

619 words

<AJOUTEZ LE LOGO DE L'ENTREPRISE>

**PERSONNE-RESSOURCE MÉDIAS :**

<ajoutez le prénom et le nom de famille>

<ajoutez le numéro de téléphone>

<ajoutez l'adresse de courriel>

## **GRAND TITRE ANNONÇANT LA NOUVELLE, EN MAJUSCULES, EN MOINS DE 80 CARACTÈRES SI POSSIBLE**

*La phrase du sommaire est un résumé de la nouvelle et en dit un peu plus au sujet du grand titre*

VILLE (PROVINCE), le (date mois année) – La première phrase contient les renseignements les plus importants, en 65 mots ou moins. Saisissez l'attention des lecteurs dès maintenant en mentionnant simplement la nouvelle que vous annoncez. Ne prenez jamais comme acquis que le lecteur a lu le grand titre ou le paragraphe sommaire. La première phrase doit tout dire à elle seule.

### **EXEMPLE**

*TORONTO (ONTARIO), le 21 avril 2008 – Découvrez le nautisme, le programme national de sensibilisation du public à l'égard du nautisme de plaisance, a relancé aujourd'hui son site DiscoverBoating.ca en y ajoutant de nouveaux éléments interactifs qui facilitent encore davantage l'exploration des sujets concernant le nautisme. Avec son approche personnalisée, le site emploie les activités favorites et le style de vie de ses visiteurs pour les aider à transformer leurs rêves de nautisme en réalité.*

Un communiqué de presse, comme un article de nouvelles, emploie des phrases et paragraphes courts, normalement environ trois à quatre lignes par paragraphe. Le communiqué de presse typique compte de 300 à 800 mots. Les deux premiers paragraphes doivent répondre aux questions qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment. Les médias peuvent tirer des renseignements du communiqué de presse pour rédiger leur propre article de nouvelles ou leur reportage, ou peuvent parfois employer le communiqué de presse mot-à-mot. Un communiqué de presse n'est toutefois pas, en soi, un article ou une réimpression d'un article.

### **EXEMPLE**

*Le site amélioré se penche sur les activités auxquelles les gens aiment s'adonner à bord d'un bateau. Les visiteurs peuvent choisir les activités qui les intéressent le plus — pêche, voile, croisières ou sports nautiques, par exemple — pour ensuite suivre une série de conseils et de renseignements les menant à une liste de types de bateaux suggérés pour l'activité particulière.*

Le reste du communiqué de presse étoffe encore davantage l'information donnée au premier paragraphe. Il inclut des citations de la part des cadres, des clients ou des spécialistes en la matière. Il contient plus d'information au sujet de la nouvelle, qui peut parler d'un sujet unique ou à controverse, ou d'une personne, d'un endroit ou d'une chose connue.

### **EXEMPLE**

*« Les nouvelles caractéristiques de DiscoverBoating.ca sont un reflet fidèle du style de vie des plaisanciers — agréables, faciles et plaisantes, affirme madame Armida Markarova, directrice du marketing interactif de Découvrez le nautisme. En nous penchant sur les activités de nautisme, et avec un désir d'offrir une expérience plus intuitive et plus interactive, nous pouvons offrir, à nos visiteurs qui cherchent un accès complet à tout ce qui touche le nautisme, encore plus d'avantages. »*

Les sujets normalement traités dans le cadre d'un communiqué de presse incluent les avis au sujet de nouveaux produits, les campagnes, le lancement d'un nouveau site Web, la formation d'un partenariat stratégique, etc. Le ton du communiqué est neutre et objectif, sans le boniment et les éclats d'un texte publicitaire habituel. Évitez de parler directement au consommateur ou au public ciblé. L'emploi de mots comme « je », « nous » et « vous » (ailleurs que dans la citation) révèle souvent que le texte est une publicité plutôt qu'un communiqué de presse.

Le dernier paragraphe d'un communiqué de presse traditionnel contient normalement les points de moins d'importance. Normalement, il est bon de reformuler et de résumer les points principaux dans le dernier paragraphe, en se limitant à une ou deux phrases courtes.

Vous pouvez aussi inclure un court paragraphe d'information de fond (que l'on appelle un « paragraphe passe-partout ») au sujet de l'entreprise ou de la personne. Vous devez ensuite indiquer le nom et le numéro de téléphone de la personne-ressource.

**EXEMPLE**

À propos de Découvrez le nautisme

*Découvrez le nautisme est une campagne nationale de sensibilisation élaborée par l'industrie du nautisme de plaisance et gérée par la National Marine Manufacturers Association (NMMA.) Les programmes de Découvrez le nautisme sont axés sur l'amélioration de l'expérience du nautisme et visent à susciter de l'intérêt à l'égard du nautisme de plaisance en démontrant les avantages, le caractère abordable et l'accessibilité, tout en aidant les plaisanciers potentiels à découvrir eux-mêmes pourquoi, en bateau, la vie est plus belle. Chaque année, plus de six millions d'adultes au Canada s'adonnent au nautisme. Pour découvrir plus de détails à ce sujet, visitez [www.DiscoverBoating.ca](http://www.DiscoverBoating.ca).*

\* Prenez note : Assurez-vous de TOUJOURS réviser votre texte à l'affût de fautes d'orthographe et d'erreurs de ponctuation et de grammaire !