

Un communiqué de presse est une communication écrite à destination de la presse écrite, électronique et des médias. Il annonce une nouvelle qui mériterait d'être publiée. Vous pouvez améliorer la visibilité de votre projet en envoyant des communiqués de presse à des moments opportuns.

À qui envoie-t-on des communiqués de presse? Typiquement, on les envoie aux responsables des affectations des journaux, magazines, stations de radio et chaînes de télévision. On peut également les envoyer à des groupes associatifs et à des partenaires ou bailleurs de fonds à titre informatif.

Quel genre d'information le communiqué de presse contient-il? La plupart des journalistes préfèrent recevoir les communiqués de presse dans un format standard. Ceci aide le journaliste à le lire et à le décrypter rapidement. Par conséquent, une bonne mise en forme du communiqué de presse vous assurera qu'il est lu. Un communiqué de presse doit être rédigé dans le format suivant:

- **Le logo.** Si votre projet ou votre école dispose d'un logo, il doit apparaître dans le coin supérieur gauche de la page.
- **Le titre** évoque et met en valeur le contenu de votre communiqué. Un titre fort est important, car il capte l'attention du journaliste. Le titre contient un sujet unique et utiliser des verbes d'action au présent.
- **La date et le lieu** indiquent la ville, la province et la date. Cet élément apparaît habituellement au début du premier paragraphe.
- **Le premier paragraphe** est constitué de 3 à 5 phrases qui résument l'information essentielle (qui, quoi, quand, où et comment). Le premier paragraphe doit être suffisamment captivant pour que le journaliste ait envie de continuer à lire.
- **Le corps de texte** détaille l'information. Il doit inclure des informations intéressantes et pertinentes se rapportant à votre projet ou à l'événement sur lequel vous communiquez. Il y a souvent une citation dans le corps de texte; ces citations doivent servir à appuyer et légitimer vos déclarations, ou à ajouter une touche personnelle. Il peut s'agir d'une citation d'un membre de votre équipe ou de quelqu'un qui bénéficie de votre action.
- **Le paragraphe passe-partout** est constitué d'une à trois phrases qui décrivent votre organisation et ce que vous faites.
- **Le symbole «- 30 -»** doit apparaître au-dessous de la dernière ligne de texte, sur la dernière page.
- **Les coordonnées de la personne-ressource** fournissent le nom et le numéro de téléphone de la personne avec laquelle le journaliste pourra communiquer pour obtenir de plus amples renseignements. On peut également y indiquer le numéro de télécopieur, l'adresse électronique et le site Web