



## Outil de communication : conférence de presse

---

### Qu'est-ce qu'une conférence de presse ?

Un évènement auquel on convie la presse en vue de diffuser des informations importantes et inédites.

#### Ses avantages :

- Permet d'élaborer davantage la nouvelle.
- L'échange face à face apporte des nuances et un climat de confiance difficilement atteignable avec un simple communiqué.
- Évite aux membres de l'organisation d'être interviewé-e-s plusieurs fois sur un même sujet.
- Envoie le signal que la situation est prise au sérieux.

#### Pertinence d'organiser une conférence de presse...et pour les journalistes d'y assister :

L'actualité regorge d'événements devant être couverts par les journalistes. Ceux-ci choisiront, selon la pertinence, l'originalité et l'intérêt de la nouvelle, si la conférence proposée mérite qu'on lui consacre du temps. Une conférence sans journaliste n'est pas un succès et entraîne des coûts inutiles(mais ça arrive!). C'est pourquoi il faut se questionner sur sa nécessité :

- Est-ce que c'est d'intérêt public?
- Ai-je vraiment besoin d'organiser une conférence ou un communiqué ferait l'affaire?

**Conseil :** Donner accès à une personne connue difficilement joignable par les journalistes peut constituer un atout. Les personnalités présentes à la conférence attireront les journalistes.

### Comment l'organiser ?

#### I. Avant

##### 1. Préparation :

- Déterminer le message.
- Prévoir un budget. ( ou les ressources matérielles )
- Choisir une date pertinente et veiller à éviter les conflits avec d'autres événements (vérifier les calendriers concernés, dont celui du RQGE et de GaïaPresse)
- Organiser l'intervention :
  - Contacter des personnes ressources pour prendre la parole (1-6 personnes).
  - Coordonner les messages des différent-e-s intervenant-e-s. Il est essentiel que les thèmes et sujets abordés par chacun-e soient connus de tous-tes afin d'éviter les redondances.
  - Préciser à l'avance le temps que durera chaque intervention.
  - Déterminer une personne qui sera en charge d'animer la conférence et de veiller au respect des temps de paroles (animateur-trice). Cette personne n'a pas à participer à l'organisme, mais possède idéalement une expérience de ce genre de situations

**Note :** S'assurer de fournir la liste des définitions des acronymes à la personne en charge de l'animation afin de s'assurer d'une présentation exacte des panélistes..

## 2. Rédaction et envoi d'une brève invitation<sup>1</sup>

### 3. Réalisation d'un dossier de presse : pour chaque journaliste et panelliste attendu-e-s (Prévoir quelques dossiers de surplus)

#### Contenu :

- Le communiqué de presse<sup>2</sup>,
- Une présentation ou le dépliant de l'organisme,
- Les coordonnées (ou carte d'affaires) de la ou des personnes-contacts,
- Le déroulement minuté et tout autre document pertinent.

Paginer et ranger le contenu dans une chemise (inclure un sommaire, au besoin).

#### 4. Logistique :

- Réserver une salle en tenant compte de sa capacité d'accueil.
- Prévoir une table, une jupe de table (pour cacher les jambes), des chaises, un ou plusieurs micros. (Si l'on attend un grand nombre de médias, prévoir des câbles d'alimentation permettant plusieurs branchements simultanés. Pour le son, la location d'une « truie » (branchée directement dans une console, garantie un son de qualité à plusieurs micros).
- Fournir café et biscuits/croissants et eau (Préférer des contenants réutilisables : de mise pour prolonger la conférence par quelques échanges informels).
- Prévoir une feuille de présence<sup>3</sup> (demandant nom, organe de presse, téléphone et adresse courriel). Déterminer une personne à l'accueil (tâches : veiller à la prise coordonnées des journalistes et remise des dossiers de presse).

**Note :** Cette liste permettra de constituer un carnet d'adresses et de connaître les journalistes ou médias intéressés par votre organisme. Veiller à les inviter personnellement lors de prochains évènements. Cela aidera aussi à la constitution de la revue de presse.

## II. Le jour de la conférence

Le matin; appeler les salles de rédactions permet de vérifier la bonne réception de l'invitation ou de confirmer la présence des journalistes (stratégie pour relancer les médias).

#### Matériel à apporter sur place

- Dossiers de presse
- Cartons (noms et organismes des panélistes) et quelques-uns supplémentaires en cas de changement d'intervenant-es (présentation soignée).
- Cartons d'annonce de temps restant
- Montre

---

<sup>1</sup> Voir outil « Invitation de presse ». Le RQGE offre le service de diffusion des communiqués de presse de ses membres via sa liste média,

<sup>2</sup> Voir l'outil « Communiqué de presse »

<sup>3</sup> Voir canevas « feuille de présence-conférence de presse »

- Affiches pour indiquer le chemin vers la salle (au besoin).
- Feuille de présence
- Marqueur
- Ruban adhésif
- Gommette (fun tack)
- Téléphone portable (pour être joignable si besoin)
- Appareil photo (pour rapport d'activité)
- Clé USB
- Projecteur et ordinateur portable (au besoin, s'informer de la disponibilité d'une imprimante sur place)

**Rôle de l'animateur-trice :****Quelques minutes avant la conférence :**

- Vérifier l'exactitude des noms des personnes et des organismes présents (S'assurer de connaître la signification des acronymes des groupes).
- Leur remettre une pochette de presse.
- Vérification du maintien des sujets devant être abordés par chacun.
- S'assurer de la bonne compréhension par chacun-ne des temps prescrits pour les allocutions (référence au déroulement minuté disponible dans le dossier de presse).
- Proposer aux panélistes de leur faire un signe pour préciser le temps restant (se placer de manière à être bien vu des panellistes mais pas des caméras, utiliser des cartons de différentes couleurs où est inscrit le temps restant).
- Tester les micros et informer les panellistes s'ils doivent faire circuler le micro.

**Durant la conférence :**

- Ouvrir la conférence de presse en présentant son déroulement et rappeler à tout le monde de fermer les téléphones cellulaires.
- Présenter les panélistes; nom et organisme (définir les acronymes)
- Donner la parole à chacun-e
- Voir au bon respect des temps alloués
- Voir au bon déroulement des interventions, s'il y a lieux
- Une conférence de presse se divise en trois périodes : tout d'abord, on s'adresse aux journalistes sur un sujet d'actualité, puis suit une série de questions/réponses, et enfin un temps de disponibilité pour des entrevues.

**Rôles logistiques assurés par l'organisation :**

- Veiller à bien identifier le chemin vers la salle et prévoir une personne à l'accueil.
- S'assurer que les journalistes remplissent la feuille présence/contact et leur remettre le dossier de presse.
- Insérez un embargo (« embargo jusqu'au... » pour empêcher la diffusion d'informations jusqu'au moment choisi, généralement la fin de la conférence) sur toutes diffusions d'informations privilégiées telles des entrevues accordées le matin avant la conférence, ou l'envoi du communiqué « en primeur » sur demande.
- Gérer les demandes d'entrevues avant et après la conférence.

- Veillez à limiter le temps total d'intervention (20 à 30 minutes, max 40 min.), pour laisser du temps aux questions réponses. Ne pas oublier que les journalistes sont des personnes pressées. Dans le cas où un grand nombre de personnes aimeraient prendre la parole, privilégiez des porte-paroles. Limitez le nombre de panélistes tous en mentionnant que d'autres personnes sont présentes dans la salle et disponibles pour des entrevues après la conférence.
- Une projection numérique de quelques images, graphiques et schémas est conseillée. Insérer une copie dans le portefeuille de documents remis aux journalistes (CD ou DVD en haute définition, qu'ils pourront reproduire dans les médias ou proposer le téléchargement sur votre site Internet).
- Si possible, rendre disponibles des images concernant l'événement duquel on traite ainsi qu'un logo de votre organisme.

### III. Après

- Veiller à bien rediriger les journalistes pour les entrevues.<sup>4</sup>
- Diffuser le communiqué de presse après la conférence de presse pour privilégier ceux qui y ont assisté. Il est essentiel de le mettre en ligne sur le site Internet de l'organisme (et celui du RQGE) et inciter les panélistes à faire de même sur le leur.
- Constituer une revue de presse et la diffuser aux personnes concernées (panélistes et organisateurs-trices de l'événement) dans les jours qui suivent. La mettre en valeur en la proposant sur le site Internet de l'organisme (et la communiquer au RQGE pour diffusion dans les Brèves). Possibilité de l'inclure au rapport d'activité.
- Faire un bilan sur la conférence de presse avec les intervenant-es est suggéré pour une meilleure organisation de la prochaine.

Autres sources et informations :

<http://www.cnrs.fr/compratique/telechargement/docsIntercom/confpresse.pdf>

---

<sup>4</sup> Voir « outil interview »