

5. Communiquer à travers les médias

Lorsque l'on a une annonce importante, comme l'inauguration d'une nouvelle installation ou l'ouverture d'un nouveau magasin, il est important de bien la communiquer. Utiliser les médias constitue un moyen de communication permettant de toucher un large public. Il est très utile de connaître et mobiliser les bons outils.

Communiqué de presse

Le communiqué de presse est un document relativement court (maximum une page) qui explique en bref les tenants et aboutissants de l'annonce à communiquer. L'objectif d'un communiqué de presse est de faire envie à la presse de consacrer du temps sur votre annonce. Il peut également être repris tel quel dans la presse. D'où l'importance de veiller au contenu et de le présenter de manière structurée. Le communiqué de presse se découpe en plusieurs parties :

- Il est bon d'insérer la date et la mention « communiqué de presse » au début du document, ainsi que votre logo (identité visuelle) si vous en avez un ;
- Le titre : il doit être bref, résumer l'ensemble de votre annonce et donner envie au lecteur de poursuivre la lecture ;
- Le chapeau, qui va décrire l'annonce de façon plus détaillée. C'est parfois les seules lignes que le journaliste lira. Le chapeau doit répondre aux cinq questions : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? ;
- Le corps du communiqué va détailler l'information relative à votre annonce, en veillant à mettre les informations les plus importantes au début du texte, et les moins importantes vers la fin ;
- Les informations de contact viennent à la fin du document et précise la personne de contact et éventuellement un lien vers un site Internet ;
- Le communiqué de presse peut être accompagné par une invitation à la presse afin de les convier à participer à une conférence de presse. La presse apprécie recevoir l'invitation 10 à 15 jours avant.

Conférence de presse

Cet évènement vous permettra de développer l'annonce et sera l'occasion de répondre aux questions des personnes présentes. Attention à bien choisir le lieu de votre conférence de presse et à avoir un contenu suffisamment attrayant pour que les médias se déplacent. Lorsque la conférence de presse est relativement courte, on parlera de **point presse**.

Dossier de presse

Préparé pour la conférence de presse, transmis aux journalistes au préalable ou au moment même, un dossier de presse présente de façon plus détaillée l'annonceur (vous), ainsi que le sujet de l'annonce. Le contenu du dossier est libre et dépendra de l'annonce : coupures de presse, biographie ciblée, chronologie d'évènements, photos, flyers, un contact, et autres éléments permettant aux médias de créer un article à votre sujet.

Annonce dans la presse

Moins gourmand en énergie, un document peut être envoyé à la presse pour présenter votre annonce. Vous pouvez envoyer par exemple votre communiqué de presse, mais aussi un flyer ou des photos. Le média, qui aura été choisi selon son public cible, sera libre de publier votre annonce, ou non. Vous pouvez également choisir de payer un emplacement dans un média, qui vous assurera une visibilité.