

## Le communiqué de presse

### Apports méthodo

Outil médiatique majeur, un « CP » sert à donner aux journalistes des infos qu'ils n'ont pas, un éclairage sur un événement qu'ils couvrent ou une réaction sur un événement sous le feu de l'actu. Mais en fin de compte, **l'objectif est toujours d'obtenir une interview (journal, radio ou télévision) ou d'être cité par la presse.** Attention donc à ne pas le transformer en tract militant ou en lettre ouverte, il aura peu de chance de retenir l'attention des journalistes.

### Facteurs de succès

Pour réussir, il est important d'intégrer les méthodes et contraintes des journalistes :

- Le contenu doit être suffisamment incisif pour susciter leur intérêt et pour qu'ils vous contactent
- La réactivité est un élément clé: s'il arrive après ceux de dix autres organisations ou qu'il est diffusé après la fermeture des rédactions, il ne sera pas repris dans la presse !
- Si vous n'avez pas suffisamment de matière ou de temps, vous pouvez vous limiter à quelques « lignes réactives »

### Difficultés

- Le processus de validation interne est souvent son pire ennemi ! Pourtant, produire le CP n'est que le début. Reste à le diffuser, à relancer les journalistes ... et à réaliser des interviews.
- Cet outil est généralement trop succinct pour « lancer un sujet » qui ne fait pas l'actualité. Mieux vaut y préférer une conférence de presse ou un briefing en tête à tête avec un journaliste.
- Dans certains pays/contextes les médias ont une influence limitée sur les décisions politiques (ils sont aussi parfois peu professionnels ou insuffisamment impartiaux).

### Quelques principes élémentaires

#### Une page grand maximum!

Les journalistes sont pressés, ils reçoivent des centaines de CP par jour, et lisent vos messages sur leurs smartphones

#### Respectez les règles!

Les codes journalistiques poussent à résumer les points importants au début (méthode de la pyramide inversée ci-contre et des 5W au verso)

#### Une idée par paragraphe, introduite par un intertitre clair

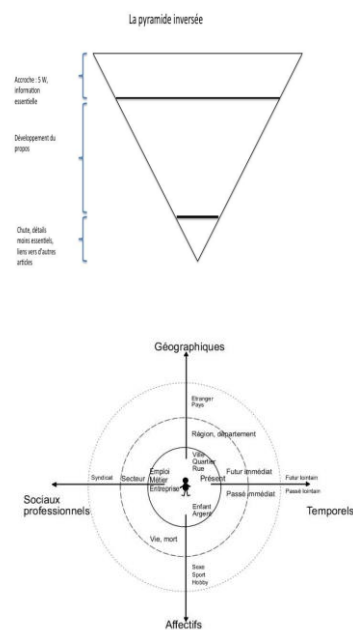
Facilitez la lecture des angles de votre sujet, on doit les comprendre vite

#### “Concrètement, que voulez-vous dire ?”:

Question que le journaliste vous posera inmanquablement, autant apporter des éléments directement: chiffres, exemples, messages simples, attention au jargon

#### Rapprochez au mieux votre sujet du lecteur: « les lois de proximité »

- Ce qui est proche de chez moi m'intéresse plus que ce qui est loin
- Ce qui touche à mon activité professionnelle m'intéresse davantage
- Les sujets qui comptent dans nos vies nous intéressent davantage
- Je m'intéresse davantage à ce qui s'est passé hier qu'il y a deux mois



### Le processus

Rédaction



Validation



Envoi



Relances



Interview



## Bonnes pratiques

Le communiqué de presse de Greenpeace présenté ci-dessous est décortiqué pour illustrer les éléments clés de sa structure.

### Titre clair

> On connaît les protagonistes et l'action

#### Action : Greenpeace s'invite chez Total pour une marée noire

Publié le 27 mars 2017

Climat, Océans

Paris, le 27 mars 2017. A 7h05 ce matin, une trentaine d'activistes de Greenpeace France ont simulé une marée noire de plus de 200m carrés devant le siège de Total à la Défense.

En déversant 3 000 litres de faux pétrole, l'organisation veut mettre en garde Total contre les risques que l'entreprise ferait courir à une zone encore épargnée par l'industrie pétrolière, si elle met à exécution ses projets d'exploration puis d'exploitation au large de l'embouchure de l'Amazone.

Greenpeace demande à Total l'abandon pur et simple de ses projets d'exploration à proximité du Récif de l'Amazone.



Action devant le siège de Total pour protéger le récif de l'Amazone des projets du pétrolier dans la région.

Photos et vidéo seront bientôt disponibles ici :

<http://www.salledepresse.com/fr/org/greenpeace/-/event/907>

Le même jour, Greenpeace Belgique mène également une action sur pour dénoncer les projets de la multinationale.

#### Total, menace officielle du récif de l'Amazone

Dans une course toujours plus effrénée aux nouveaux gisements, le pétrolier français a trouvé son nouvel eldorado au Brésil où il a noué un partenariat stratégique de 2,2 milliards de dollars avec Petrobras, la compagnie pétrolière brésilienne.

En face des côtes de l'État d'Amapa, Total dispose avec BP de 5 blocs exploratoires au large de l'embouchure de l'Amazone et compte démarrer cette année l'exploration avec le forage du premier puits.

Or, c'est dans cette région que se trouve le récif de l'Amazone, un réseau corallien unique qui pourrait être un nouveau biome, avec sa propre biodiversité, microclimat et géographie. Greenpeace a diffusé en février dernier les premières photos du Récif dont les scientifiques estiment que 95% reste inconnu.

« Total a beau mettre en avant son engagement pour une énergie 'responsable', sa 'réponse au défi climatique' est aujourd'hui d'explorer des gisements à moins de 30 km d'un biome unique au monde et encore à peine découvert » souligne Edina Ifticène, chargée de campagne pour Greenpeace France. « Une fuite, même faible, pourrait mettre en danger le Récif de l'Amazone encore peu étudié ainsi que les côtes de l'Amapá et de la Guyane française ».

Une marée noire dans la région aurait des conséquences irréversibles sur le récif. Elle pourrait signifier du pétrole dans la plus grande ceinture de mangroves au monde, la mort de nombreux animaux sauvages, poissons et oiseaux compris, et pourrait avoir un impact négatif sur les activités commerciales dans la région, ainsi que sur le mode de vie de ceux dont la subsistance dépend de l'océan et du fleuve.

Contact presse : Hélène R. 07 32 12 34 56

### Date

### Mots clés

> Facilite le traitement par le journaliste

### Chapô 5W + H

What? Who? Where? When? Why? + How?  
> Le journaliste a tous les éléments résumés en 3 phrases, y compris la demande concrète

### Intertitre

> Facilite la lecture

### Chiffres clés

### Citations

> Le journaliste sait ce qu'il peut vous demander ou ce qu'il peut reprendre directement

### Coordonnées

> Le journaliste sait où vous joindre pour une interview

### Photos et vidéos

> Le CP s'adresse à la presse écrite et audiovisuelle

### Message

> 3 phrases expliquent pourquoi c'est important

### Illustrations concrètes

> Explique les conséquences et donne différents angles