



Qu'est-ce qu'un communiqué de presse ?

Le communiqué de presse est un document qui a pour objectif de diffuser une information et de susciter l'intérêt des journalistes. Si celle-ci mérite un développement, un dossier de presse pourra être constitué.

Les journalistes recevant plusieurs dizaines de communiqués de presse par jour, il est nécessaire de présenter l'information de la manière la plus claire possible.

Comment écrire, diffuser un communiqué de presse ?

La forme du communiqué de presse

Il doit contenir certaines informations indispensables :

- L'intitulé « Communiqué de presse »,
- Le logo de l'entreprise ou de l'organisme (en haut à gauche),
- La date de l'envoi,
- Le nom et les coordonnées complètes de la personne qui assurera le contact avec la presse (en bas) et éventuellement (pour une animation) le nom et les coordonnées de la personne qui informera le grand public.

Le communiqué de presse doit être présenté sur une feuille de format A4. Il est important de ne jamais écrire recto-verso. Le communiqué doit être agréable à regarder, et donc pas trop long (25 lignes environ). Vous pouvez préciser en une phrase si vous tenez des photos à disposition de la presse.

Le contenu du communiqué de presse

Avant de rédiger un communiqué de presse, il est nécessaire de se poser plusieurs questions :

Pour qui j'écris ? Placez-vous du côté du lecteur, vous pourrez mieux hiérarchiser votre information.

Pour dire quoi ? Vous devez définir votre message essentiel.

Celui-ci doit répondre aux questions : *Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?* Sous le titre (informatif ou incitatif), le message essentiel ne dépasse pas 5 lignes et figure en premier paragraphe. Ensuite deux ou trois paragraphes maximum développent l'information et comportent une chute qui reprend le message essentiel.

Comment l'écrire, comment le dire ? Le vocabulaire doit être précis et clair, sans être trop technique et bien entendu positif.

Conseils +

- Ne jamais joindre une lettre d'accompagnement à un communiqué.
- Ne jamais joindre de coupures de presse.
- Ne pas demander dans le communiqué de justificatif de parution.

Ayez à l'esprit que le lecteur est paresseux, les phrases de plus de 20 mots sont trop longues...

Une fois le communiqué rédigé, faites-le relire à l'un de vos proches qui ne connaît pas le sujet. S'il ne comprend pas, il y a un grand risque pour que le journaliste ait la même réaction.

La diffusion du communiqué de presse

• Cette diffusion doit prendre en compte la nature du média auquel on s'adresse. L'envoi doit s'effectuer une semaine à 10 jours avant la date de parution souhaitée pour les quotidiens nationaux, la radio et la télévision. Pour les hebdomadaires, mensuels, trimestriels, il est nécessaire de prévoir l'envoi du communiqué deux à quatre mois à l'avance.

• Le communiqué doit être adressé à un journaliste précis. Il est possible de l'envoyer également au chef de rubrique ou au rédacteur en chef. L'envoi du communiqué de presse se fait à l'ensemble des destinataires le même jour, de manière à ne privilégier personne.

La relance téléphonique

Il ne s'agit pas de harceler le journaliste pour qu'il publie l'information, ni de lui demander quel sera le contenu de son papier, mais de s'assurer qu'il a bien reçu l'information, de lui proposer des informations complémentaires ou le cas échéant des photos pour illustrer son papier.

Contact

AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET
RELAIS TERRITORIAL DES OT&SI DE L'YONNE

Pôle Supports et Médias – Stéphanie WAHL

1-2, quai de la République - 89000 AUXERRE

Tél. 03 86 72 92 03 - E-mail : presse@tourisme-yonne.com

www.tourisme-yonne.com - www.tourisme-yonne.com/pro

