

Guide promotionnel - Avis et communiqués

Ce document se veut un guide afin d'assister les membres d'un club à assurer la promotion de leurs activités scrabblesques.

Une des façons les plus efficaces pour y arriver est de **diffuser différents avis et communiqués dans les médias locaux**. Le présent document traite particulièrement de cette forme de **visibilité gratuite**.

❖ **Avis**

La plupart des hebdomadaires régionaux possèdent une section réservée aux organismes locaux et il est généralement assez facile d'y publier régulièrement quelques lignes, par exemple pour annoncer la reprise des activités d'un club, une soirée réservée aux nouveaux joueurs, un besoin de bénévole, etc.

On fait parvenir le texte du message par courriel à la personne responsable en respectant la date de tombée.

❖ **Communiqué de presse**

Pour annoncer la tenue prochaine d'un tournoi, donner les résultats de ce tournoi, souligner l'ixième anniversaire d'un club, mettre en lumière les performances d'un joueur, etc., le **communiqué de presse** est l'outil tout indiqué. Il est d'ailleurs rarement utilisé et cependant souvent efficace.

Le communiqué est un court texte, ne dépassant généralement par une page, clairement formulé, dont le but est de porter à l'attention des médias (journaux, radios, télévisions), une information afin que ces derniers la publient ou la diffusent et la fasse connaître au grand public.

Suivre les règles ci-dessous mentionnées n'est pas un gage de publication, et ne pas les suivre ne signifie pas qu'on ignorera votre message. Cependant, un document conforme captera certainement plus facilement l'attention des destinataires qui ont l'habitude de recevoir des écrits sous cette forme.

❖ Que contient un communiqué?

Selon l'ouvrage **Le Français au bureau** de l'**Office québécois de la langue française**, le communiqué de presse comprend généralement les éléments suivants :

- ✓ **La provenance du communiqué.** Dans le cas d'un club de scrabble, le logo de ce dernier conviendrait bien.
- ✓ **L'avis de publication**, qui autorise la publication de la nouvelle à partir d'une certaine date. Les mentions les plus courantes sont **pour diffusion immédiate** ou **pour publication immédiate**. On pourrait cependant indiquer *À publier immédiatement, À publier dès réception, À publier le 3 septembre 2008, À publier avant le 3 septembre 2008, Ne pas publier avant le 3 septembre 2008*, etc.
- ✓ La mention **COMMUNIQUÉ**, en majuscules, centrée ou alignée contre la marge de gauche et souvent en caractère gras.
- ✓ **Le titre** du communiqué, centré, indiquant l'objet du texte. Il doit résumer en une phrase tout votre communiqué et être accrocheur. Certains prétendent qu'il s'agit de la partie la plus importante du document. Il faut donc y accorder beaucoup d'attention.
- ✓ **Le lieu et la date** de l'envoi.
- ✓ **Le texte** même du communiqué dont le premier paragraphe résume l'essentiel du message. Un communiqué doit contenir les réponses aux questions : où? Qui? Que? Quoi? Quand? Comment? Pourquoi? Le lecteur se contente parfois de lire uniquement les premiers paragraphes. On a donc tout intérêt à y inclure les points saillants.
- ✓ **L'indicatif – 30 –**, qui marque traditionnellement la fin du texte à diffuser. Il se met au centre de la ligne.

- ✓ **La source**, c'est-à-dire le nom (et le titre si on le désire), le numéro de téléphone et l'adresse électronique de la personne qui a rédigé le communiqué ou qui peut fournir des renseignements complémentaires. La source est placée sous l'indicatif – 30 –, contre la marge de gauche. Le mot *Source* peut être remplacé par *Pour de plus amples renseignements*.

Le communiqué n'est pas signé et ne comprend pas d'initiales d'identification.

Si on annonce un événement par communiqué comme un tournoi, il faut s'assurer de faire parvenir un communiqué qui divulgue les résultats.

❖ **Comment faire publier un communiqué?**

Les médias locaux sont souvent intéressés à publier les activités qui se déroulent dans la région et aussi par les prouesses de leurs concitoyens.

À l'adresse suivante, on trouve le répertoire des médias régionaux québécois :

<http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/pgs/commun/portrait/reenseignements/mediaregionaux/?lang=fr>

Le moteur de recherche Google conduit à ce lien en inscrivant « Répertoire des médias régionaux ».

Les régions suivantes y sont représentées :

Abitibi-Témiscamingue--Nord-du-Québec, Bas-Saint-Laurent, Capitale-Nationale, Centre-du-Québec, Chaudière-Appalaches, Côte-Nord, Estrie, Gaspésie – Îles-de-la-Madeleine, Lanaudière, Laurentides, Laval, Mauricie, Montérégie, Montréal, Outaouais, Saguenay – Lac-Saint-Jean

À partir de ce site, il est possible d'envoyer directement un courriel aux organismes sélectionnés en y incluant un communiqué.

❖ Exemple de communiqué



COMMUNIQUÉ
Titre

Le 3 septembre 2008

Pour diffusion immédiate. Début du texte.

Paragraphe.

Paragraphe.

Paragraphe.

-30-

Source : Lyne Boisvert, directrice, Commission de la Promotion, FQCSF
(450) 647-5696
lyne.boisvert@fqcsf.qc.ca