

Brochure



TYPE D'OUTIL : **EDITION/IMPRESSION**



Objectifs

- ▶ Informer sur une organisation, un projet, un programme, un site.
- ▶ Sensibilisation, changement de comportement.



Cibles

- ▶ Tous publics.
- ▶ Bailleurs, institutions, touristes...



Étapes de la réalisation

CONCEPTION

Définir si la brochure sera imprimée, en format électronique, ou les deux. Définir les cibles, les messages, le contenu, le format (dimensions, nombre de pages, reliure). Etablir un « chemin de fer » : un plan simplifié, indiquant les contenus page par page. Faire appel à un graphiste pour la mise en page et au besoin à l'imprimeur pour le grammage du papier et les éventuels vernis et pelliculages. Pour une brochure à longue durée de vie et devant être manipulée dans des environnements difficiles, choisir un grammage important et un pelliculage

vinyle, par ex. Un vernis mat est plus fragile mais fait plus institutionnel. Privilégier un imprimeur respectueux de l'environnement (encres, vernis, papier recyclé ou issus de forêt éco-gérées...) si possible.

PRODUCTION

Vérifier la maquette sur PDF avant Bon A Graver, pour vérifier les coquilles. Vérifier si possible les couleurs avant Bon A Tirer (sur Cromalin, Iris...). Bien évaluer la quantité à imprimer car une réimpression coûte cher.

Points d'attention :

Bien anticiper la réalisation. Faire relire par quelqu'un d'étranger au projet pour vérifier la compréhension du document, corriger les coquilles.



Contenu

Ne pas mettre trop de texte. Alternier textes/photos. Proposer plusieurs niveaux de lecture : titres, intertitres, chapôts, encadrés, légendes. Indiquer les coordonnées de l'organisation, les contacts (adresse e-mail, site Web, Facebook, Twitter...). Ne pas oublier de mentionner les informations qui crédibilisent : utilité publique, reconnaissances de l'Etat, récompenses...

MESSAGE

Messages liés aux objectifs de la brochure : présentation d'une organisation, d'un programme...
Ex. : statut, historique, missions, valeurs, programmes/actions, équipes, objectifs, moyens, résultats...

IMAGES

Les images doivent être de bonne qualité (netteté, cadrage, exposition, résolution – pas pixelisée...) et illustrer le propos. Penser au copyright, aux droits d'auteurs à respecter et indiquer sur l'objet. Veiller à obtenir au besoin les autorisations de captation d'images des personnes, des lieux.



Diffusion

Penser aux coûts de diffusion. Optimiser les envois et identifier les diverses opportunités de diffusion. Une brochure peut être distribuée lors de réunions, conférences, salons, forum, portes-ouvertes...



Indicateurs

- Nombre de brochures imprimées et réimprimées.
- Nombre de brochures diffusées, distribuées versus nombre en stock.
- Nombre de téléchargements sur Internet.

Exemple



- **Brochure de la FIBA.**
Voir fiche Exemple ci-dessous ainsi que le document.

EXEMPLE Brochure

BROCHURE « FIBA »

Contexte :

La FIBA est une fondation de droit suisse créée en 1986 à l'initiative du Dr. Luc Hoffmann et de plusieurs organisations internationales dédiées à la recherche et à la conservation de la nature. Forte de son expérience d'accompagnement auprès du Parc National du Banc d'Arguin (PNBA) en Mauritanie, la FIBA intervient aujourd'hui sur l'ensemble du littoral ouest-africain, principalement en faveur des Aires Marines Protégées (AMP).

Type d'outil

Edition

Langue

Français

Caractéristiques techniques

Papier cartonné format A4 plié, A3 déplié, 4 pages, impression quadrichromie.

Cibles

- Grand public
- Partenaires.
- Bailleurs.
- Médias.

Portée géographique

Internationale (francophone)



Messages clés

Mission (« Appuyer la conservation, la valorisation et la promotion du Banc d'Arguin et d'autres écosystèmes littoraux critiques ouest africains pour un développement harmonieux et durable »), approche, actions.

Facilité d'utilisation



Utilisation sur la durée



Réplicabilité*



Cette brochure ne peut pas être reprise telle quelle mais la conception peut l'être

Objectif

- Présenter l'organisation.



- Contenu de présentation simple et concis.
- Bonne ergonomie.
- Images simples et claires.
- Axes majeures bien présentés.



Convient seulement pour une première approche car il manque des informations sur les programmes, les projets...

* Réplicabilité : capacité d'être reproduit tel quel ou avec peu de modifications pour une autre organisation + capacité à être reproduit (re-tirage, copie...).