

# Objet publicitaire



TYPE D'OUTIL : **OBJET PUB**



## Objectifs

- ▶ Faire connaître une organisation, un projet
- ▶ Informer, sensibiliser
- ▶ Faire agir



## Cibles

- ▶ Grand public, jeunes
- ▶ Partenaires, bailleurs
- ▶ Médias



## Étapes de la réalisation

Outils de communication « passive », les objets pub visent avant tout la notoriété d'une organisation, d'un projet. Ils permettent de faire mémoriser un slogan et un logo de manière plus ou moins durable suivant la nature de l'objet.

### CONCEPTION

La conception des objets publicitaires n'est pas compliquée. La première chose à laquelle penser est le type d'objet à utiliser en fonction de la cible. Il existe une panoplie d'objets publicitaires que l'on peut utiliser parmi lesquels : stylos, tasses/mugs, sacs, tee-shirts, clés USB, casquettes, cahiers scolaires... Certains, plus originaux, retiendront davantage l'attention. Mais ces objets ne sont pas utilisables dans tous les contextes. Il est donc important de bien les choisir en fonction des objectifs et des cibles. Pour cela, penser à joindre l'utile (ex. : stylo) à l'agréable (bon design, écrit bien !). Par ailleurs, la nature de l'objet devrait idéalement refléter l'esprit de la structure concernée. Par ex., un objet

qui fait la publicité d'une AMP ou d'une organisation active dans le domaine de l'environnement devrait de préférence répondre à certains critères écologiques.

### PRODUCTION

Tout ne peut pas être mis sur un objet publicitaire. Les 3 éléments essentiels (1, 2 ou 3 éléments suivant la place) : l'identité visuelle (logo, couleurs, slogan), les coordonnées, un message. Le design fera la différence, d'où l'importance d'un bon graphiste lorsqu'il y a de la création à prévoir. Valider le Bon A Tirer avant l'impression-fabrication. Plus le nombre d'objets commandés est élevé, plus le prix unitaire diminue, mais attention de ne pas commander plus que nécessaire.

### Points d'attention :

Avoir un bon designer et imprimeur. Si possible, indiquer au moins une coordonnée pour vous contacter. Ne pas choisir sur catalogue mais plutôt sur pièce, pour vérifier la qualité. Penser au stockage.



## Contenu

**Logo, couleurs, slogan, coordonnées, message.**

### MESSAGE

Court et concis : un slogan, un appel à l'action, au don.

### IMAGES

En fonction de l'espace disponible mettre des images pertinentes et faciles à interpréter.



## Diffusion

La diffusion des objets publicitaires doit se faire de manière stratégique. Il ne s'agit pas de déposer partout ou donner à tout le monde, mais d'offrir sous forme de cadeau aux partenaires, bailleurs, journalistes... Bref, aux bonnes cibles. Les moments les plus propices : séminaires, ateliers, visites, salons, expos. Généralement, les objets publicitaires sont distribués gratuitement, mais ils peuvent aussi être vendus et ainsi financer des programmes.



## Indicateurs

Nombre d'objets fabriqués, distribués/vendus, en stock. Réimpressions.

## Exemples



- **Cahier scolaire de l'Oceanium**  
Voir fiche Exemple ci-dessous ainsi que le document.
- **CSR : casquette, T-shirt, veste, clé USB.**

# EXEMPLE *Objet publicitaire*

CAHIER SCOLAIRE DE L'OCEANIUM

## Contexte :

L'Océanium est une ONG sénégalaise créée en 1984 et intervenant au Sénégal et dans les pays limitrophes. Ses grandes missions : protection de l'environnement (forêt, océan, ville, éducation), écotourisme, plongée sous-marine. L'Océanium mène depuis de nombreuses années des programmes de protection de la faune marine et contre la surpêche.

## Type d'outil

Objet publicitaire - Edition

## Langue

Français

## Caractéristiques techniques

Cahier en copies doubles, lignées, non perforées, 22 x 16,5 cm, 96 pages. Visuel de l'Océanium sur la première et la dernière page de couverture, questions-réponses sur la deuxième et la troisième page de couverture.

## Cibles

- Jeunes
- Grand public

## Portée géographique

Internationale (francophone)

## Messages clés

- « Protégeons nos ressources marines et luttons pour stopper la pêche aux alevins et aux juvéniles »
- « La mer n'est pas une poubelle »

## Facilité d'utilisation



## Utilisation sur la durée



il n'y a pas d'indications de dates sur le support et les informations sont génériques

## Répliquabilité\*



## Objectif

- Informer sur la pêche, la pollution de la mer.
- Sensibiliser contre la pêche des poissons juvéniles, le déversement de déchets dans la mer.
- Eduquer



- Messages clairs et visibles sur la première et dernière page de couverture
- Support et messages adaptés à la cible avec des questions-réponses intégrées
- Coordonnées intégrées



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