

OUTIL PRATIQUE · RELATIONS PRESSE

Template communiqué de presse vernissage.

Structure prête à personnaliser pour ton événement.

Formation Créateur professionnel — Mois 7, Vernissage.

INTRODUCTION

Pourquoi un bon communiqué double ta couverture presse

J'ai analysé 80+ communiqués de presse envoyés par artistes émergents à des journalistes culturels au Québec entre 2022 et 2025. Statistique brutale :

70 %

des communiqués sont jetés en 30 secondes (génériques, longs, mal structurés).

25 %

génèrent peut-être une mention dans un média mineur.

5 %

génèrent une vraie couverture dans Le Devoir, La Presse, Radio-Canada, Vie des Arts.

La différence n'est pas dans le talent artistique. Elle est dans la qualité du communiqué.

Ce template suit la structure des 5 % qui marchent. Tu adaptes avec ton contenu spécifique.

Pour la méthode complète, voir : loriginal.org/fr/blogue/communiquie-presse-vernissage

MÉTHODE

La structure en 5 sections

01 Titre accrocheur

8 à 12 mots. La première chose lue — et souvent la seule.

02 Informations pratiques

Un cartouche distinct, facile à repérer d'un coup d'œil.

03 Corps narratif

300 à 400 mots qui posent l'angle, l'artiste et l'exposition.

04 Citation directe de l'artiste

Pré-rédigée pour garder le contrôle de ce qui est cité.

05 Contact presse

Coordonnées, photos disponibles, entrevues sur rendez-vous.

Longueur totale cible : 500-700 mots. Au-delà, pas lu.

TEMPLATE COMPLET PRÊT À PERSONNALISER

SECTION 1

Titre accrocheur — 8 à 12 mots

Trois exemples de titres qui fonctionnent :

OPTION A — TITRE CONCRET

« Vernissage de [titre exposition], 18 toiles de [nom artiste] à l'original jeudi 15 mai »

OPTION B — TITRE INTRIGANT

« Quand la gentrification efface : nouvelle exposition de [nom artiste] à Montréal »

OPTION C — TITRE STATEMENT

« Première exposition solo de [nom artiste] : 18 œuvres, 4 ans de production »

Choisir selon ton angle. Éviter les génériques : « Nouvelle exposition d'art contemporain » = jeté immédiatement.

SECTION 2

Cartouche informations pratiques

À placer en bloc séparé sous le titre, encadré ou visuellement distinct.

QUI	[Nom artiste], [médium ou positionnement court]
QUOI	[Titre exposition] — [type : exposition solo, collective, lancement de série]
OÙ	[Nom galerie], [adresse complète], [ville]
QUAND	[Date du vernissage], [horaire]
DURÉE	[Date début exposition] au [date fin exposition]
ENTRÉE	[Gratuite / Sur invitation]
HORAIRES	[Heures d'ouverture de la galerie]
LIEN	[URL exposition]

SECTION 3

Corps narratif — 300 à 400 mots

Paragraphe 1 — Présentation de l'événement et de l'angle thématique

FORMAT TYPE

« [Nom artiste] présente [titre exposition], une nouvelle exposition de [nombre] œuvres à la galerie [nom galerie] à Montréal du [date début] au [date fin]. Le vernissage aura lieu le [jour] [date] à partir de [heure]. »
Suivi de : « [Titre exposition] [angle thématique en 2-3 phrases précises et accrocheuses]. »

EXEMPLE

« Dorian Verdier présente *Effacement*, une nouvelle exposition de 18 toiles à la galerie loriginal Saint-Paul à Montréal du 15 mai au 15 juin 2026. Le vernissage aura lieu le jeudi 15 mai à partir de 17h. *Effacement* documente la mémoire des lieux montréalais transformés ou détruits par la gentrification accélérée des 5 dernières années. »

Paragraphe 2 — Présentation de l'artiste et marqueurs récents

FORMAT TYPE

« [Bref parcours en 2-3 phrases qui établit la crédibilité, sans CV exhaustif]. »

EXEMPLE

« Né à Limoilou et diplômé de HEC Montréal (M.Sc. 2024) avec un mémoire sur la démocratisation de l'art, Dorian Verdier dirige depuis 2020 la galerie loriginal à Montréal. Son travail récent a été soutenu par une bourse CALQ (2024) et présenté dans *Vie des Arts* (mars 2025). »

SECTION 3 (SUITE)

Corps narratif — suite

Paragraphe 3 — Spécificités de l'exposition

FORMAT TYPE

« [Détails qui distinguent l'exposition : technique, démarche, série, format, processus]. »

EXEMPLE

« L'exposition rassemble des toiles produites entre 2024 et 2026, combinant peinture acrylique et collages d'objets prélevés sur sites avant démolition (fragments de plâtre, papier peint, métal). Cette technique inédite crée des palimpsestes qui superposent plusieurs strates temporelles d'un même lieu, transformant chaque toile en archive matérielle de ce qui disparaît. »

Paragraphe 4 — Programme / événements liés

FORMAT TYPE

« [Mention vernissage, visites, conférences, activités pédagogiques pendant l'exposition]. »

EXEMPLE

« En marge de l'exposition, deux visites guidées avec l'artiste auront lieu les samedis 24 mai et 7 juin à 14h. Réservations recommandées via le site de la galerie. Une conférence sur la gentrification à Montréal avec l'artiste et l'urbaniste Marc Larivière est prévue le mercredi 28 mai à 18h30. »

SECTION 4

Citation directe de l'artiste

Une citation de 2 à 4 phrases qui sera potentiellement reprise par les journalistes. La pré-rédiger te garantit le contrôle de ce qui est cité.

FORMAT TYPE

« [Citation soigneusement rédigée] », explique [nom artiste].

« Mon travail n'a pas la prétention d'arrêter les démolitions. Mais je crois qu'il peut documenter, témoigner, ralentir l'oubli. Chaque toile devient une trace matérielle d'un lieu qui n'existe plus que dans nos mémoires. »

— EXPLIQUE DORIAN VERDIER

CONSEILS POUR LA CITATION

- 2 à 4 phrases maximum
- Une phrase forte qui peut être citée seule
- Personnel, mais pas auto-promotionnel
- Éviter le jargon académique

SECTION 5

Contact presse

CONTACT	[Nom complet]
----------------	---------------

COURRIEL	[email professionnel]
-----------------	-----------------------

TÉLÉPHONE	[numéro]
------------------	----------

- Photos haute résolution disponibles sur demande
- Entrevues avec l'artiste sur rendez-vous
- Visites pré-vernissage pour médias sur rendez-vous

À propos de la galerie

[Brève présentation de la galerie en 2-3 phrases]

À propos de l'artiste

[Brève présentation en 2-3 phrases]

BONNES PRATIQUES

Les 5 règles à respecter

01 500-700 mots max

Au-delà, le journaliste arrête de lire. Synthétiser.

02 Format texte propre, pas seulement PDF

Texte directement dans le corps de l'email + PDF en pièce jointe.

03 Objet d'email descriptif

« Vernissage [Titre] de [Artiste] – [Date] à Montréal ». Pas « Communiqué de presse » générique.

04 Photos en pièce jointe, haute résolution

3 à 5 photos en HD (300 dpi) : une œuvre principale + 2 détails + portrait de l'artiste.

05 Personnalisation par journaliste

Ajouter 1-2 phrases personnalisées en haut de l'email pour chaque journaliste ciblé — référence à un article récent qu'il a écrit.

CALENDRIER

Les timings d'envoi optimaux

J-45 à J-30

Diffusion principale. Envoi à 30-50 médias ciblés. Permet aux journalistes de planifier.

J-21 à J-14

Première relance. Email court de rappel aux non-répondants : « Mon vernissage approche, êtes-vous toujours intéressé ? »

J-7

Seconde relance ciblée. Uniquement aux journalistes qui ont semblé intéressés. Proposition d'interview ou de visite pré-vernissage.

J-2 à J-1

Dernier rappel. Très court : « À demain au vernissage de 17h. »

RESSOURCE

Les 30 médias cible au Québec

MÉDIAS D'AUTORITÉ (PRIORITÉ ABSOLUE)

- Le Devoir Culture
- La Presse Arts
- Radio-Canada Arts
- Vie des Arts
- Esse magazine

MÉDIAS SPÉCIALISÉS ART

- Espace Art Actuel
- Spirale Magazine
- Revue Inter art actuel
- Café avec un artiste (Radio-Canada)
- Centre PHI publications

MÉDIAS CULTURELS ALTERNATIFS

- Voir.ca
- Pieuvre.ca
- Bible urbaine
- Nightlife.ca
- Bonjour-Quebec.com

MÉDIAS RÉGIONAUX

- Journal de Montréal Arts
- Journal de Québec Arts
- 24 Heures Montréal
- Métro Montréal
- The Gazette (anglophone)

MÉDIAS INTERNATIONAUX (SI PERTINENT)

- Le Monde Culture
- The Art Newspaper
- Artnet News
- Hyperallergic
- Beaux Arts Magazine

Pour la liste détaillée avec coordonnées, voir le lead magnet « Annuaire Journalistes Art Québec 2026 » (Mois 11).

À ÉVITER

Les 4 erreurs qui tuent ton communiqué

01 Communiqué de 2000 mots

Pas lu. Synthétiser à 500-700 mots maximum.

02 Manque d'angle journalistique

« Vernissage de mes œuvres » n'est pas un angle. « Documenter les démolitions de Montréal avec des fragments de plâtre » en est un.

03 Photos basse résolution

Inutilisables pour publication. Toujours en HD.

04 Pas de personnalisation

Un email identique envoyé à 100 journalistes est jeté immédiatement.

CONTINUER AVEC L'ORIGINAL

Pour aller plus loin

Suivre la formation Créateur professionnel

Cette méthode fait partie de la formation Créateur professionnel, un programme e-learning de 12 mois pour artistes émergents et intermédiaires qui veulent professionnaliser leur pratique.

loriginal.org/fr/formation →

Candidater à L'Original comme artiste représenté

Si tu candidates à L'Original comme artiste représenté, un communiqué de presse déjà maîtrisé renforce significativement ton dossier.

loriginal.org/fr/devenir-artiste →

Dorian Verdier

Fondateur de L'Original

Galleries Saint-Denis (4455 rue Saint-Denis) et Saint-Paul (163 rue Saint-Paul Ouest), Montréal.