

# Développer ses relations avec les médias

Olivier Moch

HEPL

18 décembre 2012

# Communication



Les médias d'information  
=  
interlocuteur privilégié  
de l'entreprise !  
=  
relais vers grand public



## Trois grands types de médias d'information :

- ✓ La presse écrite
- ✓ La presse audiovisuelle
- ✓ Internet



Publics différents → souvent complémentaires !

## Quatre niveaux de médias d'information

- ✓ Presse locale ou régionale
- ✓ Presse nationale
- ✓ Presse spécialisée
- ✓ Presse internationale

Cibles différentes → souvent complémentaires !

Pour développer sa relation avec les médias

↳ **connaitre le contexte des médias !**

- ⊕ situation financière
- ⊕ ancrage décisionnel
- ⊕ état des rédactions
- ⊕ charge de travail des journalistes
- ⊕ fréquence de parutions  
(surtout pour presse internet et presse gratuite locale)

**Dresser un véritable état des lieux !**

## De façon générale...

Les médias sont en crise !!!

- ✓ Regroupement des titres au sein de groupes de presse (IPM, Rossel, Corelio....) et disparition
- ✓ Ancrages décisionnels regroupés à Bruxelles et à Namur (même La Meuse a installé ses décideurs à Namur...)
- ✓ Déficit budgétaire (même la pub et les abonnements, les deux pans stables de la presse écrite, sont en diminution)
- ✓ Moins de journalistes qui ont plus de travail
  - ↳ amaigrissement des rédactions → journalistes "Rémy Bricka"
- ✓ Concurrence d'internet (y compris sites de la presse traditionnelle)
- ✓ Apparition d'un journalisme-citoyen

**Obligé de tenir compte de cette réalité !**

## 3 grands axes de travail avec les médias

1° le communiqué de presse

2° la conférence de presse

3° les sollicitations des médias → des médias vers l'entreprise

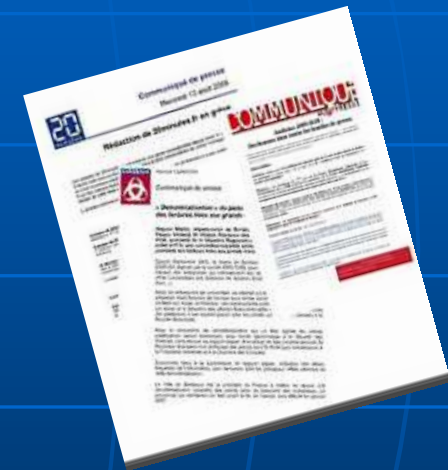


de l'entreprise vers les médias

Dans le jeu médiatique on peut être tantôt demandeur et tantôt répondant !

# 1° Le communiqué de presse

- ✓ Document court et synthétique
- ✓ Bien construit (titre + chapeau + corps + coordonnées)
- ✓ Information précise et concise
- ✓ Répondre au 5W
- ✓ Ciblé géographiquement et physiquement
- ✓ Joindre une photo libre de droit
- ✓ Prévoir la réaction des médias, pouvoir assurer le suivi



Aller directement à l'essentiel, entrer directement dans le vif du sujet, capter l'attention...

↳ se rendre intéressant et important !

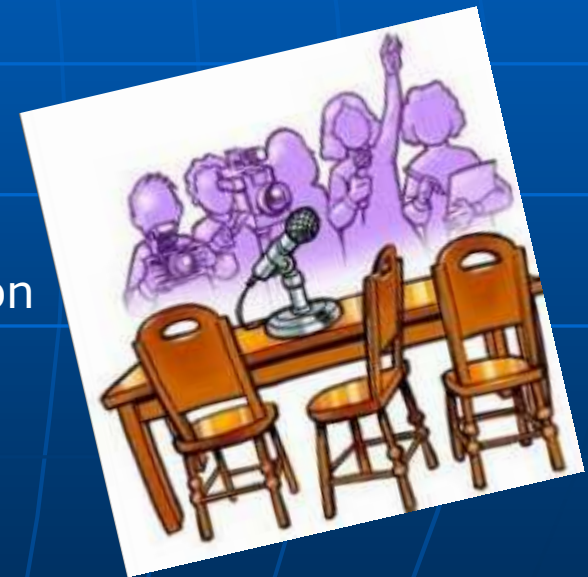


# Envoi et suivi du communiqué de presse

- ✓ Déterminer la date de médiatisation
- ✓ J-10 → envoi du communiqué (e-mail et fax)
  - ↳ de préférence tôt le matin (avant réunion de rédaction)
- ✓ J-5 à J-2 → contacts ciblés avec les relais-forts de chaque rédaction (☎ + @ + 💻)
- ✓ Toujours être prêt à assurer le suivi (prévoir interlocuteur(s), vérifier disponibilité, prévoir accès caméras et photographes...)

## 2° La conférence de presse

- ✓ Point de rencontre avec la presse
- ✓ Permet de présenter et de développer un sujet lié à une actualité
- ✓ Prévoir un dossier de presse
  - Clair, structuré, étoffé...
  - Répondre aux 5W
  - Attrayant par son contenu et sa présentation
  - Contenir des coordonnées de contact
- ✓ Se termine par un jeu de Q/R



# Organiser une conférence de presse ou pas ?

Trois questions à se poser :

- ⊕ l'info à diffuser est-elle pertinente ?
- ⊕ y-a-t'il suffisamment de matière à donner aux journalistes ?
- ⊕ le journaliste a-t-il intérêt à se déplacer à la conférence de presse ?

Si oui → Conférence de presse !

Si non → Privilégier le communiqué de presse !

# Organisation et suivi de la conférence de presse

- ✓ Détermination de la date
- ✓ Détermination du lieu
- ✓ **J-7** : envoi de l'invitation (fax rédaction, e-mails ciblés)
- ✓ **J-3** : rappel par mail
- ✓ **J-1** ou **J** (vers 9h00, au moment de la réunion de rédaction)  
coups de téléphone ciblés
- ✓ **J** (deux heures après la conférence) : envoi du dossier de presse  
aux médias non-présents
- ✓ Toujours être prêt à assurer le suivi (prévoir interlocuteur(s),  
vérifier disponibilité, prévoir accès caméras et photographes...

### 3° Les sollicitations de la presse

- ✓ participation à des émissions de télé ou de radio
- ✓ rédaction d'articles qui réclament une expertise certaines
- ✓ alimentation quotidienne des différents supports d'information
- ✓ communication de crise...

Essentiel de pouvoir répondre  
aux demandes des journalistes !

Même lorsqu'elles sont contraignantes  
(ex. faits divers, marronniers, ...)



## En résumé : comment (bien) aborder les médias ?

1° prendre le temps de faire un état des lieux

2° établir un plan d'action en fonction des réalités du terrain

3° avoir des bases de données étoffées et mise à jour

4° créer (au moins) un contact fort dans chaque rédaction

5° alimenter les médias en informations

↳ c'est à eux de trier ce qu'ils utiliseront ou pas !

## Quelques pistes de travail

- ⊕ Privilégier le communiqué à la conférence de presse (conférence seulement pour des sujets très porteurs)
- ⊕ Le communiqué doit être rédigé comme un article de presse
  - ↳ article clé sur porte
- ⊕ Créer différentes bases de données (presse régionale/locale, presse nationale, presse spécialisée...). Voir ce qu'il convient d'adresser à l'une, à l'autre ou à l'ensemble...
- ⊕ Tenir compte des impératifs des différents médias (heure de bouclage, JT, besoin d'images...)
- ⊕ Travailler avec les sites internet moins connus et/ou régionaux
- ⊕ Créer et entretenir un réseau de journalistes
  - ↳ Linkedin, Viadeo, Twitter...
- ⊕ Pouvoir répondre aux attentes des journalistes
  - ↳ création d'une relation win/win

Merci pour votre attention !

Questions ?



**Développer ses relations avec les médias**

© Olivier Moch, Communication – décembre 2012

[www.oliviermoch.be](http://www.oliviermoch.be)

**Communication**  
Olivier Moch — — —  
[www.oliviermoch.be](http://www.oliviermoch.be)