

Règles du communiqué de presse

Ce modèle de document est mis à disposition par la FSPJ. Si vous avez des questions au sujet d'un modèle existant ou si vous avez besoin d'un nouveau modèle vous pouvez vous adresser à jupa@dsj.ch.

Règles du communiqué de presse

1. Titre accrocheur

Règle : maximum 1 ligne, court et accrocheur

Juste : Le parlement des jeunes demande un meilleur service de bus de nuit

Faux : Après une discussion approfondie, le parlement des jeunes décide de présenter une pétition pour un meilleur service de bus de nuit

Faux : Bus de nuit

2. Chapeau informatif

Règle : En 3-6 lignes, on résume le sujet et on indique les points les plus importants. Il est nécessaire de répondre aux questions : qui ? Quoi ? Quand ? (Optionnel : Où ? Pourquoi ?)

Juste : Le Parlement des Jeunes d'Exempleville a organisé un panel de discussion passionnant sur le thème des bus de nuit. À l'issue de la discussion, le parlement des jeunes a lancé une pétition appelant à une amélioration de la liaison par bus de nuit entre la ville XY et Exempleville. Le mois prochain, 300 signatures devraient être recueillies.

Faux : Le parlement des jeunes décide de récolter des signatures pour plus de bus de nuit. (*Trop court*)

Faux : Le Parlement des Jeunes d'Exempleville a invité 4 politiciens locaux à participer à un panel de discussion sur le thème des liaisons de bus de nuit. La discussion a été passionnante et beaucoup de questions ont été posées par le public. La discussion s'est tenue de 20h à 21h30 à l'Aula d'Exempleville. À l'issue de la discussion, la présidente du parlement des jeunes Anna Bucher a introduit à l'aide d'une présentation PowerPoint la pétition que le parlement des jeunes a lancée. La pétition exige que deux bus de nuit soient organisés le jeudi et que le vendredi et le samedi et que des bus de nuit relient chaque heure Exempleville et Tiercelieux. (*Trop long, trop d'informations, les informations détaillées appartiennent au corps principal*).

3. Corps principal avec citations

Règle : Le corps constitue un maximum de $\frac{3}{4}$ d'une page. Il est recommandé d'y inclure au moins une citation pertinente, courte et contenant un message clair.

Mettre des intertitres lorsque différents aspects sont traités.

Ordre des informations : d'abord les informations les plus importantes et les plus pertinentes (dans le lead), puis vers le bas d'autres détails et des informations complémentaires moins importantes. Toutes les informations figurant dans le lead sont reprises et approfondies dans le corps du texte.

Formulation : concise et directe : qui fait quoi ? Pas de manière indirecte et avec beaucoup de mots de remplissage.

4. Cordonnées

Règle : Donner au moins deux personnes pour la prise de contact avec les médias – toujours avec le numéro de portable et l'adresse E-Mail. Les personnes indiquées doivent être facilement joignables dans les deux jours suivants.

5. Ajouter une image

Une photo en qualité d'impression devrait être envoyée en même temps que le communiqué de presse. Il est également possible de mettre en lien ou d'envoyer une petite sélection d'images par lien (Flickr, SwissTransfer).