



Conseils de rédaction d'un communiqué aux médias

Pourquoi rédiger un communiqué aux médias ?

Chaque jour, des centaines de communiqués sont rédigés et envoyés en Suisse. Or seule une petite partie d'entre eux sont repris par les médias et parviennent ainsi à un large public. Avant d'en rédiger un, posez-vous donc les questions suivantes :

- Le thème traité concerne-t-il un large public ? Qui peut-il intéresser ?
- Le thème a-t-il des conséquences importantes pour la population et les entreprises de votre commune ?
- Avez-vous quelque chose de nouveau ou d'exceptionnel à annoncer ?
- Quels médias pourraient être intéressés par votre communiqué ? Dressez-en la liste.

Les communiqués vous permettent de fournir aux médias locaux et régionaux des informations importantes sur des projets, des offres ou des manifestations concernant votre commune. Ils attirent l'attention sur vos informations de manière rapide et efficace.

Conseils de rédaction

Titre : le titre est court (une ligne au plus), accrocheur et pique la curiosité.

Chapeau : le chapeau comprend deux ou trois phrases résumant les principaux messages du communiqué. Il présente brièvement (en trois à cinq lignes) de quoi il est question. Se baser sur les pronoms et adverbes interrogatifs suivants aide à en délimiter le contenu : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ?

Corps : vous pouvez y présenter le contenu plus en détail. Veillez à ce que les informations les plus importantes figurent dans le premier paragraphe. Les paragraphes suivants contiennent les autres informations dans l'ordre décroissant d'importance. Les journalistes reçoivent de très nombreux communiqués et il faut donc qu'ils puissent se faire rapidement une idée. En règle générale, un communiqué aux médias ne doit pas dépasser une page.

Style : rédigez des phrases courtes, factuelles et compréhensibles. Les citations et le discours direct allègent le texte. Vous devez cependant veiller à toujours désigner précisément la personne citée (nom, prénom, fonction, entreprise) et à obtenir son accord.

Remarques

- Forme active plutôt que passive
- Forme verbale plutôt que nominale ou adjectivale
- Expressions françaises plutôt que termes étrangers
- Optionnel : ajout d'exemples illustrant le propos

Images et citations : clarifiez la question des droits d'auteur (copyright), indiquez la source des citations, photos et vidéos, et vérifiez les images et les légendes.

Contact : indiquez les coordonnées d'une personne de contact (nom, fonction, adresse électronique et numéro de téléphone) à la fin du communiqué. Veillez à ce que cette personne soit joignable pour des renseignements après l'envoi du communiqué. Étant donné que les médias tiennent à publier immédiatement les nouvelles, vous devez réagir rapidement à leurs éventuelles demandes de renseignements complémentaires.

Remarques

- En cas d'entretien, les citations qui en seront extraites pour être publiées vous seront soumises pour vérification. Réagissez rapidement, selon entente, car les médias ne peuvent pas les publier sans votre accord.
- Réfléchissez à vos messages clés avant tout entretien.