

Organiser et gérer les relations avec les médias

Objectifs de l'atelier :

- Comprendre et appréhender la relation avec les journalistes
- Découvrir les outils de communication avec les médias

Etablir une relation de confiance avec les journalistes :

Conseils et bonnes pratiques pour une relation optimale avec les médias

Connaître les médias et les journalistes

Qui sont les journalistes

Bien communiquer avec la presse c'est bien la connaître. Connaître les types de presse (PQR, PQN, PG etc.), rubriques (société, environnement, solidarité etc.), les centres d'intérêts des journalistes ainsi que l'organisation des rédaction => Mieux cibler les médias et les journalistes susceptibles de relayer vos informations.

Lire la presse

Règle d'or : lire régulièrement la presse et surtout celle dans laquelle on souhaite être relayé. Cela permet d'identifier le type d'articles qui y sont publiés et leur format (brèves, articles, billets) mais aussi de repérer les journalistes qui travaillent sur son domaine.

- ⇒ Connaître les bonnes personnes au sein des rédactions
- ⇒ Attirer leur intérêt « *j'ai lu votre article consacré à..., je me disais que cela pourrait vous intéresser de connaître cette initiative que nous mettons en place... ».* ».
- ⇒ Le journaliste est souvent plus important que le journal : s'il est intéressé par votre sujet, il en parlera même dans sa nouvelle rédaction.

Les délais de bouclage = communiquer au bon moment

Il est important de connaître les délais de bouclage des journaux que l'on cible afin de ne pas leur proposer trop tard ou trop tôt un sujet qui pourrait les intéresser.

Quotidien : la veille

Hebdomadaire : une semaine

Mensuel : un mois avant (mais la période de rédaction se termine souvent deux à trois mois avant)

Actualité chaude et froide

Actualité chaude = actualité du moment

Actualité froide = actualité à plus long terme

Entretenir la relation

Garder les coordonnées des journalistes qui ont fait des papiers, des interview, des reportages. Ne pas hésiter à les appeler après avoir envoyé un communiqué de presse pour leur signaler/s'assurer qu'ils l'ont bien reçu.

Etre pédagogue

Les journalistes même s'ils travaillent au sein du service religion, ne sont pas forcément des catholiques et encore moins des catholiques pratiquants. Il est nécessaire de faire preuve de pédagogie afin de s'assurer qu'ils comprennent bien ce qu'on leur dit et surtout qu'ils retrouvent correctement les choses.

Pour résumer :

- Etre réactif et disponible
- Travailler dans une relation de confiance et de transparence (dédiaboliser les journalistes)
- Ne solliciter la presse que si on est certain d'avoir une information qui en vaut le peine (ils sont inondés de mails). Sinon, le communiqué ou autre passera inaperçu.

Les outils utiles à la relation avec les médias

- **Communiqué de presse**

Objectifs : *Délivrer rapidement une information aux médias + action peu couteuse*

- o Respecter les règles de mise en page (mention « CP », titre court, logo de l'institution qui prend la parole, contact presse, 1 page maximum)
- o Respecter la règle des 5W (who what when where why)
- o Ecrire à la 3^{ème} personne => Le journaliste ne doit pas avoir à retravailler le texte, il pourrait le reprendre tel quel.
- o Claire, précis et simple => une idée -> une phrase -> une information

- **Dossier de presse**

Objectifs : *offrir une information développer sur un événement ou autre en permettant au journaliste de choisir un angle*

- o Respecter les règles de mise en page (format A4, sommaire, pagination, contact presse, impression recto, 20 page)
- o Faire des fiches : thème de la conférence de presse, contexte, calendrier des événements -> Varier les contenus (interview, portrait, historique)
- o Sortir du lot = faire une présentation attractive

- **Fichier presse**

Objectif : *Communiquer la bonne information au bon contact*

- o Etape 1 : Trouver les contacts
 - Se rapprocher du DEI du diocèse
- o Etape 2 : Créer son fichier
 - Il doit être bien ordonné (onglet par type de média ?)
 - Recensez les médias locaux
 - Compléter et faire les mises à jour au fur et à mesure

- Possibilité de prévoir une case « commentaire » pour indiquer la relation entretenue avec le journaliste -> Construire une relation personnelle avec chacun
- Etape 3 : Démarcher les journalistes
 - Appeler les rédactions pour obtenir les coordonnées des journalistes que l'on souhaite contacter

Actions utiles à la relation avec les médias :

- **Conférence de presse**

Objectif : Lancer un événement, annoncer une actualité importante, présenter un dispositif, permettre aux journalistes d'avoir accès à une personnalité

- Se poser la question de l'opportunité d'inviter les journalistes à une conférence de presse
- Préparation en amont :
 - Définir le contenu de la conférence de presse (messages à faire passer, thématique etc.)
 - Le format (petit-déjeuner ou déjeuner)
 - Qui prend la parole ? (répartition prise de parole)
 - Le public invité (tout son fichier presse ? Un segment ?)
 - Prévoir le matériel
- Le jour J :
 - Prévoir les DP
 - Prévoir la feuille d'émargement (savoir qui est là + retombées presse)

- **Petit déjeuner presse**

Objectif : Lancer un événement, annoncer une actualité importante, présenter un dispositif, permettre aux journalistes d'avoir accès à une personnalité

Les petits-déjeuner presse sont apprécié des journalistes s'ils ont lieu suffisamment tôt pour qu'ils puissent rentrer à leur rédaction pas trop tard (vers 10h cela doit être fini).