

# BIEN COMMUNIQUER

## Communiquer avec la presse lors d'un événement

### **Le communiqué de presse**

A la base de vos contacts avec la presse locale, écrite, radio ou télé, il y a un communiqué de presse qui peut donner lieu, ensuite, à une conférence de presse.

Le communiqué de presse est :

- un texte court,
- adressé par courrier ou idéalement par mail ou par fax aux journalistes,
- pour les informer d'un événement.

Sa caractéristique principale est d'être pensé en entonnoir, c'est-à-dire qu'il doit **partir de l'information principale** que vous souhaitez transmettre **vers la moins importante**. Il doit comporter une idée par paragraphe.

Deux exemples :

- 1) je souhaite annoncer la tenue d'une conférence de presse sur la Fête du Pain
- 2) je souhaite avertir la presse d'un événement lié à la Fête du Pain

Exemple n° 1 : j'annonce dès le titre le « pourquoi » du communiqué : **le x mai à 11h30, conférence de presse sur la Fête du Pain : salle du château.**

Puis je détaille : la Fête du Pain, cette année c'est du 11 au 17 mai.

C'est quoi la Fête du Pain ? Localement voici les animations prévues. Plus de renseignements et d'informations lors de la conférence de presse.

Exemple n°2 : j'annonce dès le titre le « pourquoi » du communiqué : **le 15 mai, dans le cadre de la Fête du Pain, le village a prévu une animation sur la place.** Puis je détaille, la Fête du Pain, cette année c'est du 11 au 17 mai. C'est quoi la Fête du Pain ? Localement voici les animations prévues.

Un communiqué de presse doit :

- être **court** ;
  - comporter des **niveaux de lecture** (caractères ou polices différents) pour permettre à un journaliste pressé de retenir l'information principale au premier coup d'oeil ;
  - répondre aux questions : qui ? quoi ? comment ? pourquoi ? où ? quand ?
  - se terminer par l'indication des **coordonnées** (personne, éventuellement un site Internet) où le journaliste peut recueillir davantage d'informations.
- Vous trouverez un communiqué de presse rédigé ci-après pour exemple.
- Ce communiqué de presse doit être envoyé à la presse un mois ou deux semaines avant l'événement, selon qu'il s'agit de la presse quotidienne, hebdomadaire, ou périodique (presse qui nécessite des délais de bouclage plus longs) etc.
  - Vous connaissez les supports de votre région, dites-vous simplement que vous devez laisser le temps au journaliste de s'organiser pour couvrir correctement la manifestation que vous lui proposez.

Dans l'espace membres de ce site, rubrique « bien communiquer », vous trouverez un tableau récapitulatif des adresses des principaux médias par région.

→ Dans le cadre de la Fête du Pain, les « 12/14 » et « 19/20 » régionaux de France 3 sont des incontournables.

**Objectif pour la Fête du Pain : au moins un passage télévisé par département**

## **Le travail avec le journaliste**

Il y a deux manières de travailler avec un journaliste, soit vous :

- 1) Organisez une conférence de presse pour les renseigner et les orienter tous en même temps
- 2) Répondez à chaque requête individuellement.

## **La conférence de presse**

- Il s'agit de réunir les journalistes pour leur donner les informations sur l'événement et répondre à leurs questions.
- Une conférence de presse a un coût et suppose une logistique (salle, préparation du fil rouge, préparation de documents, micro, etc.) : envisagez-la uniquement pour un événement d'ampleur (départemental ou régional).
- Informez les journalistes sur l'événement (lieu, dates, modalités, etc.) et, plus largement (la profession, la filière blé, farine, pain, etc.) pour leur donner des idées d'autres thématiques futures.
- Convoquez autour de vous des porte-parole à la fois pour rendre vivante la conférence de presse et également pour gagner en crédibilité : des boulangers, un meunier, un élu, etc.
- En gros, « mâchez le travail » des journalistes, en leur fournissant le plus d'informations et d'interlocuteurs possible : les journalistes doivent repartir avec des documents d'information.

## **Préparer un sujet**

### *Tout support*

- Répondez aux questions concrètes des journalistes (chiffres, sources exemples, explications, témoins) et pour ce faire n'hésitez pas à prendre le temps.
- Suggérez-en d'autres, creusez le sujet à fond avec eux.
- N'hésitez pas à « monter » des dossiers autour de thèmes et à les proposer aux rédactions, que ce soit durant l'année ou en les associant à un événement (par exemple la Fête du Pain).

## **Reportage TV :**

- Demandez au journaliste ce qu'il attend de vous (temps de parole, sujets, etc.) afin de vous préparer.
- Trouvez l'interlocuteur le plus adéquat (en termes d'image et de témoin).
- Que ce soit vous qui interveniez ou quelqu'un que vous aurez convié, n'oubliez pas à quel titre vous intervenez et mettez ce titre en valeur, avec (par exemple) une tenue de boulanger ou des beaux pains...
- Soyez percutant, direct et énergique, l'image ne pardonne pas.
- Veillez à votre débit de parole, ne parlez pas trop vite et surtout articulez.

## **Reportage radio :**

- Même remarque : demandez au journaliste ce qu'il attend de vous précisément.
- Une voix énergique et dynamique pour exprimer une pensée claire.
- Veillez à votre débit de parole, ne parlez pas trop vite et surtout articulez.
- Adaptez votre ton et vos propos à l'antenne : on ne répondra pas de la même façon sur Europe 2 ou France Info.

Petit à petit, constituez-vous un fichier de sujets et d'intervenants pour chacun.

Instaurez des relations cordiales avec les journalistes en répondant à leurs attentes et au-delà : par exemple, apportez du pain ou des viennoiseries aux rédactions des journaux, radio ou TV où vous serez convié. Ces petites attentions ne vous coûtent pas grand-chose, sont très appréciées et peuvent vous rapporter beaucoup !