

# Les règles de base pour la conception d'un dossier de presse

## 1) Trouver un intérêt pour la presse

- Si presse régionale, misez sur l'aspect proximité, territoire, identité et intérêts communs, appartenance régionale, problématiques de territoire, etc...
- Si autres, misez sur les grands thèmes de l'actualité : regardez de quoi parle les journaux (environnement, emploi solidaire, l'éducation, les loisirs, les personnes âgées, etc...) et créez des relations entre les grands thèmes de l'année et votre activité.

## 2) Contenu

Composé d'une demi-dizaine de pages A4, il doit contenir les informations suivantes :

- dirigeant(e) : présentation, motivations personnelles, parcours.
- entreprise : présentation de l'activité, situation géographique, date de création, salariés, statut, partenaires, historique de l'entreprise.
- chiffres : nombre de clients, CA, taux de croissance, ...
- produit ou service : description détaillée des produits/services avec mise en avant des spécificités, de l'image et des valeurs de l'entreprise, témoignage de clients, prix des produits ou tarifs des prestations, « plus » par rapport à la concurrence.
- photos : photos des produits ou mise en situation des prestations de service, photo portrait du dirigeant / e : toutes les photos sont envoyées à part, sous format électronique.
- articles déjà écrits sur l'entreprise en annexe.

## 2) Format

Le format A4 est toujours d'actualité, avec des pages rangées dans une pochette cartonnée.

## 3) Enveloppe

Choisissez de préférence une **enveloppe de couleur**, afin qu'elle se distingue dans la pile de courrier. Rédigez l'adresse à la main pour personnaliser l'envoi et éviter la froideur des étiquettes.

## 4) Ciblage

Ciblez impérativement vos envois.

Téléphonez systématiquement aux journaux pour connaître l'identité du journaliste concerné par votre activité et vérifiez l'orthographe de son nom.

Prévoir une lettre d'accompagnement signée, où l'on rappellera les principaux points forts du dossier et où les journalistes seront invités à prendre contact avec le/la dirigeant(e) pour un entretien.

Mentionner les coordonnées de l'entreprise : téléphone, e-mail et adresse de site internet.