

COMMENT OPTIMISER VOS RELATIONS PRESSE & MÉDIAS ?

Guide 2023

SOMMAIRE



- 03. DÉFINITION
- **06.** LES DIFFÉRENTS TYPES DE RELATIONS DE PRESSE
- **108.** COMMENT RÉDIGER UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE ?
- 12. EXEMPLE DE COMMUNIQUÉ DE PRESSE
 - 15. COMMENT STRUCTURER UN DOSSIER DE PRESSE?
 - 18. LA DIFFUSION
 - **21.** COMMENT TROUVER VOS CONTACTS ?
 - 25. LES DIFFÉRENTS UNIVERS MÉDIATIQUES
 - 27. UNE QUESTION 1



DÉFINITION

RELATION DE PRESSE, DÉFINITION



Les relations de presse constituent l'ensemble des actions réalisées vis-à-vis de la presse et des médias pour obtenir des retombées médiatiques positives.

L'OBJECTIF

Le but est d'obtenir une couverture gratuite d'un évènement, d'une activité, d'un club... Sous forme rédactionnel. Il s'agit de contenu à titre gracieux. Il faut donc intéresser le journaliste et investir du temps pour susciter la rédaction d'un article et en faciliter la réalisation.

Il est l'outil le plus puissant pour initier la relation avec le journaliste.

RELATION DE PRESSE, ÇA SERT À QUOI?



LES RELATIONS PRESSE PERMETTENT



D'augmenter votre visibilité auprès de votre cible.



De gagner en notoriété pour multiplier les opportunités.



LES DIFFÉRENTS TYPES DE RELATIONS DE PRESSE

LES DIFFÉRENTS DOCUMENTS RP



IL EXISTE DIFFÉRENTS DE DOCUMENTS POUR RÉALISER LES RELATIONS DE PRESSE



LE DOSSIER DE PRESSE

Le dossier de presse est une présentation complète de votre club, comité ou ligue.



LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

C'est l'outil le plus couramment utilisé dans les relations presse. C'est un document d'une ou deux pages maximum, qui a une durée de vie courte. Les communiqués de presse sont envoyés aux journalistes et présentent un fait précis ou une actualité de votre club, comité ou ligue.

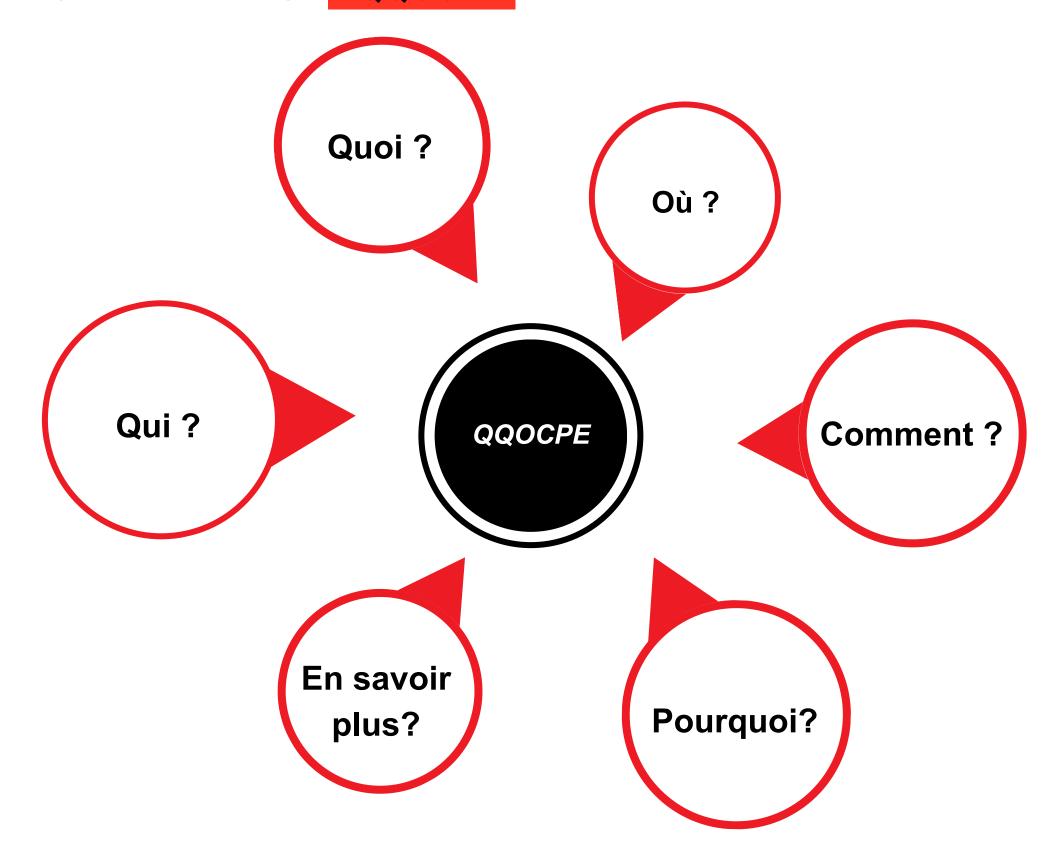


COMMENT RÉDIGER UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE ?

RÉDIGER UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE



VOUS POUVEZ UTILISER LA MÉTHODE QQOCPE



RÉDIGER UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE



SOIGNEZ LA FORME

- Soyez impactant dès votre titre.
- Etre captivant en utilisant des verbes d'action et des phrases courtes.
- Utilisez un langage clair et compréhensible.

SOIGNEZ LE FOND

- Votre plan doit se faire en entonnoir inversé.
- Donnez l'information principale puis les détails ensuite.

(Un journaliste lit rarement au-delà du chapô).

SOYEZ SIMPLE ET EFFICACE

- L'information doit vite être saisie.
- Utilisez des listes à puces pour aérer votre texte.
- Utilisez des visuels de bonne qualité.

RÉDIGER UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE



POINT DE VIGILANCE

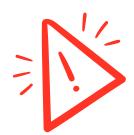
Lorsque vous utilisez un visuel ou des images vidéo, la qualité est très importante!

Les pièces jointes sont souvent très lourdes, c'est pourquoi nous vous conseillons:

De mentionner que les images sont disponibles sur demande.

Vous pouvez les renvoyer vers une plateforme de téléchargement de contenus.

Ou encore, utiliser un lien Wetransfer ou Smash.



Lorsque vous utilisez un visuel, celui-ci doit être libre de droit. Vous devez également préciser les crédits photos.



EXEMPLE DE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE GÉNÉRIQUE



Chapô (Intérêt)

EXEMPLE DE COMMUNIQUÉ DE PRESSE GÉNÉRIQUE

Avec la méthode AIDA: Accroche, Intérêt, Désir, Action



Titre (Accroche)

MERCREDI 8 FÉVRIER 2023

LES BLEUES FONT LEUR RETOUR France vs. Suède

> Rhénus de Strasbourg le vendredi 3 mars à 21h10 Aréna de Montbéliard le dimanche 5 mars à 17h15

Le communiqué de presse comprend :

- Un titre.
- Un chapô.
- Le corps de texte avec un lien menant vers le site.
- Un verbatim "plus d'informations".
- Un bloc contact presse.
- Une photo libre de droits disponible en HD (idéalement en téléchargement direct ou sur demande.).

L'équipe de France féminine de handball s'était quittée le 20 novembre dernier sur une quatrième place au championnat d'Europe 2022. Après une plus longue trêve internationale qu'à l'accoutumé en cette période, les Bleues se retrouveront le 26 février prochain pour une nouvelle semaine ponctuée de deux rencontres amicales face à la Suède sur le territoire français. Olivier Krumbholz, le sélectionneur, a annoncé l'effectif qu'il souhaitait rassembler à cette occasion et de nouvelles têtes font leur apparition.

Autour d'une ossature solide menée par des joueuses d'expérience, le sélectionneur a souhaité s'appuyer pour cette ouverture d'année sur de jeunes joueuses prometteuses.

Olivier Krumbholz peut compter sur au moins une cadre à chaque poste dans le groupe. Laura Glauser sera entourée d'une paire messine très en forme en ce moment. Camille Depuiset et Hatadou Sako. Cela faisait quelques temps que le sélectionneur souhaitait lui faire appel et la franco-sénégalaise portera enfin le bleu de chauffe lors de cette semaine internationale.

Sur les ailes, peu de surprise. Coralie Lassource et Chloé Valentini formeront la paire à gauche. Alicia Toublanc et Lucie Granier formeront celle de droite. Au poste de pivot, Pauletta Foppa et Oriane Ondono retrouveront encore une messine. Sarah Bouktit, qui fera son retour après un premier passage sous couleurs tricolores entre 2021 et début 2022. Sur la base arrière, à gauche, la capitaine Estelle Nze-Minko retrouvera Orlane Kanor mais également une tête nouvelle avec la nicoise. Diazz Chambertin, qui fera également ses premiers pas en bleu. A droite, Laura Flippes et Océane Sercien-Ugolin verront le retour d'Emma Jacques, revenue en forme de sa blessure. Enfin, à la mène, le sélectionneur s'appuiera bien sûr sur Grace Zaadi Deuna, Tamara Horacek, mais également Déborah Lassource et Léna Grandveau, déjà de la dernière compétition européenne

Lien (Action

PHOTOS LIBRES DE DROITS

SITE FÉDÉRAL

ESPACE PRESSE

Contact

Équipe de France A féminine 07 76 79 18 28









Diane PROUHET













Cet email a été envoyé à d.prouhet@ffhandball.net.

Vous avez reçu cet email car vous vous êtes inscrit sur Fédération française de handball.

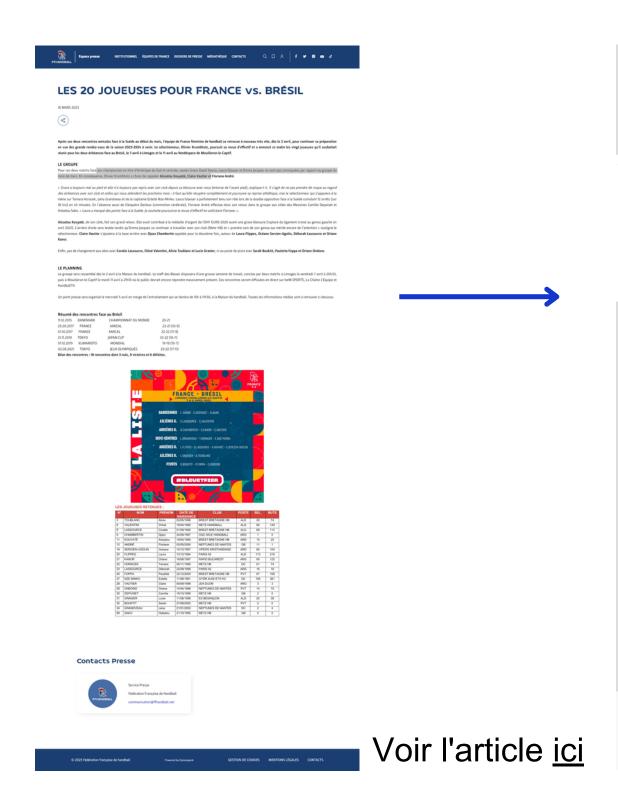
COMMUNIQUÉ DE PRESSE GÉNÉRIQUE



EXEMPLE DE COMMUNIQUÉ DE PRESSE PARU DANS L'ÉQUIPE



Il est nécessaire d'inclure un Verbatim. Il est très précieux dans un communiqué de presse.





14

Voir l'article <u>ici</u>



COMMENT STRUCTURER UN DOSSIER DE PRESSE?

CONSTRUIRE UN DOSSIER DE PRESSE



LES 6 ÉTAPES ESSENTIELLES POUR BIEN RÉDIGER UN DOSSIER DE PRESSE

LA PAGE DE COUVERTURE

C'est la première page de votre dossier de presse, celle qui doit capter l'attention des journalistes. Évitez les présentations trop scolaires et restez sobre, tout en respectant votre charte graphique.

Votre couverture doit impérativement contenir :

La mention "Dossier de presse" pour indiquer clairement aux journalistes ce dont il s'agit.

Un titre accrocheur.

Le nom de votre club, comité ou ligue.

Votre logo.

STRUCTURER UN DOSSIER DE PRESSE



LES 6 ÉTAPES ESSENTIELLES POUR BIEN RÉDIGER UN DOSSIER DE PRESSE

1 LE SOMMAIRE

Le nom de votre club, comité ou ligue.

LE MOT DU OU DES FONDATEUR(S)

Insérer un mot du fondateur ou dirigeant actuel vous permettra d'humaniser votre discours et de partager la vision de votre club, comité ou ligue. Accompagnez cette page d'une photo voire d'une mini-biographie

1 LE CORPS DU DOSSIER

Le corps du dossier de presse vise à raconter l'histoire de votre club, comité ou ligue, à présenter vos activités en vous mettant en valeur.

Vous pouvez présenter l'histoire de votre club, comité ou ligue et exprimer vos engagements.

1 VOS CHIFFRES CLÉS

C'est l'une des parties les plus importantes de votre dossier de presse car elle montre aux journalistes la bonne santé de votre club, comité ou ligue. N'hésitez pas à illustrer cette partie pour la rendre moins ennuyante, avec une infographie ou des illustrations.

1 LA PAGE CONTACT

Assurez-vous que cette page soit lisible et offre aux journalistes l'ensemble des informations dont ils ont besoin : adresse, email, numéro de téléphone, comptes réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram) ou lien vers votre site web.



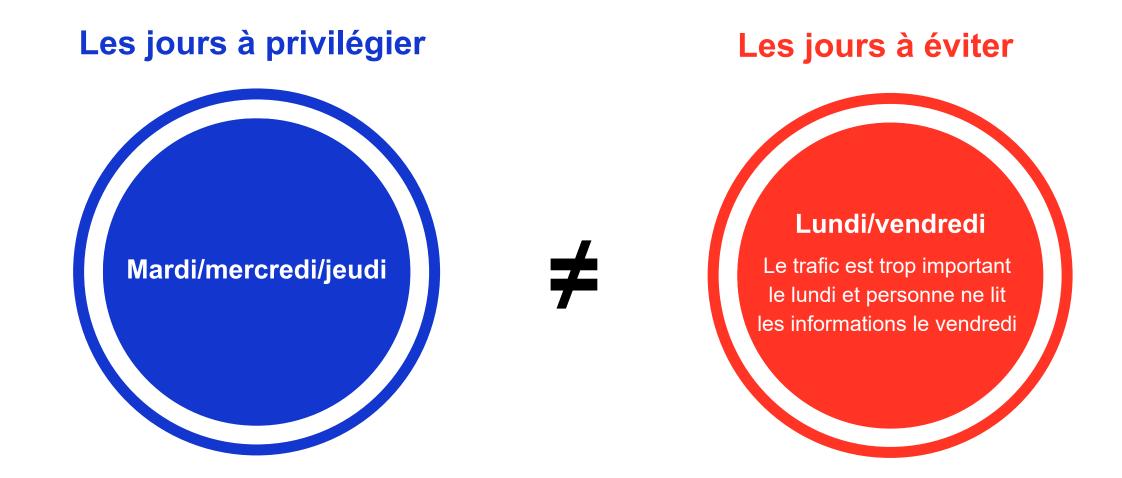
LA DIFFUSION

LES HORAIRES DE DIFFUSION





Il faut bien faire attention au jour et à l'horaire de diffusion !



Remarque: Pour la presse magazine, c'est en fonction de la date et du jour de parution.

Exemple : pour un hebdo paraissant le vendredi, il vaut mieux envoyer le lundi matin.

DIFFUSER UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE





Ce qu'il faut retenir



Ciblez les bons journalistes en fonction du sujet (sport, loisir, enfance, institutionnels etc.). Si vous avez un bon contact avec un journaliste, vous pouvez le contacter pour lui demander qui est la bonne personne dans sa rédaction.



Ne pas conserver des données personnelles sans accord des journalistes.

(Un fichier contenant des noms est soumis au règlement général sur la protection des données RGPD)



Soignez le titre de votre e-mail afin de donner envie au journaliste de l'ouvrir.



Mettre à jour vos fichiers régulièrement.



Limitez les listes de diffusion (au-delà de 10 destinataires certaines messageries orientent directement le mail en spam. Faites plusieurs envois, le cas échéant).



Qualifiez par centre d'intérêt vos contacts.



Pensez à mettre les destinataires en copie cachée (Cci).



COMMENT TROUVER VOS CONTACTS?

OÙ TROUVER VOS CONTACTS?



INTERNET

La plupart des médias
(TV, presse écrite, radio ou web)
ont un site internet.
Vous pouvez y trouver un
formulaire de contact ainsi qu'un
numéro de téléphone dans
certains cas.

LES ANNUAIRES

Ils peuvent être généralistes ou spécialisés. Ils sont un bon moyen de trouver un contact. Ils sont intéressants car les coordonnées des journalistes ou des médias y sont directement classés.

Exemple : Hors Antenne.

L'OURS

Il est présent dans chacun des journaux et magazines en support papier. Vous y trouverez les coordonnées des différents collaborateurs de la publication (rédacteur en chef et parfois journalistes). C'est une bonne façon pour contacter les médias, par rubriques.

CE QUE VOUS POUVEZ FAIRE



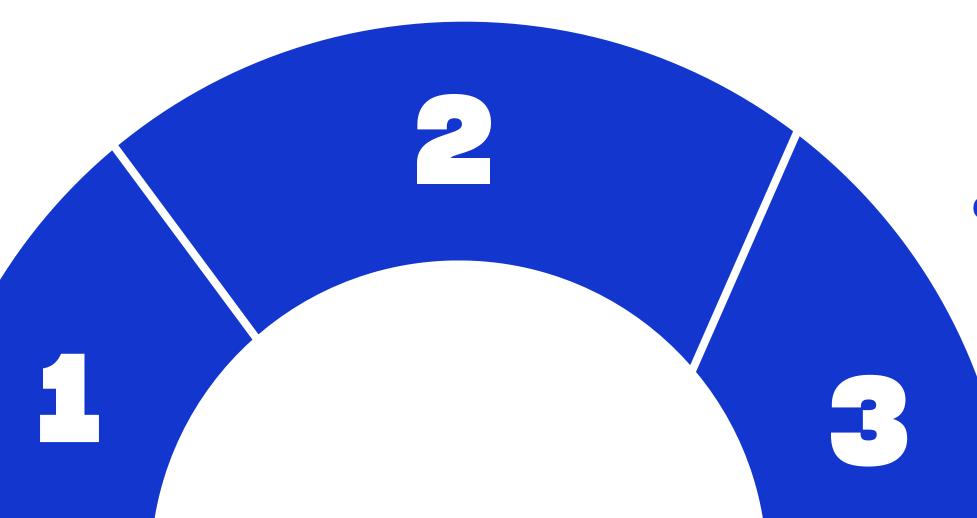


RÉCOLTER LES DONNÉES

Il est important de voir qui s'est servi du communiqué de presse ou du dossier de presse pour l'exclure des relances.

FAIRE DE LA VEILLE

Pensez à mettre en place une veille afin de rassembler les retombées en lien avec le sujet.



CONTACTER LES JOURNALISTES

Il est possible d'appeler les journalistes pour savoir s'ils ont bien reçu le communiqué.

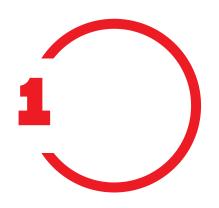
(attention encore une fois à l'heure d'appel. Certains journalistes peuvent se montrer réticents face à ce qu'ils considèrent comme du harcèlement.)

RENCONTRER LES JOURNALISTES



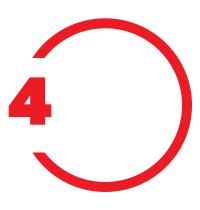
Avant de rencontrer ou d'accueillir un journaliste sur un événement, il est toujours utile de cadrer ses besoins pour son article ou son reportage.

POSEZ-VOUS DONC CES QUESTIONS:









Que veut-il savoir exactement?

À qui veut-il parler?

A-t-il besoin de faire des photos ?

De quel matériel a-t-il besoin ?



Remarque: N'oubliez pas que le journaliste représente un média: l'important c'est son lectorat, son auditoire.

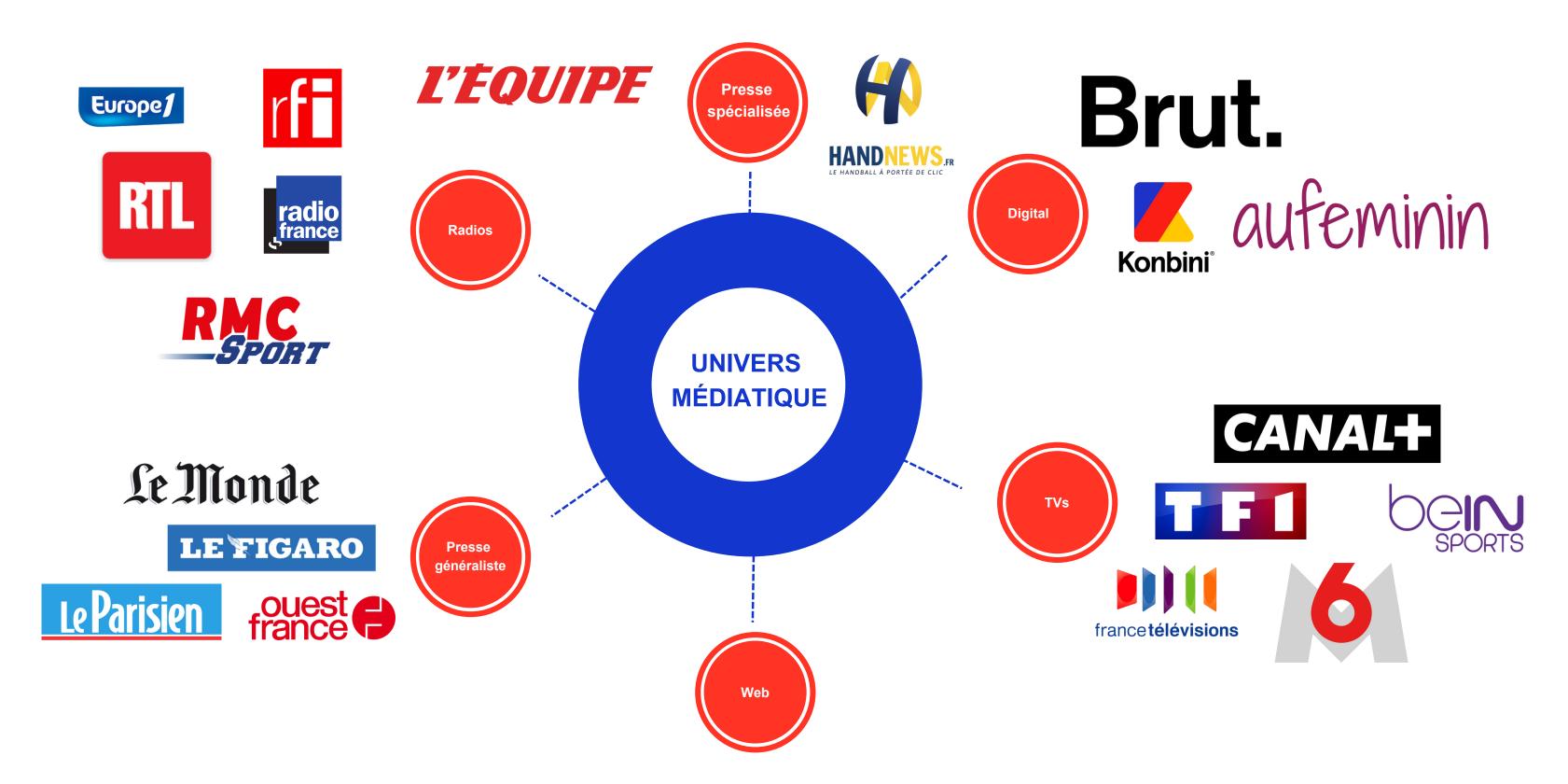
Ces questions permettent de voir quel est son niveau de connaissance du sujet et de pouvoir adapter votre message en conséquence.



LES DIFFÉRENTS UNIVERS MÉDIATIQUES

LES FAMILLES DE MÉDIAS







UNE QUESTION?

DES QUESTIONS?



CONTACTEZ-NOUS!

communication@ffhandball.net

