**Comment rédiger un communiqué de presse**

**Le communiqué de presse est un outil intéressant pourvu qu’on sache s’en servir adéquatement.**
Il ne faut pas confondre le communiqué de presse avec une publicité. Le communiqué de presse contribue à faire parler de vous par les médias. Il doit faire état d’une nouvelle et non vendre vos produits. Cela dit, il n’est reste pas moins qu’il s’agit aussi d’une visibilité gratuite dont vous devez profiter.
 **Les différentes raisons de faire un communiqué de presse :**
Le communiqué de presse permet d’aviser les médias d’une nouvelle importante vous concernant (ex. : le lancement d’une activité, la réception d’une bourse, la rénovation de votre local, changement d’adresse important, collaborations, etc.).
 **Attention** de ne pas noyer les médias avec vos envois. Tout est question de crédibilité. Si vous embêtez les médias, vous perdrez votre crédibilité et ne serez plus jamais lu.
 **Les règles de base**Le journaliste se doit de rester objectif donc aucune faveur n’est de mise pour quiconque.

Le délai de publication peut varier, donc prenez-vous d’avance pour envoyer votre nouvelle :

1 jour à l’avance pour l’Internet, les quotidiens, télé, radio, journaux locaux, etc. 1 mois pour un gros article, 2 jours pour une brève et 2 mois pour un gros article dans les journaux mensuels.
 **La rédaction du communiqué de presse**
Le communiqué doit faire 1 à 2 pages maximum.
 **Voici les 5 parties qui composent un communiqué de presse :

1. L’entête**
Identité de l'organisme (insérer un logo) ou de l’artiste en haut à gauche
Écrire « Communiqué » en haut à droite
Juste en dessous, inscrire : « pour diffusion immédiate » (sauf si vous faites un embargo jusqu'à une date à mentionner)
 **2. Le titre**
Il doit résumer en 1 phrase tout votre communiqué et doit attirer l’attention.
 **3. L’accroche du communiqué**Ce petit paragraphe (2 lignes) doit résumer en quelques lignes tout le communiqué de presse.
 **4. Le corps du communiqué**
Rédigez votre texte à la 3e personne. Mettez en premier les éléments les plus importants et laissez en dernier les informations les moins essentielles.

- Répondez aux questions « Où ? Qui ? Quoi ? Quand ? Comment ? Pourquoi ? »
- Enchainez les idées de façon logique et cohérente (1 idée par paragraphe).
- Si possible, ajoutez des titres à vos paragraphes permettant de lire votre texte rapidement.
- Ajoutez une brève citation (entre guillemets) de vous ou d’un pair expliquant la nouvelle.
- Rajoutez quelques images au besoin sans exagération (1 ou 2 images suffisent)
- Basez-vous sur des faits et restez sobre dans vos propos.
- Utilisez un langage soutenu, un bon vocabulaire et surveillez vos tournures de phrase.
 **5. La fin du communiqué**
- Faites un rappel de l’organisme ou de l’artiste, de son historique, sa mission, sa démarche.
- Marquez la fin de votre communiqué par le code -30-.
- En dessous, indiquez les coordonnées de la source (personne ayant écrit le communiqué) et de la personne à contacter pour plus d’information.
 **Conseils pratiques :**
- Si vous avez plusieurs messages, faites plusieurs communiqués de presse.
- Veillez à ce que l’ensemble de votre envoi ne pèse pas plus de 1 Mo (taille du fichier).
- Faites relire votre communiqué par une personne externe.