

# Rédiger et diffuser un communiqué de presse



© AdobeStock.

## ★ À qui cela s'adresse ?

- Journalistes de la presse locale et quotidienne régionale.
- Médias en ligne, radios locales.

## ★ En quoi cela consiste ?

Entretenir de bonnes relations avec les journalistes en restant disponible, sympathique, réactif, honnête est un véritable levier de promotion pour des campagnes locales et nationales. Le communiqué de presse est un outil essentiel pour attirer l'attention des journalistes sur une campagne, une actualité ou un événement. Court, clair et structuré, il doit présenter des faits pertinents et percutants, répondre aux questions essentielles (Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ?) et inciter les journalistes à relayer l'information.

## ★ Étapes clés

### 1. Préparation

- Identifier 1 ou 2 personnes « contact presse » au sein de l'association.
- Créer un fichier presse avec les coordonnées des journalistes locaux : nom, média, spécialité, contacts mail et téléphone.

### 2. Planification

- Définir la date, l'heure (du lundi au jeudi, plutôt le matin).
- Déterminer le(s) sujet(s) (2 sujets maximum).
- Anticiper le mode de diffusion des communiqués.

### 3. Rédaction

- Structurer le contenu du communiqué : titre court et accrocheur, introduction (résumé de quelques lignes), développement répondant aux questions clés

(Qui ? Quoi ? Quand ? Comment ? Pourquoi ? Où ?) et intégrant des citations (élu·e local·e, partenaire, usage·re).

- Ajouter impérativement le « contact presse » et le logo de l'association.

### 4. Diffusion

- Avant envoi : faire relire le contenu pour éviter les fautes.
- Varier les canaux : envoi direct au fichier presse, partage sur les réseaux sociaux, inclusion dans la newsletter.
- Personnaliser les envois pour les journalistes clés, n'hésitez pas à les relancer par un appel.

### 5. Analyse

- Suivre les retombées médiatiques : veille réseau sociaux, « Google Alerte », etc.

## ★ Conseils d'assos

- **Sélectionnez les journalistes pertinents** par rapport au(x) sujet(s). Pour les identifier, lisez la presse (articles, ours) ou misez sur le bouche-à-oreille, les réseaux sociaux, les sites internet.
- **Montrez-vous pro-actif** en demandant aux médias leurs calendriers et sujets d'intérêt.
- **Évitez de communiquer une information de caractère générale ou idéologique.** Les journalistes sont à la recherche d'informations précises ou originales.
- **Proposez un sujet pertinent :** une initiative locale, des chiffres ou un témoignage marquant, etc.
- **Rédigez de manière concise,** claire, percutante et professionnelle (éviter les superlatifs).
- **Ne communiquez pas** lors d'actualités locales ou nationales importantes.

## ➔ Ressources et inspiration dans le cadre du Baromètre vélo

### Retrouvez les communiqués de presse de la FUB sur [fub.fr/presse](https://fub.fr/presse)

L'attachée de presse de la FUB propose chaque année un webinaire sur les relations presse au réseau associatif, l'occasion d'approfondir les notions de dossier de presse, fichier de presse et communiqué de presse tout en faisant le plein de conseils et bonnes pratiques.

Ces associations rédigent des communiqués de qualité, rendez-vous sur leur site internet pour plus d'inspiration !

- **Collectif Cycliste 37**, Tours métropole (37)
- **Deux Pieds Deux Roues**, Toulouse (31)
- **La Ville à vélo**, Lyon métropole (69)
- **Collectif Vélo Île de-France** (75)
- **Association Droit au vélo**, Lille métropole (59)
- **Collectif Vélos en Ville**, Marseille (13)

[barometre-velo.fr](https://barometre-velo.fr)

