

Communiqué de presse

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

Un communiqué de presse est un texte émanant de votre entreprise ou organisme à destination des organes d'information pour être énoncé, en principe, intégralement.

Pourquoi rédiger un communiqué ?

Ce procédé de communication permet d'informer le public d'une nouveauté, d'un produit ou service, de l'organisation d'un événement, d'un fait marquant dans la vie de l'entreprise ou toutes autres données méritant d'être diffusées par le biais de la presse.

Le contenu :

Avant de vous plonger dans la rédaction d'un communiqué de presse ayez toujours en tête qu'il doit intéresser le journaliste qui écrit pour ses lecteurs. L'objectif est donc de séduire les destinataires les médias ciblés. Voici quelques conseils :

- Présenter des titres accrocheurs qui comprennent les éléments clés.
- Faire figurer un chapeau de une à trois phrases annonçant les principales informations figurant dans le communiqué. Il est placé sous le titre.
- Citer l'information principale dans les 5 premières lignes.
- Evoquer des faits (et des chiffres), être concis, clair, et précis.
- Rédiger le texte à l'impersonnel comme si vous étiez le journaliste. Optez pour un ton neutre. Inutile d'être élogieux, la presse ne communiquera pas sur votre organisation si c'est pour faire une simple publicité.
- Privilégier les phrases courtes.
- Le communiqué doit répondre aux éléments suivants : Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? A qui ? A quel prix ? Pourquoi ?
- Ne pas oublier de faire figurer un contact à la fin du communiqué de presse (nom, qualité, e-mail, téléphone).

La forme :

Le recto est le format plébiscité pour la rédaction d'un communiqué de presse. Ce qui représente environ 25 lignes. Il est possible d'opter pour un recto-verso s'il y a des illustrations. Nous vous recommandons également de :

- Mettre des visuels accrocheurs.
- Présenter un texte aéré : paragraphes courts, saut de lignes, marges importantes...
- Mettre en valeur les données essentielles et les mots clés (mise en forme gras, italique, guillemets...)
- Ne pas oublier :
 - o la mention « communiqué de presse »
 - o la date d'envoi
 - o le logo et le nom de l'entreprise

Quand le diffuser ?

Le délai pour envoyer un communiqué de presse varie en fonction de la nature du média. Pour la presse quotidienne régionale une dizaine de jours est idéale. Pour les hebdomadaires, mensuels ou tout autre média il faut davantage anticiper la rédaction et l'envoi du document.

A qui l'envoyer ?

Il est nécessaire de choisir les médias qui correspondent à vos cibles. Dans le cas contraire, il est fort possible qu'aucun article ne soit publié.

Pensez également à actualiser le fichier de contacts des journalistes.