

CREER SES OUTILS DE CAMPAGNE

Outils «Print» - Le tract

Le tract est un document de propagande écrite. C'est un moyen rapide de réplique, de réaction qui appelle à dénoncer, à agir, à adhérer. Il traite de ce que vivent les salariés. Il peut alerter, interroger, proposer, etc.

Pour mettre au point un bon tract, il faut se poser certaines questions.

La méthode du **QQCP (qui, quoi, comment ?)** vous aidera à comprendre comment faire.

1- **QUI** = la cible, à qui est destiné le tract ?

2- **QUOI** = le message à faire passer

3- **COMMENT** =

- Comment va t-on le rédiger ?
- Comment va t-on le présenter ?
- Comment va t-on le diffuser ? Par quel biais ?

1- A QUI EST DESTINÉ LE TRACT ?

C'est la 1ère question que l'on doit se poser. Il faut penser aux personnes (**destinataires**) à qui l'on adresse ce tract : les cadres, les jeunes, etc.

2- QUEL MESSAGE VEUT-ON TRANSMETTRE ?

Il s'agit de savoir de façon claire ce que vous voulez dire. N'essayez pas de développer plusieurs idées, cela risque d'embrouiller le lecteur plutôt que de le convaincre.

Exemple de thème pour un tract : les conditions de travail (penibilité)

3- COMMENT :

- **COMMENT RÉDIGER UN TRACT ?**

Important : 80 % de l'information doit se trouver entre le titre, le sous-titre et la première phrase.

On doit impérativement y trouver le contexte, un titre, une accroche (ou un enjeu), un constat, des propositions, et un slogan (ou conclusion).

Conseils : Pensez aux réactions du lecteur, soyez positif (Attention à la diffamation !), soyez bref, allez à l'essentiel.

Le titre et le slogan

Tout d'abord, le titre doit attiser la curiosité, capter l'attention. Mais les 2 fonctionnent ensemble, l'un répond à l'autre. Le titre annonce, le slogan conclut.

Un bon titre ne doit servir qu'une fois.

Attention : le choix des mots est important, ils doivent être positifs ! C'est l'endroit où l'on peut insister notamment sur les aspects utiles, efficaces, indispensables du vote.

Exemples :

Titre = Une autre vision du syndicalisme... ⇨ *Slogan* = Savoir s'opposer, toujours proposer

Titre = Un syndicat à vos côtés ⇨ *Slogan* = L'assurance d'être bien accompagné

L'accroche (ou enjeu)

Elle précise pourquoi vous souhaitez parler de ce thème précis. Cela se résume en une ou deux phrases.

Le constat

Il découle de l'accroche. C'est le moment d'expliquer ce qui ne va pas, ce qui est négatif, ce qui risque de mal se passer.

Les propositions

Elles sont cohérentes avec l'accroche et le constat. On arrive ici à ce que la CFTC propose en particulier. Il faut mettre en avant 2 ou 3 propositions fortes et claires.

Attention : Evitez à tout prix le jargon et les longueurs. Soyez au contraire percutant et incisif.

Les intertitres

Ils permettent d'aérer le texte en faisant ressortir quelques mots chocs. Cela apporte un aspect dynamique au document. Une sorte de nouvelle entrée pour le lecteur pressé, qui parfois ne lira que cela.

Idéalement, les intertitres figureront entre l'accroche et le constat et entre le constat et les propositions.

● COMMENT PRÉSENTER UN TRACT ?

La forme des supports de communication est un accompagnement et une valorisation du fond.

En règle générale, un tract se regarde en quelques secondes et doit de ce fait convaincre dans ce petit laps de temps.

Plusieurs éléments sont indispensables à l'élaboration de la forme du document.

Charte graphique

La charte graphique est ce qui constitue l'identité graphique du syndicat. Elle regroupe des éléments visuels tels que le logo, les couleurs, les polices de caractère, les images, etc.

Son but est de conserver une cohérence graphique dans les supports de communication tels que les tracts, affiches, etc.

Réalisation de la forme

La présentation doit être soignée, aérée, avant tout attrayante. Il est conseillé de mettre des illustrations (par exemple les photos des candidats sur un appel à candidats).

1- Choisir le **format** du tract (A4/A5, etc. ; Recto/verso, etc.)

2- Apposer le logo

⇒ Ici c'est la colombe CFTC et le logo des élections «**je vote CFTC**». Il est important qu'ils figurent tous deux sur tous vos documents, pour d'évidentes raisons d'identification du mouvement. Pour un tract, il n'y a pas de règle absolue. Le sigle peut aussi bien figurer en haut à gauche qu'à droite ou même en bas. Un coup de fil à la PEP's (01 44 52 43 20) et vous l'obtiendrez par mail.



3- Limitez vous à **1 ou 2** polices de caractère simples. (Ex : Arial, Trebuchet)

4- Utiliser les **couleurs de la CFTC** (Vert et Bleu) et les **tailles** de caractère (Ex : 14) pour mettre en avant le **titre** (Ex : Elections DP/CE, dates) et **les idées en taille 11**.

RVB :

	R	V	B
Bleu	23	100	180
Vert	129	189	29

5- N'oubliez pas **la signature**

⇒ C'est la phrase qui figure en dessous du sigle. La signature officielle de la CFTC est «*La vie à défendre*».

Vous pouvez décider, **le temps d'une élection**, de la remplacer par quelque chose de plus adapté à votre domaine d'activité.

Conseils : Ne chargez pas trop votre tract par diverses illustrations telles que les dessins humoristiques ou autres, restez simple. Eviter également de multiplier les polices de caractère différentes.

RAPPEL ! Le document doit être précis, concis, simple, bref, réaliste.

- **COMMENT DIFFUSER LE TRACT ?**

Reportez-vous à la section DROIT de cette étape qui vous indiquera la procédure dans ce cas.