

# LE PLAN TYPE D'UN BILAN ANNUEL

(clair, structurant, humain, intelligent)



## AVANT-PROPOS

---

### 1. OUVERTURE

---

### 2. QUI NOUS SOMMES (ET POURQUOI ON EXISTE)

---

### 3. LE CONTEXTE

---

### 4. NOS CHIFFRES CLÉS

---

### 5. NOS ACTIONS & RÉALISATIONS

---

### 6. IMPACT HUMAIN / SOCIAL / ENVIRONNEMENTAL

---

### 7. LES GENS DERRIÈRE L'ORGANISATION

---

### 8. COLLABORATIONS & RAYONNEMENT

---

### 9. SE PROJETER

---

### 10. REMERCIEMENTS & CLÔTURE

# AVANT-PROPOS

« Titre général qui donne une intention au rapport »

**À collecter :**

- Une phrase forte
  - Un thème (impact, transformation, collaboration, avenir...)
- 

## 1. OUVERTURE

**Mot de la direction**

**À collecter :**

- Défis de l'année
- Grandes fiertés
- Vision pour la suite
- Ton humain, pas trop institutionnel

**+ Recommandations graphiques :**

photo, hiérarchie visuelle, construction graphique claire et aérée.

---

## 2. QUI NOUS SOMMES (ET POURQUOI ON EXISTE)

**Notre ADN**

**À collecter :**

- Mission
  - Vision
  - Valeurs
  - Positionnement
- 

## 3. LE CONTEXTE

**Comprendre l'environnement dans lequel on agit**

**Portrait de notre secteur**

**À collecter :**

- Données sectorielles
- Tendances
- Enjeux sociaux, économiques ou industriels
- Sources crédibles

**+ Recommandations graphiques :**

Infographies, chiffres importants, cartes géographiques. La valeur perçue doit être immédiate.

## 4. NOS CHIFFRES CLÉS

### Une année en chiffres

#### À collecter :

- Indicateurs d'impact
- Données opérationnelles
- Données financières simplifiées

#### + Recommandations graphiques :

quels chiffres sont utiles, lesquels ne le sont pas? À qui on s'adresse principalement? Quelles données veulent-ils lire?

---

## 5. NOS ACTIONS & RÉALISATIONS

### Ce que nous avons concrètement fait

#### Nos actions phares

#### À collecter :

- Projets clés
- Programmes
- Initiatives
- Résultats mesurables

#### + Recommandations graphiques :

C'est le cœur du bilan. Ici, le design transforme des blocs / informations complexes en lecture fluide. Bien hiérarchiser.

---

## 6. IMPACT HUMAIN / SOCIAL / ENVIRONNEMENTAL

### L'impact réel

#### Des résultats qui comptent

#### À collecter :

- Bénéficiaires
- Témoignages
- Indicateurs d'impact
- Comparatifs (avant/après)

#### + Recommandations graphiques :

Le contenu est émotionnel et inspirant, le design soutien sa crédibilité.

## 7. LES GENS DERRIÈRE L'ORGANISATION

### L'équipe, les partenaires, la communauté

#### À collecter :

- Équipe
- Gouvernance
- Partenaires
- Bénévoles / alliés

#### + Recommandations graphiques :

Portraits + citations. On veut humaniser.

---

## 8. COLLABORATIONS & RAYONNEMENT

### Travailler ensemble

### Notre rayonnement

#### À collecter :

- Partenariats
  - Réseaux (présence en ligne)
  - Territoires couverts
  - Évènements
  - Médias
- 

## 9. SE PROJETER

### Et maintenant ?

#### À collecter :

- Orientations futures
  - Projets à venir
  - Enjeux à anticiper
- 

## 10. REMERCIEMENTS & CLÔTURE

### Dire merci

« Merci à ceux qui rendent tout ça possible »

*Gagnez du temps et de l'impact en nous confiant le design de votre bilan annuel.  
On transforme vos contenus en un outil clair, lisible et mémorable.*  
Par courriel : [info@laslide.com](mailto:info@laslide.com) ; Sur notre formulaire de [contact](#).