

# LES INCONTOURNABLES d'un bon communiqué de presse

Le communiqué de presse, c'est l'information que vous allez publier dans votre bulletin paroissial, sur le site internet de la paroisse, de l'unité pastorale...

C'est encore l'information que vous envoyez à une rédaction dans le but de l'informer de votre organisation et surtout espérer une diffusion !

Des communiqués de presse, les journaux en reçoivent des dizaines par jour.

Pour multiplier les chances de diffusion, il doit correspondre aux attentes de celui qui va le recevoir :

## Un titre sympa

Un texte continu qui est écrit correctement et sans faute d'orthographe. On fait tous des fautes alors n'hésitez jamais à vous faire relire ou encore à faire une pause entre le moment de l'écriture et celui de l'envoi. Juste pour que votre cerveau oublie ce que vous venez d'écrire et ce que vous vous préparez à relire.

Un texte qui doit impérativement répondre aux questions : qui ? quoi ? où ? quand ? comment ? pourquoi ? combien ?

La personne qui reçoit votre communiqué de presse doit, en une seule lecture, prendre connaissance de toutes les informations nécessaires. Si vous annoncez une conférence en oubliant la date, l'heure, le lieu... vous ratez l'objectif. Bien sûr le journaliste peut vous rappeler pour compléter l'annonce mais il ne le fera pas toujours et si le temps manque, je parie qu'elle va valser à la poubelle...

Un texte impeccable nécessitera juste un « copier-coller » de l'intervenant ce qui diminue d'autant les risques d'erreurs. Un texte mal écrit a des chances de rejoindre, dans la poubelle, le communiqué aux éléments manquants !

## N'hésitez pas à ajouter un numéro de téléphone.

Pourquoi ? Le journaliste qui reçoit l'information est normalement curieux : il souhaitera peut-être en apprendre un peu plus sur votre organisation. Il peut aussi être interpellé par le sujet que votre invité, dans le cadre d'une conférence, va aborder. L'intérêt peut aussi venir de la personnalité de l'invité. Votre interlocuteur pourra ainsi vous contacter pour étoffer l'annonce. Et c'est tout bénéfique pour vous.

## Photo et article

Il n'est pas toujours possible pour un journal d'envoyer un correspondant pour reprendre le terme « couvrir » la conférence. Alors soyez proactif.

Prenez des photos et pensez à l'intérêt de la photo. Une photo, c'est une information en elle-même. Difficile d'avoir sur un seul cliché l'intervenant et les participants pour qu'ils ne soient pas de dos. Ce qui n'a guère d'intérêt !

La solution ? Faites deux photos : une du conférencier et une du public... de face. Attention si les premiers rangs ne sont pas occupés évitez de mettre en avant plan une série de chaises... vides.

Évitez de prendre un groupe trop imposant : chacun va apparaître comme une tête d'épingle.

Rédaction de l'article. Un journal ne publiera jamais le compte-rendu interminable d'une conférence, c'est beaucoup trop indigeste. Il devrait en aller de même sur les sites. Ceux qui étaient présents à la conférence connaissent le sujet. Et pour les autres, cela n'a pas grand intérêt, la conférence a déjà eu lieu. Le but n'est pas de perdre le lecteur qu'il soit plongé dans son journal préféré ou qu'il surfe sur un site.

Ecrivez quelques lignes sur la conférence, sur une réflexion du conférencier... Sur un point qui a suscité des réactions parmi le public.

Pour votre site internet, votre bulletin paroissial c'est différent. Il faut l'annonce mais aussi un article plus complet sans être pour autant indigeste et des photos.

### **Un article se compose de trois parties**

- **Un titre**
- **Un chapeau**
- **L'article**

#### **Un titre**

A rédiger avant d'écrire l'article ou quand l'article est terminé, cela varie d'une personne à l'autre. Qu'importe. Le plus important dans le titre : il interpelle, il doit susciter la curiosité sans pour autant être énigmatique. En lisant le titre, tel un pécheur, il s'agit de ferrer le lecteur ! Un titre peut reprendre les dires de votre interlocuteur mais alors ne pas oublier les guillemets. Un titre ne doit pas être kilométrique.

#### **Un chapeau**

Le chapeau est un condensé, un résumé de l'information qui est développée dans l'article. Le style est alerte, le chapeau doit donner envie au lecteur de poursuivre sa découverte de l'article. Si le lecteur ne poursuit pas sa lecture, le chapeau doit contenir les éléments essentiels pour lui appréhender l'information.

#### **Un article**

Après une interview, on est face à une multitude d'informations. Un article n'est pas un minestrone où on trouve tout mélangé. Délicieux pour un potage, indigeste pour un article. Il y a une hiérarchisation dans l'information à respecter. Une information traitée doit l'être jusqu'au bout, on n'y revient pas deux paragraphes plus loin.

Prévoir un ou des intertitres suivant la longueur de l'article. L'intertitre permet de relancer l'intérêt pour la lecture tout en abordant une autre facette de l'information.

Attention, on ne passe pas brutalement d'un paragraphe à l'autre, une transition est indispensable.

Un article ne se termine pas de manière brutale. On ne se dit pas : j'ai écrit tout ce que j'avais à faire passer, on met un point final et on passe à autre chose. J'ai tendance à comparer la conclusion d'un article à un atterrissage. Au début de l'article, le moteur est à pleine puissance pour écrire le plus important. Suivra le corps de l'article, une vitesse de croisière pour faire passer le reste du message et la conclusion, l'atterrissage. On pourrait aussi dire : avec la conclusion, la boucle est bouclée.

Si c'est possible, il est important de mentionner un numéro de téléphone, un courriel, un site internet. La personne intéressée par l'information doit pouvoir contacter un service, une personne... pour aller plus loin dans ses recherches.

**JE VOUS SOUHAITE DE PRENDRE DU PLAISIR A  
INFORMER ET A ECRIRE.**