

Rédiger un communiqué de presse

Fiche pratique de BirdLife Suisse

Les journaux, en particulier les journaux locaux, sont des vecteurs idéaux pour diffuser des messages sur la nature et la conservation des oiseaux. Parlons donc de nous ! De nos excursions, stands, conférences, projets, assemblées générales, etc. Il est important pour le développement d'une image positive d'apparaître régulièrement dans la presse locale, que ce soit avec des rapports d'une certaine longueur ou des messages courts. Nous devons nous faire connaître auprès des rédactions locales et développer une image « d'interlocuteur privilégié » en procédant de manière professionnelle. Si nous présentons notre texte aux professionnels de la presse dans une forme qu'ils le connaissent de leur travail quotidien, notre histoire aura de grandes chances d'être dans le journal le jour suivant.

Contacts : essentiels, mais demandent un « entretien » régulier

Les gens qui travaillent dans les salles de rédaction des journaux ont un nom et des responsabilités spécifiques. Renseignez-vous et faites une liste pour vous-même : Qui s'occupe de ma région/localité ? Qui fait les annonces des événements (agenda) ? Qui est le journaliste couvrant les événements que je pourrais inviter à mon événement ? Quelle est l'adresse exacte de la rédaction ? Quel est le numéro de téléphone et l'adresse électronique ?

Adressez votre texte au service concerné ou, dans le cas des petits journaux, à la personne compétente. Pour les projets/textes plus importants, parlez-en à votre personne de contact à l'avance et annoncez votre communiqué avec la ou les photos. Convenez de la longueur du texte (nombre de caractères ou de lignes) ainsi que de la date de livraison - de cette façon, les responsables du journal peuvent planifier.

Transformer un événement en texte

Avant de commencer la rédaction :

- Chaque communiqué de presse est accompagné d'un courriel. Informez votre interlocuteur au sein de la rédaction sur l'importance de l'événement. Indiquez votre adresse complète avec votre numéro de téléphone et votre adresse électronique pour toute question.
- Regardez la page du journal où vous souhaitez être publié : combien de colonnes a-t-elle ? Combien de signes (lettres et espaces) y a-t-il sur une ligne ? Calculez la longueur approximative de l'article : (nombre de signes par ligne) x (nombre de lignes) = nombre total de signes.
- Demandez-vous quelle forme est la plus adéquate pour votre article : une nouvelle (court, uniquement les faits), un rapport (détaillé, basé sur les faits), un reportage (fait par un participant et comprenant aussi son ressenti et ses pensées), une interview (un spécialiste donne des informations), un portrait, un communiqué (prise de position écrite de votre association) ou un message sous forme d'image avec légende détaillée (ou série d'images avec bref texte).

Rédaction du texte

- Le communiqué de presse commence avec votre adresse complète (en cas de questions p. ex.).
- Facilitez la lecture de votre document en utilisant un interligne de 1,5 ou plus.
- Numérotez les pages.
- Ecrivez de façon compréhensible : simple, structuré, avec des phrases courtes, incisives, stimulantes. Utilisez les abréviations avec retenue et expliquez-les lors de la première apparition dans le texte. N'abrégez pas le nom de votre association, c'est une chance de le faire connaître en entier au public.

Structuration du texte

- Comparez avec le journal visé : y a-t-il un chapô, un titre principal, un sous-titre, des titres intermédiaires ? Où et comment est indiqué l'auteur du texte ?
- Utilisez un encadré pour des informations qui doivent être particulièrement soulignées.
- Faites une esquisse du contenu avant de commencer la rédaction à proprement parler : l'énoncé principal doit se situer au début du texte.
- Avez-vous répondu aux 7 questions principales : Qui agit ? Que s'est-il passé ? Où l'événement/action/projet a eu lieu ? Quand a-t-il eu lieu ? Comment en est-on arrivé à ce résultat ? Pourquoi cela est-il arrivé ? Quelle est la source d'information ?

Chapô

Le message du chapô (lead) diffère entre les journaux et les magazines, mais aussi souvent d'une rédaction à l'autre. D'une manière générale, le chapô doit indiquer le sens de l'article et inciter le lecteur à poursuivre la lecture. Dans le cas des quotidiens, il a souvent un caractère de synthèse (pour les lecteurs pressés), mais il doit toujours laisser des questions ouvertes, c'est-à-dire ne pas répondre à toutes les questions (voir ci-dessus).

Introduction

Comment commencer mon texte ? C'est souvent la question la plus difficile. Nous donnons ici quelques possibilités pour des introductions efficaces. Mais il faut toujours veiller à ce que l'introduction comprenne l'énoncé principal de l'article :

- Introduction par des réponses aux questions (voir ci-dessus) : Qui et quoi ? / Comment et pourquoi ? / Quand et où ?
- Introduction par une citation : avec une citation formulée de façon accrocheuse d'une personne mentionnée dans le texte.
- Introduction par une question : « Pourquoi observe-t-on à nouveau plus d'oiseaux à ... ? La réponse a été fournie par le cercle ornithologique xy lors de son assemblée générale de jeudi dernier... ».
- Introduction accrocheuse : une phrase ou un énoncé éveille la curiosité des lecteurs et lectrices : « Invasion venue du Nord dans la forêt xy ! Des millions de pinsons du nord ont produit un spectacle inhabituel le week-end passé ».

Texte principal

- Nommez les personnes (Attention : dans le journal, « Monsieur Favre » est toujours muni d'un prénom !) ou formulez le texte autour d'une personne ou d'une espèce caractéristique : « Monsieur Ludovic Favre s'engage avec succès pour la mise en place de jachères florales. », « Les alouettes des champs dépendent des jachères florales pour leur survie. ». Ce sera plus efficace qu'un rapport théorique sur les jachères florales.
- Structurez votre texte avec des titres intermédiaires (au minimum deux).
- Attention avec les termes trop scientifiques/techniques.
- Utilisez les adjectifs avec parcimonie et de manière ciblée. Ils peuvent sinon apporter un jugement que l'on n'entendait pas faire (le guide d'excursion sympathique) ou être tout bonnement ennuyeux/inutiles (chaque conférence est « intéressante »).
- Evitez les formulations/le langage « administratif » : « En nous référant à l'assemblée générale, nous adressons la demande aux lecteurs de bien vouloir ... ».
- Evitez les doublons du genre « le travailleur travaille... » ou les répétitions de mots dans les phrases consécutives.
- Utilisez la ponctuation de manière correcte : dans les journaux, on voit rarement des « ! » ou « ... ».
- Faites une bonne relecture avant la transmission du texte.
- Envoyez le texte par courriel, y compris les images. Si le texte et les images figurent sur un site internet, indiquez le lien de téléchargement.

Images

Une image accompagnant le texte augmente l'attractivité de l'article. Si vous n'avez pas d'image adéquate, demandez à BirdLife Suisse (tél 026 677 03 80 ou aspo@birdlife.ch) qui possède une vaste banque d'images sur de nombreux thèmes. Pour les sections BirdLife, ces images sont gratuites.

La qualité (résolution) des images doit être suffisante (300 dpi), le format jpg est généralement préféré.

Légendes : qui est sur la photo avec nom et prénom. Que voit-on sur l'image en relation avec l'énoncé principal du texte et avec la mention de votre association. Les légendes doivent être courtes, au maximum une à deux phrases.

Mention de la source : « Photo : Cercle ornithologique xy/Favre ».

Il existe parfois la possibilité de faire un communiqué composé d'une image avec une légende détaillée. Par exemple une photo parlante de votre événement avec une légende un peu plus longue et contenant l'essentiel – fini le communiqué !

Pour aller plus loin

- Comment écrire un communiqué de presse efficace ?
<https://steveaxentios.ch/comment-ecrire-un-communiqué-de-presse-efficace/>
- Les 5 étapes pour rédiger un bon communiqué de presse :
<https://solutions.lesechos.fr/com-marketing/c/5-etapes-rediger-communiqué-de-presse-4396/>