

Le communiqué de presse

Voici quelques conseils pour vous familiariser avec l'utilisation et la rédaction d'un communiqué de presse.

Pourquoi rédiger un communiqué?

Le communiqué de presse est un outil de communication simple et peu coûteux qui permet de rejoindre efficacement un grand nombre de personnes en utilisant les médias locaux.

Il est un outil idéal pour annoncer une nouvelle **positive**. Par exemple, une campagne de recrutement, une activité hors du commun pour votre groupe, une collecte de fonds, la vente du calendrier scout, un nouveau service, un grand rassemblement ou une corvée.

Pour savoir s'il est pertinent d'envoyer un communiqué de presse sur un sujet, questionnez-vous : *Serais-je intéressé à lire dans les médias locaux une nouvelle similaire d'une autre organisation?*

Pour des raisons stratégiques liées à la pertinence, l'efficacité et la gestion des risques, nous demandons aux groupes de ne communiquer **que des nouvelles positives avec les médias locaux et régionaux**. Si vous souhaitez communiquer avec les médias nationaux ou si vous êtes interpellés pour commenter une nouvelle négative, veuillez communiquer avec la direction des communications de l'Association au 514 252-3011 ou au 1 866 297-2688.

À qui s'adresse le communiqué ?

Il s'adresse principalement aux médias qui œuvrent au niveau local et régional : les journaux, les sites Web, les blogues, les stations de radio et de télévision.

N'ayez pas peur de les déranger, ils aiment recevoir des communiqués, ils veulent entendre parler de vous! En fait, les médias locaux ont souvent peu de ressources et les communiqués représentent une opportunité de nouvelle facile pour eux. Il arrive très souvent que les communiqués soient repris intégralement ou avec très peu de modifications.

Longueur et contenu

Le communiqué ne doit pas dépasser **une page**. S'il est trop long, les journalistes ne se donneront pas la peine de le lire. Allez à l'essentiel!

Assurez-vous de bien cibler l'information que vous voulez diffuser : **une seule annonce par communiqué!** Il faut se concentrer sur un seul sujet ; tenter d'incorporer d'autres informations, qui ne sont pas en lien avec le sujet choisi, risquerait de perdre le journaliste.

Le style

Assurez-vous de rédiger un texte impersonnel : il faut éviter d'utiliser je/tu/nous/vous. Gardez les phrases courtes et simples. Évitez les points d'exclamation et d'interrogation.

Adoptez un style quasi journalistique : privilégiez la concision, la description des faits et l'utilisation d'un style impersonnel à la 3^e personne (il). Utilisez un vocabulaire riche, avec des mots clés et des slogans afin que le journaliste puisse les reprendre directement. Comme mentionné précédemment, votre communiqué a de bonnes chances d'être repris intégralement. L'utilisation d'un style de rédaction journalistique augmente les chances de votre communiqué d'être repris par les médias.

Structure du communiqué en 5 étapes (voir l'exemple annoté à la page suivante)

1. Le titre

Le titre doit être accrocheur et doit résumer en une phrase le communiqué. Utilisez un jeu de mots, un chiffre clé, un verbe d'action... [1] Exemples :

- Frédéric Dion l'ambassadeur des Scouts à l'assaut du pôle Sud!
- Les 560 scouts de l'Estrie se rassemblent à Sherbrooke
- Les Scouts d'Ottawa envahissent la région avec leur nouveau calendrier!

2. L'accroche (le premier paragraphe)

On commence le communiqué avec la ville où le communiqué a été rédigé et la date, suivi d'un tiret (ex. : Montréal, le 30 septembre 2014 – Début du communiqué...) [2]. L'accroche doit résumer en deux lignes l'ensemble du communiqué. C'est l'élément crucial du communiqué. Il doit répondre brièvement aux questions Qui, Quand, Quoi, Où, Comment, Pourquoi [3].

C'est le moment de capter l'attention du journaliste!

3. Le corps

Environ quatre petits paragraphes qui approfondissent l'information présentée dans l'accroche du communiqué : **une idée par paragraphe! Hiérarchisez** l'information : commencez avec l'information la plus pertinente pour terminer avec les détails moins importants.

Insérez des **citations claires et marquantes** [4] de porte-paroles importants afin de donner du poids à votre communiqué. C'est le moment de **mettre l'accent sur le message** que vous voulez faire passer puisque les journalistes risquent fortement d'utiliser cette citation telle quelle! La citation n'est pas nécessairement quelque chose qui a été dit par le porte-parole, mais quelque chose qu'il serait en accord de répéter. Vérifiez avec lui s'il est à l'aise avec la citation que vous lui attribuez.

4. La fin

Faire un rappel au sujet de votre organisation, de sa mission et de ses actions [5]. Au besoin, le descriptif général de l'ASC est disponible dans la section « Communications » du [Centre de ressources](#).

Inscrivez le nombre -30- à la fin de votre communiqué [6]. Par convention, tout ce qui est au-dessus du nombre -30- est de nature à être publié et tout ce qui est sous ce nombre s'adresse exclusivement aux représentants des médias. Indiquer le nom, le poste, l'adresse courriel et un numéro de téléphone d'au moins deux personnes à contacter pour plus de renseignements ou pour une entrevue [7].

5. L'envoi

Avant d'envoyer un communiqué de presse, assurez-vous d'avoir discuté de votre démarche avec un responsable du district.

Votre communiqué est le reflet de l'organisation. Relisez-vous et faites relire le communiqué par un membre de votre équipe afin de vous assurer qu'il n'y ait pas de fautes.

Cherchez les adresses courriel de vos médias locaux ou régionaux (presse écrite, radio, télé, site internet et blogues) sur leurs sites Web. Si ne vous trouvez pas, n'hésitez pas à communiquer avec la direction des communications de l'Association. Vous pouvez envoyer vos communiqués à l'adresse générale du média, à la direction de l'information, au rédacteur en chef, au chef de pupitre, à l'affectateur ou à un journaliste. Assurez-vous d'envoyer le courriel à un ou deux représentants par média en gardant cachées leurs adresses courriel (champs CCI). Mettez votre communiqué sous forme de texte dans le courriel (pas en pièce jointe) et, si vous avez des photos, choisissez s'en une de bonne résolution pour la joindre à l'envoi. Il est préférable de n'envoyer qu'une pièce jointe.

Vous avez des questions?

Service des communications

514 252-3011 / 1 866 297-2688

communications@scoutsducanada.ca

 Scouts du Canada



scoutsducanada.ca

Communiqué de presse

Pour diffusion immédiate

Les scouts de Québec envahissent la région avec leur nouveau calendrier!

[1] Mot d'action dans un titre accrocheur.

Québec, le 18 septembre 2014 – Les scouts de Québec sont heureux de lancer aujourd’hui leur calendrier 2015. Forts du succès obtenu en 2013 et 2014, les scouts sont de retour avec un calendrier illustré par un artiste québécois. Pour cette 64^e édition, c’est l’illustrateur et auteur Pierre Pratt qui prête son talent aux scouts.

[2] : Ville et date.

[3] : L'accroche qui résume l'essentiel du communiqué.

Dès aujourd’hui, les scouts sillonneront les rues de Québec afin d’offrir ce calendrier. C’est l’occasion d’acquérir une œuvre originale d’un grand illustrateur et de soutenir les activités des jeunes de chez nous qui désirent s’impliquer dans la communauté et créer un monde meilleur.

« Je suis fier de m’associer au mouvement scout et d’illustrer leur calendrier. En réalisant ces illustrations, j’ai voulu profiter des thèmes riches et nobles que le scoutisme propose et les développer avec humour et poésie. Le calendrier des scouts est bien plus qu’une tradition, c’est un objet de collection » a déclaré Pierre Pratt.

[4] : La citation claire et marquante du porte-parole.

Artiste québécois de grand talent, Pierre Pratt a à son actif plus d’une cinquantaine de livres, dont *Le jour où Zoé zozota* (2005), *That New Animal* (2005) et *Mon chien est un éléphant* (1994). Il a participé à plus d’une vingtaine d’expositions et a reçu une trentaine de prix et mentions, dont trois fois le prix du Gouverneur général du Canada.

Encore cette année, le projet est parrainé par Michel Rabagliati et sous la direction artistique de Nicole Lafond.

Les sonnettes des maisons s’activent et les scouts débarquent avec leur nouveau calendrier, c’est le moment de les encourager et de partager leur passion pour un monde meilleur!

L’Association des scouts du Canada regroupe 16 000 membres francophones à travers le Canada. Sa mission est de promouvoir et soutenir le développement intégral des jeunes Canadiens francophones afin qu’ils atteignent leur plein potentiel comme individus et qu’ils jouent un rôle actif dans la société comme membres de leurs communautés. Les Scouts du Canada font partie de l’Organisation mondiale du scoutisme et forment, avec les 161 autres organisations nationales, le plus grand mouvement jeune au monde avec près de 40 millions de membres.

[5] : Descriptif de l'organisation.

-30-

[6] : Chiffre -30-.

Pour plus d’informations ou pour obtenir une entrevue :

David Labrosse, directeur des communications – Association des scouts du Canada
david.labrosse@scoutsducanada.ca – T. : 514 252-3011 poste 15 – C. : 438 830-3011

[7] : Coordonnées des personnes-ressources.

Jean Tremblay, commissaire du district de Québec – Association des scouts du Canada
commissaire@scoutsdequebec.ca – T. : 418 123-4567 – 418 234-5678