

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE ABDELHAMID IBN BADIS – MOSTAGANEM-

FACULTE DES LANGUES ETRANGERES

FILIERE LANGUE FRANÇAISE



MASTER

« Rédaction web et médias »

Brochure publicitaire sur « Legrand » Algérie

Présenté par :

Toumi Nebia

Membres du jury :

Présidente : Mme Benahmed

Promotrice : Mme Nehari-Rouba

Examinatrice : Mlle Taourit

Année universitaire 2015/2016

REMERCIEMENTS

C'est avec plaisir que je remercie certains membres de ma famille pour leur soutien moral, mental et matériel, et pour leur patience, leur compréhension, ainsi que les apports qu'ils ont permis par leur intérêt et leurs réflexions. De même, un grand merci à ma directrice de recherche Mme NehariNadjiapour l'attention qu'elle a portée à la réalisation de ce mémoire, pour ses nombreuses remarques et corrections, ainsi que pour ses encouragements.

Il est difficile de déterminer avec certitude la naissance de la publicité. Des archéologues ont retrouvé des fresques datant de l'Antiquité qui annonçaient des combats de gladiateurs. Au Moyen Âge, la plupart des gens étant analphabètes, la communication se faisait par voie orale : les crieurs vantant les produits sur un marché ou annonçant les ordonnances royales aux citoyens peuvent être vues comme une forme de publicité.

Mais ce n'est que vers 1830 que le terme publicité, « action de rendre public » ou « état de ce qui est public » a pris le sens moderne d'ensemble des moyens utilisés pour faire connaître au public un produit, une entreprise industrielle ou commerciale. Cette date lie donc le développement de la publicité à celui de l'industrialisation et à l'essor des marchés de grande consommation.

Aujourd'hui, la publicité est constamment présente ; c'est une forme de communication dont le but est d'attirer l'attention d'une cible visée tel qu'un consommateur, un utilisateur, un usager, afin de l'inciter à adopter un comportement souhaité comme l'achat d'un produit, ou même l'élection d'une personnalité politique. Elle fait passer des messages par des images ou la parole.

Il existe plusieurs types de support publicitaire parmi eux la brochure qui nous a bien intéressé pour la réalisation de notre modeste travail de recherche et afin d'affirmer ou de confirmer nos hypothèses.

La brochure publicitaire ; dite commerciale est un support de publicité très efficace. Distribuées de main à main dans les lieux stratégiques, postées dans les boîtes aux lettres ou laissées à la disposition des intéressés, ce support est idéal pour faire connaître un produit, une marque, un événement, dans un périmètre délimité. Cette dernière est composée de plusieurs feuilles assemblées en leurs milieux par des agrafes, d'où la qualification de « broché ». Ce support est peu volumineux. Lorsque le volume de feuilles trop conséquent ne permet plus aux agrafes de les supporter, on parle alors de magazine ou de catalogue lorsque le nombre de feuille est conséquent.

L'objectif de ce mémoire est essayé d'analyser l'efficacité de la brochure publicitaire pour une meilleure communication entre les commerçants, ou pour la présentation d'un nouveau produit. Afin de réaliser ce travail nous avons posé la question suivante : est-ce que la brochure publicitaire est un moyen de communication fiable est indispensable pour la

réalisation d'une vente ou d'un achat ? Pour mieux répondre à cette question nous avons prévu la réalisation d'une brochure publicitaire concernant le siège Legrand électrique d'Alger.

Pour traiter cette problématique notre travail sera structuré de la manière suivante :

Première partie : dans cette phase nous avons entamé la publicité d'une manière générale afin d'avoir une idée claire sur cette dernière. Ainsi qu'une petite explication de la brochure publicitaire qui nous a bien intéressés dans notre recherche.

Deuxième partie : cette partie compte une présentation générale siège le grand électrique qui se trouve au capitale Alger bien précisément a Hydra ainsi qu'une petite vision sur l'utilisation de la langue française comme langage de travail.

Troisième partie : c'est la phase analytique ; elle nous a permet d'analyser notre corpus; il s'agit d'une brochure que nous avons réalisé dans un temps limite afin de rendre notre travail plus pratique et plus fiable. Suite à une petite visite au siège Legrand électrique pour rassembler plus d'informations et pour avoir une idée sur les brochures déjà exister dans le siège.

Sommaire

Introduction	2
Partie 1 : Une forme particulière de la publicité...Brochure	3
I. Autour de la publicité	3
1. Définition de la publicité	4
2. les moyens de communications les plus couramment utilisés en publicité	4
3. L'importance de la publicité	4
4. Les différents types de la publicité	5
5. Les objectives de la publicité	5
6. La nature de la publicité	6
II. brochure publicitaire	7
1. Définition de la brochure	7
2.à quoi sert une brochure ?	7
3. Les principales caractéristiques de la brochure	8
4. Les tarifs de la publicité	8
5. Les conseils pour réussir une brochure	8
6. Facteurs à considérer	8
7. Les choix pour le nombre de pages pour l'impression d'une brochure	9
8. Les choix des formats et le type d'impression pour une réalisation originale d'une brochure	9
9.le choix du papier et le grammage pour des brochures avec une impression bien soignée	9
10. Les différents types de papiers pour brochure	12
11. La création d'une brochure	14
12. Le concept de brochure	16
13. Avantages et inconvénients de la brochure	16
14. La publicité en Algérie	17

15. L'importance du marché publicitaire algérien.....	17
Partie 2 : présentation du siège Legrand.....	18
III. Caractéristiques générales de l'entreprise	18
1. L'entreprise Legrand.....	18
2. Historique.....	20
3. Histoire de la filiale.....	21
4. Les activités de l'entreprise.....	22
5. Développement.....	22
6. Legrand et le marché du travail en Algérie.....	22
7. Legrand dans le monde.....	23
8. L'utilisation de la langue française au travail.....	24
Partie 3 : Analyse de la brochure.....	25
IV. Brochure simple, originale et efficace.....	25
1. Le choix de format.....	26
2. Le choix de papier.....	26
3. Le choix d'une bonne tenue des pages.....	26
4. Le choix de couleurs.....	27
5. Les choix de la police d'écriture et la taille.....	28
6. Le choix d'image.....	28
7. Logo Legrand.....	28
8. La création de notre brochure avec Illustrator.....	29
9. Les imprimeries utilisées pour la réalisation de notre brochure.....	30
10. Le contenu de notre brochure.....	30
11. Les titres de notre brochure.....	31
12. le cout de notre brochure.....	32
Conclusion générale.....	33
Sitographie.....	34

I. Autour de la publicité

Tout le monde, à première vue, sait ou croit savoir ce qu'est la publicité. Les définitions varient selon différents sens de l'emploi des termes large ou étroit.

La publicité regroupe l'ensemble des moyens utilisés pour faire connaître au public un produit, ou une entreprise, elle représente pour cette dernière une image à promouvoir à travers les objectifs qu'elle se fixe pour atteindre une crédibilité vis-à-vis des consommateurs par le produit ou le service proposé, dans un autre sens faire des gains à travers cette promotion.

La publicité pour une entreprise est un outil par lequel elle fait connaître son ou ses produits afin d'atteindre un grand nombre de consommateurs, en contrepartie les critiques dans l'autre sens sont considérés comme moyen d'évaluation pour la promotion et la transformation du produit pour le rendre plus accessible et plus évolutif par rapport aux produits concurrents.

La publicité est en constante évolution. Vu les moyens misent à sa disposition pour son évolution, tels que l'internet, qui lui permet d'être de plus en plus accessible à un large public, qui peut choisir entre différents produits et même acquérir un ou plusieurs produits sans gêne, les consommateurs peuvent avoir directement accès à une publicité et décider de se procurer, et donc la publicité devient donc plus efficace et aussi plus facile à gérer, surtout quand l'annonceur et consommateur deviennent partie prenante pour un même produit, le mariage parfait entre offre et demande dans la diversité

1. Définition de la publicité

D'après le grand Larousse illustré 2015, la publicité est : « l'activité ayant pour objet de faire connaître une marque, d'inciter le public à acheter un produit, à utiliser un service, etc. ; ensemble des moyens et des techniques employés à cet effet »¹. Le mot « publicité » vient du mot latin « publicare », qui veut dire « rendre public »². ce terme est utilisé pour la première fois en 1689. avant cette date, les termes comme « réclame » ou « annonce » désignent cette pratique.

La publicité est une forme de communication, dont le but est de fixer l'attention du consommateur sur un objet, et de l'inciter à adopter un comportement, déterminé vis-à-vis de ce dernier. Elle peut concerner absolument n'importe quoi.

2. Les moyens de communications les plus couramment utilisés en publicité

- Annonce journal
- Annonce magazine

¹ Le grand Larousse illustré 2015 www.larousse.fr ; consulté le : 01/05/2016

² www.sladeshare.net consulté le : 01/05/2016

- Brochure
- Affiche
- Panneau
- Dépliant

3. L'Importance de la publicité

La publicité joue un rôle très important pour lancer et développer un produit ou service. Elle est devenue une nécessité pour tout le monde dans la vie quotidienne, et pour le producteur, et pour les commerçants, ou le client.

a. l'importance pour le client

La publicité joue un rôle très important dans la vie des clients, car les gens ont besoin d'être informés de l'existence d'un nouveau produit sur le marché.

La publicité aide les clients à trouver les meilleurs produits et ce dont ils ont besoin ce qui les pousse à acheter le produit et répondre à leurs désirs.

b. l'importance du produit pour le producteur et le revendeur

- Elle aide l'augmentation des ventes
- Elle aide les producteurs ou les entreprises à identifier et suivre l'évolution de leurs concurrents si une entreprise veut introduire ou lancer un nouveau produit sur le marché, la publicité augmentera sa visibilité puis elle sensibilisera les consommateurs afin, qu'ils viennent et essayent le produit
- La publicité est aussi un moyen de fidélisation client
- Elle sert également indirectement à renforcer la crédibilité

4- Les différents types de publicité

La publicité est un moyen de communication privilégié de l'entreprise, possible de contrôler, infléchir, nuancer à son gré. « Action de rendre public », elle recouvre de très nombreux aspects et techniques.

On distingue la publicité pour les produits et les marques de branche, ou collective, financée non pas par une marque, mais par le secteur professionnel concerné.

On parle, d'autre part, de publicité institutionnelle, dont le but est de faire connaître non pas les produits et leurs caractéristiques, mais l'entreprise elle-même, et entretenir ou modifier son identité, pour la rendre attractive auprès de ses différents publics : ses salariés mais aussi ses cibles commerciales (prospects, prescripteurs,...) ou non commerciales (pouvoirs publics, médias, associations de consommateurs,...).

Sur un plan plus technique, on fait la distinction entre la publicité par les grands médias (presse, télévision, affichage, radio, cinéma, Internet) et la publicité par d'autres moyens, comme la publicité directe (publipostage, imprimé sans adresse, prospectus, etc.), les foires et les expositions ; d'autres techniques publicitaires sont utilisées pour mettre en avant les produits : la promotion des ventes, la PLV (publicité sur le lieu de vente).

À long terme, l'entreprise utilisera essentiellement la publicité institutionnelle, ainsi que des actions, ponctuelles ou durables, visant à élargir sa notoriété.

À court et moyen termes, selon le type de produit et la phase de vie dans laquelle il se trouve, diverses techniques publicitaires seront employées, aussi bien vis-à-vis des cibles potentielles que des cibles intermédiaires (prescripteurs).

5- Les objectifs de la publicité

La publicité peut remplir trois objectifs complémentaires : annoncer l'existence d'une offre, énoncer ses caractéristiques et inciter à une démarche d'approfondissement. Ils recouvrent parfaitement les composantes – cognitive, affective et conative – de l'attitude : la publicité n'agit pas directement sur le comportement du prospect mais sur ses attitudes et ses opinions, lesquelles peuvent le mener à l'achat. Pour une campagne donnée, c'est la stratégie de communication arrêtée qui détermine, parmi ces objectifs, lesquels doivent être privilégiés pour atteindre le résultat escompté, en synergie avec les autres moyens de communication.

6- La nature de la publicité

La publicité est l'ensemble des moyens d'informer le public sur un produit ou un service et de le convaincre de l'acheter.

Son objectif est d'influencer le comportement d'achat du consommateur. Le rôle de la publicité est de faire en sorte que le public se sente impliqué, concerné par le produit ou le service. Pour parvenir à ce résultat, la publicité devra émettre des messages qui correspondent exactement aux besoins, désirs, motivations.

Les trois **dimensions** de la publicité :

-Une première dimension « **utilitaire et fonctionnelle** », qui résulte directement de la productivité technique de l'objet et s'exprime rationnellement par la démonstration, le mode d'emploi, la mise en scène dans la quotidienneté, le test et la preuve mesurable, l'explication et l'argument.

-La deuxième dimension est « **symbolique** », véhiculant une valeur ajoutée de nature sociale, de tradition ou de modernité, de mode ou de tout venant, de standing ou de simplicité, d'élitisme ou de démocratie, où le produit se fait statut social, type de vie... alors, la publicité doit recourir au langage des stéréotypes

socioculturels, des images d'Epinal, empruntant ses mots et ses signes à la mode, à la technologie, au journalisme, empruntant ses figures aux univers du business, de la science et du show.

-La troisième dimension enfin est « **imaginaire** », faisant du produit « une image de soi », en réponse aux motivations et aux désirs les plus profonds et les plus irrationnels d'évasion, de métamorphose, d'oubli, d'idéalisation et d'épanouissement du moi, de domination et de maîtrise des choses par la dérision ou la pitié, la contemplation ou la participation.... Le langage publicitaire se fait alors spectacle des fantasmes, cassant les codes habituels du discours social et de la démonstration technique pour rendre l'objet ou le service transparents à la part de rêve que le consommateur veut y trouver.

Aujourd'hui la publicité n'est qu'un outil comme d'autre, utilisé pour créer quelque chose de plus grand : une image de marque.

II. Brochure publicitaire

Le développement de la brochure n'a cessé d'évoluer au fil du temps, par le biais des recherches mis en œuvre par différents établissements pour la réussite de son produit, ainsi que pour sa propagande externe, en essayant d'offrir au maximum une expérience originale à la clientèle, et la préparer de la revivre ultérieurement.

Les brochures publicitaires sont des dépliantes contenant des informations sur l'entreprise ou un sujet spécifique. Le but d'une brochure est d'éduquer ou de vendre des informations aux lecteurs. « Une brochure efficace expose clairement et succinctement ce qu'est une entreprise et ce qu'elle a à offrir ».

1. Définition de la brochure

Le Petit Larousse propose plusieurs définitions brochure parmi lesquelles nous retiendrons les éléments suivants : «livre, petit ouvrage broché»³.

La brochure est un document broché et relié par des agrafes, c'est une publication à vocation informative ou publicitaire, elle est utilisée dans le cadre de présentation d'informations nombreuses et structurées (les offres, décrire les produits et les services qu'une entreprise ou une enseigne peut fournir). C'est un support de communication destiné à promouvoir les produits et générer les ventes.

³www.larousse.fr consulté le 02/05/2016

La brochure se présente comme un scénario avec un début (la couverture), un développement (intérieur) et une fin (l'endos). Elle doit être attrayante par sa couverture et captivante avec son intérieur. L'endos reprend habituellement les coordonnées et le rappel d'une information importante.

2. A quoi sert une brochure d'entreprise ?

- Synthétiser l'info : sur l'ensemble des prestations, service et produits.
- Rassurer : sur l'historique de l'entreprise et sur les produits (témoignages clients)
- Communiquer : sur les atouts, les fournisseurs, les partenaires
- Convaincre : par le biais des références + témoignages clients

3. Les principales caractéristiques de la brochure

La brochure est un dépliant broché et fermé ; elle est souvent utilisée pour présenter des produits et des services d'une offre commerciale.

Une brochure permet de présenter des nombreuses informations de l'entreprise de manière structurée et paginée. C'est un document multipage. L'utilisation de 2 points métal (agrafes) pour l'assemblage des pages limite. Généralement aux alentours de 8 et plus de 324 pages suivant l'épaisseur du papier utilisé.

4. Les tarifs d'impression de brochure

- Format de brochure : à la française (A3, A4, A5, A6) ou à l'italienne
- Supports offset : de 64 à 400 g/m²
- Brochure avec vernis machine, acrylique ou UV sélectif
- Brochure avec pelliculage brillant ou mat
- Brochure piquée

5. Les conseils pour réussir une brochure

La brochure doit avoir une page de couverture attractive mentionnant les informations indispensables concernant l'entreprise :

- Le logo et l'identité visuelle
- Le nom et les coordonnées de l'entreprise
- Les services et les produits proposez⁴

6. Facteurs à considérer

- Le public cible – à qui s'adresse la brochure

⁴<https://www.anthedesign.fr/print-2/brochure/>

- L'entreprise et sa philosophie
- Le message véhiculé- efficacité ; fiabilité...
- La distribution – lors d'une conférence, en magasin...
- Le format de la brochure et le nombre de pages
- Le papier- couché, non couché...
- L'impression – quadrichromie, pantone, vernis...

7. Les choix pour le nombre de pages pour l'impression d'une brochure publicitaire

Les brochures proposées varient entre 8 pages à 200 pages. Selon les besoins de chaque client compte tenu des contenus, les choix suivent. L'orientation du fichier des différents modèles de brochures proposés. L'orientation du fichier délimite l'emplacement de la reliure. Pour les brochures, notre site propose les trois possibilités suivantes.

- Brochures à l'orientation française (format portrait) relié sur le grand côté.
- Brochures à un format à l'italienne (format paysage) qui sera relié sur le petit côté
- Brochures au format carré.

8. Les choix des formats et le type d'impression pour une réalisation originale d'une brochure.

Le choix d'édition d'une brochure vise donc principalement, un public ayant des intérêts avec vos offres de produits ou de services. Il requiert, non seulement une distribution ciblée, mais également une réflexion pointue en ce qui concerne sa présentation. Pour vos divers projets, les grandes imprimeries déclinent la brochure en de nombreux formats, présentés à la française ou l'italienne. De 8 à 200 pages, vos brochures combleront vos exigences de services, commerciales ou publicitaires. En format ouvert ou format fermé, faites vos choix en fonction.

- les formats standards A4, A5 ou A6 avec des dimensions différentes (210x 297mm pour la brochure au format A4, A5 148x 210mm pour les brochures au format A5, ou les 105x 148mm ou 105 x210mm pour les formats A6)
- le format d'enveloppe DL (10,5x21cm) ou «Format Pocket »,
- les formats A7 avec des dimensions 74x105mm

9. Le choix du papier et le grammage pour des brochures avec une impression bien soignée

L'idéale pour la conception des brochures est d'opter pour des papiers avec une certaine épaisseur donc rigide, mais pour des questions d'économies. Un grammage plus léger pourra convenir. Il en est de même aussi pour les couvertures, si vous voulez des solutions économiques, choisissez un même grammage pour la couverture ainsi que l'intérieur.⁵

- Brochures sur du papier souple : 80 au 170g
- Brochures sur du papier semi-rigide : 250g à 300g

Cette option est valable uniquement pour les quantités entre 250 à 100 000 exemplaires seulement. Pour les commandes entre 0 à 500 exemplaires. Les choix pour le papier sont restreints

- Pour les brochures sur du papier souple : Entre 130 à 150g
- Pour les brochures sur du papier semi-rigide : 250g

10. Les différents types des papiers pour brochure

Le papier constitue la matière première pour la création d'une brochure comme pour de nombreux produits d'imprimerie. Il permet d'évaluer directement la qualité du document. Le choix du papier est donc très important pour toute création de brochure.

Parmi les différents papiers proposés, vous pouvez choisir entre le papier offset, le papier couché et le papier recyclé.⁶

➤ Le papier couché

C'est le papier d'impression standard. Le nom « papier couché » vient du nom « couche » car on vient appliquer à sa surface une ou plusieurs couches de produits spéciaux comme les silicates d'aluminium, les liants, les craies... L'ajout de ces produits consiste à procurer au papier une surface lisse et très agréable au toucher. Cela facilite aussi l'impression.

➤ Le papier couché peut être mat ou brillant

⁵<http://micro-lynx.fr/p/impression-brochure>

⁶<http://www.imprimerie.services/imprimeur-brochure/>

Le papier couché mat permet de rendre votre brochure plus résistante et prestigieuse. Il permet de présenter une image de sobriété et donne une épaisseur idéale à votre brochure. Le couché mat est très adapté à une publicité durable.

Pour une communication plus dynamique et promotionnelle, préférez par contre l'impression de la brochure sur du papier brillant. Ce papier permet de faire ressortir au mieux les couleurs d'impression et de rendre ainsi le document très séduisant.

➤ **Le papier offset**

Le papier offset est un papier prisé pour sa solidité. Il est épais et reçoit facilement les encres, permettant d'optimiser l'impression de votre brochure. Le papier offset est également moins cher. Même en grammage faible de 90 g par exemple, il rend le document durable et qualitatif.

➤ **Le papier recyclé**

Sa particularité réside surtout dans son apport écologique. Plus précisément, le papier recyclé est un papier écologique car il provient de papiers usagés et il permet ainsi de réduire la production massive de déchets et la consommation d'énergie. Le choix d'un papier recyclé est donc recommandé pour promouvoir l'écologie dans l'impression de la brochure.

➤ **Informations sur l'épaisseur du papier pour la brochure**

Généralement, on imprime la brochure en papier de 135 g, c'est-à-dire sur du papier souple, pour des questions de facilité de transport (rouler par exemple la brochure pour la mettre facilement dans un sac).

Mais il faut noter que la durée de vie, la qualité et le prix de la brochure varient surtout en fonction de l'épaisseur du papier à imprimer. Plus le papier est rigide (grammage fort), plus la qualité de la brochure augmente, plus son prix est élevé. À l'inverse, plus le papier est souple (grammage faible), moindre sera le coût de production du document. Il est préférable d'imprimer la couverture de la brochure avec un papier plus épais que les papiers intérieurs.

➤ **Les options design**

Avant que la brochure n'acquière son aspect définitif, l'imprimeur proposera plusieurs options design. On peut citer le pelliculage, le vernis, la dorure et le vernis sélectif.

- **Le pelliculage**

Il désigne la pose d'un film de protection fin sur la surface du document. Pour la brochure, le pelliculage doit être collé sur la couverture uniquement (jamais sur les feuilles intérieures). Ce film plastique a évidemment pour but de renforcer le produit car il le protège des différentes agressions extérieures comme les rayures, l'humidité, les salissures, etc. Le pelliculage permet de rendre aussi la brochure plus design en rehaussant les couleurs d'impression, en particulier le pelliculage.

- **Le vernis**

La pose d'un vernis sur la brochure permet d'accroître sa durée de vie comme de renforcer son aspect. Le vernis consiste aussi à protéger aux mieux les encres.

Si la brochure est destinée à être exposée au soleil, il est préférable de la protéger avec du vernis de surface UV. Celui-ci durcit rapidement dès son exposition aux rayons UV et confère au document une plus grande résistance à l'abrasion.

- **La dorure à chaud**

Avec cette finition, l'imprimeur utilise la chaleur et la pression pour apposer sur la brochure une bande métallisée ou des hologrammes de luxe très brillants. Cette option design permet aussi d'accroître l'originalité du document.

- **Le vernis sélectif ultra-brillant**

C'est un vernis spécial à appliquer sur des éléments précis du document, d'où l'appellation « sélectif ». Le vernis sélectif peut être appliqué, par exemple, sur le nom de l'entreprise, sur le logo ou slogan, sur le numéro de téléphone, ou bien sur tous les éléments souhaiter mettre en valeur. Il s'applique avec un pelliculage mat ; en effet, les zones munies d'un vernis deviennent très brillantes tandis que les autres zones restent inchangées, ce qui permet de rendre la brochure très esthétique.

11.La création d'une brochure

La création d'une brochure fait suite à un objectif d'information : la brochure permet de diffuser une offre, décrire des produits et des services...

La brochure reste l'élément indispensable de beaucoup de stratégies de communication. En effet, elle est palpable et consultable de n'importe quel lieu, sans nécessité de posséder un ordinateur ou équivalent.⁷

Pour chaque cas de figure, il existe un type de document adapté :

⁷<http://www.blog-insideout.com/creer-brochure-catalogue-publicitaire/>

- **Plaquette commerciale :** La plaquette est un des outils de base du commercial. Elle lui permet de présenter sa société et ses produits d'une manière visuelle et très vendeuse. La plaquette est un des outils de base du commercial. Elle lui permet de présenter sa société et ses produits d'une manière visuelle et très vendeuse.
- **Brochure publicitaire :** Une Brochure sera plutôt un document " broché" en piqûre ou en dos, un petit livret avec des "pages", et façonné avec des agrafes ou de la colle.
- **Prospectus :** désigne une brochure, un imprimé qui fournit le plan, la description d'un ouvrage, d'un établissement...
- **Livret :** carnet, registre ou petite brochure.
- **Catalogue :** Support de publicité directe. Recueil illustré ou non, présentant les différents produits fabriqués et distribués par l'entreprise, en indiquant, d'une manière plus ou moins exhaustive.
- **Rapport annuel :** le rapport annuel est un document établi chaque année à l'attention des actionnaires d'une entreprise à l'occasion de leur assemblée générale. Le rapport annuel contient tous les éléments nécessaires à l'information des actionnaires (activité, rapport de gestion de l'équipe dirigeante...).
- **Journal d'entreprise :** Support périodique d'information sur l'entreprise, pouvant prendre l'aspect d'un magazine, d'un journal, d'une lettre d'information, d'un court métrage audiovisuel ou d'un message audio. Il a pour objectif d'informer l'ensemble du personnel sur la vie de/dans l'entreprise (résultats économiques, décisions stratégiques, évolution des conditions de travail, opérations de communication, suivi des carrières...).
- **Annonce presse :** message inséré dans un journal ou un magazine, et comportant une offre de communication via un coupon-réponse, un site internet, un numéro de téléphone, une adresse.
- **Dépliant :** est un document commercial ou publicitaire qui est constitué généralement de plusieurs pages et qui se déplie lors de la lecture.
- **Mailing :** Un mailing est initialement le terme anglais pour désigner un publipostage courrier.
- **Flyer :** prospectus, dépliant de présentation d'un produit.

La brochure est un élément incontournable et indispensable pour la communication, elle est destinée pour les présentoirs, les stands et salons d'exposition.

12. Le Concept de brochure

Les brochures sont un moyen de publicité efficace. Le concept de la brochure, le style de police, la présentation de la brochure, et le thème général de la brochure sont des caractéristiques vitales de cette forme de publicité. Le concept de la brochure est aussi important que le public cible pour lequel la brochure est conçue.⁸

➤ Sélectionner l'Information de Votre Brochure

⁸http://www.toutlocal.fr/Concept_de_brochure-a945904.html

Une brochure est une forme de publicité qui permet d'atteindre un grand public afin de leur faire connaître l'entreprise et les services qu'elles offrent. Les brochures sont un moyen efficace de communiquer avec un large public. Ils peuvent cibler un public en particulier, ou peuvent être insérées dans les journaux quotidiens, et les brochures peuvent aussi être livrées manuellement à des clients potentiels.

L'information placée dans une brochure est critique, tandis que les brochures sont des moyens efficaces de publicité. Certaines brochures sont imprimées sur un seul côté tandis que d'autres brochures permettent de placer de l'information sur les deux côtés ; le style dépend du choix. Peu importe le style, cela déterminera combien d'espace est possédé pour placer de l'information à propos de l'entreprise ou organisme.

Pour déterminer le message principal de la brochure, il faut se concentrer sur un seul aspect de l'entreprise ou organisme. Ou d'offrir l'information générale au public cible. Lors de la conception d'une brochure, plus l'information est concise moins le lecteur sera submergé par trop d'information à la fois. L'idée essentielle de la brochure est de transmettre au public l'information sur l'entreprise ou l'organisme rapidement, efficacement et en un temps record.

➤ **le concept de la brochure et le style de police**

Après la sélection de l'information, il est temps de concevoir la brochure. Il est impératif de choisir un style de police rendant la lecture aisée. Il est conseillé de choisir des polices richement ornées pour les titres ou les impressions en grands formats car elles seront plus lisibles. Cependant, pour les colonnes de texte dans la brochure, il est plus judicieux de choisir des polices de taille plus petite, ça réduira l'effort du lecteur dans sa recherche d'information tout en limitant sa fatigue oculaire. La couleur des polices ainsi que celle du papier utilisé doivent avoir la même dégradation.

➤ **Style de Brochure**

Il existe un grand nombre de style de brochure :

- **Le pamphlet** : il fonctionne comme encart dans les journaux et magazines, il est distribué aux clients potentiels. Habituellement imprimé d'un côté, non plié, le message sera délivré rapidement au public. Le pamphlet peut contenir des images, des dessins et des photos ce qui aura pour effet d'attirer l'œil du lecteur. La brochure de base peut être pliée en deux, en trois, ou en quatre, dépendamment du style désiré.

➤ **Concept et thème de Brochure**

Le concept et le thème de la brochure dépend du l'information sélectionnée.

➤ **Concept de brochure d'apparence professionnelle**

La brochure nécessitera certains éléments afin de paraître professionnelle, Le dépliant aura un panneau avant et c'est ce que le public verra en premier. Il est donc important que le panneau avant le dépliant soit esthétiquement attractif. Le panneau avant sert d'invitation au public cible et il est conçu pour les

inciter à lire l'information. L'information placée sur le panneau devrait être limitée avec une image à l'avant, image attrayante et un peu d'information à propos de l'entreprise ou l'organisme.

Il est possible d'afficher une information limitée en arrière du panneau, le dépliant est comme un livre, le texte principal est placé au milieu, le panneau avant sert de page titre et le panneau arrière sert d'emplacement où il est possible de faire la liste des informations de la compagnie, des informations de contact, ou des remerciements.

➤ **Personnaliser une brochure**

Il y a un nombre infini de méthodes pour personnaliser une brochure, Les brochures, livrets, chemises et encarts sont plus que jamais faciles à concevoir. Un grand nombre de programmes de traitement de texte offrent des modèles qui peuvent être utilisés dans la création d'une brochure attrayantes ainsi que les sites web qui facilitent de créer et d'imprimer des brochures. Les couleurs, les images, les dessins et les informations dans une brochure sont tous des éléments pouvant être personnalisés lors de la création de la maquette de la brochure.

➤ **Coûts et concept de la brochure**

Si la brochure est imprimée par un professionnel elle est beaucoup plus coûteuse que les brochures en noir et blanc. Les brochures qui sont imprimées en couleur sont plus dispendieuses parce que l'encrage de couleur est beaucoup plus cher mais plus attrayantes, le lecteur est plus réceptif aux brochures imprimées en couleur.

➤ **Logiciel de création de la brochure**

Il existe un logiciel installé sur ordinateur est limité en modèle de brochure ou bien un logiciel payant de brochures précis.

13. Avantages et inconvénients de la brochure

Brochure Avantages	Brochure inconvénients
-Large éventail d'offres et de coûts -Facilité de diffusion -Support matériel concret -Peu d'encombrant	-Interactivité faible -Classique, scolaire -Peu adapté aux publics maîtrisant mal l'écrit ou la langue

	-Passivité du public
--	----------------------

14.La publicité en Algérie

Traditionnellement, la publicité est une pratique enracinée dans la société algérienne. Vendeurs de marchandises, de vêtements, crieurs publics dans les marchés, représentent des pratiques qui résistent jusqu'à aujourd'hui à la publicité moderne envahissante. Avec la colonisation française, elle a pris une forme dans la majorité en annonce et réclame. Après l'indépendance, elle est devenue l'un des moyens vantant le choix politique socialiste du pays et s'est développée avec les mutations politiques, économiques et sociales.

15.L'importance du marché publicitaire algérien

En Algérie, la publicité, aussi bien dans les mentalités des gestionnaires que dans les esprits des consommateurs, est devenue comme une alliance fondamentale pour accomplir un acte de vente/achat, conclu auparavant sans la variable publicitaire dans plusieurs secteurs.

Aujourd'hui, la multiplication des agences de communication et de publicité en genre et en nombre, est devenue, d'une part, signe de l'adaptation de l'économie algérienne à ce nouveau phénomène et consolide l'importance de la maîtrise de ce domaine, d'autre part, malgré la progression importante et rapide du marché publicitaire algérien marqué par : la diversité des medias, des supports et autres outils de communication ainsi que l'évolution remarquable des investissements publicitaires

Le marché publicitaire algérien est en pleine évolution et permet d'intégrer convenablement d'autres supports publicitaires, il est en phase de structuration et représente une opportunité pour l'économie algérienne.

IV. Brochure simple, originale et efficace

Notre brochure est un petit catalogue de 7 pages dans lequel on a présenté Legrand, ces produits et services aux prospects et clients. Elle est faite pour inciter la cible à acheter et à nous contacter.

Avant de commencer la création de la brochure, on a mené une réflexion sur l'identité, les atouts et la cible de la publicité afin que les informations de la brochure soient précises et concises.

Notre brochure contient un certain nombre d'informations sans pour autant « le prospect ou le client. Sa lecture est simple et rapide c'est pour cela les titres et le texte se différencient d'un seul coup d'œil ». On a choisi quelques mots pour montrer que Legrand est le meilleur interlocuteur pour le service et le produit que nous proposons.

Enfin, pour que notre brochure soit simple et efficace on a respecté la charte graphique car elle est unique puisque liée à l'entreprise. Elle constitue la signature graphique (couleurs, logo, formes, etc...) de même, on a agrémenté notre brochure de images pour donner plus de valeur et on a resté dans le contexte du message que nous voulons faire passer et non juste pour faire jolie.

La pagination : pour la réalisation de notre brochure, on a défini un nombre de pages multiple de 4. En effet, les feuilles sont imprimées sur un format ouvert, et lors du façonnage, elles sont pliées en 2 puis agrafées. Une feuille pliée en 2 est donc composée de 4 faces = 4 pages.

L'intérieur : l'intérieur de notre brochure imprimée représente toutes les pages intérieures à l'exception de la couverture.

La couverture de la brochure : la couverture représente la feuille qui vient envelopper la brochure. Cette feuille pliée, est composée de 4 faces (4 pages) surnommées la 1re, la 2e, la 3e et la 4e couverture. La 1re est la page vue en premier lorsque la brochure est face à vous et fermée ; la 2e sera la première page de gauche lorsque vous ouvrez une brochure ; la 4e représente le dos de la brochure fermée ; la 3e est située au dos de la 4e de couverture, soit la dernière page située à droite lorsque la brochure est ouverte à l'envers.

1. Le choix de format

Au niveau des formats, les informations qui seront insérées dans le support déterminent les dimensions choisies pour la brochure.

Il y a plusieurs formats utilisés en matière de brochure et pour la nôtre on a choisi format ouvert 180-150mm, c'est le format idéal il permet de laisser un support de communication clair et spécifique aux clients et prospects.

2. Le choix de papier :

Le choix de papier est fondamental pour la réussite des supports imprimés de toutes sortes dont les brochures.

Le papier choisi mettra en valeur les arguments, produits et services aux yeux et aux mains de clients et prospects avec un rendu de qualité.

- Papier couché : Ce papier lisse possède une plus grande imprimabilité grâce à la couche de réception appliquée à sa surface. : Il reste le papier le plus utilisé puisqu'il peut-être brillant.
- Le grammage est de 120g.

3. Le choix d'une bonne tenue des pages

Pour que les pages tiennent bien entre elles et ne se déchirent pas facilement, la reliure est très recommandée. La reliure est une technique qui permet de lier la ou les feuilles pour éviter toute dégradation, pour permettre au support un usage plus à long terme et éventuellement embellir son esthétique. En fonction des imprimeurs, des différentes options de reliures sont proposés. Parmi les choix possibles on a préféré la reliure avec 2 agrafes métalliques très discrètes, le système classique pour la reliure de la brochure.

4. Le choix de couleurs

Le but de tout à chacun est de renvoyer une image sérieuse, estimable et professionnelle pour afficher son gout. Dans notre brochure on a évité de prendre de nombreuses couleurs qui risquent d'afficher une image bordélique et immature. On a opté pour la sobriété et le minimalisme car ils ne pourront jamais être vus comme un choix de mauvais gout. Voici les trois couleurs qu'on a choisies :

Le **brun – marron** sera associé à la terre.

- On lui attribue la solidité, la stabilité, la chaleur, le confort, la douceur, l'assurance, le calme, la philosophie, le terroir, la nature, la douceur et neutralité.
- On le retrouve souvent utilisé dans un contexte culturel ou luxueux

L'**orange** est un mélange de jaune et de rouge, de soleil et de passion.

- On lui attribue la créativité, la communication, l'optimisme, l'audace, l'intelligence, la loyauté, la confiance, la joie et la sécurité.
- On le retrouve souvent utilisé dans un contexte de divertissement, sport, les technologies de la communication.

Le **blanc** est la lumière pure et forme un contraste frappant avec le noir.

- On lui attribue la pureté, l'innocence, la liberté, le mystère divin, la propreté et la fraîcheur.
- On le retrouve souvent utilisé dans un contexte religieux, lié à l'hiver et la neige, le mariage, la mode et l'actualité.

5. Le choix de la police d'écriture et la taille

Le choix de la police d'écriture peut paraître un détail. Mais à bien y réfléchir, il ne l'est pas du tout, car une mauvaise police peut nuire à la qualité du texte et rebuter les lecteurs...

-Pour la couverture, on a utilisé des polices sans empattements, plus lisibles et plus accrocheuses pour l'œil.

-Dans le cas d'un titre intermédiaire, nous avons utilisé la même police que celle du titre, mais en taille plus petite.

- le format de notre brochure est petite c'est pour cela la taille des caractères de texte est petite « le texte est affiché en 15 et les titres en 17 ».

-l'écriture était avec Myriad pro.

6. Le choix d'image

Lors de la réalisation de la brochure, l'insertion d'une belle image est une solution incontournable, Etant donné que ce type de support est attrayant afin de mieux séduire les gens.

Dans notre brochure on a insérer des images qui correspondant le texte et d'autre images qui présentent les produits.

7. Logo Legrand

Il existe deux couleurs différentes de logo « noir et rouge » « noir et gris ». Pour notre brochure on a choisi celui du noir et gris sur le côté droit de chaque page pour crée une sensation d'équilibre pour l'œil.



Une brochure apporte la première impression de l'entreprise à des clients. Habituellement, une brochure visuelle, informative et attrayante peut accroître la notoriété aux yeux du public. Illustrator peut être utilisé comme un excellent logiciel de brochure consacré à produire de bonnes prospectives brochures dans une méthode facile.

8. La création de notre brochure avec Illustrator

Par définition Adobe **Illustrator** est l'éditeur graphique vectoriel de norme industrielle par excellence. Il est utilisé par les illustrateurs, les graphistes et artistes pour créer des dessins, des illustrations, des logos, des publicités, des graphismes web, des mises en page et plus encore.

Etape 1 : la définition du format

Etape 2 : préparation du document

Etape 3 : définition du fond

-Importer une image

-Couleur uni

Etape 4 : ajout de zone

-créer une forme

-créer une zone de texte

-les filtres

-les effets

9. Les imprimeries utilisées pour la réalisation de notre brochure

✓ **Presse numérique Xerox** : c'est la solution idéale pour commencer dans le domaine de l'impression de production numérique avec des applications rentables telles que les brochures. elle produit des graphiques couleurs et du texte d'une netteté incroyable.

- Impression recto verso automatique sur papier couché jusqu'aux couvertures.
- Impression et copie.
- Une qualité d'image exceptionnelle.
- Finition en ligne du papier couché.

✓ **MassicotClevercut** : c'est un outil de découpe multifonction, il sert à :

- réaliser des coupes droites.
- rainurer le papier pour un pliage parfait

10. Le contenu de notre brochure

Notre Brochure est intitulée « des solutions intégrées » Sur la marque Legrand ; elle contient quelques matériaux électrique ; produits et solution pour un usage quotidien. En premier lieu ; on à présenter Legrand brièvement. En second lieu ; on à proposer quelques matériaux obligatoire chez soi et on à illustrer nos textes avec des images qui les convient ainsi des courtes explication sur le produit et même quelques designs pour rendre notre brochure attirante. En dernier lieu, on à donner des conseils importants pour se méfier des électrocutions ainsi que quelques informations concernant le siège Legrand Alger pour répondre à l'interrogation du prospect ou client.

11. Les titres de notre brochure

-La couverture : des solutions intégrées

-Des solutions adaptées pour un usage quotidien

-L'installation électrique

-La norme NFC 15-100

-La prise de terre

-Protection et sécurité

*le tableau électrique

*le compteur électrique

* le disjoncteur électrique

-Eclairage dans l'habitat

-Faite entrer la lumière

-Illuminez l'intérieur : confort / loisir

*l'éclairage de salon

*l'éclairage de chambre

*l'éclairage de cuisine

*l'éclairage de salle de bain

-Le réseau multimédia

-Les prises multimédias / les prises télévision

-Bien choisir son interrupteur ou ses prises apparentes

-Interrupteurs d'éclairage /Prise multimédia

-Confort et communication avec L'interphone - Voir/entendre/se déplacer...

-Voyez, parlez et répondez aux visiteurs

-De la lumière sans gaspillage

-Facilitez-vous le quotidien

-Choisissez l'original

-Rallonge électrique

-Rallonge multiprise pour tous les usages

-Méfiez-vous des électrocutions

-Dernière page : des informations concernant le siège Legrand Alger

Legrand électrique Algérie ; est un siège qui nous a ouvert ses portes afin de réaliser ce modeste travail. Ce dernier consiste à répondre aux questions posées lors de la problématique. Nous avons enfin réalisé la brochure publicitaire.

Pour arriver au stade final nous nous sommes passées par consulter le siège Legrand électrique ; cette étape nous a demandé de se déplacer vers Alger pour avoir une idée générale sur ce dernier et son langage de communication au sein de cet établissement.

Dans un contexte comme aujourd'hui où la communication et l'information sont au cœur des logiques entrepreneuriales, une bonne communication est un rouage essentiel pour la réussite d'une entreprise. C'est pourquoi la réalisation d'une brochure est un prérequis indispensable pour bien cibler les objectifs de l'entreprise auprès de ses futurs clients mais aussi pour faire connaître la structure et la pérennités par la suite.

Ce qui est à remarquer dans la publicité, la brochure est un excellent moyen de communication pour attirer de nouveaux clients et de faire connaître les activités par le plus grand nombre. Les brochures donneront un aperçu d'activité et elle séduit d'éventuels clients ou des gens de passage.

Notre brochure est un petit catalogue dans lequel on a présenté Legrand, ces produits et son service aux prospects et clients. Elle est faite pour inciter à la cible d'acheter et à nous contacter.

La brochure nous a pris plusieurs jours et nuits de travail détaillé pour enfin réaliser ce qui est entre nos mains aujourd'hui. Les petites détails sont présentes pour que cette brochure sera un article de communication digne de son nom. Elle s'intitule « des solutions intégrées ». Elle comporte des explications sur l'utilisation de l'électricité dans la vie quotidienne comme l'éclairage, les prises de communications, le compteur, le disjoncteur, ainsi que quelques conseils à la fin de la brochure pour qu'elle soit plus sympathique.

Pour l'impression de la brochure nous avons fait appel à des spécialistes de la mise en forme parce que c'est impossible d'imprimer la brochure à la maison sans la présence d'un professionnel du domaine, elle était prête à l'impression nous l'avons remis à l'imprimeur qui nous a fait un prix un petit peu cher ce qui sort d'un budget d'un simple étudiant.

- ✓ www.larousse.fr
 - ✓ www.sladeshare.net
 - ✓ <https://www.anthedesign.fr/print-2/brochure/>
 - ✓ <http://micro-lynx.fr/p/impression-brochure>
 - ✓ <http://www.imprimerie.services/imprimeur-brochure/>
 - ✓ <http://www.blog-insideout.com/creer-brochure-catalogue-publicitaire/>
 - ✓ http://www.toutlocal.fr/Concept_de_brochure-a945904.html
 - ✓ http://www.legrand.com/FR/historique_2508.html
 - ✓ <http://www.legrandelectric.dz/qui-somme-nous/la-filiale-algerie>
- http://www.legrand.fr/presse/legrand-s-engage-dans-le-developpement-durable_2125.html

