

CHECK-LIST RELATIVE à la distribution de brochures

www.migesplus.ch destinées aux migrants

Comment faire parvenir la brochure au public cible?

Il faudrait d'abord concevoir un **plan de distribution** afin que les brochures rédigées dans différentes langues atteignent leur cible. La première étape consiste à identifier les canaux et les cadres de diffusion les plus importants ainsi que les destinataires, et à établir une **liste d'adresses**. **Pour chaque canal de distribution**, il faut **décider** sous quelle **forme** la brochure sera diffusée: publication imprimée, version électronique ou les deux. Il faut aussi déterminer si l'on envoie un dépliant/**formulaire de commande** ou des **exemplaires de consultation** (cf. point 2). En outre, il est recommandé de combiner l'envoi et la publicité avec d'autres initiatives (p. ex. des séances d'information) (cf. point 4).

1 CANAUX DE DISTRIBUTION/ADRESSES

- Les *institutions principales/destinataires principaux* de la brochure sont identifiés selon le thème traité et les listes des contacts/adresses établies:

1.1 SERVICES SPECIALISES/INSTITUTIONS/SPECIALISTES

- Institutions nationales, cantonales et communales (hôpitaux, services sociaux, etc.), services spécialisés/centres de consultation*
- ★ **Conseil:** demander les adresses et s'informer sur les possibilités de distribution et de publicité (bulletin d'information, site Internet, journal interne).
- Délégués à l'intégration/services cantonaux et municipaux de l'intégration
- ★ **Voir conseil précédent.**
- Médecins établis et pharmacies
- Services spécialisés privés/centres de consultation/associations faïtières/organisations professionnelles*
- ★ **Conseil:** consulter les pages Internet spécifiques au domaine.

1.2 ORGANISATIONS/ASSOCIATIONS DE MIGRANTS

- Institutions/établissements/lieux les plus fréquentés par les migrants*
- ★ **Conseil:** consulter les pages Internet spécifiques au domaine.
- Associations/organisations de migrants* (organisation faïtière FIMM) des différents groupes linguistiques/communautés
- ★ **Conseil:** demander les adresses des associations les plus importantes (des diverses communautés) et s'informer sur les différentes possibilités de distribution et de publicité (bulletin d'information, site Internet, etc.).
 - ★ **Conseil:** rédiger une lettre d'accompagnement dans la langue de la communauté migrante concernée.
- Particuliers* (personnes influentes, interprètes, médiateurs)/*experts*
- ★ **Conseil:** demander à chaque personne associée au projet de donner le nom d'autres experts → effet boule de neige.
- Médias spécifiques aux populations migrantes: radio, journaux, etc.*

★ Voir conseil précédent.

- Très important: mentionner le prix du produit et/ou les *frais d'expédition* (y compris les modalités de paiement)

2 DOCUMENTATION

- La documentation est disponible en version *imprimée* ou électronique (format PDF).
- La documentation est *traduite* en plusieurs langues et est disponible en quantité variable selon la langue:
 - ☛ langue x: _____ Ex.
 - ☛ langue y: _____ Ex.
 - ☛ langue z: _____ Ex.
 - ☛ etc.
- Il existe un *dépliant/formulaire de commande* pour la brochure en version imprimée et/ou électronique:
 - ★ **Conseil:** le dépliant contient les indications formelles importantes concernant la brochure, les langues disponibles, le prix et le mode de commande (e-mail et numéro de téléphone).
- Rédiger une *lettre d'accompagnement* (fr./all./it.) comportant des informations sur le contenu de la brochure.

3 EXPEDITION

- Planifier l'expédition:
 - ★ **Conseil:** nommer une personne responsable.
- Premier envoi* (avec lettre d'accompagnement, exemplaire de consultation et/ou dépliant/formulaire de commande).
- Déterminer s'il est possible d'effectuer le premier envoi *sous forme électronique* (p. ex. en format PDF, aux spécialistes ou aux services spécialisés).
- Traiter les *commandes* entrantes.
- Emettre les *factures* éventuelles.
- Procéder à une évaluation (p. ex. au moyen d'un questionnaire joint).

4 PUBLICITE

- Vérifier l'efficacité de la *stratégie publicitaire pour la brochure* et la mettre en pratique:
 - Organiser des manifestations (pour la présentation du produit) destinées à des groupes linguistiques déterminés dans différentes villes/régions.
 - Organiser des *conférences de presse*, inviter les *médias* et leur fournir de la documentation.
 - Inviter les *médias* des communautés/groupes linguistiques, leur fournir de la documentation, rendre attentif aux mentions dans les journaux, les radios, les bulletins d'information, les sites Internet, etc.
 - Joindre le dépliant/formulaire de commande aux *revues spécialisées*.
 - ★ **Conseil:** utiliser les possibilités de publication évoquées au point 1.
- Déposer des brochures sur les *présentoirs des services spécialisés*.