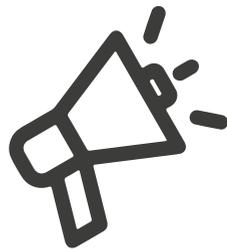


**COMMUNICATION
PRESSE**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Un CP est une information à destination du public, diffusé dans un ou plusieurs médias : presse, radio, télévision, Web, etc.

L'information peut être un événement, une manifestation, une action, un droit de réponse, une position... d'Alsace Nature

OBJECTIFS

- Attirer l'attention du journaliste et retenir son intérêt
- Proposer une information complète, rigoureuse et crédible sur un sujet ou une thématique
- Permettre au journaliste de disposer d'un outil documentaire de référence, qu'il pourra classer et conserver

REDACTION

- Afin de rédiger votre communiqué de presse, veuillez vous reporter à la fiche suivante... « **Comment rédiger un communiqué de presse** »

MISE EN PAGE et ENVOI

- Envoyer votre document TEXTE à nos graphiste pour la mise en page en cohérence avec notre charte graphique

communication@alsacenature.org - 03 88 37 55 44

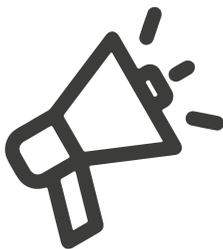
ATTENTION aux délais de mise en page : 1/2 journée minimum

- L'envoi aux médias est réalisé par le secteur communication sur le ou les secteurs que vous souhaitez !

N'OUBLIEZ PAS !

N'écrire aux journalistes que si vous avez vraiment quelque chose à dire. Un journaliste reçoit plus de cent communiqués par jour et ne publie que ce qu'il juge intéressant pour ses lecteurs

COMMENT RÉDIGER UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE ?



Transmettre une information claire, c'est bénéficier de meilleures retombées média.

1

TAILLE ET FORMAT

Etre bref, clair et concis !

Tenez vous en à 1 page ou 2 maximum.
Privilégiez les faits plutôt que les commentaires.

2

LA TRAME

- **Titre**
qui résume l'objet du communiqué et qui retient l'attention du journaliste
- **Résumé du communiqué**
du communiqué en 2 lignes qui permet d'accrocher le journaliste
- **Texte du communiqué**
qui doit répondre à ces questions :

qui ? quand ? pourquoi ? où ?

3

REGLES D'ECRITURE

- **Phrases courtes**
- **1 idée par phrase**
- **1 titre par paragraphe**
Utilisez un titre par paragraphe permet au journaliste de prendre rapidement connaissance du contenu.

4

ILLUSTRATION OU IMAGE

Ajoutez une illustration afin d'avoir une meilleur visibilité de l'article dans les médias.

5

CONTACT(S) PRESSE

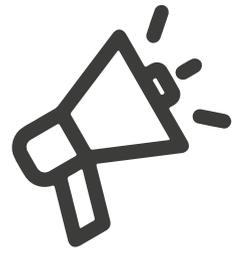
Ajoutez les noms, fonctions, numéros de tél et mails des personnes à contacter pour interview ou émission Radio et TV.

N'OUBLIEZ PAS !

N'écrire aux journalistes que si vous avez vraiment quelque chose à dire.
Un journaliste reçoit plus de cent communiqués par jour et ne publie que ce qu'il juge intéressant pour ses lecteurs



DOSSIER DE PRESSE



Un dossier de presse est un document de travail destiné aux journalistes afin de leur donner tous les éléments nécessaires à la rédaction d'article ou la préparation d'une interview.

OBJECTIFS

- Attirer l'attention du journaliste et retenir son intérêt
- Proposer une information complète, rigoureuse et crédible sur un sujet ou une thématique
- Permettre au journaliste de disposer d'un outil documentaire de référence, qu'il pourra classer et conserver

REDACTION

- Afin de rédiger votre dossier de presse, veuillez vous reporter à la fiche suivante... « **Comment rédiger un dossier de presse** »

MISE EN PAGE et ENVOI

- Envoyer votre document TEXTE réalisé à nos graphiste pour la mise en page en cohérence avec notre charte graphique

communication@alsacenature.org - 03 88 37 55 44

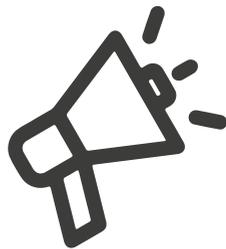
ATTENTION aux délais de mise en page : 2 jours minimum

- L'envoi aux médias est réalisé par le secteur communication sur le ou les secteurs que vous souhaitez !

N'OUBLIEZ PAS !

Le DOSSIER DE PRESSE est le document indispensable aux journalistes lors d'une CONFÉRENCE DE PRESSE.

COMMENT RÉDIGER UN DOSSIER DE PRESSE ?



Transmettre une information claire,
c'est bénéficier de meilleures retombées média.

1

TAILLE & FORMAT

10 pages maximum avec numéro de pages et sommaire paginé. Idéalement le dossier doit être relié pour faciliter la lecture et permettre aux journalistes de trier l'information.

2

TRAME :

• Page de garde

Le dossier de presse doit avoir le même titre que la conférence de presse s'il y en a une ! Le titre doit retenir l'attention du journaliste et résumer l'objet du dossier

Avec titre, nom de l'association, coordonnées de l'association, nom et coordonnées du contact presse.

• Bref communiqué

Résumez le dossier rédigé à la manière d'un communiqué de presse en **1 page maximum**.

• Sommaire paginé

• Fiche récap avec des chiffres clés

• Développement de l'information

Organisez le contenu de façon claire de manière à ce que votre texte réponde à ces questions :

Qui dit quoi à qui ? Comment ? Pourquoi ? et pour quels résultats.

• 1 titre par paragraphe

Hiérarchisez votre texte pour permettre une rapide connaissance du contenu et donner envie de lire.

3

ILLUSTRATION OU IMAGE

Ajoutez une illustration afin d'avoir une meilleure visibilité de l'article dans les médias.

4

CONTACT(S) PRESSE

Ajoutez les noms, fonctions, numéros de tél et mails des personnes à contacter pour interview ou émission Radio et TV.