

Tous les secrets pour publier un communiqué de presse

Voici une méthode pour écrire et publier les communiqués de presse, qui marche très bien.

1 * Pour faire un communiqué il faut qu'il y ait **une action**, un événement... et surtout une photo ! C'est très facile de créer un événement minime. Quelques personnes en action avec une pancarte qui se prennent en photo ça peut suffire si le texte du communiqué est bien tourné. C'est toujours mieux d'être une dizaine pour montrer la dimension collective de l'événement.

2* **la Photo** : c'est un élément important autant pour que le communiqué soit publié que pour qu'il soit lu. Le lecteur du journal zappe (et celui des réseaux sociaux encore plus). Il lit surtout là où il y a une photo qui attire son attention. L'attitude, l'enthousiasme et l'émotion positive des personnes sur la photo est donc une clé ! Inviter de nombreux militants pour une action et ne pas faire une photo bien cadrée c'est gâcher l'énergie militante. Donc surtout ne pas oublier de faire des belles photos (en prendre beaucoup pour en avoir une de bonne). C'est utile aussi de recadrer et d'améliorer les couleurs (avec un logiciel). Les publier aussi sur les réseaux sociaux.

3* Le texte doit être très court **1500 caractères** (ça pourra aller jusqu'à 2500 quand vous avez établi une confiance avec le correspondant de presse). C'est idéal que ça raconte une mini histoire, avec un peu d'émotion. Être très clair, des choses simples. Commencer à niveau 0, c'est à dire écrire pour les gens qui ne connaissent rien au sujet. Le meilleur test est de faire lire à un enfant de 13 ans. Être très **pédagogique**, éviter le ton énervé qui est très difficile à lire pour le lecteur, et qui de toutes façons ne passe pas dans la presse. On ne peut détailler qu'une seule idée par communiqué. S'il y a plusieurs idées, faire un événement et un communiqué par idée. Ça permet de remplir le journal ! Pour être concis, on ne peut pas chercher à décrire "tout l'événement", mais plutôt choisir un point sur lequel prendre le temps de raconter aussi la partie émotionnelle. C'est apprécié aussi qu'on cite une phrase expressive d'un participant (**témoignage**), genre "c'était super etc". Voir des exemples de communiqués [ici](#) et [là](#).

4* On gagne à **écrire en Communication Non Violente** : éviter de se situer dans la tension et l'opposition, mais tourner les choses sous forme de propositions "positives". Dans l'idéal c'est en plusieurs étapes : (1) Une phrase sur la date et la description de l'événement. (2) Expliquer la problématique en commençant par les faits bruts très précis en collant au plus proche de la réalité de manière à ce que même la direction SNCF ne puisse pas dire que c'est faux. Exemple : « le train n'a pas circulé tel jour ». (3) Expliquer un de nos besoins avec précision, par exemple autour de la desserte du territoire, du tourisme, du climat, de l'emploi, etc. (4) formuler des propositions concrètes, positives et ambitieuses. S'exprimer ainsi permet d'exprimer une vraie vision pour l'avenir qui enthousiasme le lecteur. C'est l'État et la SNCF qui font de l'antijeu, et qui n'offrent qu'une vision à court terme. Notre rôle c'est d'élever le débat. (5) Éviter de porter un jugement sur l'État et la SNCF, c'est au lecteur de savoir ce qu'il en pense. Entrer en polémique/conflict avec des personnes, ça fait perdre beaucoup de temps et d'énergie. Ça nous discrédite aussi aux yeux du lecteur.

5* **Relecture** : Le mieux c'est aussi de faire relire par 1 ou 2 personnes avant envoi. Ça permet d'améliorer la formulation et aussi d'éviter de publier quelque chose qui générerait d'autres militants du collectif. Si c'est vos premiers communiqués et si vous voulez signer « Oui au train de nuit », merci d'envoyer pour relecture à [ouiautraindenuit\(@\)laposte.net](mailto:ouiautraindenuit(@)laposte.net), remplacer (@) par @. On sera très content de vous aider à améliorer.

6* **Envoi à la presse le lundi avant 16h** pour qu'il passe dans la presse hebdomadaire qui sort généralement le mercredi-jeudi-vendredi. Pour les journaux quotidiens : envoyer **le jour même avant 16h** (17h max).

7* **Contacts de presse** : ils sont dans les journaux locaux (sur papier et sur internet). Quand on est en zone rurale, les communiqués sont très facilement repris (les correspondants de presse n'ont pas grand chose à publier). C'est un peu plus difficile dans les grandes villes. Par contre il y a beaucoup de journaux. Envoyer aussi aux journaux associatifs, militants, non commerciaux, à petite diffusion : ils sont très intéressants aussi !

8* **Email d'envoi** : Ecrire dans le sujet, individualisé pour chaque journal, « attn tel journal : Communiqué de presse tel sujet ». Rapidement quand les communiqués sont appréciés, le correspondant devient preneur.

9* Merci de **scanner l'article**, de le mettre sur les réseaux sociaux/blog et de **nous l'envoyer à [ouiautraindenuit-revuedepresse\(@\)ntymail.com](mailto:ouiautraindenuit-revuedepresse(@)ntymail.com)** pour qu'on l'inclue sur <http://trainsdenuit.canalblog.com/>