

**Rotary**  
Région 14



# Le Communiqué de Presse

News +++ Information +++ News +++ Information +++ News +++ Information +++ News +++ Information +++ News

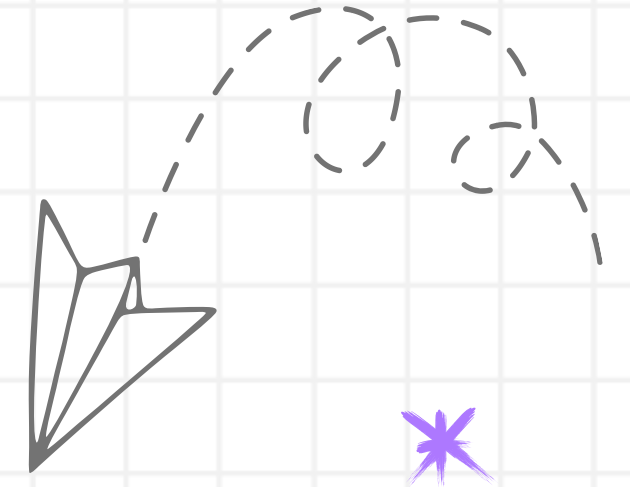
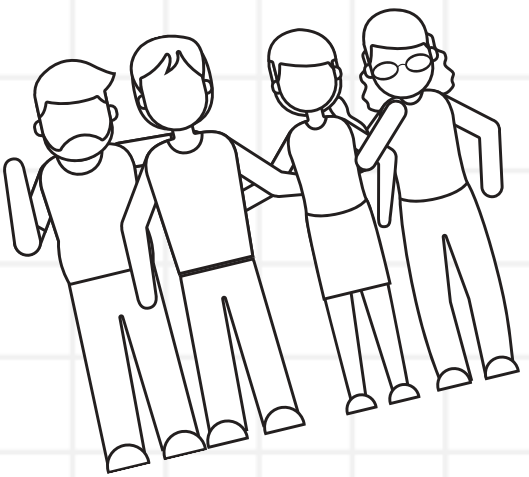
France, Belgique, Luxembourg, Andorre, Monaco

Aximenda as seque volorestem. Perae eum sitisquid ut ut explandent eostet atempe nestempore porrovit fuga. Tioremquas excus namendivenda adia plab il eriamendus sit fugiatem latinodelictorro ipsus seri to experum aut et voluptas cones volendi geniendus, aut quodit audaerspellor sanime aut alis ea qui disque estia ditas asvollest et apid ut doluptios si te sam in nonsenetotatus que ommolescient est a voluptiunt haribeat.

doluptatum quam dolorro consequere volorit ut audanderum vel etus et expedig nihicta esediae molut porrorerchil exceptat ea voluptatust am quod eossi tet volor repudist, aut el ipsae pa de iducidest, in porrum quiam nimperia cum et im consequidi coreped et ut provid estrupt atibus mil id quia venda net explite inulliqui sapiciis eveniet et, tem quiae ent velique porporepe cupitati dolorios ipsanimet aboreperum et ea invellam is et eture nusaperro maximen essimi, quae. Ucimusam, odi quist aspis dem vitassent, autem. Namet harum, ea aut pa quatem et aut volupta tentis quam venimol uptaquas commolorum que et dit, estrumet rem in est, unt quilibetis qui ipsaerperiat et am qui solent et voluntatur ad expla-

impore iuscitia quisitatem quam nonescipsunt et es a vereper umenditatia iducipsum est, quodunt velessimus, ut perat audam voloriam ali- que officii ut id ut ant unt eicim quiam, que nos nobiti inimoluptati dolores eratia acernat emp- orum auda ero velendus eost aut quidus aute- nim aximinctis sequunt facepe pos pori consed molupta taturio dolupie ndemole sequiae pro ipsam, consequant.

Aditia nitia dolupid modi dolore dolentio mo- sam conseratem ut et destrum aliquibus unti- aec tusapiciis vidi bearit etur? Ecepellia as aces- volorrorro blabo. Hente nonsequo beat quam faceria pore dolupidebis doluptaesus sam, ant lamet, nossequatem quaestrunt auda veni odi consequere volupticae eum, sequam ipiendist fu- gitae es sundaerovit, to entiur restibus net qui ut re, nisci blaceat autaque consed quassunt aute- cusandicatem rem rercur ma nonsequos iliquas- as ad que niscius aersped ulla- quibus quun-

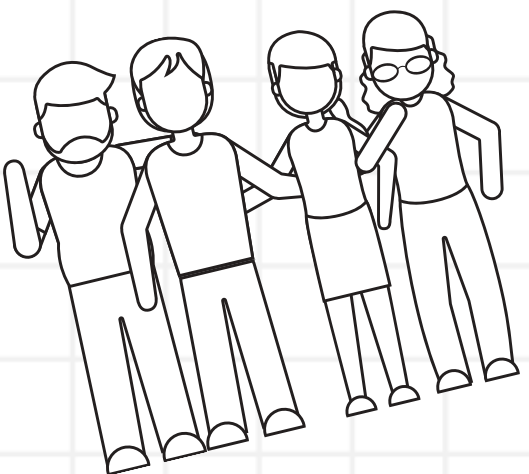


# TRAITER D'UN SUJET

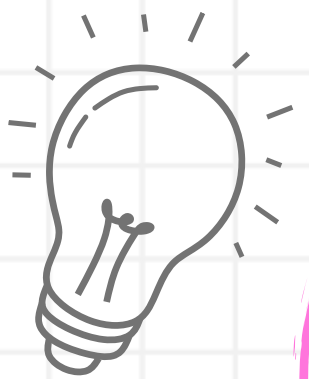


## COO COOP

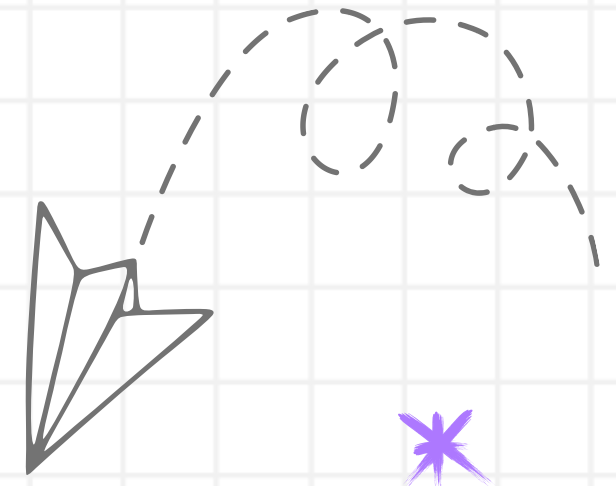




**QUI ?**  
 Qui est concerné ?  
 Acteurs  
 Bénéficiaires  
 Victimes  
 Témoins  
 Et qui contacter !



**QUOI ?**  
 Quel est le sujet ?  
 Quel produit ?  
 De quoi parle t'on ?



**POUR QUOI ?**  
 Objectifs  
 Motivations  
 Causes

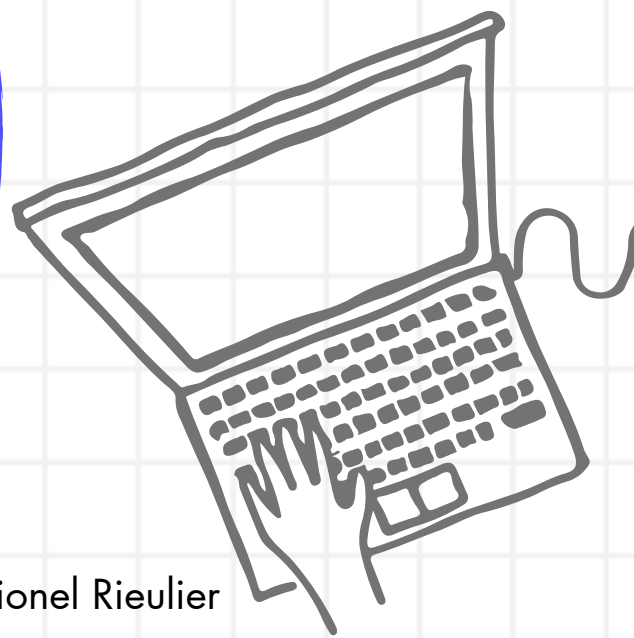
**COMBIEN ?**  
 Quantité  
 Mesures  
 Sommes

**TRAITER  
 D'UN SUJET**

**OU ?**  
 Lieu  
 Origine  
 Destination

**COMMENT ?**  
 Procédures  
 Moyens  
 Circonstances  
 Méthodes  
 Conditions

**QUAND ?**  
 Date  
 Période  
 Durée  
 (début/étapes/fin)



# LE ROTARY VA ÉRADIQUER LA POLIOMYÉLITE DANS LE MONDE !



## QUI ?

Qui est concerné ?  
Acteurs / Bénéficiaires  
Et qui contacter !

Le Rotary



## QUOI ?

Quel est le sujet ?  
De quoi parle t'on ?

Le Rotary participe à l'éradication de la polio



## OÙ ?

Lieu  
Origine  
Destination

Le Rotary participe à l'éradication de la polio dans le monde



## POUR QUOI ?

Objectifs  
Motivations  
Causes

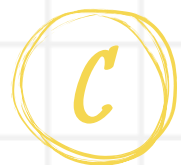
Le Rotary participe à l'éradication de la polio dans le monde, afin que plus un enfant ne souffre du handicap ou ne succombe à cette effroyable maladie.



## COMMENT ?

Procédures / Moyens  
Circonstances  
Méthodes / Conditions

Le Rotary participe à l'éradication de la polio dans le monde en vaccinant, afin que plus un enfant ne souffre du handicap ou ne succombe à cette effroyable maladie.



## COMBIEN ?

Quantité  
Mesures  
Sommes

Le Rotary participe à l'éradication de la polio dans le monde, en vaccinant 400 millions d'enfants, afin que plus un enfant ne souffre du handicap ou ne succombe à cette effroyable maladie.



## QUAND ?

Date  
Période  
Durée

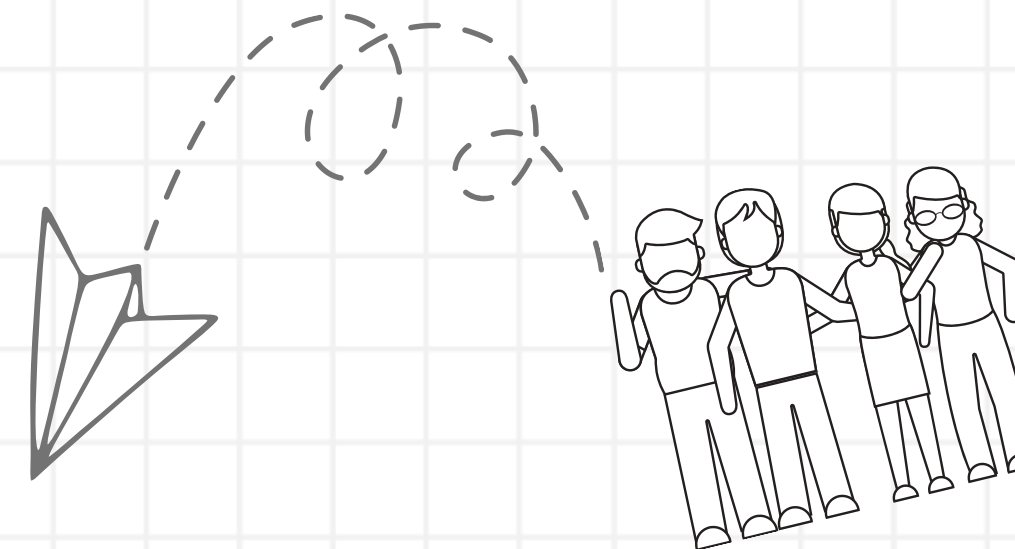
Depuis 1978, le Rotary participe à l'éradication de la polio dans le monde, en vaccinant 400 millions d'enfants chaque année, afin que plus un enfant ne souffre du handicap ou ne succombe à cette effroyable maladie dans les 3 ans qui viennent.

TRAITER

D'UN SUJET

Rotary

Région 14





# LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le communiqué de presse doit donner envie de vous publier ou de vous contacter pour en savoir plus.

Réaliser un bon communiqué de presse, c'est bien...

**proposer un sujet qui intéresse les journalistes et ses lecteurs, c'est mieux...**



## LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE



### Qu'est-ce qu'un communiqué de presse ?

Un communiqué de presse est un document concis destiné aux journalistes pour diffuser des informations sur un événement spécifique.

### Comment rédiger votre communiqué de presse ?

Un communiqué de presse n'excède pas **1 (idéalement) à 2 pages Word**. Il répond aux 7 questions suivantes : Qui ? Quoi ? Où ? Comment ? Pour quoi ? Combien ? Quand ? Qui contacter pour plus d'infos ?

### Trouvez un titre irrésistible

Le succès de votre communiqué de presse réside dans votre titre. L'objectif est de le rendre captivant et engageant en utilisant des verbes d'action, un langage clair et compréhensible, tout en restant simple et court.

### Quel forme ?

Pour faciliter la lisibilité de votre communiqué de presse, il est recommandé d'aérer le texte en utilisant des titres et des sous-titres, les infos clés en gras. N'oubliez pas d'indiquer la date du communiqué et, si nécessaire, la date de l'annonce effective.

### Quel fond ?

Présentez une seule nouveauté par communiqué de presse, en évitant les superlatifs tels que "exceptionnel" ou "magnifique". L'objectif d'un communiqué de presse est de transmettre de l'information, pas de faire de la publicité promotionnelle. Pour cela, il existe d'autres outils tels que les campagnes publicitaires.



**Le communiqué de presse doit donner envie de vous publier ou de vous contacter pour en savoir plus.**



## LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Qu'est-ce qu'un communiqué de presse ?

Un communiqué de presse est un document concis destiné aux journalistes pour diffuser des informations sur un événement spécifique.

### Comment rédiger votre communiqué de presse ?

Un communiqué de presse n'excède pas **1 à 2 pages Word**. Il répond aux 7 questions suivantes : Qui ? Quoi ? Où ? Comment ? Pour quoi ? À Quand ? Combien ? Qui contacter pour plus d'infos ?

### Trouvez un titre irrésistible

Le succès de votre communiqué de presse réside dans votre titre. L'objectif est de le rendre captivant et engageant en utilisant des verbes d'action, un langage clair et compréhensible, tout en restant simple et court.

### Quel forme ?

Pour faciliter la lisibilité de votre communiqué de presse, il est recommandé d'aérer le texte en utilisant des titres et des sous-titres, les infos clés en gras. N'oubliez pas d'indiquer la date du communiqué et, si nécessaire, la date de l'annonce effective.

### Quel fond ?

Présentez une seule nouveauté par communiqué de presse, en évitant les superlatifs tels que "exceptionnel" ou "magnifique". L'objectif d'un communiqué de presse est de transmettre de l'information, pas de faire de la publicité promotionnelle. Pour cela, il existe d'autres outils tels que les campagnes publicitaires.

Réalisé par Lionel Rieulier



# Le communiqué de presse doit donner envie de vous publier ou de vous contacter pour en savoir plus.



Lieu, date

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Un titre accrocheur

Un slogan explicite, qui donne envie de lire le CP

#### Introduisez votre idée.

C'est votre occasion d'intéresser le journaliste (Comment cela a t'il pu se produire?).

Un journaliste publie ce qu'il juge intéressant pour ses lecteurs.



#### VISUEL

Ajoutez une photo **évocatrice** avec le fichier haute définition en pièce jointe. Indiquez les droits.

#### DEVELOPPEMENT

Donnez des infos concrètes et intéressantes (dates, lieux, raisons, statistiques) **QQQQCCP**. Evitez les superlatifs et les poncifs.

#### LISIBILITÉ

Titres, paragraphes, infos principales en gras.

Le journaliste publiera des informations impartiales & objectives.

- Des opinions tranchées
- Des chiffres d'études
- Des avis d'experts
- Des métaphores, petites phrases, formules... qui vont marquer les esprits
- Des exemples de clients, d'utilisateurs, de bénéficiaires (idéalement qui puissent être interviewées par le journaliste)

#### QUI ÊTES-VOUS ?

Titres, paragraphes, infos principales en gras.



Ajoutez des éléments multimedia comme des vidéos, des liens vers des documents PDF, site web... qui rendent votre CP plus attractif.

**COORDONNÉES,  
PERSONNE À CONTACTER**  
Nom prénom, Téléphone, e-mail  
Mentionnez son expertise,  
donnez envie de l'interviewer

## Réaliser un bon communiqué de presse, c'est bien...

## proposer un sujet qui intéresse les journalistes et ses lecteurs, c'est mieux...



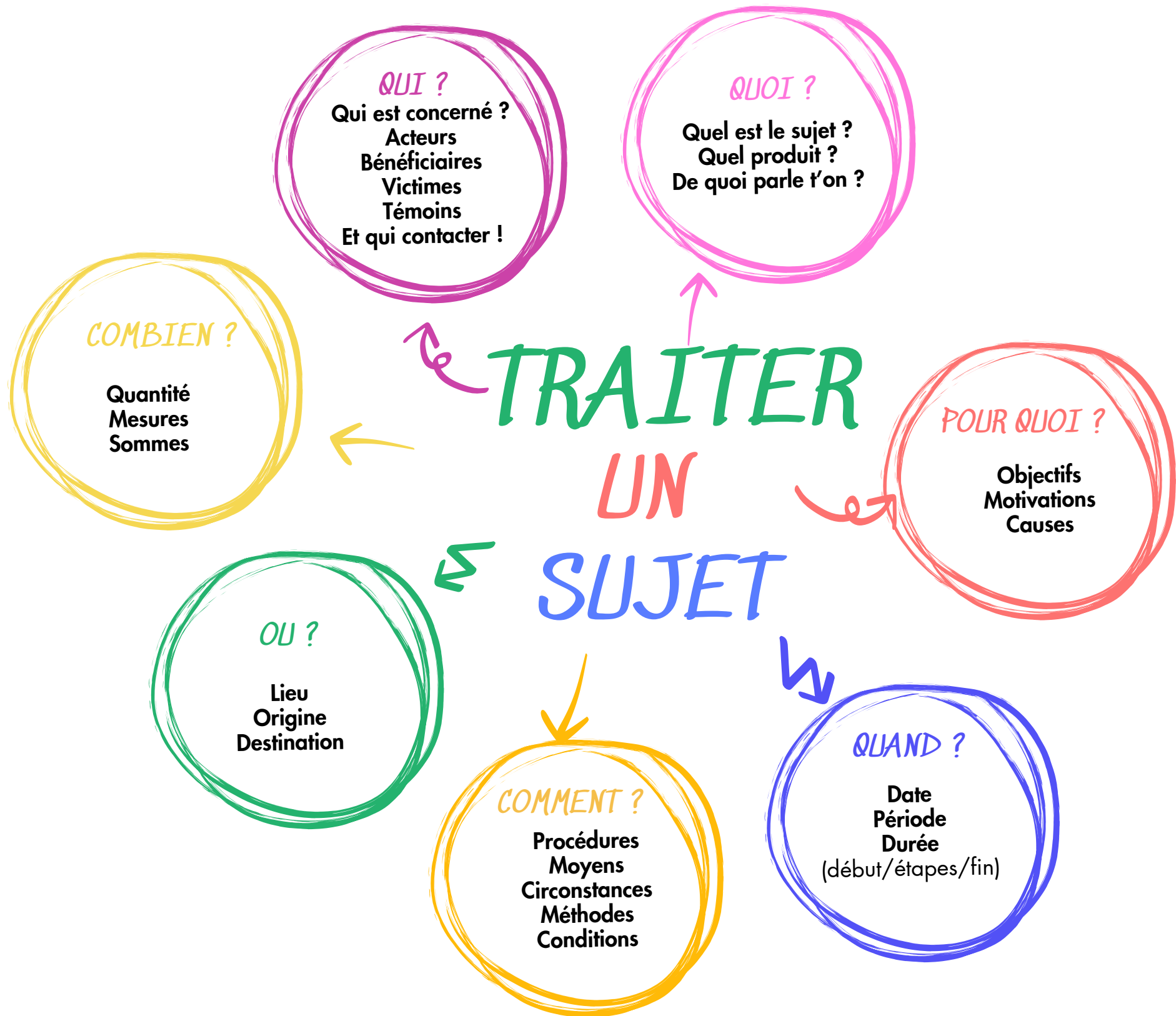
**La publication du communiqué de presse sur LinkedIn, Facebook, site web... est devenue incontournable.**



#### ASTUCE

Puisez vos idées de trame en ayant recours à l'intelligence Artificielle (Mistral, Chat GPT...).

**Rotary**  
Région 14 



**Partie 1**

**Partie 2**



Lieu, date

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

**Un titre accrocheur**

**Un slogan explicite, qui donne envie de lire le CP**

**Introduisez votre idée.**

C'est votre occasion d'intéresser le journaliste (Comment cela a t'il pu se produire?).

Un journaliste publie ce qu'il juge intéressant pour ses lecteurs.



**VISUEL**

Ajoutez une photo **évocatrice** avec le fichier haute définition en pièce jointe. Indiquez les droits.

**DEVELOPPEMENT**

Donnez des infos concrètes et intéressantes (dates, lieux, raisons, statistiques) **QOQQCCP**. Evitez les superlatifs et les poncifs.

**LISIBILITÉ**

Titres, paragraphes, infos principales en gras.

Le journaliste publiera des informations impartiales & objectives.

- Des opinions tranchées
- Des chiffres d'études
- Des avis d'experts
- Des métaphores, petites phrases, formules... qui vont marquer les esprits
- Des exemples de clients, d'utilisateurs, de bénéficiaires (idéalement qui puissent être interviewées par le journaliste)

**QUI ÊTES-VOUS ?**

Titres, paragraphes, infos principales en gras.



Ajoutez des éléments multimedia comme des vidéos, des liens vers des documents PDF, site web... qui rendent votre CP plus attractif.

**COORDONNÉES,  
PERSONNE À CONTACTER**  
Nom prénom, Téléphone, e-mail  
Mentionnez son expertise,  
donnez envie de l'interviewer



## LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Un titre accrocheur qui donne envie de lire

La synthèse en 3 à 4 lignes pour tout résumer

Les idées fortes,  
1 par paragraphe. Ainsi que les

**QOQQCCP.**

A propos  
Contact

Liens

L'information doit être organisée afin de faciliter un maximum la lecture pour le journaliste.

Un journaliste reçoit de plus en plus de messages, il faut donc aller rapidement à l'essentiel pour qu'il puisse décider en quelques secondes s'il va :

- **Lire ou jeter à la poubelle** votre message (d'où l'importance de l'expéditeur)
- **Trouver votre sujet pertinent** ou pas (le titre)
- **Identifier de l'information à valeur ajoutée** dans le contenu
- **Evaluer qu'il y a dans cet article matière à publier** l'information dans son journal.
- Appeler ou vous envoyer un email pour **en savoir plus si le sujet lui paraît vraiment intéressant.**

### Voici quelques conseils supplémentaires pour votre communiqué de presse :

- **Ne jamais utiliser des superlatifs** (le meilleur, une innovation de rupture, une révolution, unique sur son marché...).
- **Supprimez toutes les phrases inutiles, le jargon...** le communiqué de presse doit comprendre le minimum d'informations... c'est l'entretien téléphonique qui vous permettra d'en dire plus. Le communiqué de presse est comme un CV, il ne sert qu'à décrocher un entretien.
- **Ne pensez pas que le journaliste est un expert dans votre thématique** (sauf exception), donc vulgarisez et simplifiez.