

## Lettre/bulletin d'information

### RÉALISER UN SUPPORT D'INFORMATION PÉRIODIQUE

La plupart des indications et conseils donnés ici s'appliquent aux lettres/bulletins d'information, newsletters, magazines imprimés mais aussi électroniques, internes ou externes. Par facilité, on parlera de « lettre d'information ».

Le support papier est toujours plébiscité. C'est un objet que l'on garde, que l'on peut montrer (collègues, famille, amis), considéré comme un support « sérieux ». Il peut être diffusé sous forme électronique pour atteindre davantage de personnes et réduire les coûts.



#### Les grandes fonctions d'une lettre d'information ou d'un magazine

La lettre d'information peut être destinée uniquement aux collaborateurs/partenaires de l'organisation ou de son réseau de partenaires, ou bien à l'externe : grand public, institutions, bailleurs, médias... Suivant les cas, elle peut remplir diverses fonctions :

- ▶ **Information** : actualité de l'organisation, perspectives, résultats, événements, rencontres, réunions...
- ▶ **Reconnaissance** : valoriser les personnes, les équipes en montrant leurs missions, leur vie quotidienne, leurs exploits...
- ▶ **Ouverture** : thèmes d'intérêt général, actualité externe ayant un rapport avec l'organisation, panoramas socio-économiques généraux, divertissement.
- ▶ **Décloisonnement** : le *who's who* (« qui est qui ») ou carnet (nominations, arrivées, naissances...), activités secondaires, formation, mécénat, sponsoring...
- ▶ **Dialogue** : courrier des lecteurs, petites annonces, confrontations d'opinions.



#### Quelques conseils généraux

- ▶ Faire un produit de qualité ! Être professionnel, quelle que soit la portée de la lettre. Même si le support est réalisé complètement en interne et est destiné à l'interne, il s'agit de journalisme et le produit doit plaire aux lecteurs. Faire appel, si possible à des professionnels pour la rédaction, ou bien à des personnes ayant les compétences requises, que ce soit en interne (crédibilité, connaissance de l'organisation) ou en externe.
- ▶ Adopter une ligne éditoriale : définir les objectifs (informer, fédérer, fierté d'appartenance, apporter une vision, créer du lien ?), les sujets à aborder ou à ne pas aborder, de quelle façon, sous quel angle, etc.
- ▶ Les collaborateurs internes doivent s'y retrouver ! Il ne s'agit pas de faire le journal de la direction, même si c'est la direction qui le demande... Éviter de « sur-vendre » l'organisation, de faire de la propagande. Être le plus objectif possible.
- ▶ Adopter un ton modéré, objectif. Même si l'on doit valoriser l'organisation et ses collaborateurs, le ton ne doit pas être trop élogieux au risque de se décrédibiliser.
- ▶ Ménager les susceptibilités. Attention aux validations, citations, à la proportion de texte vis-à-vis des différents services, filiales, personnes...
- ▶ Adopter deux niveaux de lectures (grâce à des encadrés, des légendes, etc.) : cela permet aux gens pressés de ne pas lire tout le contenu tout en ayant le minimum d'information, ou bien d'apporter des détails techniques, des exemples distincts du texte principal et qu'un public de non spécialistes n'est ainsi pas obligé de lire.
- ▶ Si possible, aborder les « sujets qui fâchent », ou du moins, éviter la langue de bois, les discours trop « institutionnels ».



## Les points et étapes à respecter

- ▶ Trouver le nom de la lettre et éventuellement une « base line » (signature). Ex : Contact/La lettre d'information interne de...
- ▶ Déterminer les rubriques : actualité, reportage, les équipes, les programmes, chiffres clés, carnet, focus, portrait...
- ▶ Réaliser ou faire réaliser la maquette en intégrant : la tête ; une police ; les titres de rubriques ; la titraille ; l'emplacement des images ; le nombre de colonnes souhaité ; l'ours. Le maquettiste doit fournir le calibrage (taille du texte) pour chaque article/rubrique en tenant compte des éventuelles images. Les logiciels répandus pour faire les maquettes : Adobe In Design, Quark Express, Microsoft Publisher.
- ▶ Etablir un planning de la publication en indiquant toutes les grandes étapes et leur date : comité de rédaction, validation du sommaire par la direction, répartition des sujets, rédaction, validations, maquette, BAG (bon à graver = étape qui valide la maquette), BAT (bon à tirer = étape qui valide la gravure, les couleurs avant départ pour impression), impression, diffusion.
- ▶ Mettre en place éventuellement un comité de rédaction qui déterminera qui fait quoi : qui rédige, qui valide. Répartition des sujets avec les angles et calibrages. Qui fait les photos ? Mettre en place un réseau de correspondants qui apporteront des infos ou rédigeront des articles. Attention : les membres du comité de rédaction ou correspondants devront être formés ou informés un minimum sur les processus d'élaboration d'une publication et les techniques de rédaction, au risque de devoir gérer des susceptibilités, de devoir corriger voire re-rédiger les articles !
- ▶ Répertorier les sujets pour le premier numéro mais aussi pour le(s) suivant(s) : anticiper !
- ▶ Elaborer un chemin de fer (plan sommaire des différentes pages de la publication).
- ▶ Photo, images : attention à la qualité et à respecter les droits ! Privilégier les images en 300 dpi pour les publications destinées à être imprimées.
- ▶ Rédaction, validations.
- ▶ BAG : attention de fournir au maquettiste des textes complètement validés avant leur intégration dans la maquette. Cela évitera des allers-retours inutiles et d'éventuelles corrections d'auteur. Lorsque plus aucune modification n'est à apporter sur la maquette, l'accord pour Bon A Graver peut être donné au maquettiste qui transmet ensuite le fichier au graveur.
- ▶ BAT : le graveur a préparé le fichier pour l'imprimeur. Une sortie papier fidèle (appelée Cromalin®, Iris®) est tirée sur papier photo pour validation par le commanditaire avant l'impression. A ce stade, il n'est, en théorie, plus possible d'intervenir sur la maquette. Mais cela est parfois possible ; se renseigner auprès de son maquettiste au préalable. La fonction du BAT est de valider les aspects colorimétriques : trop ou pas assez d'une couleur, trop ou pas assez dense, etc.
- ▶ Impression : elle peut se faire en interne ou en externe. Si elle est externe, il peut être intéressant de se rendre chez l'imprimeur au moment du calage des machines afin de vérifier que la colorimétrie correspondra à ce qui est souhaité. Sinon, demander au maquettiste, à l'agence de communication de le faire.
- ▶ Diffusion : Interne et/ou externe. En externe : faire appel à un routeur si besoin, en cas de quantités importantes, qui diffusera la lettre par la poste ou par transporteur. En interne, s'appuyer sur le service courrier, sur un réseau de correspondants ou d'assistant(e)s.
- ▶ Etude de satisfaction : en prévoir de temps en temps pour améliorer la qualité de la publication. A glisser dans un numéro, par exemple. Les lecteurs doivent pouvoir vous le transmettre facilement, de façon anonyme.



## Les questions à se poser

- ▶ Quel est le besoin ?
- ▶ Quels sont les objectifs, les grands types de sujets, les informations, les messages à traiter ?
- ▶ Quelles sont les cibles ?
- ▶ Quel est le volume d'informations à traiter ?
- ▶ Quel est le budget disponible, les ressources humaines internes ou externes qui participeront à la réalisation de la lettre ?
- ▶ Qui rédigera ? Qui fera la maquette ? Qui imprimera ?
- ▶ Le format ? Format standard A4 ou différent ? Orientation : vertical/portrait/à la française ou horizontal/paysage/à l'italienne ?
- ▶ Couleurs ? Noir et blanc ? Noir + 1 couleur ? Quadrichromie ?
- ▶ La périodicité ? En fonction, notamment, du volume d'information.

RÉALISER UN SUPPORT D'INFORMATION PÉRIODIQUE

*Lettre/bulletin d'information*

CONSEILS DE COMMUNICATION