

# C Comme... Conférence de presse

## Les bons ingrédients

De quoi avez-vous besoin pour organiser votre conférence de presse ? Passage en revue...

- **Une bonne information** à délivrer à la presse. C'est à dire une information qui justifie son déplacement.
- **Des présentateurs** : qui va parler lors de cette conférence ? Une personne ? Deux personnes ? Davantage ? Bien souvent, le président de l'association est de la partie. Sa parole peut être complétée ou venir en complément de celle du ou de la chargé(e) de communication, ainsi que la personne en charge du projet présenté (+ les partenaires et/ou invités).
- **Un lieu** : suffisamment grand pour accueillir le nombre de personnes que vous prévoyez. Et suffisamment attractif, original, sympathique... Pour retenir l'attention.
- **Une date** : préférez le mardi ou le jeudi, et en matinée de préférence, vers 9h (ainsi vous ne coupez pas la journée des journalistes). A priori, ce sont les moments où les journalistes sont le moins débordés. Ne choisissez jamais 18h, car c'est le moment du bouclage pour la presse.
- **Des journalistes** : au moins 2 ou 3 journalistes confirmant leur présence à votre conférence.
- **Des partenaires** : ceux qui ont participé ou participent à l'événement/projet/contenu que vous présentez.
- **Des invités** : personnes qui ne sont ni partenaires, ni partie prenante de ce que vous présentez, mais qui sont susceptibles d'être intéressées. Il peut bien entendu y avoir plusieurs membres de votre association.

**Note** : partenaires ou invités, essayez d'obtenir la présence d'une « personnalité » (quelqu'un qui intéresse les journalistes...) et de lui donner la parole lors de votre conférence. Ceci peut favoriser le déplacement de la presse.

## Conférence : quels ustensiles ?

- **Un carton d'invitation** : que vous allez envoyer par courrier aux journalistes ciblés (et présents dans votre fichier presse), en prenant soin de leur joindre un carton réponse à vous renvoyer (qu'ils ne vous renverront peut-être pas, mais l'essentiel est qu'il y soit).

Vous enverrez également votre carton d'invitation par mail, à ces mêmes journalistes. Si vous n'avez pas de journalistes qui vous connaissent déjà, envoyez aux rédacteurs en chef.

Donnez la possibilité de vous répondre par courrier, mail, téléphone, fax. Le carton d'invitation reprend vos coordonnées ainsi que toutes les informations relatives à la conférence de presse (Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Avec qui?). Vous pouvez y joindre un communiqué de presse présentant la conférence et le projet.

- **Un dossier de presse** : que vous distribuerez lors de votre conférence de presse, afin que les journalistes partent avec les informations nécessaires. Mais que vous enverrez également aux journalistes qui n'ont pas pu venir.
- **Une présentation** : comment allez-vous réaliser votre conférence de presse ? Allez-vous utiliser un vidéo-projecteur ? Allez-vous avoir besoin d'un micro et sono (en fonction de la grandeur du lieu). Quel support de présentation allez-vous utiliser ? Quoi qu'il en soit, créez une petite mise en scène qui en jette.

## Les petits plus ...

- **A boire !** C'est le minimum. Si vous êtes plutôt partis sur une conférence de presse en matinée, offrez le petit déjeuner. A un autre moment, offrez des rafraîchissements et amuses gueules.
- **Des goodies (cadeaux)** : pas obligatoire mais fortement recommandé. Les journalistes apprécient. A vous de voir quel cadeau vous pouvez offrir (en lien avec votre asso...), pour quel budget. Vous les remettrez aux journalistes en même temps que le dossier de presse.

## Planifiez : le timing

Une fois que vous avez tous les éléments ci-dessus. Il vous reste à organiser votre timing.

**1. Envoyez votre carton d'invitation** deux à trois semaines à l'avance. Au préalable, n'oubliez pas d'avoir contacté 2 à 3 journalistes qui auront confirmé leur présence. Pourquoi ? Parce que si les autres ne répondent pas, vous savez que vous n'organisez pas votre conférence pour rien. Ces 2 ou 3 journalistes seront là.

**2. Établissez la liste des personnes ayant confirmé leur présence** (partenaires, invités, journalistes)... Pour pouvoir prévoir la quantité de boisson, de petits déjeuners, de goodies que vous devez préparer.

**3. Le jour J** : accueillez chacun des invités, vérifiez votre liste pour voir qui est venu ou pas venu, placez les gens au besoin. Vous pouvez éventuellement leur remettre des badges si cela se justifie. Ainsi que les dossiers de presse, afin que les journalistes puissent s'en servir comme document de travail. Démarrez votre conférence à l'heure prévue. Ne soyez pas trop long, souvenez-vous que les journalistes ne peuvent se permettre de passer trop de temps. Soyez dynamiques, transmettez votre enthousiasme. Prévoyez entre 15 et 20 mn de parole + une plage pour les questions des journalistes. Évitez les termes techniques. Vulgarisez. Remerciez les gens de leur présence, distribuez les goodies si vous ne l'avez pas fait à l'accueil. Le temps qui suit la conférence est plus informel. Certains journalistes partiront peut-être, d'autres resteront pour vous interviewer. Discutez avec eux, donnez leur des informations en plus, des anecdotes... Accordez un peu de temps aux discussions avec les journalistes et les invités. Pliez, remballiez, c'est terminé.

**4. En fait, non, ce n'est pas terminé.** Car vous n'avez pas fait cela pour rien, n'est-ce pas ? Évaluez les retombées de cette conférence. Les articles dans la presse. Les atouts collatéraux (d'autres personnes présentes à cette conférence ont peut-être parlé de vous, servi votre cause). Et lorsque les articles seront parus, envoyez un petit mot aux journalistes pour les remercier de votre présence à votre conférence et de leur article. Entretenez la relation, car vous referez probablement appel à eux dans le futur. Et n'oubliez pas d'étoffer votre revue de presse, dans vos archives et sur votre site web...

## Un exemple, des idées

Dans ma précédente association, nous avons organisé une conférence de presse à l'occasion du lancement d'un nouveau site web sur une thématique précise.

Le lieu ? Un restaurant « branché ».

Le moment ? En matinée, donc petit déjeuner offert.

En invités spéciaux, le maire de l'arrondissement, ainsi que la vice présidente du Conseil Régional qui subventionnait une partie du projet.

En guise de goodies pour les journalistes, une clef usb estampillée du logo du projet présenté, contenant le dossier de presse au format pdf, le logo du projet, des vidéos teaser et quelques visuels pouvant être utilisés...

Et en guise de présentation, le lancement en direct live du site web par la vice présidente du conseil régional... En appuyant sur une touche de l'ordinateur portable, elle lançait un compte à rebours visuel projeté sur une toile. A la fin du compte à rebours, le site web apparaissait. Il ne restait plus qu'à naviguer dessus en expliquant le projet...