

## 1 Les principes de la rédaction d'un communiqué de presse

### A Rédiger un communiqué de presse

Votre communiqué de presse doit mettre en avant l'actualité immédiate ou à venir. Il peut aussi contenir un article de fond présentant votre activité. Gardez toujours à l'esprit que ce document doit avant tout donner envie à un journaliste de rédiger un article. Il peut en tout ou partie servir de support aux journalistes pour la rédaction de son article, et évidemment de fil conducteur pour une éventuelle interview téléphonique.

Votre communiqué de presse diffusé par internet permet d'atteindre deux objectifs :

Donner envie aux journalistes de rédiger un article  
Générer du trafic vers votre site.

La forme d'un communiqué de presse est libre, mais il est important que certaines parties soient présentes et soignées :

**Titre :** Un titre simple, explicite court (moins de 70 caractères). Ce titre sera celui qui servira aux moteurs de recherche pour l'indexation de votre communiqué de presse, il doit donc contenir au moins un ou deux de vos mots clés.

**Sous titre :** Sa longueur n'est pas limitative, il apparaîtra en gras en entête de votre communiqué de presse. Il n'est pas obligatoire. Pour les moteurs de recherches il est bon que ce sous titre reprenne une description claire de votre actualité ou activité, nos automates reprendront tout ou partie de ce sous titre pour constituer la balise description de votre communiqué de presse (Important : vous disposez d'un accès simple au paramétrage et à la saisie de vos méta description et mots clés)

**Lieu et date :** Souvent un communiqué de presse commence par son lieu de diffusion, suivi de sa date. Cela n'est pas obligatoire, mais permet aux journalistes de bien situer l'actualité dans le temps.

**Premier paragraphe :** L'introduction de votre communiqué de presse est très importante, c'est elle qui donnera ou non envie à l'internaute et au journaliste de lire votre communiqué de presse en entier. Soignez sa présentation, évitez de le charger en caractère gras, et en liens (inutiles à cet endroit). Ce paragraphe n'est pas limité en taille, vous devrez le saisir (ou le copier/coller) dans le premier éditeur de texte mis à votre disposition. Nous vous recommandons de justifier le texte (Ctrl A pour sélectionner tout le texte, et cliquez sur l'icône de mise en forme de justification comme sur votre traitement de textes)

**Paragrophes restants :** Il s'afficheront que si l'internaute clique sur le lien "Lire la suite...". La plus

part des lecteurs ne lira pas votre communiqué de presse en détail, pensez à faire ressortir par votre mise en page les éléments clés de cette communication, et réservez les détails pour la fin de votre communiqué de presse. Pour ces paragraphes, utilisez le deuxième éditeur de texte mis à votre disposition, pensez à justifier le texte.

Contact presse :

Mentionnez le nom, prénom de votre contact presse, son numéro de téléphone directe, son adresse mail.

A propos de : La plus part des communiqués de presse se terminent par un paragraphe présentant la ou les sociétés citées. Ce texte court (entre 5 et 10 lignes) est très important, ne l'omettez pas, il crédibilise souvent votre communication, et vous permet d'avoir un contenu de communiqué de presse plus percutant et ne parlant que de votre actualité, de vos produits etc....

Photos : Utilisez soit des photos libres de droits, indiquez le, soit mentionnez clairement le nom du photographe ou de la société detenant les droits.