





# Communiquer avec la presse

Quand la presse parle de mon entreprise

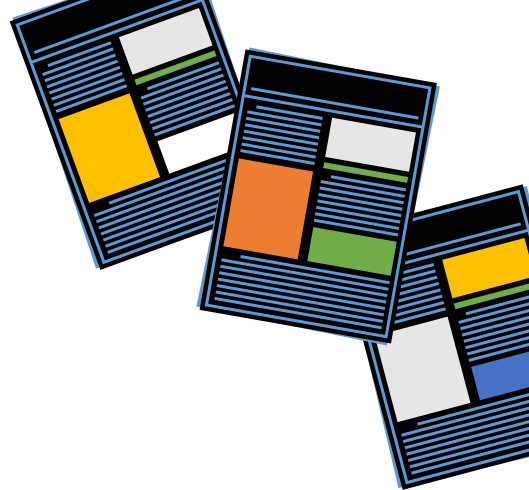
# Objectifs



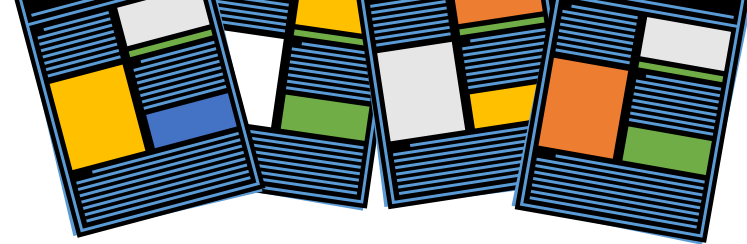
Créer de la visibilité



Créer de la crédibilité



# A quelles occasions ?



Actualité  
commerciale



Actualité  
organisationnelle



Actualité  
financière



Actualité  
juridique



# Comment ?

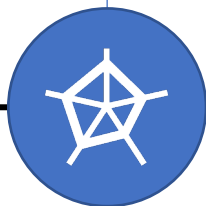


Le sujet



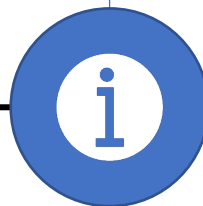
**Actualités  
commerciale,  
orga, juri, fi**

Le rayon  
géographique



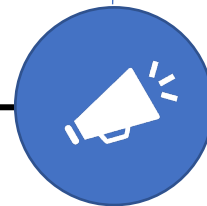
- local
- régional
- national
- international

La densité de  
l'information



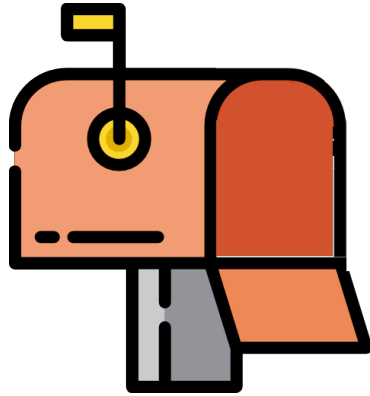
- communiqué
- dossier
- conférence

Les médias  
utilisés

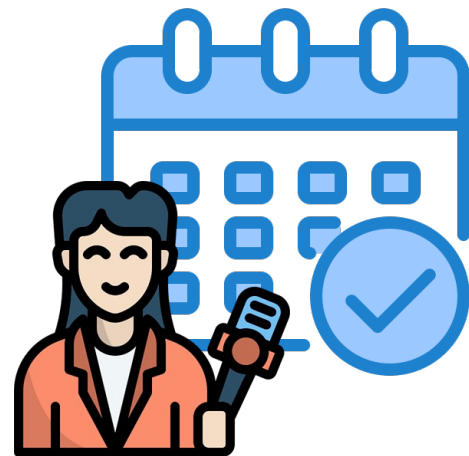


- presse écrite
- radio
- télévision
- internet

# Le/la journaliste



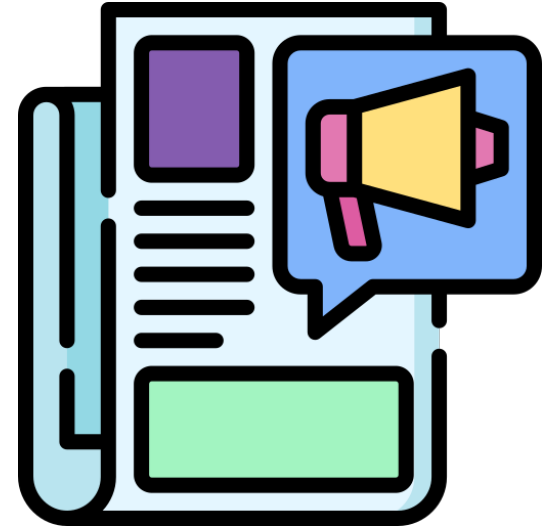
Les journalistes, les rédactions reçoivent tous les jours des dizaines de communiqués de presse.



Il faudra proposer une information originale et/ou importante.

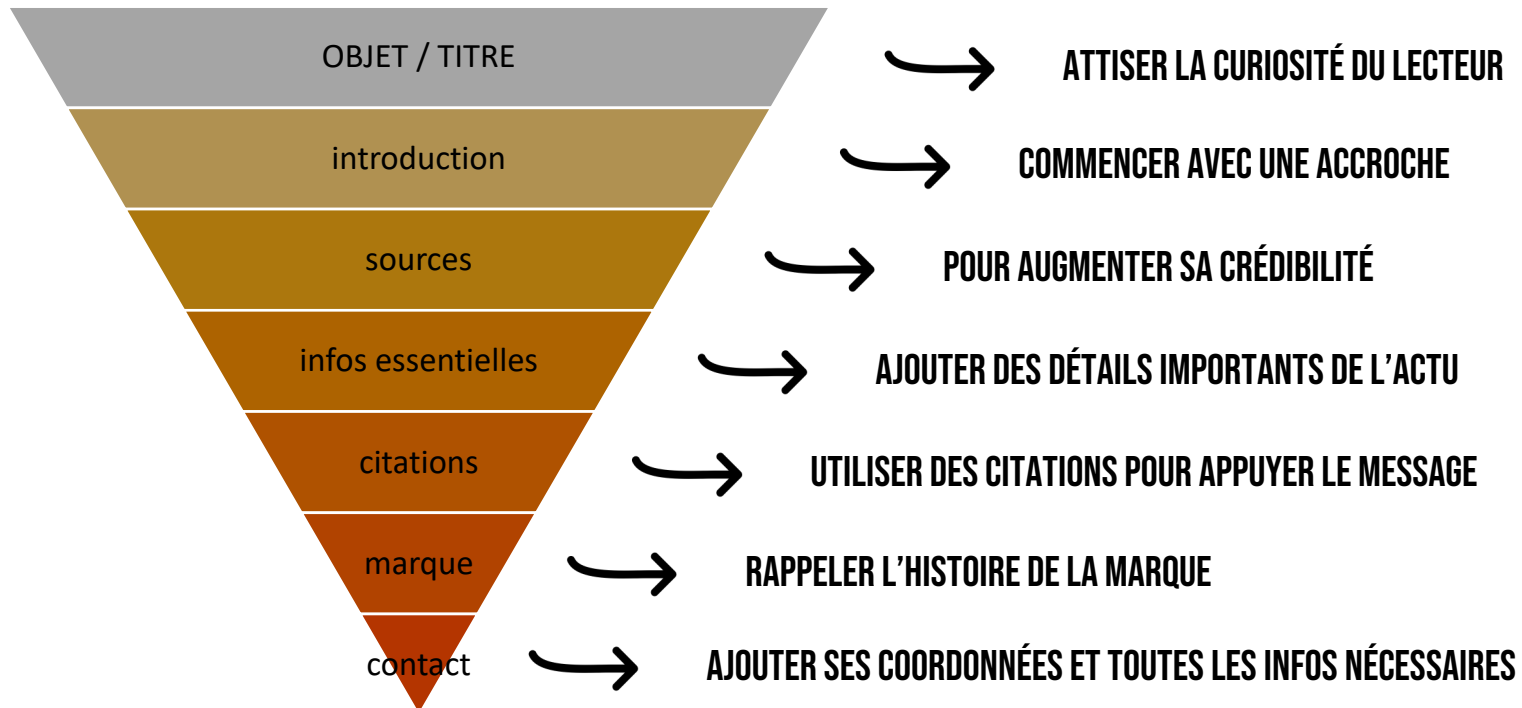
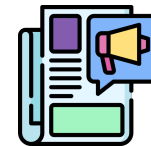
# Le communiqué de presse

- Document daté de 1 à 2 pages avec un titre
- Le journaliste s'en inspire pour rédiger son article
- Importance de soigner son style (structuré, facile et agréable à lire)
- Début : l'information que vous souhaitez relayer
- Fin : informations pratiques sur l'entreprise
- Une synthèse de 2/3 lignes
- Coordonnées de la personne à contacter
- Important : **la formulation de l'objet du mail**
- Piège : **envoyer un mail collectif**





# Rédiger un communiqué de presse



# Le dossier de presse



- Document daté plus étoffé
- Parties sur l’histoire, le savoir-faire, les dirigeants, les coordonnées, la personne à contacter

# L'événement presse

- Invitation à une conférence de presse
- Lieu prestigieux, visite sur site
- Distribution d'échantillons
- Mise à disposition du dossier de presse imprimé



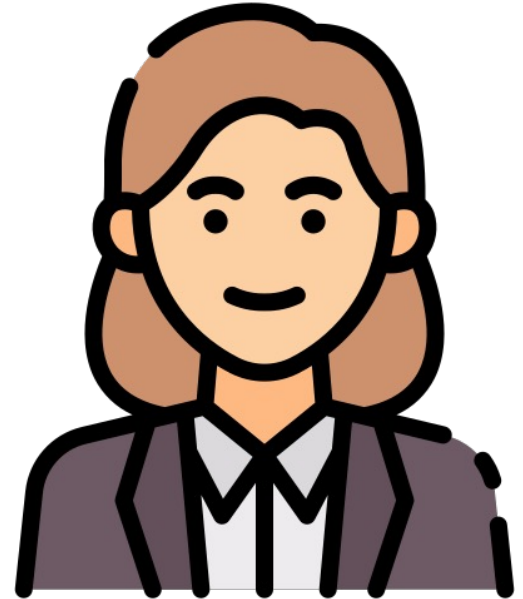
# La revue de presse



- Suite à l'interview ou au reportage, on s'informe de la **date de parution** de l'article, web ou papier
- On classe et répertorie les articles
- On les affiche sur le site vitrine et sur l'intranet
- On les envoie par mail à nos contacts (clients, investisseurs, banques)

# Le rôle d'attaché-e de presse

- Dans une PME, c'est le chef d'entreprise qui s'y colle
- Dans une entr. moyenne, c'est le/la responsable de communication
- Dans une grande entreprise, c'est le rôle de l'attaché-e de presse
- Selon les besoins, il existe des agences de communication qui sous-traitent cette fonction



**Google**  
Actualités

 **FLIPBOARD**

**SQUID**



**Scoop.** 

  
Press Directory

1. Choisir une entreprise
2. Effectuer la revue de presse de cette entreprise
3. Répertorier les articles par ordre chrono inversé
4. Concevoir un diaporama aux couleurs de la charte graphique

Travail en  
trinômes

LOGO  
DU MEDIA

# Titre de l'article

[https://www.lemonde.fr/sciences/article/2023/05/24/schizophrenie-liee-au-cannabis-les-jeunes-hommes-sont-les-plus-vulnerables\\_6174570\\_1650684.html](https://www.lemonde.fr/sciences/article/2023/05/24/schizophrenie-liee-au-cannabis-les-jeunes-hommes-sont-les-plus-vulnerables_6174570_1650684.html)






AAAA MM JJ

Texte du chapeau de l'article. Texte du chapeau de l'article. Texte du chapeau de l'article. Texte du chapeau de l'article. Texte du chapeau de l'article. Texte du chapeau de l'article. Texte du chapeau de l'article. Texte du chapeau de l'article.



LOGO DE MON  
ENTREPRISE

# REVUE DE PRESSE

	DATES	MEDIA	TITRE DE L'ARTICLE	TON
25	2023/05/22	<i>Le Parisien</i>	...	
24	2023/04/20	<i>Ouest France</i>	...	
23	2023/01/11	<i>TF1</i>	...	
22	2022/12/14	<i>BFM TV</i>	...	
21	2022/10/10	<i>L'Opinion</i>	...	
20	2022/09/02	<i>Marianne</i>	...	
19	2022/08/31	<i>Libération</i>	...	