RESSOURCE ÉTUDIANTS N° 4 : LE DÉPLIANT

LE DÉPLIANT : UN OUTIL DE COMMUNICATION AUX MULTIPLES FACETTES

Le dépliant est un outil très utilisé dans le monde de la communication visuelle. Entre pliages, supports et options, les combinaisons sont multiples. Vous êtes partant pour un décryptage ? Alors direction le monde du dépliant.

Le dépliant est un support de communication qui permet de mettre en avant son entreprise ou de promouvoir ses nouveaux produits. Ces outils sont souvent destinés à être distribués en masse dans des salons professionnels, des magasins ou dans la rue. Mais, le dépliant n'est pas seulement destiné à cela. En effet, c'est un terme qui peut être aussi utilisé pour une brochure ou un menu de restaurant. Il est vrai, les domaines d'application du dépliant sont très diversifiés, c'est pourquoi nous vous aidons à mettre de l'ordre dans tout cela. Mais attention, le dépliant n'est pas à confondre avec le flyer ou le magazine.

Par définition, c'est un outil qui peut être plié et déplié. Un dépliant est un imprimé publicitaire, commercial, etc. Sa forme définitive est obtenue à l'aide d'un pliage. C'est en quelque sorte un prospectus composé de plusieurs volets qui se déplient durant la lecture. Les dépliants sont des outils de promotion souvent mis à disposition sur les lieux de points de vente. Il est là pour apporter des informations sur l'entreprise, sur ses nouveaux produits ou encore pour faire la promotion d'un événement, d'un restaurant ou d'un lieu particulier. En d'autres mots, c'est un support graphique qui regroupe un ensemble d'informations.

QUELLES OPTIONS D'IMPRESSION POUR UN DÉPLIANT DE QUALITÉ ?

CE PRODUIT PUBLICITAIRE OFFRE À VOS CLIENTS DE MULTIPLES COMBINAISONS

En effet, entre les options d'impression, les divers pliages et les supports variés d'impression, le dépliant peut être très original et attirer la curiosité des consommateurs. Le dépliant peut être imprimé sur pas moins de onze supports, de quoi laisser le choix à vos prospects. Dans ces papiers, nous pouvons compter sur du classique couché mat ou brillant de différents grammages, du recyclé nature offset avec également des grammages différents et des papiers de création super originaux. Ces différents papiers peuvent apporter une réelle plus-value au produit et le faire concorder avec ses missions. Par exemple pour la promotion d'un produit biologique, il faudra opter pour du recyclé, mais pour communiquer sur un institut luxueux, le papier *cryogen white* sera plus adéquat. Bref, le dépliant peut être imprimé sous tous les aspects... c'est à vous et vos clients de faire les bons choix. Le format des dépliants sera également un choix très important, car il va définir l'aspect principal du produit.

IL EXISTE ALORS PLUSIEURS POSSIBILITÉS POUR LE FORMAT

Le format fermé est le gabarit du dépliant une fois le pliage effectué. Nous vous proposons des formats prédéfinis correspondant à du A4 (21 x 29,7cm), du A5 (14,8 x 21cm), du A6 (10,5 x 14,8cm), des carrés (9,8 x 9,8cm et 14,8 x 14,8cm) ou un gabarit long (9,9 x 21cm). Mais, pour des dépliants à leur image, vos prospects pourront opter pour des formats sur mesure. Quand le « dépliant » est évoqué, nous parlons de format fermé et format ouvert. Les formats ouverts correspondent aux dimensions du dépliant brut (c'est-à-dire à plat, sans pliage). Vos clients pourront également choisir ce gabarit. Suivant leur choix, le dépliant pourra être plus ou moins grand. Pour un résultat optimal du dépliant, des types de pliages vous seront proposés selon les gabarits fermés et ouverts du produit. Il faut ici prendre garde à l'aspect voulu du dépliant. En effet, selon sa future utilisation, le type de pli ne sera pas le même. Entre fantaisie et simplicité, il faut que cet outil de communication soit en adéquation avec le message qu'il doit véhiculer.

BIEN CHOISIR SON PLIAGE, C'EST UN DÉPLIANT RÉUSSI

UN DÉPLIANT TOUT EN SIMPLICITÉ AVEC LE PLI SIMPLE

Ce terme désigne un pliage en deux (c'est-à-dire unique) central ou décalé. Il est souvent utilisé pour des dépliants ne contenant pas beaucoup d'informations, car il n'est utilisé que pour un produit à deux volets, c'est-à-dire quatre pages. Il est en effet le plus basique des pliages. [...]

LE PLI ROULÉ DONNE UN ASPECT ESCARGOT AU DÉPLIANT

Le produit est replié sur lui-même, et propose d'accueillir au minimum deux volets. Nous vous conseillons d'opter pour un maximum de cinq volets, car la qualité risquerait d'être altérée. En effet, un dépliant plus gros sera difficile à manipuler et le rendu ne sera pas très élégant. Ce type de pli est assez original et convient parfaitement à une entreprise qui souhaite faire découvrir une nouvelle offre, un nouveau produit. Lors de la lecture du dépliant, le consommateur fera des découvertes progressives et cela attirera sa curiosité.

LE PLI EN ACCORDÉON EST IDÉAL POUR UN DÉPLIANT TROIS VOLETS

Il est obtenu en créant deux plis parallèles au 1/3 et 2/3 de la page. Pour ce pliage, il faudra faire attention à l'agencement des pages lors de la création des visuels du dépliant. En effet, ici le pliage est technique et donc nécessite une attention toute particulière. De plus, c'est à vos clients de choisir ce qu'ils veulent faire ressortir sur le premier tiers de leur outil de communication. Il faudra également penser au sens de la lecture et du dépliant (paysage ou portrait) pour la structure du message que vos prospects veulent faire passer. Ce type de pli est très utilisé pour les documents officiels ou les lettres.

LE PLI ÉCONOMIQUE EST UNE SOLUTION MAGIQUE POUR LES PETITS BUDGETS

Il permet de détenir un dépliant de quatre volets sans aucune reliure. Son pliage s'effectue en deux temps : pli d'une page en deux puis de cette page encore en deux en suivant le même sens de pliage. Un dépliant de huit pages, soit quatre volets, sera alors créé. Il est surnommé le « pli économique » car il permet d'obtenir un imprimé de plusieurs pages sans intégrer d'agrafes et sans faire de découpe. Le plus de ce pliage est qu'il peut être utilisé pour tout type de « mini brochure ». Grâce à son aspect super-pratique et son prix mini, c'est une solution très appréciée.

LE PLI FENÊTRE APPORTE UN CÔTÉ DESIGN AU DÉPLIANT

Il est effectué en repliant les deux côtés parallèles de la feuille vers le milieu. Le dépliant sera alors très intrigant pour le consommateur, car ce pli fenêtre attisera la curiosité : ils auront envie de savoir ce qu'il se trouve dessous. Ce type de pli est idéal pour un dépliant qui annonce une nouvelle, un nouveau produit ou une super promotion. Lors de l'ouverture du dépliant, les consommateurs doivent être frappés par l'information. Pour cela, celle qui se trouve sur le dessus devra le tenir en haleine. Le pli fenêtre aidera vos clients à attirer le regard et à susciter l'envie.

LE PLI PORTEFEUILLE EST À LA FOIS PRATIQUE ET ÉLABORÉ

Ici il faut effectuer trois étapes : les deux extrémités d'une feuille sont pliées vers l'intérieur et ensuite ces deux pages sont pliées encore vers l'intérieur (deux fois pli central intérieur) et enfin replier les deux derniers volets l'un sur l'autre. C'est-à-dire que le dépliant sera composé de trois pliages pour quatre volets. Ce dépliant est très pratique, car il s'adapte à toutes les situations.

DES FINITIONS POUR UN DÉPLIANT FUN ET ORIGINAL

Le dépliant est un outil de communication visuelle qui doit sortir de l'ordinaire pour être vu, feuilleté, ou donner envie aux consommateurs. Pour aider vos clients à faire sortir du lot leur dépliant, vous pouvez leur proposer une personnalisation avec des options d'impression uniques. Elles apportent du fun dans le produit publicitaire de vos prospects et plaisent au plus grand nombre de consommateurs. Elles incitent au toucher et attisent le regard de tous. [...]

LE VERNIS SÉLECTIF MET EN SURBRILLANCE UN TEXTE

Cette option d'impression va apporter un peu de relief au document imprimé et surtout mettre en avant des éléments (textes, images, icônes, etc.) importants sur le dépliant. Le consommateur aura envie de découvrir l'effet au toucher du dépliant avec ce vernis sélectif. Il va susciter l'envie tout en apportant un design unique.

LE VERNIS SÉLECTIF 3D DONNE DU RELIEF AU DÉPLIANT

La différence avec le vernis sélectif est le relief que va apporter le vernis sélectif 3D. En plus de mettre en surbrillance les éléments des dépliant, il va leur donner un aspect en relief qui donnera une envie irrésistible de toucher. Lors du toucher, les consommateurs découvriront un jeu de matières inédit et seront immédiatement conquis.

LA DORURE À CHAUD CONQUIERT LE CŒUR DES CONSOMMATEURS

C'est ici un aspect luxe, haut de gamme qui sera apporté grâce à une pellicule brillante couleur or ou dorée. La dorure à chaud apportera une jolie touche de couleur au dépliant, ou festive ... tout dépend du message du dépliant. Cette option d'impression est parfaite pour représenter le monde de la nuit, du mariage, des réceptions ou des établissements hôteliers.

LE PELLICULAGE PROTÈGE ET EMBELLIT LE DÉPLIANT DE VOS PROSPECTS

Le pelliculage consiste à déposer un film plastique qui va recouvrir le dépliant afin d'augmenter considérablement sa durée de vie. En effet, cette pellicule est très résistante aux UVs et à la corrosion. Disponible sur un papier 250g/m² couché brillant ou 350g/m² couché mat, il viendra embellir le produit publicitaire. Nous vous conseillons d'appliquer cette option sur des produits représentant des aplats de couleurs soutenus, afin d'éviter des cassures au niveau du pli.

Margaux, 18/10/2017

Article à consulter sur :

<https://www.realisaprint.com/blog/produits/depliant-outil-communication-multiples-facettes/>