

ABC d'un communiqué

À l'intention des gestionnaires de moulins qui ne sont pas familiers avec les communiqués, voici quelques trucs pour bien réussir.

Il suffit d'un texte court, jamais plus d'une page.

1^{ère} ligne: Ville, jour mois année :

2^e ligne : Le titre (pas trop long et si possible punch)

Les points essentiels –

Le premier paragraphe d'un communiqué de presse doit être bref et répondre aux questions suivantes : qui/quoi, où, quand, pourquoi et comment. Le reste du communiqué doit être écrit en ayant en tête que s'il est coupé par le journal, les lecteurs auront quand même l'essentiel de l'information que vous voulez leur transmettre. Donc vous placez les informations du plus important vers le moins important.

Vous terminez votre communiqué en plaçant au centre de la page la convention suivante

-30-

Tout ce qui est écrit sous cette convention (le chiffre 30 entre deux tirets) ne sera pas publié, c'est à l'intention du journaliste. À titre d'exemple le numéro de téléphone destiné au public est une chose, mais celui par lequel le journaliste vous rejoindra peut en être une autre.

Vous devez absolument mettre sous cette convention (-30-) le nom de l'organisme (ou du moulin dans votre cas) le nom de la personne et sa fonction ou son rôle dans l'organisation, que le journaliste pourra contacter pour plus d'information, son téléphone et si disponible une adresse courriel de quelqu'un qui saura le renseigner.

1. Envoyez le communiqué de presse par messagerie électronique dix jours avant le jour de la parution. (mais voir la note ci-dessous)
2. Proposez votre aide au journaliste chargé de votre communiqué de presse, en lui suggérant des idées, des photos.

Rappelez-vous que les **Journées des moulins** suivront la Fête nationale, hors il est possible que les journaux locaux aient beaucoup d'informations à caractère culturel à transmettre. Vous avez le droit de parler aux journalistes, consultez-les, vérifiez avec eux la meilleure date de publication, mais idéalement visez 10 jours avant l'événement. Vous auriez avantage à préparer le plus rapidement possible votre communiqué, quitte à ce que le journal le conserve quelques jours avant de la publier. Rappelez-vous qu'une photo vaut 1000 mots, qu'un article bien placé dans le journal, quelques jours plus tôt que prévu donne de meilleurs résultats qu'un entrefilet publié juste à temps.

Enfin, rappelez-vous que les journalistes sont parfois obligés de travailler vite et sous pression, aidez-les, envoyez votre communiqué sous 2 formes en PDF, pour vous assurez

qu'il n'y aura aucun problème de compatibilité électronique et qu'il pourra lire le texte, mais envoyez aussi le même communiqué sous forme Word, ainsi s'il décide de copier des passages ou le texte en entier, ce sera plus facile pour lui.

Vous n'avez pas à faire le travail du journaliste, mais vous avez à prendre tous les moyens pour lui faciliter ce travail, c'est le succès de votre activité qui en bénéficiera.

Guy Bessette

AMQgestionnaire@gmail.com

450 582-8210