

	<b>Avantages</b>	<b>Inconvénients</b>	<b>Points à rappeler</b>
<b>Informatiques</b>			
<b>Sites Web</b>	Moyen attrayant de présentation pour différents types d'information ; interactivité possible et réactions directes en retour ; possibilité de contrôler combien de personnes accèdent à une information spécifique.	Ne sont pas accessibles par tout le monde ; doivent être mis à jour ; requièrent une certaine expérience technique ; peuvent facilement passer inaperçus.	La création de liens à partir d'autres sites dont le sujet est proche du vôtre augmentera vos chances d'être trouvé.
<b>CD ROM</b>	Bon moyen de présenter une information complexe ; interactivité possible ; pas de retour direct des réactions ; peut être distribué dans plusieurs lieux.	Requiert des connaissances techniques pour sa réalisation et un équipement informatique ; non accessible par tous.	
<b>Mass media</b>			
<b>Emissions de radio</b>	Important intérêt local ; accessibles par la majorité, elles peuvent être reçues n'importe où ; faibles coûts de production ; l'audience peut être ciblée.	Pas de réactions en retour ; le contact ne signifie pas communication ; manque de caractère personnel ; programmation parfois problématique.	
<b>Emissions de télévision</b>	Large audience ; accessibles par la majorité ; média très populaire ; occasion de combiner sons et images, animations, etc. ; avec l'augmentation du choix des chaînes, possibilité de cibler une audience spécifique ; peuvent être enregistrées pour une utilisation ultérieure.	Pas de réactions en retour ; avec l'augmentation du choix des chaînes, diminution de la dimension de masse ; pas de contrôle du message final qui dépend des réalisateurs et journalistes.	
<b>Articles dans les journaux</b>	En général, grande circulation ; l'information peut être distribuée rapidement.	Pas de contrôle du message final – dépend des rédacteurs en chef et des journalistes ; pas d'interaction possible.	
<b>Conférences de presse</b>	Possibilité de fournir plus d'informations détaillées à la presse ; possibilité de réactions en retour.	Nécessite une préparation ; le personnel doit être formé à répondre aux questions des médias.	
<b>Communiqués de presse</b>	Moyen peu coûteux d'attirer l'attention des médias sur des événements d'actualité ; bon moyen pour les questions simples ; peuvent être rapidement produits.	Les médias reçoivent des dizaines de communiqués de presse ; requièrent certaines compétences pour l'écriture ; pas de réactions en retour de la part des journalistes.	Tenez à jour une liste des médias avec adresse et nom des personnes à contacter.