

Carte postale



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



Objectifs

- ▶ Promouvoir une organisation, un projet, un programme, un site.
- ▶ Informer, sensibiliser, appeler à l'action.
- ▶ Recueillir des dons.



Cibles

- ▶ Grand public, notamment les touristes



Étapes de la réalisation

CONCEPTION

Définir les cibles, les messages clés, le contenu, le format (privilégier les formats classiques et pratiques). Faire appel à un graphiste pour la mise en page. Réduire au maximum la quantité de texte et donc être efficace, concis, indiquer l'essentiel.

PRODUCTION

Vérifier la maquette sur PDF avant Bon A Graver. Vérifier si possible les couleurs avant Bon A Tirer (sur Cromalin, Iris...). Essayer de bien évaluer la quantité à imprimer. Privilégier un imprimeur respectueux de l'environnement (encres, vernis, papier recyclé ou issus de forêts écogérées...) si possible.

Points d'attention :

Ne pas oublier d'indiquer les coordonnées de l'organisation, les contacts. Si possible ne pas donner d'informations temporelles afin de prolonger la durée de vie de la carte.



Contenu

Une carte postale de communication n'est pas forcément destinée à être utilisée comme une carte postale traditionnelle mais on peut réserver un espace pour le timbre et l'adresse. Mettre très peu de texte. Le message essentiel doit se trouver au recto de la carte et inciter à lire les quelques détails au verso. Ne pas oublier de mentionner les informations qui créditent : utilité publique, reconnaissances de l'Etat, récompenses...

MESSAGE

Interpeller, sensibiliser à une cause, appeler au don, à l'action. Informer sur un programme, une organisation.

IMAGES

Les images doivent interpeller et être de bonne qualité (netteté, cadrage, exposition, résolution – pas pixellisée, non déformées...). Penser au copyright, aux droits d'auteurs à respecter et à indiquer sur l'objet, aux autorisations de captation d'images des personnes, des lieux.



Diffusion

Ce format permet une diffusion simple, bon marché et à toute occasion. Les cartes postales peuvent être distribuées gratuitement ou bien vendues, selon les ressources disponibles.



Indicateurs

Nombre de cartes imprimées/réimprimées, diffusées.



Exemples

- **Cartes postales de l'IBAP.**
Voir la fiche Exemple ci-dessous ainsi que le document.

EXEMPLE Carte postale

CARTES POSTALES IBAP

Contexte :

L'Institut de la biodiversité et des aires protégées est une entité collective de droit public, sous tutelle du Secrétaire d'Etat à l'Environnement de Guinée Bissau. Sa mission : gérer les aires protégées et les ressources stratégiques de la biodiversité, en valorisant les connaissances scientifiques et les savoirs traditionnels, en favorisant la participation et les synergies, au niveau local, national et international.

Type d'outil

Edition

Langue

Français

Caractéristiques techniques

Format 15 x 10 cm, papier couché cartonné mat en quadrichromie. L'IBAP a produit d'autres cartes postales du même type sur d'autres zones de protection ainsi que dans un format différent.

Cibles

- Le grand public, les touristes.

Portée géographique

Internationale

Messages clés

- Importance de la mangrove et donc de sa protection.
- Création de l'IBAP et de la Fondation BioGuiné pour assurer cette protection.

Facilité d'utilisation



Utilisation sur la durée



Réplicabilité*



Ce bulletin ne peut pas être repris tel quel mais la conception peut l'être.



Objectif

- Informer, sensibiliser sur la protection des mangroves en Guinée Bissau, notamment le Parc naturel du Rio Cacheu.
- Informer de l'existence de l'IBAP.



- Contenu clair, complet et concis.
- Composition simple et qui laisse la place au côté utilitaire de la carte postale.



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