

TOURISME
GASPÉSIE



**Comment bien écrire et diffuser
un communiqué de presse**

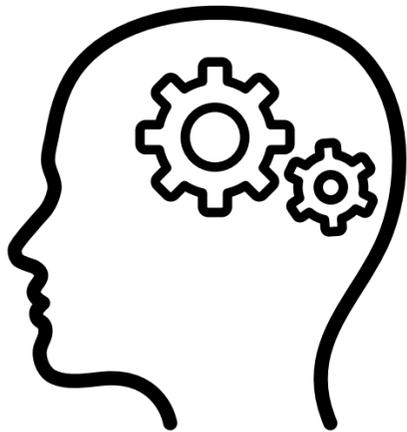


Avant de rédiger et envoyer un communiqué de presse, trois questions à vous poser :

- **Est-ce que ma nouvelle est d'intérêt médiatique et pourrait être couverte dans les médias ou c'est davantage une nouvelle à partager sur les médias sociaux et en infolettre? Demandez-vous si votre communiqué apporte une information nouvelle, originale ou significative pour le public.**
- **Est-ce que le projet à annoncer est confirmé à 100% et il n'y a pas de risque de devoir se rétracter au moment où je souhaite envoyer mon communiqué de presse? S'il y a un risque, il vaut mieux attendre que tout soit signé avant de communiquer la nouvelle.**
- **Est-ce que j'ai mis à jour ma liste de diffusion et est-ce que je m'apprête à cibler les bons journalistes pour couvrir ma nouvelle ? Un communiqué générique envoyé en masse ne génère presque jamais de retombées.**

En premier temps : définir les messages clés à passer dans votre communiqué de presse

La question à vous poser : que voulez-vous que vos publics retiennent?



- Le message doit être clair, cohérent et attrayant.
- Adaptez le ton et le contenu en fonction des cibles (émotionnel, rationnel, informatif).
- Les messages clés bien définis servent à renforcer l'identité de la marque tout en facilitant la compréhension et l'adhésion de votre audience.
- Ils sont la colonne vertébrale de toute campagne de communication et doivent être réfléchis avec soin pour s'adapter à chaque point de contact avec le public.

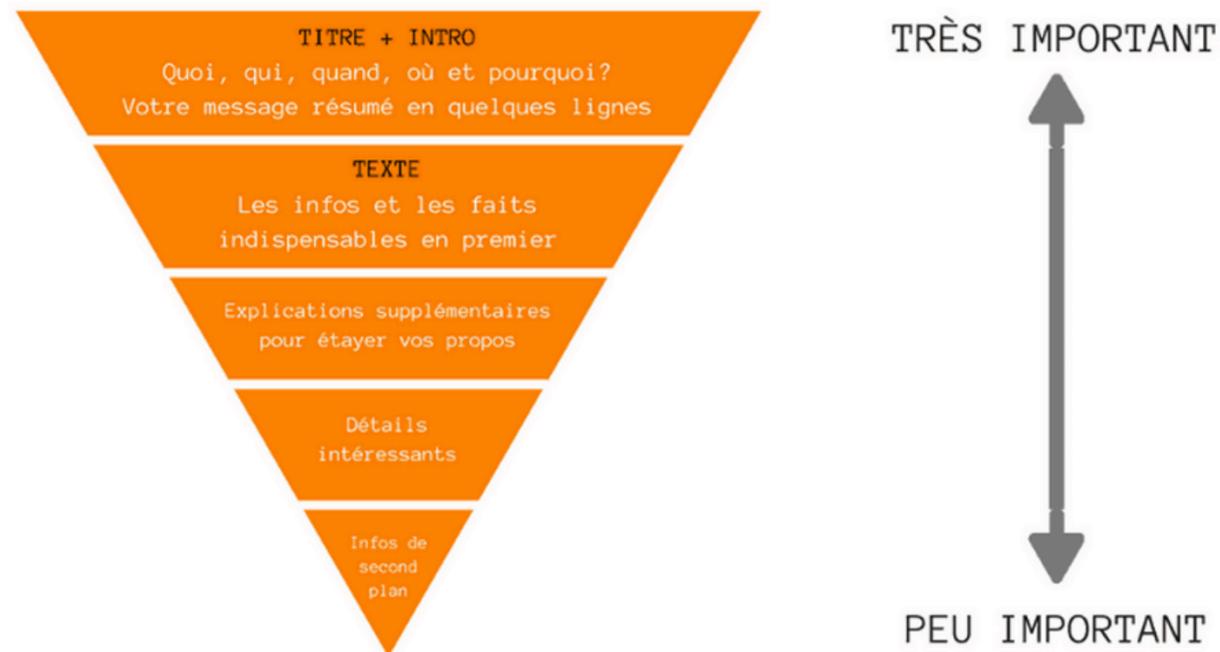
Les messages clés doivent respecter plusieurs critères pour être efficaces :



- Clarté : Un message doit être simple et direct. Il doit être compris sans effort par l'audience cible.
- Cohérence : Tous les messages, qu'ils soient déclinés en plusieurs formats ou pour différentes cibles, doivent s'aligner sur un même fil conducteur et ne pas se contredire.
- Pertinence : Le message doit répondre aux attentes et aux besoins des cibles. Un bon message se place du point de vue du client, pas seulement de l'entreprise.
- Brièveté : Un message clé doit être concis, afin d'être facilement mémorisable et réutilisé dans divers contextes.
- Différenciation : Le message doit montrer ce qui rend l'entreprise ou l'offre unique par rapport à la concurrence.
- Adaptabilité : Un bon message clé peut être adapté à différents supports de communication, comme un post sur les réseaux sociaux, un communiqué de presse ou une présentation d'affaires.

Faire la rédaction d'un communiqué de presse qui rejoint la cible

PRINCIPE DE LA PYRAMIDE INVERSÉE



Titre et sous titre :

- Il faut qu'ils soient accrocheur et résument rapidement la nouvelle.

Le premier paragraphe se nomme le lead et doit toujours contenir les 5 W :

- Où ? / Where ?
- Qui ? / Who ?
- Quand ? / When ?
- Quoi ? What ?
- Pourquoi ? Why ?

Le style de rédaction :

- La rédaction se fait à la 3e personne comme nous nous adressons aux médias qui sont une courroie de transmission et non directement aux consommateurs à la manière d'une infolettre ou d'une publication sociale.
- Utilisez un vocabulaire accessible facile à comprendre en évitant les jargons.
- Soignez votre français et utiliser un correcteur tel Antidote ou ChatGPT.
- Assurez-vous d'avoir les visuels et les infos pratiques (horaire, lien, contact)

La forme du communiqué de presse

théâtre /
/ à tour
de rôle 40

40^E ANNIVERSAIRE DU THÉÂTRE À TOUR DE RÔLE

Programmation festive et vaste campagne pour propulser l'avenir

Carleton-sur-Mer, le 4 mars 2025 – C'est avec fébrilité que l'équipe du Théâtre À tour de rôle annonce les festivités entourant le 40^e anniversaire de l'organisme, qui soufflera officiellement ses bougies le 20 septembre prochain. Pour marquer l'occasion, le théâtre lance aujourd'hui pour la première fois de son existence une campagne majeure de financement ainsi qu'une programmation festive qui ponctuera les prochains mois. Invitation lancée à la communauté - d'ici et de partout au Québec - à venir célébrer la longévité et l'importance de ce bastion en arts vivants dans le paysage gaspésien.

C'est autour du thème *À tour de rôle, donnons!* que la première campagne de sociofinancement du théâtre est aujourd'hui mise en ligne. Si l'objectif est financier (chiffré à 20 000\$), il est aussi humain. Au cours du printemps, des témoignages d'artistes (Viviane Audet, Simon Boulerice, Fanny Britt, etc.), des images d'archives et des moments marquants de l'histoire seront relayés sur les réseaux sociaux du Théâtre et permettront à tous et toutes de se réapproprier un pan de l'histoire culturelle gaspésienne. Des contreparties variées seront offertes et mettront de l'avant la générosité et le soutien des gens envers l'institution, afin de l'aider à se propulser pour les prochaines années.

Communiqué
Diffusion immédiate

Pour indiquer aux médias qu'ils peuvent publier la nouvelle dès réception, il est aussi possible de mettre la mention sous embargo, avec la date de levée de l'embargo pour un désir de publication à une date ultérieure.

Cette section s'appelle le lead, et doit contenir toutes les informations importantes du communiqué de presse en répondant aux 5 W.

Ensuite on décline les informations du communiqué par paragraphes thématiques allant des informations les plus importantes à celles moins importantes.

La forme du communiqué de presse

À propos

Le Théâtre À tour de rôle est engagé dans la création, la production, la diffusion et la promotion de la dramaturgie et du théâtre québécois et canadien. Actuel, pertinent et initiateur, il participe également au rayonnement de l'art théâtral par la circulation de ses créations au Québec et dans la francophonie canadienne, en plus de diffuser des œuvres marquantes d'autres compagnies. Fier de contribuer à l'enrichissement culturel régional et national, il soutient le développement des artistes et de leurs projets, en plus d'intéresser la population et la relève de la Gaspésie à la création théâtrale.

Toujours mettre la biographie de votre organisation en fin de communiqué de presse pour rappeler aux journalistes qui vous êtes et leur éviter de chercher cette information en ligne.

[Trousse média](#) (vidéos, visuel et logo)

[Théâtre À tour de rôle](#)

[Campagne de sociofinancement - Zeffy](#)

Relations de presse

Marie-Josée Lépine

contact@mariejoseelepine.ca

418.522.2691

Mettez votre contact au bas du communiqué de presse, avec idéalement votre cellulaire pour être joignable rapidement.

– 30 –

Le -30- signifie que le communiqué de presse est terminé. C'est un jargon de l'industrie qui décèle qui sait comment rédiger un communiqué de presse.

Mettez les liens vers les images, les études, les campagnes accessibles en tout temps par les journalistes pressés qui vous remercieront d'avoir tout clé en main,

40
actuel
pertinent
initiateur

Infos en rafale sur le communiqué de presse

Quel est le meilleur moment pour envoyer un communiqué de presse ?

- Idéalement tôt le matin pour une publication sur le web dans la journée, ou en fin de journée pour publication le lendemain.

Comment envoyer mon communiqué de presse?

- La meilleure façon restera toujours via un courriel personnalisé, envoyé à la bonne personne, avec le bon angle selon sa ligne éditoriale et au bon moment dans l'année, pour entrer dans l'actualité du moment, mais une bonne nouvelle trouvera une place même envoyée en communiqué de presse de masse ou via un fil de presse.

Pourquoi ajoute-t-on des citations?

- Pour permettre une reprise de celles-ci dans les articles médias sans devoir faire une entrevue.

À quoi sert l'embargo?

- À interdire aux journalistes de publier avant sa levée (important de mettre la date de levée de l'embargo.) Ex: Sous embargo jusqu'au 13 mai, 9 h. Advenant le non respect de l'embargo, vous avez des recours légaux si votre entreprise a été affectée.

À quoi sert la source?

- Lorsque vous partagez des chiffres, des études ou des faits, il est recommandé d'ajouter la source sous le -30- en fin de communiqué de presse afin de rendre le tout crédible et utilisable dans les médias.

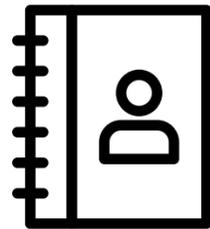
L'envoi à votre liste de médias locaux

***Astuce :**

- Comme vous communiquerez souvent avec eux, tenter de personnaliser vos envois via des courriels personnalisés

Radio		
BLEU FM	Méchins à Chandler	info@bleufm.ca
CHNC	Pointe gaspésienne	nelson@radiochnc.com michel@radiochnc.com
CIEU FM	Baie-des-Chaleurs	information@cieufm.com
Radio Gaspésie	Gaspé et les environs	nouvelles@radiogaspesie.ca
Radio-Canada	Gaspésie, les Îles-de-la-Madeleine	nouvelles.matane@radio-canada.ca
Radio-Canada, Émission «Au coeur du monde»	Gaspésie, les Îles-de-la-Madeleine	aucoeurdumonde@radio-canada.ca
Radio-Canada, Émission «Bon pied, bonne heure!»	Gaspésie, les Îles-de-la-Madeleine	bonpied@radio-canada.ca
Télévisions		
Radio-Canada	Gaspésie, les Îles-de-la-Madeleine	nouvelles@radio-canada.ca
Radio-Canada	Rimouski	nouvelles_rimouski@radio-canada.ca
TVA CIMT CHAU	Bas-Saint-Laurent, Gaspésie, Nouveau-Brunswick	info@chautva.com
Journaux		
Les Publications Le Soir (anciennement groupe Médialo)	Rimouski et Gaspésie	info@lesoir.ca
Le Soleil - Johanne Fournier (collaboratrice spécial)	Ville de Québec et Est de la province	j.fournier@telus.net
Le Soleil - Gilles Gagné (collaborateur spécial)	Ville de Québec et Est de la province	ggsoleil60@gmail.com
Web		
Tourisme Express	Industrie touristique du Québec	redaction@tourismexpress.com

La mise à jour de sa liste de presse avant envoi



Répertoires pour trouver les différents médias :

- <https://www.fpjq.org/fr/repertoire-des-medias> *Gratuit
- <https://www.pressreader.com/fr> *Payant mais abordable



Pour trouver les accès aux adresses courriels :

- Sur les sites web des différents médias. Exemple ici.
- <https://datablitz.com> *Payant mais abordable
- Contactez Tourisme Gaspésie qui a aussi une belle banque de données pour vous aider.



Je manque de temps et souhaite déléguer :

- L'envoi de communiqués via un fil de presse comme CNW Cision ou via La Presse Canadienne. *Tarifs spéciaux avantageux pour les OBNL. Sinon, les coûts varient selon l'audience ciblée, le nombre de mots et les visuels inclus.
- Une agence de relations publiques et de marketing d'influence pourra vous recommander les bons médias pour vos projets et coordonner les envois de communiqué de presse, les approches, les visites et les entrevues pour vous. Les honoraires se situent entre 100 \$ et 150 \$ de l'heure et une offensive ponctuelle pourra se chiffrer entre 5000\$ et 10 000\$ selon le temps à investir dans votre projet. Quelques références ici.

CISION®

Comment rédiger un bon communiqué de presse

Découvrez le puissant potentiel des communiqués de presse et apprenez à créer des communiqués de presse efficaces pour votre entreprise avec Canada Newswire.

 CNWGroup



5 exemples de communiqués de presse et comment en créer un

Structure, design, ciblage : suivez notre guide et nos exemples pour créer un communiqué de presse efficace.

 Canva / May 27, 2024

Rappel du type de visibilités possibles

[Accueil] / [Cahiers spéciaux] / [Plaisirs]

La renaissance de Mont-Saint-Pierre, en Gaspésie

Marie-Julie Gagnon
Marie-Julie Gagnon
28 septembre 2024



Photo: La coopérative de solidarité de Mont-Saint-Pierre. C'est dans l'église convertie en Salle du clocher qu'est présenté le spectacle immersif « À vol d'oiseau ».

Ce texte fait partie du cahier spécial [Plaisirs](#)

1 M \$ pour redorer le Parc régional du Lac-Matapédia

🔗 📷 🗣️



Parc régional du Lac-Matapédia. B de Charlie. img7995
PHOTO : RADIO-CANADA / JEAN-FRANÇOIS DESCHÈNES

Alice Jacottin
Jean-François Deschênes
Publié le 8 mai à 19 h 11 HAE
Mis à jour le 8 mai à 20 h 01 HAE

🔊 Écouter l'article ⓘ

Bon pied, bonne heure! | Rattrapage du mercredi 21 mai 2025

De l'argent pour un tourisme de montagne durable

Mercredi 21 mai 2025

Lancer l'écoute 9 min 🔗 📶



Le mont Jacques-Cartier dans le Parc national de la Gaspésie.
PHOTO: Radio-Canada / Sandra Fillion

Québec octroie 460 000 \$ pour soutenir des projets dans le cadre du Plan montagnes déployé en Gaspésie. On en discute avec David Dubreuil, coordonnateur service aux entreprises chez Tourisme Gaspésie.

🔊 Lancer l'écoute 9 min 🔗 📶

Station touristique Pin Rouge : une bonne saison de ski et des projets pour l'avenir

Publié le 7 mai 2025 à 15:22, modifié le 7 mai 2025 à 15:22
Par: Louis-Philippe Morin



La station touristique Pin Rouge faisait le point, ce matin, sur sa dernière saison de ski. Alors que l'industrie est confrontée à de nombreux défis, le centre de ski dresse un bilan positif de l'hiver qui se termine. Les membres du conseil d'administration ont annoncé une croissance des revenus... On parle d'une hausse d'un peu plus de 12 % pour le premier trimestre de 2025, comparativement à l'année dernière. Après avoir vu sa dette épongée par la municipalité de New Richmond, la station de ski se tourne, résolument, vers l'avenir.

« Ce que vous partagez dans un communiqué de presse est aussi important que la façon dont vous le dites. Les journalistes n'achètent pas une histoire, ils achètent un angle. »

**– Barbara Diggs-Brown,
professeure de journalisme et communication**