

Séance 5 : LE DEPLIANT

Objectifs : A la fin de la séance, l'élève doit être capable de :

- justifier l'intérêt des dépliants en fonction de l'objectif visé, des publics concernés ;
- présenter les caractéristiques des dépliants ;
- identifier les critères d'efficacité d'une communication visuelle.

Act 2 pages 58-61

I. DEFINITION

C'est un support de communication visuelle qui permet de diffuser une information de façon concise, complète sur un support papier qui se déplie.

Le dépliant est un moyen pour transmettre une information à un grand nombre de personnes. Il est le plus souvent mis à la disposition des usagers des services sociaux. Le dépliant diffuse un message explicatif.

II. FONCTIONS

Ce support fournit une information argumentée présentée progressivement.

Il développe une information, soit par souci éducatif, soit pour permettre de faire un choix.

- information sur le SIDA, conseils aux femmes enceintes ;
- présentation d'un établissement d'accueil pour personnes en situation de handicap ;
- présentation des diverses activités de loisir d'un centre social ...

III. A QUI S'ADRESSE-T-IL ?

L'émetteur : Toute institution sanitaire ou sociale

Le ou les destinataire(s) :

Il est en général diffusé auprès des personnes susceptibles d'être intéressées par un sujet, pour les usagers d'une structure.

Les individus ne sont pas identifiés personnellement.

IV. COMMENT EST-IL DIFFUSE ?

Selon les cas, le dépliant est remis ou envoyé aux personnes qui en font la demande, donné aux usagers d'un service particulier, mis à la disposition du public.

V. CARACTERISTIQUES

5.1. Le fond (contenu)

Le sujet est traité de manière approfondie : tous les aspects sont abordés mais sur chacun d'eux, seul l'essentiel est retenu.

L'écrit est concis, il comprend :

- l'objet du dépliant (=titre) sur la 1^{ère} page qui doit attirer l'attention, susciter la curiosité.
- un exposé organisé d'une information structurée en fonction de la pagination : une idée principale est développée par page. Le message n'est transmis que progressivement, au fur et à mesure de l'ouverture : il est donc nécessaire de décomposer le thème en sous-thème et de les ordonner.
- des consignes, des informations pratiques (plan pour situer la structure, logos des partenaires ou de l'émetteur, jours et horaires d'ouverture éventuellement), l'origine (adresse, téléphone de l'organisme émetteur) se retrouvent sur la dernière page.

Au niveau de l'expression :

- les phrases et les paragraphes sont courts ;
- le style est direct, voire télégraphique ;
- les textes sont réduits au profit des illustrations ;
- il faut varier les tournures de phrases : exclamatives, interrogatives, déclaratives ;
- Le vocabulaire est précis et simple.

Le dépliant contient toujours :

- l'identification de l'émetteur ;
- des illustrations (photos, schémas, dessins, graphiques) qui facilitent la mémorisation et la lecture ;
- un titre.

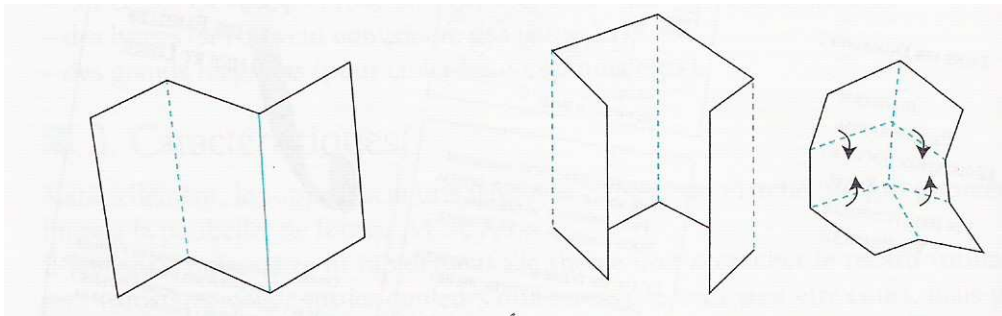
Le dépliant contient éventuellement :

- la date de rédaction, les références de l'imprimeur ;
- les coordonnées de l'organisme émetteur (adresse, téléphone).

Le dépliant ne contient pas de signature.

5.2. La forme (présentation)

- Il faut utiliser des éléments :
 - typographiques (taille, épaisseur des caractères, couleur) ;
 - graphiques (couleur, dessins, schémas).
- La mise en page doit être aérée.
- Feuille A4 (le plus souvent), parfois cartonnée.
- Le dépliant est fait pour être « déplié ». Le nombre de plis, le format, varie selon la longueur du message à transmettre. Le pliage peut se faire en accordéon, en livre, en tryptique, en colimaçon. La mise en forme du dépliant doit impérativement prendre en compte le pliage.



Le dépliant se présente sous la forme de volets pliés auxquels on accède progressivement en même temps que l'on progresse dans la compréhension du message transmis.

VI. CRITERES DE QUALITE D'UN DEPLIANT

POSITIFS	NEGATIFS
Les illustrations doivent être en lien avec le texte, esthétiques, en couleur.	Trop de texte.
Présence de couleurs.	Noir et blanc.
Texte aéré, paragraphes courts.	Papier de mauvaise qualité.
Lisible.	Trop de superflu.
Information de qualité : fiable, accessible, pertinente.	
Une idée principale par volets.	
Attractif.	
Informations pratiques sur le dernier volet.	