TRAME COURS MAGISTRAL

**INTRODUCTION A LA REALISATION**

**DES DOCUMENTS DE COMMUNICATION ECRITE**

**LA LETTRE :**

Document de communication externe obéissant

* à la norme AFNOR de présentation
* aux règles de communication : écrit structuré avec une introduction, un développement, une phrase de rappel/conclusion et une formule de politesse.

*Se référer à l’Atelier 1 la lettre*

**LA NOTE :**

Document de communication interne :

* présentation libre pour chaque entreprise, qui peut imposer une charte graphique à ses salariés
* identification de l’émetteur, du destinataire, de la date, de l’objet
* expression au style impersonnel
* ni civilité d’appel, ni formule de politesse

Plusieurs modes de diffusion :

* affichage papier
* transmission individuelle (dans des bannettes par exemple)
* affichage électronique sur un Intranet
* transmission électronique par mail

*Se référer à l’Atelier 3 Les notes*

**FAX/TELECOPIE**

Document de communication interne et/ou externe

* Présentation libre pour chaque entreprise (en ce qui concerne la page de garde)
* Impérativement identifier l’émetteur et le destinataire (SOCIETE, NOM DU CONTACT, SA FONCTION, ADRESSE POSTALE – pour le cas d’une réponse par courrier), TELEPHONE et N° DE FAX)
* Date
* Objet
* Nombre de pages y compris la page de garde
* Civilité d’appel
* Formulation SUCCINCTE (penser à utiliser les énumérations) mais structurée : INTRO + DEV + Formule de politesse simplifiée « Sincères salutations », « Cordialement » 🡪 si vous êtes familier avec le destinataire
* Possibilité d’utiliser des modèles WORD

**MEL, COURRIEL, MAIL**

Document caractérisé par son interactivité, et son aspect écocitoyen

* Présentation imposée par le logiciel
* Traçabilité de l’émetteur et de la date par inscription automatique réalisée par le logiciel
* Formulation SUCCINCTE et STRUCTUREE à l’identique de la télécopie
* SIGNATURE COMPLETE obligatoire (SOCIETE, Rappel du NOM, FONCTION, ADRESSE POSTALE et COORDONNEES TELEPHONIQUES), elle peut être configurée dans le logiciel
* Possibilité de suivre le mail : accusé réception, avis de lecture
* Possibilité d’indiquer le degré d’importance
* Le nombre de destinataires est variable, de 1 à plusieurs avec la possibilité de créer des listes de diffusion

**PUBLIPOSTAGE**

Procédé utilisé pour l’envoi en nombre d’un même courrier personnalisé

*Se référer à l’Atelier 1 La lettre*

**DIAPORAMA**

Document de présentation, qui sert de support à la communication orale.

Il obéit aux règles de communication suivantes :

* Présentation homogène des diapositives (notion de masque, il existe des modèles, mais on peut également en créer avec un logiciel de présentation 🡪 POWERPOINT)
* Transition sobre et homogène entre chaque diapositive
* Effets utilisés uniquement pour mettre en valeur des informations
* Le texte doit être réduit (plus de « blanc » que de texte) et surtout moins de texte écrit que d’expression orale pour traiter une information (notion de mots clé)

Il offre des options confortables pour la présentation orale :

* Possibilité de paramétrer le minutage du défilement des diapositives
* Possibilité d’intervention lors de la présentation orale avec un crayon, un surligneur..
* Commentaires sur le poste du présentateur, invisibles sur l’écran de diffusion

**RAPPORT**

Document structuré par chapitres, sous chapitres, etc, titré et paginé.

Il peut être **analytique** : tous les aspects d’un thème sont abordés en détail – ou **synthétique** (dans ce cas il est souvent nommé synthèse) : seuls les points répondant à une problématique sont formulés.

Attention synthèse ≠ résumé !

**COMPTE RENDU**

Document, qui par essence rend compte d’une situation, d’une réunion.... et mentionne :

* Les présents

Pour une réunion ou une assemblée générale

* Les absents
* Les excusés
* L’ordre du jour
* Heure de début, heure de fin

Il reprend les informations évoquées par les différents protagonistes.

Il peut être structuré par chronologie ou par thème

**POST IT**

Petit bout de papier coloré, qui peut s’envoler avec son contenu !

**TRACT**

Document à vocation publicitaire, distribué à un large public non ciblé.

Bien souvent il termine dans une poubelle, ou pire par terre. On estime que seulement 2% des personnes ayant reçu un tract (ou flyer) donneront une réponse à l’information communiquée.

C’est le support le moins éco citoyen que nous produisons…

**AFFICHE**

Document à vocation informative et/ou publicitaire pour un large public.

Souvent réalisé par des agences spécialisées pour les grands formats.

Pour des formats plus modestes, le logiciel Publisher de la suite Office est un bon outil de création.

**DEPLIANT**

Document souvent informatif, mis à disposition d’un public de passage (sur un comptoir d’accueil, des étagères ou autres structures).

Souvent réalisé par des agences spécialisées lorsqu’ils sont complexes.

Pour des créations moins ambitieuses, le logiciel Publisher de la suite Office est un bon outil de création.

**UN DOCUMENT PROFESSIONNEL**

**VEHICULE TOUJOURS**

**L’IMAGE DE MARQUE DE L’ENTREPRISE**