



Rédiger un communiqué de presse

Objectif

Rédiger un communiqué de presse à transmettre à un journaliste. L'objectif de ce communiqué est d'attirer son attention, de lui donner l'envie d'en savoir plus ou tout simplement de reprendre le communiqué tel quel dans son journal. L'objectif final est d'augmenter la visibilité de notre action auprès des plus démunis.

Destinataires

Les 'communicants' des conférences et conseils.

Le mot de Frédéric Ozanam

Je n'oublierais jamais cette parole de saint François de Sales qu'on prend plus de mouches avec une cuillerée de miel qu'avec cent barils de vinaigre. Lettre du 5 juin 1850 à Alexandre Dufieux

Règle de la SSVP

§ 3.15 - La communication

La vitalité du réseau de charité de la Société dépend d'un échange régulier et rapide d'informations. La qualité des communications ouvre l'horizon et augmente l'intérêt des vincentiens pour les expériences vécues et pour les défis relevés par leurs frères et soeurs de par le monde.

Le communiqué de presse est rédigé selon des règles strictes (1500 signes maximum, un recto seulement, format A4). Il doit être clair, concis, précis. Il comporte une information et une seule qui doit sauter aux yeux du lecteur.

En annexe, vous trouverez un exemple de structure pour un communiqué de presse.

Le titre est la vitrine du communiqué. Il doit être court et facile à comprendre. Il s'agit d'apprendre quelque chose au lecteur en lui livrant l'information brute. Cela peut être un jeu de mot ou un chiffre-clé. Exemples :

- "La Saint-Vincent-de-Paul de <lieu> fête ses 175 ans"
- "Le cap des 200 familles aidées a été franchi"
- "Le Rotary vient en aide à la Saint-Vincent-de-Paul de <lieu>"

L'accroche du communiqué : ce petit paragraphe doit résumer en 2-3 lignes tout le communiqué, ce que doit retenir le journaliste.

Le corps du communiqué détaille l'information.

Rédigez des phrases courtes : un sujet, un verbe et un complément.

Développez une seule idée par phrase.

Utilisez le présent ou le passé composé.

Choisissez la forme active. N'écrivez pas à la première personne.

Utilisez un vocabulaire simple, des mots concrets et courts.

Répondez aux questions : quoi, qui, quand, où, comment, pourquoi.

Ajoutez en fin de communiqué **la 'signature'** de la SSVP et de votre conférence. En quelques lignes, généralement en italique, détaillez les données récentes (nombre de personnes aidées, nombre de bénévoles, ...).

Une fois le communiqué rédigé, avant de l'envoyer, faites-le relire à quelqu'un qui n'est pas au courant de l'information. S'il ne le comprend pas, prenez le temps de le ré-écrire.

Choisissez les médias / journaux en fonction du public-cible et de la région couverte :

- presse quotidienne régionale : Vers l'Avenir, Nord-Eclair, ...
- presse gratuite hebdomadaire : Vlan, ...
- presse spécialisée : Dimanche, ...
- télévision régionale.

Récupérez les coordonnées des journalistes en parcourant ces médias, en appelant si nécessaire la rédaction pour avoir l'adresse mail. Adressez le communiqué par mail aux journalistes que vous avez choisis. Un communiqué doit toujours être adressé à une personne en particulier.

Relancez à bon escient, en téléphonant.

Si votre communiqué de presse concerne un événement à une date précise, tenez compte des délais de bouclage. Il faut prévoir une semaine à dix jours pour les quotidiens. Le délai est plus long pour les hebdomadaires et les mensuels : de un à deux mois.

Si votre communiqué est pertinent, vous avez une chance que le journaliste vous appelle pour une interview plus poussée. Pour que cette interview se passe au mieux pensez aux 2 ou 3 messages à faire absolument passer au journaliste.

Notez sur un papier ces messages et martelez-les au moins 2 ou 3 fois (sans pour autant faire de la publicité !).

Dans 90% des cas, le journaliste ne vous fera pas relire son article, donc ne soyez pas étonné s'il comporte des erreurs... Cela veut tout simplement dire que votre discours n'a pas été assez clair.

Pour aller plus loin

Est-ce que le communiqué de presse tient en une page A4 ?

Est-il clair, concis, lisible ?

Voir aussi

Fiche 'Communiquer au nom de la SSVP' (à paraître)



DATE

COMMUNIQUE DE PRESSE

Titre Informatif

Accroche du communiqué - 2-3 lignes

Texte de 1500 signes maximum (25 lignes de 60 caractères) construit en répondant à six questions

- Quoi (de neuf) ?
- Qui communique, qui est concerné ?
- Quand ?
- Où ?
- Comment ?
- Pourquoi ?

Contact presse :

- Prénom / Nom
- Adresse
- Téléphone
- Adresse mail

La Société de Saint-Vincent-de-Paul, fondée entre autres par le bienheureux Frédéric Ozanam, agit depuis plus de 180 ans pour 'enserrer le monde dans un réseau de charité'. Aujourd'hui, plus de 800 000 bénévoles dans 140 pays viennent en aide à plus de 30 millions de personnes démunies. En Belgique, plus de 320 conférences et centres regroupe plus de 5000 bénévoles. A <lieu>, nos <x> bénévoles viennent en aide à plus de <y> familles tout au long de l'année à travers les activités suivantes : <activité 1>, <activité 2>, ...