



Le plan directeur RFQ pour flyers personnalisés

**Traduire la stratégie de campagne
en réalité d'impression**

Concevoir un outil de campagne, pas seulement un dépliant

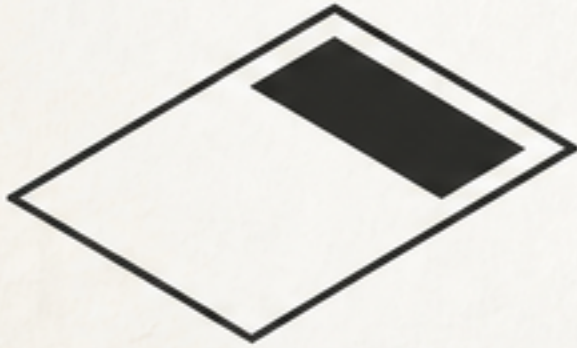
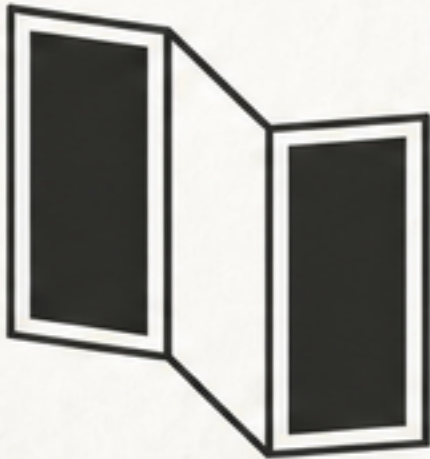
Une demande de devis (RFQ) utile ne suppose un processus fournisseur ou une option de stock particuliers.

La réussite exige de définir l'audience, la hiérarchie des messages, le format physique, les visuels et le mode de distribution

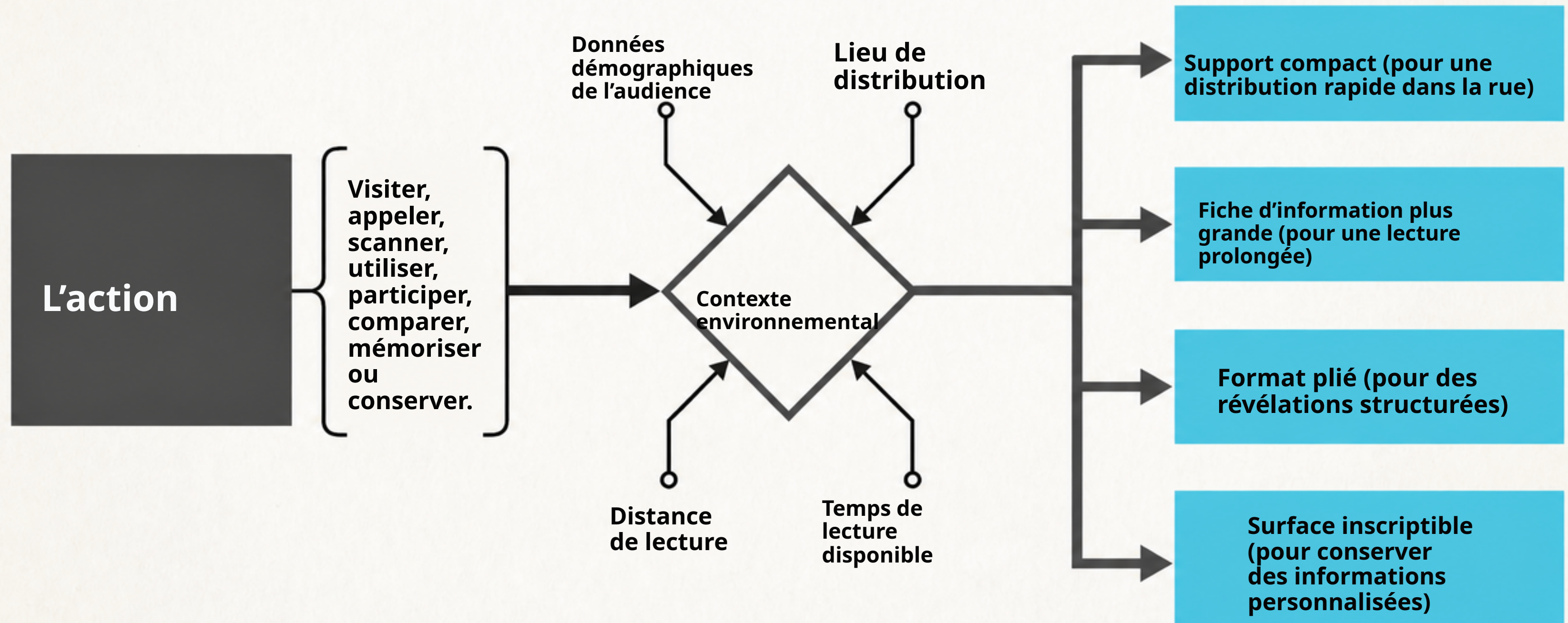
avant de spécifier le papier.



La matrice de taxonomie des formats

Le flyer	La brochure	L'affiche	La carte de visite
Conçu pour une lecture rapide, une distribution manuelle, des encarts ou des documents à emporter. La réussite dépend de la clarté et de la lisibilité du message. Contient des informations spécifiques à la campagne.	Présente une structure pliée plus longue et plus complexe qu'un flyer. Destinée à une lecture approfondie.	Privilégie la visibilité à distance plutôt que la distribution manuelle à courte portée. Faible densité de texte.	Sert principalement de support de contact personnel, contrairement à un flyer qui contient des données détaillées sur la campagne.
			

Concevoir à rebours l'action souhaitée



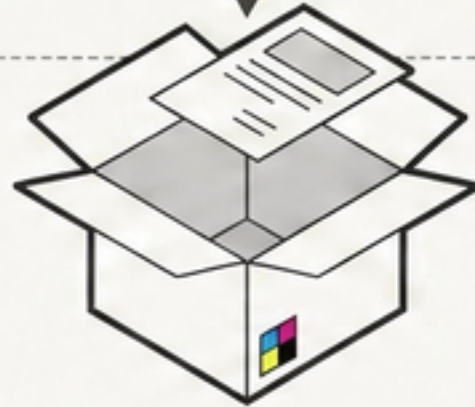
Le circuit dicte les contraintes de format



Support distribué



Nécessite une lisibilité immédiate. Un design visuellement dense échouera.



Encart



Doit s'insérer précisément dans un autre emballage ou sac. Les designs minimalistes peuvent manquer du contexte nécessaire.



Présentoir



Doit s'adapter physiquement aux présentoirs de comptoir standard sans s'affaisser.



Envoi postal

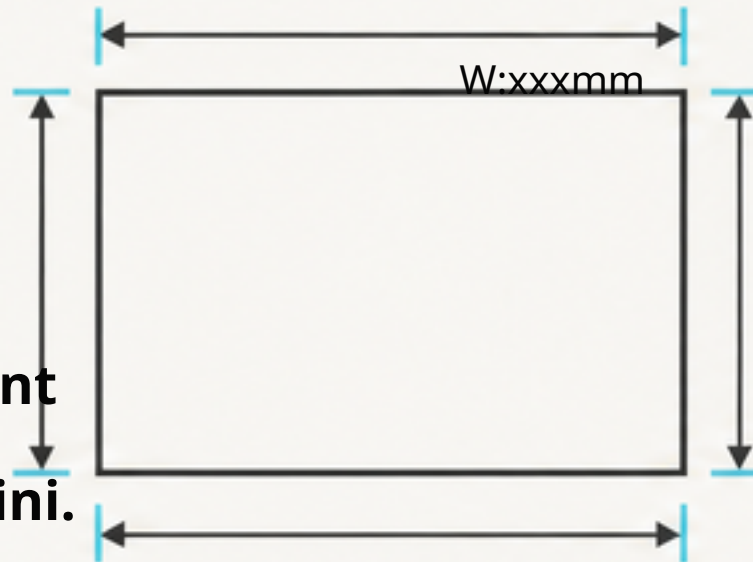


Exige le strict respect des réglementations postales, des dimensions et des zones vierges.

Définir le format physique

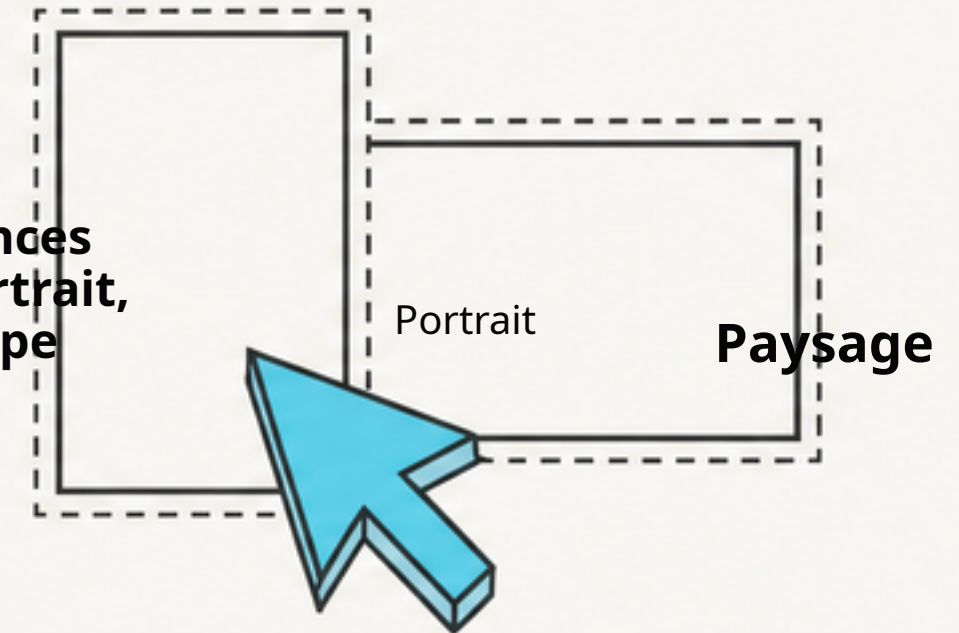
1. Format fini

Les dimensions fournies doivent indiquer explicitement si elles représentent l'état à plat, plié ou fini.



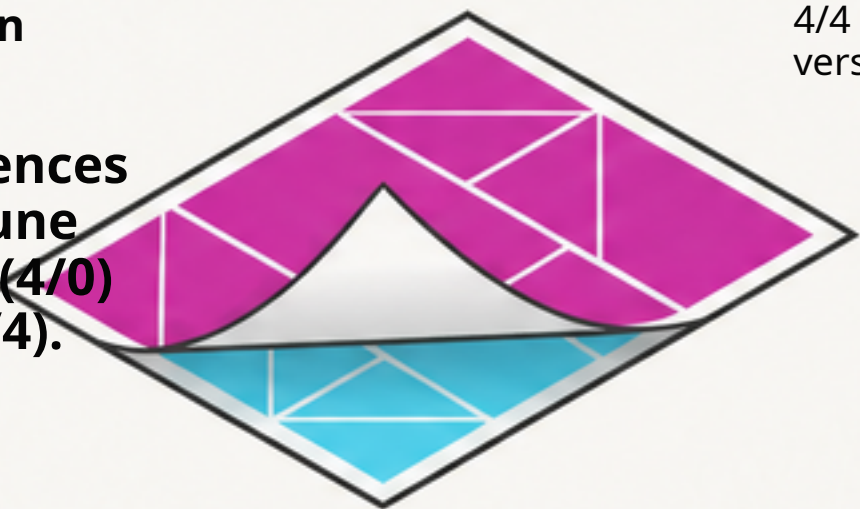
2. Orientation

Préciser les exigences en orientation portrait, paysage ou découpe personnalisée.



3. Faces d'impression

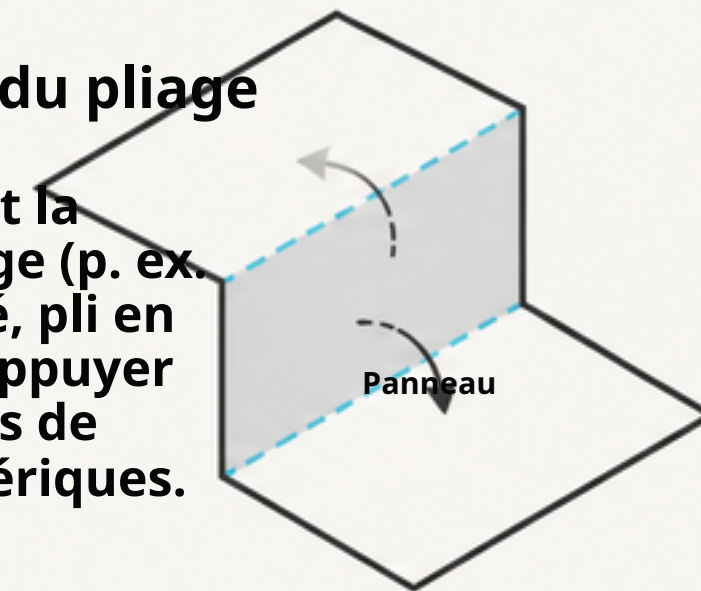
Indiquer les exigences des visuels pour une impression recto (4/0) ou recto verso (4/4).



4/4 (Recto verso)

4. Configuration du pliage

Définir précisément la mécanique du pliage (p. ex. pli central, pli roulé, pli en Z) plutôt que de s'appuyer sur des conventions de dénomination génériques.



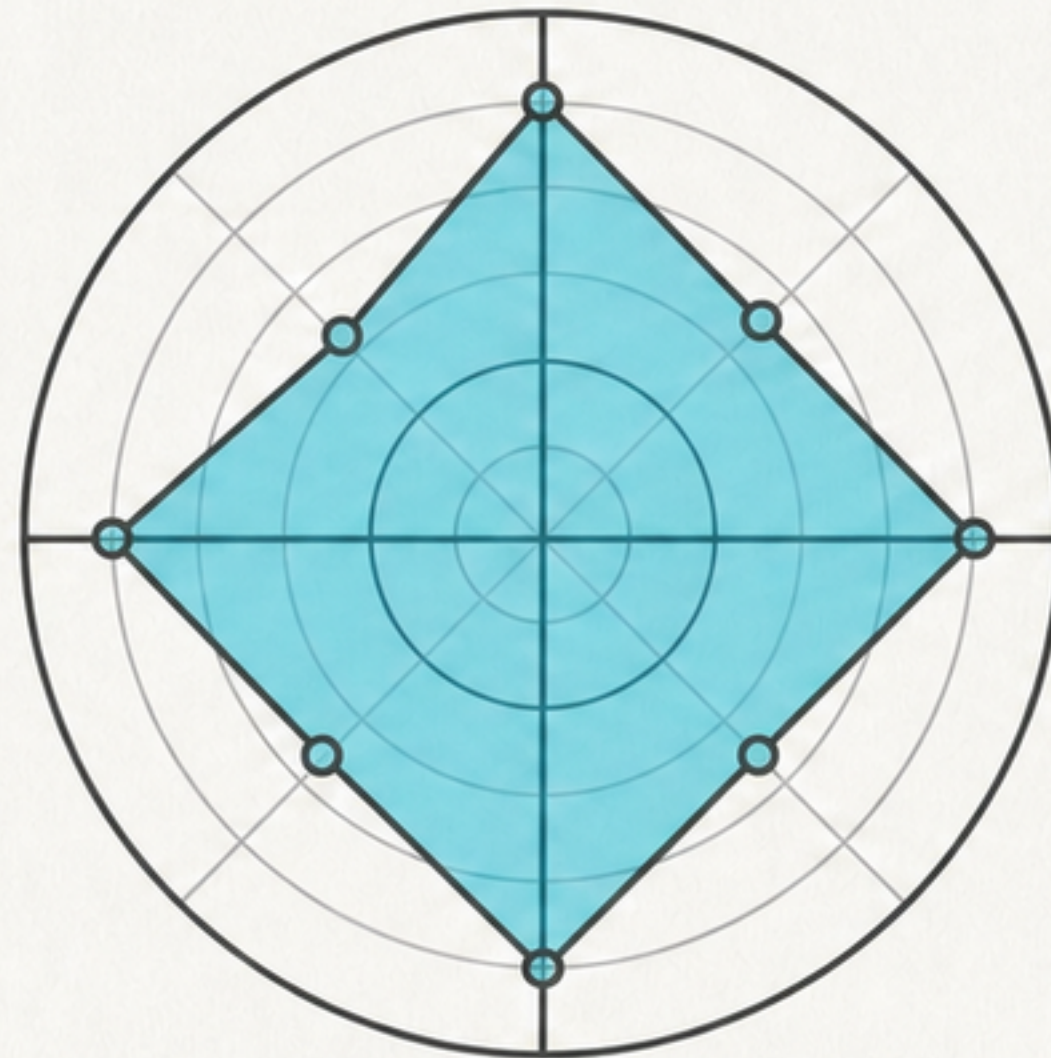
Panneau

Pli en Z

Évaluer la matérialité et la performance

Toucher du papier (Réponse tactile pour l'interaction avec la marque)

Durabilité
(Résistance à la manipulation et à l'usure environnementale)



Opacité

(Empêche la transparence au travers des impressions recto verso)

LA RÈGLE DE TEST

Les exigences critiques en matière de surface, de matériau, de performance ou de conformité imposent un échantillonnage physique obligatoire et un examen avant l'approbation de la production.

Surface visuelle (Finitions brillantes, mates ou inscriptibles)

L'architecture d'un fichier prêt à imprimer

Fond perdu et coupe :

**Limites extérieures
garantissant une couleur
bord à bord sans bordures
blanches.**

• Zones de sécurité et

Zones sans impression

:

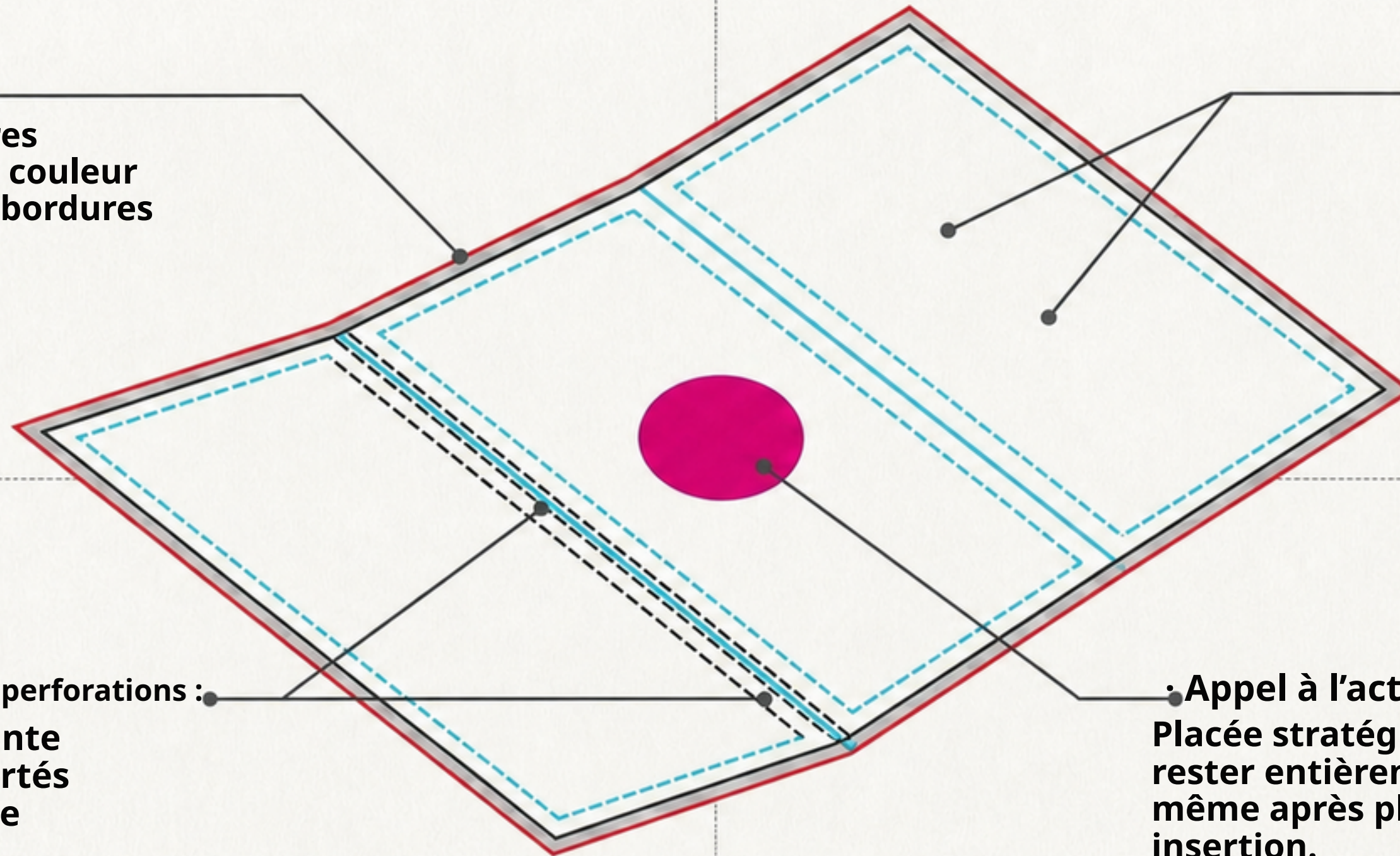
**Limites internes
protégées.**

Lignes de pliage et perforations :

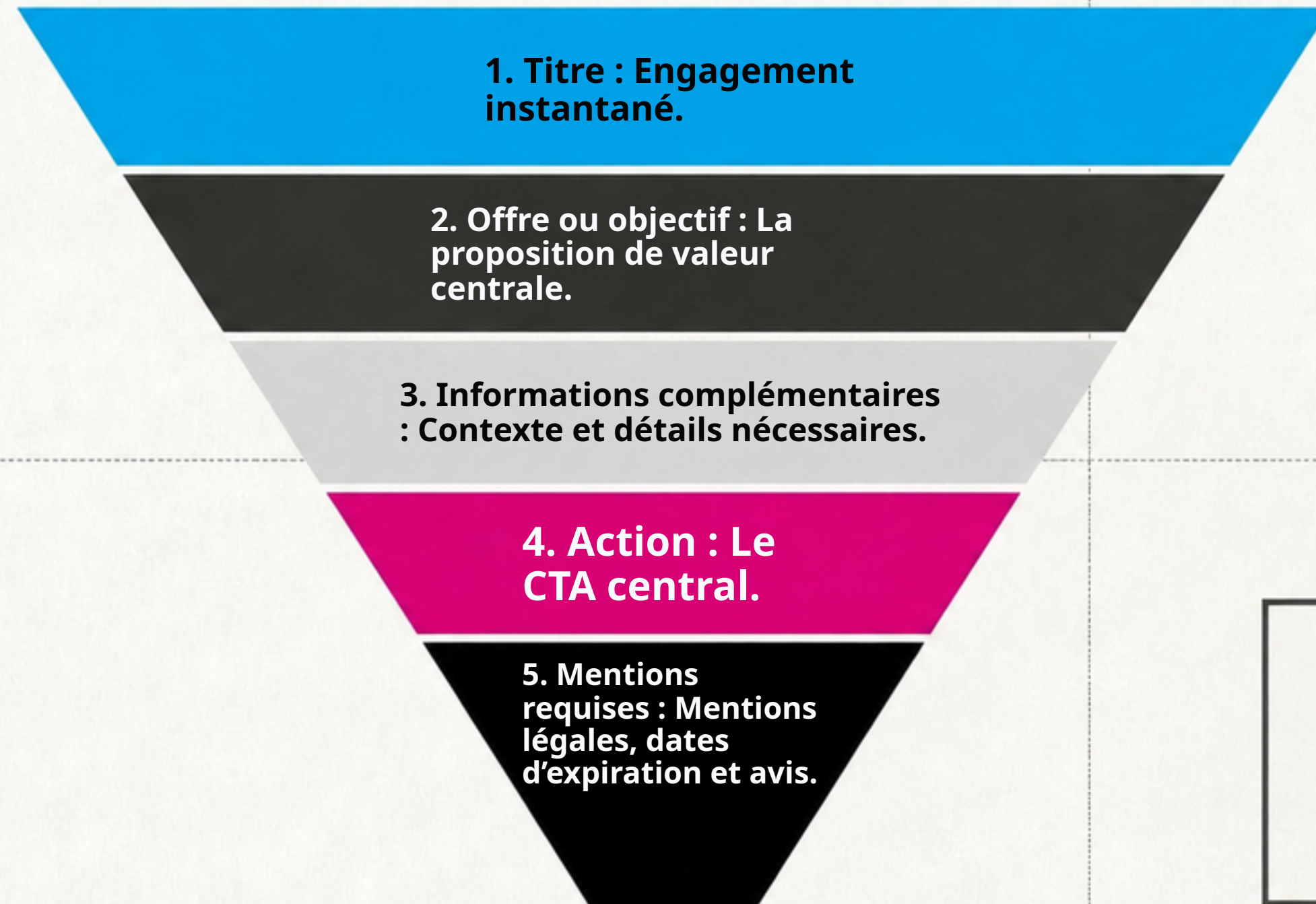
**Points de contrainte
structurale reportés
exactement sur le
design.**

• Appel à l'action (CTA) central :

**Placée stratégiquement afin de
rester entièrement visible,
même après pliage, empilage ou
insertion.**



Concevoir la hiérarchie de l'ordre de lecture



ENCADRÉ TECHNIQUE : CODES QR,
Les codes-barres, numéros de téléphone, URL, coupons et prix doivent être testés pour garantir une lisibilité absolue au format fini prévu.

Gérer le versionnage et la localisation

Emplacement	Langue	Fichier graphique	Quantité exacte
Chicago	EN	file_A_final.pdf	
Berlin	DE	file_B_v3.pdf	
Tokyo	JP	file_C_print.pdf	

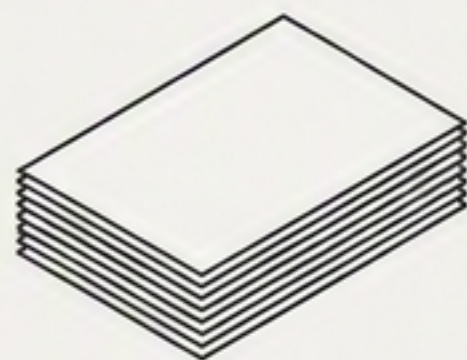
La matrice des fichiers et des quantités est essentielle pour les campagnes comportant plusieurs versions régionales ou linguistiques.

Répartition précise Indiquer la quantité exacte par design, langue, format et configuration de pliage.

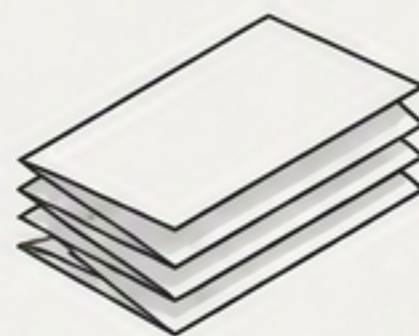
Le piège

Ne combinez jamais les quantités de fichiers graphiques différents en une seule somme sans fournir une ventilation stricte par version. Vérifiez chaque variante avant la revue de production.

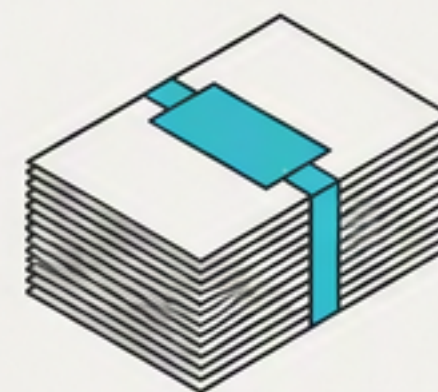
Spécifier la logistique et l'état final de livraison



Livré à plat



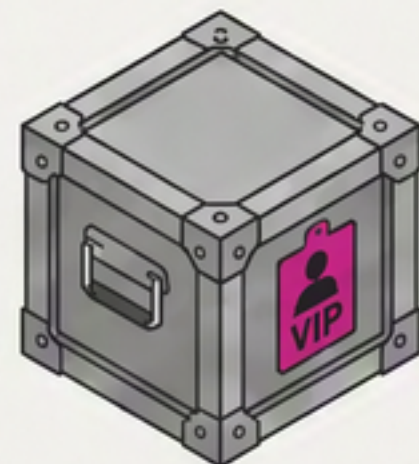
Livré plié



Compté en lots



Assemblé avec des encarts



Manipulation par l'équipe événementielle



Distinguer les versions par des étiquettes

La liste de contrôle RFQ en 8 points

☐	Indiquer l'objectif de la campagne, l'audience et l'action souhaitée du destinataire.
☐	Définir le format fini, l'orientation, les faces et le type de pliage.
☐	Expliquer la distribution : support distribué, encart, présentoir, envoi postal ou usage événementiel.
☐	Fournir les fichiers graphiques, le texte final et une matrice version/quantité.
☐	Préciser l'aspect du papier, les besoins d'écriture et les préférences de finition.
☐	Signaler les exigences relatives aux codes QR, codes-barres, coupons, mentions légales, normes postales ou contenus réglementés.
☐	Indiquer l'emballage, la mise en lots, l'assemblage, les étiquettes et la destination de livraison.
☐	Demander un BAT, un échantillon ou une revue de test pour les besoins critiques d'apparence ou d'utilisation.



Engagements techniques et garde-fous

**Les engagements techniques et commerciaux finaux
nécessitent un devis,
une revue des fichiers graphiques et des matériaux
avant l'approbation de la production.**