



FICHE PRATIQUE #4

MODÈLE DE
COMMUNIQUÉ &
D'INVITATION
À LA PRESSE



POUR PUBLICATION IMMÉDIATE

DATE :

COORDONNÉES :

[nom], [fonction/organisation], [adresse électronique],
[numéro de téléphone portable]

TITRE :

[titre concis et évocateur, rédigé dans un style
journalistique]

SOUS-TITRE (facultatif) :

brève description du changement opéré, de la façon dont
l'objet du communiqué a changé les choses.

LIEU — Ces 1 à 3 premières phrases constituent une explication légèrement plus détaillée des faits que le titre du communiqué de presse. Ici, vous pouvez spécifier l'objectif et le résultat de l'action.

[CITATION]

Cette citation doit provenir de votre principal.e porte-parole (p. ex. étudiant.e, administrateur.trice ou membre de la communauté) ayant participé à l'organisation de l'événement dont parle ce communiqué de presse [inclure nom et titre complets du ou de la porte-parole]. Cette citation doit clarifier pourquoi cet événement/cette campagne est importante ainsi que son exigence principale.

Après le 3e paragraphe, un peu plus de liberté vous est donnée. Utilisez un 4e ou 5e paragraphe pour fournir des informations de fond sur la campagne. Donnez suffisamment d'informations pour les journalistes n'ayant pas suivi la campagne. Vous pouvez fournir des renseignements d'ordre général. Dans le cas d'une réunion, présentez les participants et les rôles de chacun. Pour un événement, expliquez qui étaient les participant.e.s et le rôle qu'ils et elles ont rempli.

Modèle de communiqué de presse et invitation à la presse

[CITATION] Cette citation doit si possible provenir d'un.e autre organisateur.trice de votre événement ou campagne. Elle doit synthétiser l'objectif, l'impact et l'importance de l'action et fournir des informations plus prospectives quant à la suite du projet.

Le paragraphe final aborde les éventuelles étapes suivantes. Il explique comment l'action, l'événement, la réunion, etc., a changé la situation.

NOTES AU RÉDACTEUR OU À LA RÉDACTRICE

- Si vous souhaitez partager d'autres déclarations, photos ou informations avec la presse, vous pouvez les ajouter ici.
- N'hésitez pas à donner une touche personnelle à votre communiqué ! Les histoires personnelles sont souvent les plus percutantes.
- Établissez la connexion : expliquez comment le contenu de ce communiqué influe sur l'ensemble du mouvement.