

Organiser une conférence de presse

Une conférence de presse vise à transmettre un ensemble d'informations – en principe inédites – à plusieurs journalistes dans le cadre d'une rencontre d'environ 40 à 50 minutes.

En premier lieu, il convient de se demander si l'information à transmettre et ses enjeux justifient l'organisation d'une conférence de presse :

- *l'information est-elle inédite ? ne circule-t-elle pas déjà (flyers, sites Internet), etc. ?*
- *l'information est-elle suffisamment « trépidante » pour inciter des journalistes à se déplacer ?*
- *un simple communiqué de presse n'est-il pas suffisant ?*

En second lieu, il faut se poser la question des moyens et de la maîtrise :

- *les intervenants pressentis ont-ils des compétences en terme de communication ?*
- *avons-nous le temps et les personnes à disposition pour assurer l'accueil et organiser une collation ?*
- *disposons-nous de locaux adéquats ?*
- *disposons-nous de matériel fiable (ordinateur portable, vidéo-projecteur) ? Sinon, nous est-il possible de l'emprunter ?*
- *l'information et le message à faire passer sont-ils suffisamment maîtrisés pour assurer une communication de qualité et pour pouvoir répondre aux questions ?*

Organisation

Poser le cadre

- **définir le contenu**
 - *quel est **le message** que nous voulons faire passer ?*
- **définir la forme**
 - *en fonction du message que nous souhaitons faire passer, optons-nous plutôt pour*
 - *une présentation sobre (courtes interventions successives, présentation power-point, réponses aux questions des journalistes) ?*
 - *une forme événementielle (par exemple, présenter un nouvel orgue et annoncer les festivités autour de son inauguration lors de la fin des travaux, lorsque l'orgue est joué pour la première fois) ?*
 - *une forme spectaculaire (par exemple, annoncer un cycle d'activités autour du thème « l'eau et le feu » lors d'un exercice de pompiers) ?*
- **définir les intervenants (3 à 6 au maximum)**
 - *quelles sont les personnes les mieux à même de s'exprimer, clairement et brièvement, sur le sujet en question ?*
 - *quelle personnalité publique pourrait intervenir pour augmenter l'attrait de la conférence ?*
- **cibler les médias**
 - *l'information que nous souhaitons communiquer a-t-elle une portée régionale, cantonale, nationale ?*
 - *disposons-nous des éléments visuels justifiant l'invitation d'un média audio-visuel ?*
- **fixer la date, l'heure et le lieu**
 - *privilégier dans la mesure du possible les mardis, mercredis ou jeudis, entre 10h et 11h30 (NB : éviter les vacances scolaires et les périodes de grands événements, sportifs, politiques ou autres)*
 - *choisir un lieu central, facile à trouver, accessible par les transports publics et offrant des possibilités de parking*

Lancer les invitations et se préparer

- **quand ?**
 - **médias quotidiens** : 14 jours avant avec relance par téléphone quelques jours avant, ou 5 jours ouvrables avant
 - **journaux hebdomadaires et mensuels** : 6 à 8 semaines avant
- **comment ?**
 - elle est envoyée par e-mail et comprend
 - le logo de l'EERV, la précision du lieu d'Eglise et l'adresse du site Internet
 - la date, le lieu, l'heure et la durée
 - une information concernant l'objet de la conférence de presse
 - le nom des intervenants, éventuellement la présence d'une personnalité
 - le nom et les coordonnées d'une personne de référence (adresse e-mail et numéro de natel auquel cette personne peut facilement être atteinte)
 - un plan indiquant les parkings à proximité, ainsi que les transports publics
 - éventuellement : « la conférence sera suivie d'un buffet / d'un apéritif »
 - **NB : ne pas envoyer le dossier de presse avant la conférence de presse**
- **se préparer** : lors d'une séance réunissant les différents acteurs :
 - se répartir les interventions (en ne perdant pas de vue le message à faire passer)
 - fixer les temps de parole pour ne pas dépasser 20-25 minutes de présentation

Jour J

- **préparation**
 - signaler de manière visible le lieu de la conférence de presse
 - mettre des blocs et stylos à disposition à l'entrée
 - s'assurer du bon fonctionnement du matériel (vidéo projecteur, etc.)
 - veiller à disposer d'un nombre suffisant de sièges
 - préparer la collation avant la conférence pour éviter un temps de battement
- **à l'entrée**
 - profiter de la venue des journalistes pour constituer une liste de presse
 - distribuer le dossier de presse
 - échange de cartes de visite
- **puis**
 - le responsable du projet ou un modérateur désigné ouvre les feux
 - il présente les intervenants et veille au respect des temps de parole
 - il anime la discussion qui suit

Suivi

- envoyer rapidement à tous les journalistes contactés **un communiqué** faisant écho à la conférence de presse et reprenant les points essentiels ; y joindre le **dossier de presse** (format électronique)
- pour la personne de contact : **rester atteignable** pour accueillir d'éventuelles questions

Dossier de presse

- **contenu**
 - informations précises concernant l'objet de la conférence
 - documents de référence
 - textes réutilisables par les journalistes
 - éventuellement, des illustrations / photos / un CD-rom / un DVD
 - coordonnées d'une personne de contact assurant le suivi