

# Fiche pratique n°6 : Gérer ses relations avec la presse

Dans le cadre de votre plan de communication (cf fiche n°3), il est fortement recommandé de travailler avec la presse locale qui se fera l'écho de votre événement.

## 1. Rédiger un communiqué de presse

Le premier moyen de diffuser largement vos informations à la presse est de rédiger un communiqué de presse. Quelques règles générales sont à suivre lors de la rédaction d'un communiqué de presse : **éviter le jargon** trop technique, avoir un **langage clair et accessible**, utiliser une **mise en forme professionnelle**, claire et lisible.



*L'équipe presse des JNAgri se tient à votre disposition pour vous aider et vous conseiller. Retrouvez leurs coordonnées dans l'espace presse du site internet.*

## 2. Contacter la presse

Pour diffuser l'information sur votre événement, commencez par **lister les journaux locaux ou nationaux** que vous souhaitez toucher et tentez de trouver un mail de contact en ligne notamment sur leur site internet. **LinkedIn** peut-être une source précieuse pour trouver des contacts professionnels : vous pouvez identifier les personnes visées et leur demander leur adresse e-mail professionnelle. Vous pouvez également transmettre le communiqué de presse à votre **correspondant local**, qui n'est pas toujours journaliste. Utilisez votre réseau ! Vous connaissez sûrement quelqu'un qui connaît quelqu'un... qui connaît les correspondants locaux. Quoi qu'il en soit, **pensez à relancer** par mail ou par téléphone directement.



*Le communiqué de presse pourra également être envoyé à vos partenaires qui accepteront peut-être de le transmettre à leur tour, à leurs listes de diffusion.*



*Contactez la presse et les correspondants locaux suffisamment tôt et proposez-leur une interview avant l'événement. L'idée est de pouvoir avoir à la fois des retombées presse en amont de l'événement (qui génère du visitorat) et en aval de l'événement. Vous pouvez même leur proposer un partenariat (par exemple, leur logo sur votre affiche en échange d'un ou plusieurs articles).*

# La composition du communiqué de presse

- 1. Titre accrocheur :** Le titre doit être concis, informatif et attrayant. Il doit susciter l'intérêt et donner aux journalistes une idée claire de l'objet du communiqué.
- 2. Chapeau informatif :** Le chapeau, ou l'introduction, doit résumer brièvement l'essentiel du communiqué. Il répond généralement aux questions de base : **qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment ?** La date, le lieu et les modalités de l'événement doivent être clairement indiqués.
- 3. Corps du communiqué :** Organisez les informations de manière logique. Les détails les plus importants doivent figurer en premier, suivis des informations complémentaires. Utilisez des paragraphes courts et simples pour faciliter la lecture. Intégrez des citations pertinentes de personnes clés, telles que des dirigeants ou des experts, pour renforcer le message du communiqué.
- 4. Coordonnées de contact :** Fournissez des coordonnées claires pour un contact média. Cela devrait inclure le nom, le numéro de portable et l'adresse e-mail de la personne à contacter pour obtenir des informations supplémentaires.

## 3. Faire passer son message à la presse

Répondre à une interview peut être impressionnant : pour être le plus serein possible le jour J, **identifiez à l'avance les 2-3 messages clés à faire passer**. Adoptez un discours **positif**, axé sur des réussites et/ou des anecdotes qui rendront votre propos marquant. Si vous n'êtes pas à l'aise avec une question, restez **calme** et recentrez-vous sur votre message clé. Ne pratiquez pas le mélange de genres : n'oubliez pas, c'est une opération de communication et non commerciale.

## Boîte à outils

Pour faciliter vos relations avec la presse, vous pouvez consulter :

- des exemples de communiqué de presse sur le site des [Journées Nationales de l'Agriculture](#)
- le [site Alliance Presse](#) pour recenser les médias généraux de votre région
- le [site Presse Agricole](#) pour recenser les médias spécialisés sur l'agriculture de votre région



@journéesagriculture