

Formation: organiser une conférence de presse

Vous souhaitez partager votre programme de l'année, vos événements en cours et à venir ? Partagez-les avec les journalistes en organisant une conférence de presse. Retrouvez ci-dessous les étapes indispensables à la mise en place d'un point presse réussi. Suivez nos conseils et lancez-vous !



Définir le contenu, les moyens et les intervenants

Il est avant tout important de bien déterminer le sujet de sa conférence de presse et évaluer si celle-ci vaut ou non le déplacement des journalistes. Posez-vous la question : avez-vous une réelle information à délivrer à la presse ? Une actualité marquante ?

Le thème défini, veillez à choisir le bon intervenant. Identifiez la personne la plus pertinente pour parler du sujet : dynamisme et aisance verbale sont les maîtres-mots. Précisez la trame du discours, le(s) message(s) à faire passer, le/les angle(s) d'approche, le ton employé, etc. Le porte-parole devra se préparer au jeu des questions/réponses avec les journalistes.

Pensez également aux supports à présenter et aux outils utilisés. L'orateur aura-t-il par exemple un PowerPoint de présentation ? Privilégiez quoi qu'il en soit les supports graphiques, plus attractifs, aux chiffres et aux longs paragraphes. Si vous choisissez de diffuser une vidéo, limitez-vous à une durée de 3-4 min.

Fixer la date, le lieu et le budget

Fixez la date et le lieu de la conférence de presse. Si vous n'avez pas de locaux ou si ces derniers ne sont pas adaptés pour recevoir du monde, vous pouvez louer une salle (hôtel, restaurant). Sinon, n'hésitez pas à vous tourner vers vos partenaires susceptibles de vous accueillir. Dans tous les cas, pensez à personnaliser le lieu avec vos affiches, goodies etc.

Organiser votre conférence de presse de préférence un mardi ou un jeudi en matinée : 8h30 – 10h ou 9h – 10h30 ou 11h – 12h30.

En fonction du budget alloué, déterminez le format du colloque (petit-déjeuner, buffet, apéritif...) en tenant compte des coûts éventuels : location de salle, matériel, boissons, fleurs, etc.

Inviter les journalistes : fichier presse, invitations presse et relances

Établissez un fichier presse à jour

Sélectionnez les journalistes spécialisés sur le sujet, sinon envoyez l'invitation au rédacteur en chef qui répartira aux journalistes dédiés. Si le sujet s'y prête, pensez à contacter les émissions TV et radio susceptibles d'accueillir des invités et « vendez » votre sujet.

Rédigez l'invitation presse

L'invitation presse doit préciser les intervenants, l'objet de la conférence et le déroulé. Ne dévoilez pas tout non plus ! Envoyez là au minimum 3 semaines avant la date fixée. Privilégiez les envois dans le corps du mail, sans pièces jointes. Le logiciel gratuit [MailChimp](#) vous permettra de réaliser de belles mise en pages et des envois en nombre.

Faites des relances téléphoniques auprès des journalistes

N'hésitez pas à relancer les journalistes invités. Vous n'êtes pas tout seul à les solliciter, il est donc vivement conseillé de les appeler pour s'assurer de leur présence ou non. Vous pouvez également les relancer la veille ou l'avant-veille de la conférence de presse, pour confirmation.

Si un journaliste invité ne peut pas venir, chercher à savoir qui pourrait le remplacer et invitez-le à son tour.

Organisez des interviews à l'issue de la conférence de presse avec les radios et TV présentes.

Veillez tout de fois à ne pas divulguer cette information avant l'évènement, aux journalistes qui ne pourraient pas venir.

Rédigez le dossier de presse

Distribués aux journalistes lors d'une conférence de presse, celui-ci regroupe les informations sur votre organisme, vos intervenants, les résumés des points abordés dans le discours, les contacts utiles, les photos libres de droit qui pourront être utilisées par les médias (faites-en la proposition avec un mail de contact).

Donnez le dossier de presse à la fin de la conférence afin de garder toute l'attention de l'assistance.

Par la suite de l'évènement, renvoyer le dossier de presse par mail à l'ensemble de votre fichier presse.

Calendrier

Pour vous aider dans l'organisation des différentes étapes, établissez un retro-planning des principales tâches à accomplir jusqu'au jour J. Un moyen de vérifier la faisabilité de l'évènement et de tenir les délais.

Être fin prêt pour la conférence de presse

L'organisation à J-2

Constituez la liste des journalistes qui seront présents et désignez la personne qui les accueillera.

Disposez la salle à votre convenance (si vous en avez le choix) : table ou pupitre pour l'orateur ? Mise en place conviviales ou solennelle ?

Établissez le filage s'il y a plusieurs prises de parole. Les interventions de chaque orateur doivent être complémentaires. Prévoir aussi dans ce cas des chevalets avec les noms des différentes personnes pour une bonne identification.

Disposez la signalétique ou fléchage menant à la salle.

Vérifiez le matériel et les outils utilisés : connexion internet, compatibilité des ordinateurs, vidéoprojecteur, micros, etc.

La conférence de presse, Jour J

Accueillez les journalistes, faites signer une liste de présence.

Débutez à l'heure, octroyant environ 30 min de parole et 15 min de questions/réponses.

Distribuer les dossiers de presse, puis invitez les participants à un moment d'échange informel (buffet, apéritif).

Retombées presse : évaluation des résultats

Afin de déterminer le succès de votre conférence de presse, réalisez une revue de presse.

Derniers conseils

Pour solliciter l'intérêt des journalistes, si possible, faites intervenir une personne « VIP », remettez des goodies avec le dossier de presse et proposez un buffet/apéritif ou au minimum un accueil café.