

Centre intégré de santé et de services sociaux
de la Montérégie-Ouest

PROGRAMME D'IDENTIFICATION VISUELLE (PIV)

GUIDE DE PRÉPARATION À L'ÉLABORATION D'UN DÉPLIANT

Mai 2016

AVANT-PROPOS

Vous souhaitez élaborer le texte d'un dépliant, d'un guide ou d'un feuillet pour faire connaître votre projet ou transmettre de l'information à l'interne ou l'externe? Voici en premier lieu quelques questions à se poser avant d'amorcer la production d'un nouveau dépliant.

AVANT D'AMORCER VOTRE PROJET

1. Votre projet fait-il partie des priorités organisationnelles du CISSSMO?
2. Votre projet a-t-il l'aval de votre coordonnateur ou directeur adjoint?
3. Votre projet contient-il un texte et celui-ci a-t-il été révisé, approuvé et est maintenant considéré final?
4. Connaissez-vous l'échéancier de votre projet?
5. La production de votre dépliant est-elle incluse dans un plan de communication développé en partenariat avec le Service des communications?
6. Existe-t-il un dépliant dans une autre installation/ancienne composante du CISSSMO qui pourrait être harmonisé?
7. Une autre direction ou un autre intervenant devrait-il être impliqué dans la réalisation de cet outil?
8. Lorsque le contenu a déjà été produit par le MSSS ou un partenaire du réseau de la santé et des services sociaux, il n'est pas nécessaire de reproduire le dépliant, il faut plutôt prioriser les documents existants.

ÉTAPES DE RÉALISATION

Si votre réponse aux quatre premières questions est « oui », nous vous proposons ces quelques repères afin de vous guider dans l'élaboration de celui-ci :

1. DÉTERMINEZ LA BASE DE VOTRE INFORMATION

- a. À qui vous adressez-vous?
Un adolescent? Une personne âgée? Un professionnel de la santé? Le niveau de langage et le vocabulaire doivent être adaptés à la cible.
- b. Quels messages voulez-vous véhiculer? Quelles questions anticipez-vous concernant votre projet?
Ceci vous aidera à trouver les informations pertinentes à diffuser.
- c. Quelles attentes avez-vous envers la cible de l'outil?
Souhaitez-vous seulement les informer ou les diriger vers une ressource spécifique? Augmenter leur niveau de connaissance d'un sujet donné?

2. ÉLABOREZ LE CONTENU SELON CERTAINES PRATIQUES

- a. Consultez les intervenants d'une autre direction pour s'assurer d'avoir un consensus interdisciplinaire.
- b. Structurez l'information de façon logique ou hiérarchique.
 - i. Une section d'introduction qui inclut une mise en contexte et les objectifs de l'outil.
 - ii. Les titres et sous-titres clairement identifiés.
 - iii. Les coordonnées validées de l'installation ou du service (s'il y a lieu).
- c. Écrire un texte à la 2^e personne du pluriel (vouvoiement). Sauf si l'on s'adresse à une clientèle jeunesse.
- d. Vulgarisez le texte selon le public à qui il s'adresse.
- e. Des photos seront utilisées si requises afin d'illustrer un propos et si l'espace le permet. Toujours utiliser des images de qualité et proscrire les images intégrées dans Word ou PowerPoint (ex. : image .gif ou clipart).
- f. Évitez de trop nommer ou de trop personnaliser le contenu en fonction d'une composante, d'une unité, etc.
On laissera une ligne à remplir par exemple.
- g. Si vous utilisez un acronyme, il faut toutefois en préciser la nature dès sa première utilisation dans le texte.
- h. Utilisez des sources de références fiables et n'oubliez pas d'inscrire la référence, le cas échéant.

3. RÉVISEZ LE DOCUMENT

- a. Validez toute absence de coquille.
- b. Faites relire le document par votre technicienne de direction.
- c. Vérifiez si les objectifs de la création du document sont remplis.

4. FAITES APPROUVER LE DOCUMENT

- a. Faites valider par votre coordonnateur ou par votre directeur adjoint.

5. VALIDEZ LE CONTENU AUPRÈS DE LA CIBLE

- a. Si possible, faites évaluer le document par quelques personnes de la cible afin de valider votre contenu.

6. LE SERVICE DES COMMUNICATIONS COMMUNIQUERA AVEC VOUS

L'agent d'information attribué à votre direction communiquera avec vous afin de vous conseiller quant aux meilleures pratiques de communication.

7. FAITES LA MISE À JOUR DU CONTENU

- a. Faites la mise à jour du contenu selon une fréquence régulière. Celle-ci peut différer d'une thématique à une autre.

DEMANDE DE CONCEPTION OU D'HARMONISATION

DEMANDE D'HARMONISATION

Une collecte des besoins s'est effectuée à travers les directions du CISSSMO. Nous vous invitons à identifier vos besoins auprès de votre directeur.

DEMANDE PONCTUELLE DE CONCEPTION

Pour les demandes urgentes et ponctuelles, remplissez le formulaire *Demande de réalisation d'un dépliant* disponible sur le portail CISSSMO transitoire.

PRIORISATION POUR L'HARMONISATION

L'ordre de priorité et la création de nouveaux dépliants est :

1. Direction générale
2. Campagne de communication incluse dans un projet spécifique
3. Urgence de la situation/gestion de crise/enjeux pour les usagers
4. Demandes ponctuelles

SÉRIES DE DÉPLIANTS

QUATRE SÉRIES DE DÉPLIANTS, GUIDES ET FEUILLETS

Dans la nouvelle structure de gabarits, quatre séries de dépliants seront déployées. Voici l'explication pour chacune d'entre elles.

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

Les outils déployés dans cette série sont ceux qui touchent toute l'information remise aux usagers lors d'un événement pré ou postopératoire.

GUIDE ACCUEIL

Cette série regroupe les outils liés à l'arrivée d'un usager ou d'un membre du personnel dans une nouvelle installation ou endroit. Par exemple, il peut être remis à un usager qui arrive en centre d'hébergement ou à un nouvel employé du CISSSMO.

PRÉSENTATION DU PROGRAMME

Comme son nom l'indique, l'ensemble des outils de cette série présente un programme d'une direction. Par exemple, on y retrouve l'Approche adaptée à la personne âgée en milieu hospitalier ou le programme *Tisser des liens gagnants*.

POUR MIEUX VOUS GUIDER

Cette série d'outils se veut un regroupement d'information soutenant l'utilisateur dans les services qu'il obtient au CISSSMO.

CONTENU VISUEL ET RÉDACTIONNEL

PAGE COUVERTURE

Les informations contenues sur la page couverture des dépliants, feuillets ou guides, doivent demeurer les mêmes d'un outil à l'autre. Ils sont préétablis à l'avance selon la série concernée par l'outil. Seuls le titre et la photo de la page couverture peuvent être adaptés au sujet du dépliant.

VERSO (SELON LE CAS)

S'il y a un verso au document, les informations s'y trouvant demeurent aussi statiques. La mission, les ambitions et les valeurs du CISSSMO doivent y être en tout temps. Le logo du CISSSMO s'y retrouve ainsi que les icônes des réseaux sociaux (Facebook et LinkedIn), suivi de l'adresse du site Web de l'organisation.

FORMATS

De façon non exhaustive, les formats disponibles des différents feuillets et dépliants sont ceux-ci :

- Feuille 8,5 X 11, non plié, broché au coin supérieur gauche
- Guide 8,5 X 11, plié en deux
- Dépliant 8,5 X 11, plié en trois volets

Les formats peuvent aussi être adaptés en version 8,5 X 14 selon les informations à y inscrire.

COULEURS

Les couleurs déterminées pour les dépliants sont le bleu corporatif, jumelé au gris et au cyan. Celles-ci font référence aux couleurs corporatives du CISSSMO déployées dans l'ensemble des outils de communication (ex. : présentation PowerPoint, espaceCISSSMO.com, invitations, rapport annuel, etc.).

TYPOGRAPHIE

La typographie sélectionnée dans le cadre de la production des dépliants est le Arial. Elle a été choisie puisqu'elle s'inscrit dans le cadre du Programme d'identification visuelle du MSSS. De plus, il s'agit d'une police facilitant la lecture.

TABLEAU DE RÉFÉRENCE - GRILLE DE RÉVISION

	Oui	Non	Ne s'applique pas
Besoins en information			
La cible est clairement identifiée dans le dépliant et le niveau de langage utilisé est adapté en fonction de celle-ci.			
Le message est clair et mon dépliant répond aux questions les plus fréquemment posées sur le projet.			
Les attentes envers le lecteur, à la suite de la lecture, sont clairement identifiées.			
Élaboration du contenu			
J'ai consulté tous les professionnels concernés afin d'élaborer le contenu du dépliant.			
J'ai structuré mon information de manière logique ou hiérarchique (titres, sous-titres, coordonnées des installations concernées).			
Mon texte est écrit à la deuxième personne du pluriel (au « vous »).			
Mon texte est vulgarisé en fonction du public auquel il s'adresse.			
J'ai proposé des photos en haute résolution, et ce, uniquement pour illustrer un propos (ou j'ai un budget pour faire l'achat de photo en haute résolution).			
Mon contenu n'est pas trop personnalisé (référence à des personnes, des noms d'unité, etc.).			
Les acronymes utilisés sont écrits au long au moins une fois en début de texte.			
Les sources mentionnées dans mon texte sont fiables et sont clairement identifiées.			
Révision du texte			
Mon texte a été relu par une technicienne de direction afin de vérifier toute absence de coquille.			
Mon supérieur, le comité de direction et/ou le conseil d'administration ont approuvé le contenu du texte (selon le cas).			
Validation du contenu auprès de la cible			
Je me suis assuré que le texte du dépliant soit bien compris de la cible avant de remettre le tout au Service des communications (si possible).			
Mise à jour du contenu			
J'ai prévu une date de mise à jour réaliste pour le contenu de mon dépliant.			

Ce document est inspiré de :
 Guide de production d'un document d'information destiné à la clientèle - Partie 1
 La rédaction
 CHU Sainte-Justine

Pour des conseils ou si vous avez des questions sur la rédaction de votre dépliant ou guide, communiquez avec le Service des communications au communications.ciissmo16@ssss.gouv.qc.ca.