

## Création d'un dossier de presse

**Un dossier de presse doit permettre d'appréhender un sujet (organisme, projet, événement...) dans sa globalité de façon claire et attractive.**

C'est un outil de travail à mettre à disposition de toute personne susceptible de faire un relais de l'information et d'en augmenter ainsi sa visibilité et sa crédibilité.

Il peut aussi servir pour la recherche de soutien auprès de décideurs financiers, sponsors, ...

Il faut donc susciter l'intérêt du lecteur pour qu'il prenne connaissance de l'ensemble du sujet présenté et pour qu'il s'en inspire et le partage volontiers.

**Proposer une présentation aérée et avec des visuels de qualité.**

**La rédaction ainsi que les photos doivent être attractifs et refléter l'image que vous souhaitez donner de votre organisme.**

**Question de droit d'utilisation : ne pas oublier de créditer les photos!** (cela peut être en encadré en fin de dossier)

### ELEMENTS ESSENTIELS

**La première de couverture** comporte :

- la mention « Dossier de presse » et la date de réalisation
- le titre
- éventuellement un sous-titre en une phrase résumant le sujet
- votre nom et logo,
- vos coordonnées de contact
- votre site web
- un beau visuel.

**En première page, proposer une introduction du sujet**

Exposer de quoi il est question dans ce dossier. Cette page est déterminante puisqu'elle permet au lecteur de poursuivre ou non sa lecture selon son intérêt.

### Rédaction

Attention, un texte de promotion presse n'est pas une publicité. Opter pour un style simple, factuel.

Utiliser de préférence le présent.

Essayer de donner des angles d'approches diversifiés pour favoriser le travail des journalistes qui doivent y trouver des idées pour satisfaire leurs lecteurs et s'intégrer dans des rubriques spécifiques.

Ex : actualité, nouveauté, bon plan, saisonnalité, idée séjour, famille, couple, groupe affinitaire, CE, portrait, économie, initiative, environnement, management...

### Structurer les informations

Des titres et des chapitres faciliteront la lecture, un sommaire peut être nécessaire suivant la longueur de dossier pour faciliter l'accès à l'information.

### Contenu (à adapter en fonction du sujet) :

- La présentation du sujet

En faire ressortir ses points forts et son originalité, ses objectifs, ses valeurs...

Pour un événement : détailler le déroulement, le programme, les intervenants, artistes présents, etc.

- Informations pratiques

Localisation, accès et jours et horaires d'ouverture, tarifs, agenda...

- Historique / chiffres clés

Pas besoin de faire une chronologie exhaustive, mais raconter une histoire, l'origine, les étapes marquantes.

- Présentation de l'équipe / des partenaires

Si des personnes ou structures reconnues dans leur milieu participent à votre projet, n'hésitez pas à les mettre en avant.

**Donner tous les contacts utiles (n° de tél., site web).**

### DIFFUSION

**Proposer le dossier de presse en ligne** sur votre site, si possible sur d'autres sites de partage d'outils de communication.

Pour un **envoi par e-mailing** auprès de tous vos partenaires, de la presse et autres prescripteurs potentiels, cela peut être intéressant d'envoyer un lien de téléchargement du dossier qui permettra de connaître le nombre de fois où il aura été consulté.

Pour un envoi en document attaché, prévoir une version allégée tout en étant correcte du document pour ne pas bloquer les messageries (6 Mo max). Pensez au format PDF qui a l'avantage d'être moins lourd qu'un document word et conserve toujours la même mise en page à l'ouverture.

Pour un **envoi par courrier**, prévoir une impression de bonne qualité. Etre attentif aux délais d'impression et d'envoi postal pour que le dossier arrive en temps voulu aux destinataires.

Les délais de publication peuvent être très long, donc **prévoir un temps d'avance pour l'envoi de votre dossier**, minimum 3 mois avant la date de bouclage pour les magazines mensuels pour un gros article et un mois pour un entrefilet dans les rubriques "actualités", 1 mois pour un gros article et 2 jours pour une brève pour les quotidiens (TV, radio, journaux locaux...), variable pour internet.

### Remise en mains propres

Le dossier de presse peut être remis dans de nombreuses occasions - conférence de presse, inaugurations, salons, workshops.

Les dossiers et communiqués de presse servent à crédibiliser votre entreprise, à lui donner une stature, à construire une communication sur le long terme et à renforcer votre image par rapport à la concurrence... Ces outils reflètent l'image de l'entreprise et doivent être irréprochables (qualité, présentation, orthographe et grammaire).

Le dossier de presse se différencie du communiqué car il développe et élargie davantage l'information mais comme un communiqué, son enjeu principal est de capter l'attention et donner les informations nécessaires sur le sujet annoncé.