

FICHE MÉTHODE – RÉALISER UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'enjeu d'un communiqué de presse est qu'il soit lu.

En termes de contenu, un communiqué de presse ne doit pas excéder 1 à 2 pages, pour éviter l'excédent d'informations (trop d'informations tue l'information). Il devra également répondre simplement aux **6** questions suivantes (adaptables selon l'annonce) :

Qui ? Quoi ? Où ? Comment ? Pourquoi ? Qui contacter pour en savoir plus ?

Le logo de la PME, un titre, un chapeau (introduction qui fait une synthèse rapide de l'information), l'adresse exacte et les horaires d'ouverture, le corps du texte, une photo d'illustration et une date du communiqué.

⇒ UN TITRE IRRÉSISTIBLE

La réussite du communiqué de presse commence avec le titre. L'objectif est de le rendre séduisant et engageant en utilisant des verbes d'action, un langage clair et compréhensible, tout en restant simple et concis. Le rendre également intéressant aux yeux du lecteur !

⇒ SOIGNEZ LA FORME

Le communiqué de presse doit être aéré pour être agréable à lire. L'utilisation de titres et de sous-titres est donc fortement conseillée. La date du communiqué doit être précisée. Le tout doit être très clair et disposer d'une mini carte d'identité de la PME, pour que cette dernière soit bien identifiée, et de toutes les informations pertinentes sur le sujet.

⇒ SOIGNEZ LE FOND

Un communiqué de presse doit être simple à comprendre et l'information doit être très vite saisie. Il faut éviter tous les superlatifs du genre « exceptionnel » ou « magnifique ». Le communiqué de presse est là pour transmettre une information, et non **pour** réaliser une publicité vendeuse.