Roman, Garamond)
- vous pouvez aussi reprendre la police du logo
- ne cherchez pas l'originalité à tout prix : en matière de typographie, l'essentiel est d'être lisible et harmonieux
- les grands classiques = les valeurs sûres : Helvetica, Garamond, Calibri

Attention : on repère les supports de communication des « amateurs » au nombre d'effets spéciaux (cliparts et effets de relief de WordArt) et de polices différentes qu'ils comportent et à la police Comics !