



# COMMENT VEILLER À CE QUE VOTRE COMMUNIQUÉ DE PRESSE RELATIF À LA COVID-19 SOIT PUBLIÉ

CISION

Rédiger un communiqué de presse qui se démarque peut être ardu dans le meilleur des cas et, en cette période touchée par la COVID-19, il y a encore davantage de facteurs à prendre en considération. Vous ne devez pas seulement être informatif et publier au moment opportun. Vous devez être utile et même inspirant si possible. Il est crucial de trouver le parfait équilibre entre la nécessité de partager des communications au sujet de votre marque et de vos produits sans sembler vouloir tirer parti de la situation difficile dans laquelle nous nous trouvons.

Dans cette optique, nous avons créé un guide pour soutenir ceux qui rédigent des communiqués de presse relatifs à la COVID-19 en y intégrant des exemples que nous avons approuvés et refusés. Nous sommes fiers que Cision soit réputée comme étant une source fiable pour les médias et nous nous efforçons de maintenir des normes élevées à l'égard des communiqués de presse que nous diffusons.

Selon nos lignes directrices, nous refusons tout communiqué de presse qui :

1. **Tente d'exploiter** ou de tirer **profit de façon déloyale** de cette situation
2. **Détourne des nouvelles** ou cherche à **promouvoir des produits** qui ne sont pas directement liés à la situation



## EXEMPLES FICTIFS DE COMMUNIQUÉS DE PRESSE QUI SERAIENT REFUSÉS :

### LA COVID-19 ENTRAÎNE UNE MULTIPLICATION PAR CINQ DES DEMANDES DE CAMÉRAS INFRAROUGES DE GRADE MÉDICAL POUR LES PETITES ENTREPRISES DE L'ALBERTA

Il s'agit d'une allégation de santé non fondée concernant la COVID-19 qui serait donc rejetée. Tout contenu touchant au domaine pharmaceutique ou au secteur plus large de la santé et qui fait des allégations extraordinaires en matière de santé, particulièrement en ce qui concerne ce virus, est immédiatement signalé et transmis pour examen.

### UNE NOUVELLE ÉTUDE PRÉSENTE DES DONNÉES DÉVOILANT LES PRODUITS DÉSINFECTANTS LES PLUS POPULAIRES À LA SUITE DE LA PROPAGATION CANADIENNE DE LA COVID-19

Ce communiqué de presse serait rejeté, car l'entreprise qui souhaite le partager, dans cet exemple, est une agence de voyages et non une firme de recherche. Il s'agirait d'un cas de détournement de nouvelles.

### LA CLINIQUE DENTAIRE ABC APPROUVE UN SMOOTHIE À PRÉPARER À LA MAISON QUI EST EFFICACE POUR STIMULER LA FONCTION IMMUNITAIRE, ATTÉNUER LE STRESS, LUTTER CONTRE LES MALADIES ET AIDER À LA GUÉRISON

Il s'agit d'une autre allégation de santé non fondée dont le but est de tirer parti de la situation pour générer des profits. (Cet exemple soulève en outre un questionnement à savoir pourquoi un cabinet dentaire recommanderait ce type de produit.)

## EXEMPLES RÉELS DE COMMUNIQUÉS DE PRESSE QUI ONT ÉTÉ ACCEPTÉS :

### CANADA GOOSE LIVRE 14 000 UNITÉS DE VÊTEMENTS MÉDICAUX AUX HÔPITAUX CANADIENS ET RÉOUVRE SIX USINES AFIN D'ACCÉLÉRER LA PRODUCTION D'ÉPI AVEC L'AIDE DE 900 EMPLOYÉS

Cette entreprise a adapté son modèle d'affaires afin d'aider le public pendant une période difficile. C'est à la fois utile et inspirant. Nous avons reçu de nombreux communiqués de presse relatifs à des entreprises qui lancent des initiatives similaires et ces communiqués sont toujours approuvés.

### CHANGEMENTS IMPORTANTS APPORTÉS AU SERVICE POSTAL DU CANADA

Postes Canada partage une nouvelle vitale pour le bien du public pendant une période difficile.

### PIZZA PIZZA ASSURE LA TRANQUILLITÉ D'ESPRIT À LA LIVRAISON PAR UNE NOUVELLE BOÎTE À PIZZA INVOLABLE

Un excellent exemple d'entreprise qui a innové afin d'assurer la santé et la sécurité de leurs clients, de leur personnel et de leurs franchisés exploitants en plus d'avoir donné à la communauté.

## AVEZ-VOUS BESOIN D'IDÉES SUPPLÉMENTAIRES POUR RÉDIGER VOTRE COMMUNIQUÉ DE PRESSE?

Consultez les [communiqués de presse relatifs à la COVID-19](#) publiés sur [newswire.ca/fr](#).

Et surtout, restez en sécurité et en santé et n'hésitez pas à nous contacter si vous avez des questions.