**Module 4 : La réalisation d’un dépliant sur Publisher**

Le dépliant est un document d’information, faisant partie des outils de communication écrite. Il présente un message illustré par des photos ou des schémas. Le support est compact pour permettre une utilisation facile et il se déplie. Il est destiné à une population ciblée et de ce fait, il appartient aux outils de communication de groupe ou de masse.

**L’utilisation de Publisher : logiciel de PAO**

Publisher est un logiciel de présentation assistée par ordinateur (PAO), c'est-à-dire qu’il permet la mise en page de documents composés de textes et d’éléments graphiques.

Choisir le type de format. Pour réaliser un dépliant, cliquez sur « **Brochure** », en effet des modèles vous sont proposés en 3 volets (2 pages recto verso). Libre à vous ensuite de modifier le contenu et les images. Vous pouvez modifier la police de caractères en cliquant sur « Jeux de polices ». Vous pouvez également modifier le jeu de couleurs utilisées pour le dépliant en cliquant sur « Jeux de couleurs ».

Cliquer sur **Créer**.

**La conception des outils de communication**

**Analyser la situation**

1. **Quel est l’objectif à atteindre ?**

Il peut s’agir pour l’organisation :

- d’informer de la tenue d’un évènement qu’elle organise ;

- d’informer sur les prestations et les services ;

- de convaincre le public de modifier son comportement (comme dans le cas d’une campagne de prévention par exemple)

1. **Quel est le public cible ?**

Avant toute conception il s’agit de définir à qui vous vous adressez et le message que vous voulez véhiculer.

A quel type de population est destiné mon message ?

Il convient de prendre en compte le statut social ou l’âge, mais également sa connaissance du sujet et son besoin d’information afin d’adapter le contenu de l’outil, tant au niveau des informations présentées que du niveau de langage utilisé.

Ce temps d’analyse préalable permet de retenir le support le plus adapté et de définir le contenu ainsi que le plan du document.

**La rédaction du dépliant**

Le dépliant est largement utilisé dans le domaine sanitaire et social. Très attractif par sa forme, il traite une information précise comme les différentes allocations de la Caisse d’Allocations familiales, l’éducation thérapeutique du patient en milieu hospitalier…

1. **Le message du dépliant**

L’écrit est court et doit amener l’information argumentée de façon progressive :

* **l’objet du dépliant** se trouve sur le 1er feuillet pour provoquer la curiosité par une accroche incitative ; Écrire un slogan court, clair, direct et facilement mémorisable. **Il s’agit d’attirer l’attention** et de donner envie d’en savoir plus. L’usager doit comprendre instantanément et s’en souvenir.
* **d’une petite introduction** qui précise le public visé et le but du dépliant (2ème feuillet)
* l’information essentielle est traitée au début ;
* **l’exposé des idées est organisé de façon structurée** en utilisant un feuillet par idée principale, selon un ordre chronologique ou logique ; Mettez des titres et bien en évidence afin d’attirer l’œil ;
* les **consignes et les informations pratiques** se trouvent sur le dernier feuillet.

1. **Le style du dépliant**

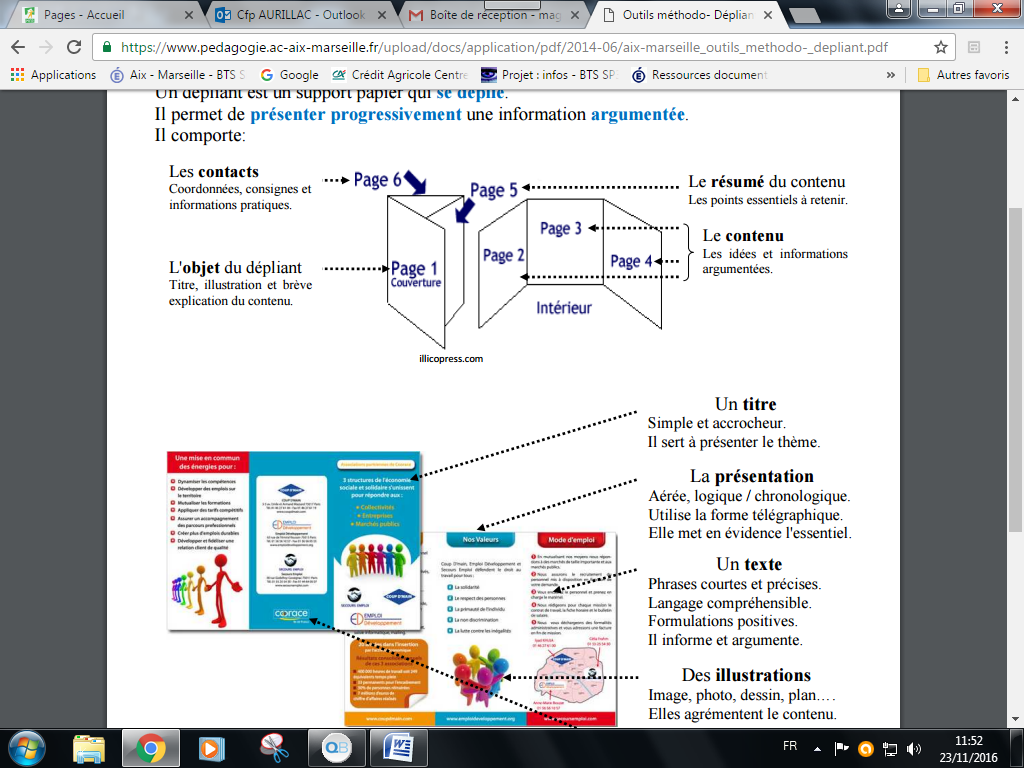
Ce support nécessite :

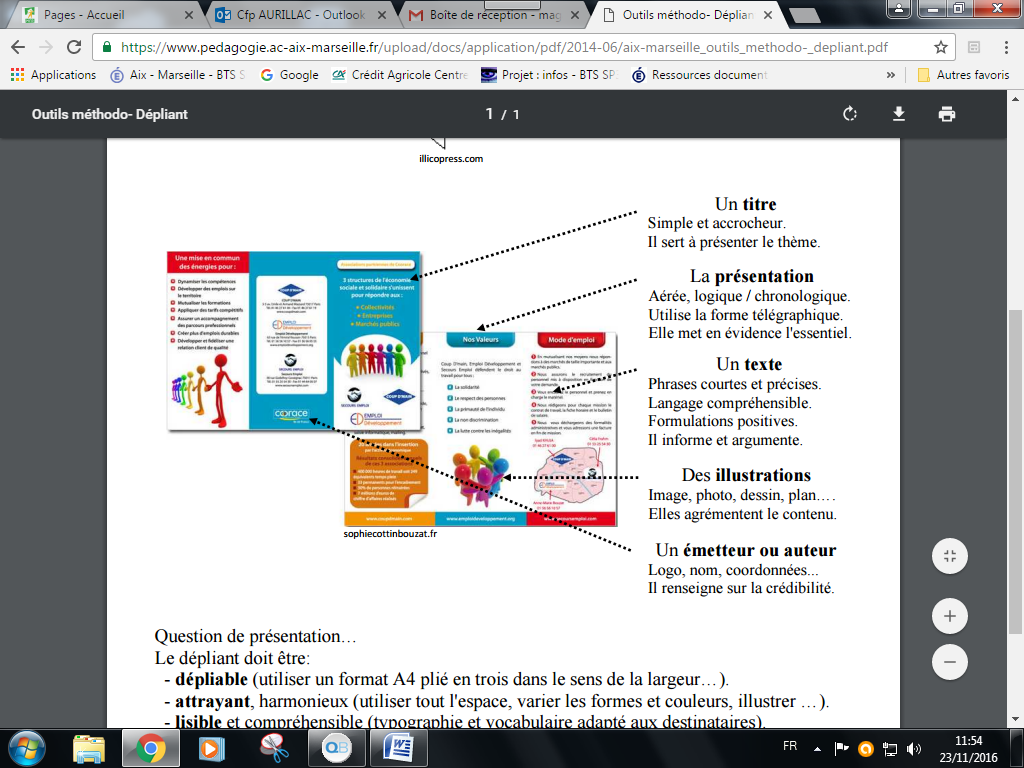
* Des phrases et des paragraphes courts ;
* Un style direct, parfois télégraphique (utiliser des puces);
* Un texte réduit pour laisser de la place aux illustrations (dessins, photos, schémas, plans) ;
* Le visuel, la couleur et la mise en page de votre flyer vont attirer l’œil ; la lisibilité et la clarté du message feront le reste.
* Des visuels de qualité : « une image vaut mille mots ».
* Des tournures de phrases variées : formes exclamative, interrogative ou déclarative ;
* Un vocabulaire simple et précis ;
* Un mode d’expression directe : le lecteur peut être interpellé par l’utilisation du « vous » ou du « tu » ;
* Des phrases commençant le plus souvent par un sujet ou un verbe actif « Vous… » ou « Contactez-nous », « Retrouvez nous »…
* du vide car c’est lui qui va mettre le reste en relief.

**Attention :**

* aux coupures de mots
* et justifier (alignement) votre texte.

**La mise en page du dépliant**





Infos pratiques comme les horaires d’ouverture si besoin

**Dernières recommandations**

* + L’identité visuelle de l’organisation doit être respectée. Pour cela, il convient d’appliquer les normes de mise en page et de dispositions, respecter les règles d’écriture (typographie), utiliser les guides de procédure de l’organisation ainsi que la charte graphique.
  + Il est nécessaire de posséder les droits des images ou photos utilisées, ainsi que le droit d’utiliser des logos et des typographies particulières.
  + Les mentions légales : « *Ne pas jeter sur la voie publique* » « *imprimé par nos soins ou par l’imprimerie Champagnac* » doivent apparaître.
  + L’émetteur doit être clairement identifié (penser aussi à mettre le logo sur le 1er feuillet et dernier feuillet) ;
  + Sur le dernier feuillet (Informations pratiques, coordonnées) : mettez aussi les logos des différents partenaires. S’ils vous subventionnent, c’est une exigence !

**La diffusion du dépliant**

Le dépliant peut être distribué lors d’entretiens directs ou mis à disposition dans des institutions sanitaires et sociales selon le sujet traité.

# Réalisation d’un dépliant

L’État, en déléguant aux Centres Communaux d’Action Sociale une responsabilité de premier ordre, la **solidarité publique**, a permis une décentralisation effective. Les C.C.A.S. ont désormais des compétences beaucoup plus larges en tant qu’intervenant du développement social local.

Le Centre Communal d'Action Sociale (CCAS), en lien avec la Caisse des Dépôts, a expérimenté depuis 2011 un dispositif de microcrédit personnel, au bénéfice de personnes en situation difficile et exclues de l'accès au prêt. Le micro crédit permet de financer des biens essentiels qui vont aider la personne à retrouver un travail, financer le permis de conduire, avancer la caution pour l’accès au logement…

« Au sein de son CCAS, la ville dispose également d'un service Insertion et Aide à la population, qui accompagne les personnes en difficulté et peut verser des aides. Le montant de ces aides a augmenté de 30 % depuis un an, conséquence de la période difficile que notre pays traverse sur le plan économique et social. » *(1)*

Le demandeur d'un microcrédit ne doit pas s'adresser à une banque mais à un réseau d'accompagnement social. Celui-ci est chargé d'accueillir la personne de façon individualisée, d'étudier son projet et de l'aider à monter son dossier avant de le présenter à une banque agréée (Crédit Municipal).

*(1) colloque départemental des CCAS du département 35.*

**Vous assurez le poste d’accompagnateur microcrédit au sein de la Direction Insertion et Aide à la Population (DIAP) du siège des CCAS de Rennes.**

**QUESTION :**

Cette mission de micro crédit est essentielle ; en France, 600 000 ménages sont exclus du crédit bancaire, selon le rapport BABEAU *(2)*, cité par l’Agence Nouvelle des Solidarités Actives (ANSA) et 750 000 [dossiers de surendettement](http://ekonomia.fr/432/faire-un-dossier-de-surendettement-pour-fiche-banque-de-france/) sont en cours. Proportionnellement aux besoins évidents exprimés par les chiffres, l’octroi de microcrédit est relativement très faible. Ceci s’explique par un manque d’information (les publics ne connaissent pas cette possibilité de financement), mais aussi par les critères trop restrictifs.

*(2) rapport BABEAU, cabinet de conseil en analyse stratégique et prospective économique.*

Selon les travailleurs sociaux, cette prestation de microcrédit reste très méconnue. Or, avec les difficultés conjoncturelles, elle se doit d’être plus répandue, notamment en touchant un nouveau public : les travailleurs « pauvres » (par l’insécurité du travail, la forte précarité financière, le statut social instable).

**Vous êtes chargé de réaliser un support de communication sur le microcrédit à destination de ce public, qui sera disponible dans les CCAS et les services du Conseil Départemental.**

**ANNEXES :**

**Annexe 1**: Les acteurs du microcrédit.

Source : document interne – DIAP Rennes.

**Annexe 2 :** Dispositif du microcrédit.

Source : document interne

**Annexe 1 : Les acteurs du microcrédit.**

La Ville de Rennes propose le Microcrédit en partenariatavec le Crédit municipal de Nantes, établissement publicde crédit et d’aide sociale à vocation interrégionale.

Le Crédit municipal de Nantes intervient dans le champ de l’Économie Sociale et Solidaire.

Il ne fait pas de profits.

**Siège du Centre Communal d’Action Sociale**

Direction Insertion et Aides à la Population

1, rue du Griffon - 35100 Rennes

**Valérie E. Mélanie G.**

**Accompagnatrice microcrédit personnel Accompagnatrice microcrédit personnel**

02 23 62 20 35 02 23 62 20 34

v.e@ccasrennes.fr me.g@ccasrennes.fr

**7 antennes du CCAS réparties sur le territoire.**

*Source : document interne – DIAP Rennes.*