

# Fiche pratique : Rédiger son bulletin municipal

Quelques conseils pratiques pour rédiger son magazine municipal.



## Pourquoi cette fiche pratique ?

Pour tous les responsables de collectivités qui n'ont pas la chance d'avoir un service communication au sein de leur structure et qui souhaitent réaliser un magazine municipal ou intercommunal.

## Pourquoi un bulletin municipal ?

Un magazine municipal ou intercommunal est un support destiné aux administrés qui leur permet de découvrir ou redécouvrir les actions réalisées par l'équipe municipale élue.

Aucune contestation des informations n'est possible, mis à part le "quart de page" réglementaire à destination des membres de l'opposition du conseil. L'objectif prioritaire est de donner de la légitimité à la publication.

## Comment hiérarchiser l'information ?

L'information ayant le plus d'importance doit figurer en premier. C'est à vous de donner à chaque sujet

un degré d'importance : politique éducative, santé, grands projets urbains, etc.

Il est également primordial de rubriquer votre bulletin. Voici un exemple type : action municipale, projets, thème central du numéro (action sociale, environnementale, etc.), association et agenda culturel. Ce rubriquage vous permet de construire plus facilement votre bulletin en respectant un ordre, et permet également à vos lecteurs de trouver l'information plus aisément.

Chaque rubrique doit avoir un nom générique assez large (vous pourrez ainsi y insérer différents sujets) et valorisant (cela intéressera davantage le lecteur). Exemple : mieux vaut une rubrique « grands projets » que « travaux ». La première est associée au futur ; la seconde, à des contrariétés.

## Quel style adopter ?

Un style simple, dans un niveau de langage accessible à tous avec un ton neutre, sans parti pris.

Le discours doit refléter la vie réelle de vos concitoyens et non la volonté de l'équipe municipale. Exemple : « Les efforts de M. le Maire pour l'agrandissement du Boulevard Principal payent enfin » serait un titre à remplacer

par « Un nouveau aménagement du Boulevard Principal voit le jour. ».

Faites attention à la rédaction des titres et des chapeaux : c'est le titre qui donne de l'intérêt à l'article puis c'est le chapeau (texte d'introduction) qui résume l'article et donnera envie de lire plus en détail.

Les titres sont souvent réduits à un nom ou une phrase sans verbe alors que c'est le verbe qui fait l'action ! Exemple : mieux vaut « Le cirque entre en piste place Principale » que « Cirque Untel à Romanville ! »

Attention également à ne pas oublier les légendes. C'est la partie du texte la plus lue dans un support presse.

## Faire participer vos administrés

Donnez la parole à vos administrés sur la vie de la commune via une rubrique « vos impressions, vous avez la parole, etc. »

Donnez aussi la parole aux entreprises ou associations de votre territoire en leur consacrant (si vous avez le temps) de mini-reportages ou en réalisant des mini-portraits.

## A quoi prêter particulièrement d'attention ?

Attention aux mots !

Il est donc conseillé de faire lire vos textes par des lecteurs extérieurs à votre équipe afin de bien percevoir leurs "effets secondaires" éventuels avant la publication. (le plus fréquent étant tout simplement de ne pas être compréhensible aisément !)

Attention au droit à l'image !

Plus d'informations sur :

<http://www.associations.gouv.fr/35-droit-d-auteur-droit-a-l-image-et.html>

Attention au droit de réponse !

Plus d'information sur :

<http://www.aelo.info/2010/10/11/le-droit-a-lexpression-de-lopposition-dans-les-supports-municipaux/>

## Vous êtes prêts ? Alors encore quelques infos avant de vous lancer !

Fixez à l'avance les sujets que vous allez traiter et fixez à l'avance le nombre de signes alloués par page, demi-page ou colonne. Vous pourrez ainsi avoir des pages équilibrées et lisibles ainsi qu'une information claire : votre bulletin en sera davantage cohérent tant sur la forme que dans le fonds !

## Contactez Campagne Publique pour en savoir plus !

Arbonne de Laurencin  
81, rue de la République  
69002 Lyon

Tél. +33 (0)4 78 37 45 19  
Fax. +33 (0)4 72 40 93 66  
[contact@campagnepublique.com](mailto:contact@campagnepublique.com)

[www.campagnepublique.com](http://www.campagnepublique.com)

campagnepublique.com est une marque d'Arbonne de Laurencin  
SARL au capital de 60 000 € - 347 926 735 RCS Lyon

---