



Communiquer avec les Médias pour
les Organisations de la Société Civile
#PAGOF #PISCCA



MODULE 2 – Principes de base des Médias



Christophe Bernes
Expert international

Introduction

Tour de table :

Connaissez-vous les titres de presse locaux et nationaux?

Quotidiens, Mensuels, Spéciaux

Panorama de la Presse Ivoirienne

❑ **Autorité Nationale de Presse** <http://www.lecnp.com>

Les statistiques de la presse sont diffusées par l'Autorité nationale de la presse (ANP), conformément aux dispositions de l'article 56 de la loi numéro 2017-867 du 27 décembre 2017 portant régime juridique de la presse qui stipulent: "*les distributeurs tiennent mensuellement à la disposition de l'autorité de régulation, les chiffres de vente des journaux et écrits périodiques pour une distribution trimestrielle*".

Les statistiques du premier trimestre 2018, transmises par la société de distribution "EDIPRESSE" sont arrêtées à la date du mardi 10 juillet 2018, sous réserve des invendus non ramenés et des réclamations en attente.

[http://www.lecnp.com/publication/ca_2018\(1\).pdf](http://www.lecnp.com/publication/ca_2018(1).pdf)

- Volumes de vente (en nombre d'exemplaires)
- Chiffres de vente (en CFA)

❑ **Agence Ivoirienne de Presse (AIP)**

<https://aip.ci/category/depeches/>

Panorama de l'Audio-visuel Ivoirien

❑ **Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle** <http://www.haca.ci>

- Répertoire des TV

<http://www.haca.ci/repertoire.php?p=4&type=t>

- Répertoire des radios

<http://www.haca.ci/repertoire.php?p=4&type=r>

❑ **Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (RTI)** <https://www.rti.ci/>

Mémo – Le Fichier Presse

Fichier **excel** (ou autre tableur)

- Nom du journaliste
- Prénom
- Journal
- Type de média (quotidien, hebdomadaire, spécialisée)
- Couverture (nationale ou locale)
- Ville
- Rubriques
- Téléphone
- E-mail
- Remarques (ex. si article ou itw déjà fait et quand, etc.)

Fichier **à alimenter et à mettre à jour en continu** (au fil des contacts directs, via les contacts/rerelations d'autres membres de l'association ou d'associations partenaires, par repérage sur les sites internet des médias ou sur les articles publiés, etc.) : **à créer dès que possible** et éviter d'attendre d'avoir besoin d'envoyer un communiqué pour constituer votre fichier presse.

Analyse des titres de presse

Travaux de groupe :

Sur 2 articles dans le journal distribué, repérer la trame de chaque article (début, corps, fin), le message délivré, la hiérarchie de l'information, le titre, la photo (s'il y en a une).

Qu'en retenez-vous?

Les 8 règles journalistiques



Analyse de vos publications presse 1/2

Travaux de groupe :

I. Lecture et analyse des articles publiés sur vos associations

Quel est le message délivré, la hiérarchie de l'information, le titre, la photo (s'il y en a une), qui est cité/interviewé, quels sont les chiffres ou faits mentionnés?

Qu'en reprenez-vous?

Analyse de vos publications presse 2/2

Travaux de groupe :

2. Lecture et analyse des communiqués de presse de vos associations.

Quel est le message délivré, la hiérarchie de l'information, le titre, la photo (s'il y en a une), qui est cité/interviewé, quels sont les chiffres ou faits mentionnés?

Qu'en reprenez-vous?

3. Comparez les 2 analyses : celle de l'article publié et celle du communiqué de presse

Quelles sont vos conclusions, vos recommandations?

Trame du Communiqué de Presse 1/2

Pensez à informer les **journalistes locaux et régionaux près de chez vous** de la tenue de votre évènement. Pour cela, envoyez-leur un communiqué de presse par mail.

- 1) Votre communiqué doit tenir **sur une page**. Mieux vaut être court, vous aurez plus de chances d'être lus !
- 2) Pensez à reprendre la **charte graphique de votre association ou de l'évènement** en haut et bas de page (logo et signatures)
- 3) **Datez votre communiqué**, en haut de page, à droite.
- 4) Indiquez bien la mention « **Communiqué de presse** » en caractère gras et en souligné ou encadré.
- 5) Toujours débiter le communiqué de presse par **1 à 2 lignes de résumé**.
- 6) **Présentez brièvement** l'évènement, les résultats d'une action, l'opinion, le « nouveau produit »... (s'il y a un site ou une page web dédiée, mettre un lien vers le site pour ceux qui voudrait en savoir plus)

Trame du Communiqué de Presse 2/2

- 7) Ecrire quelques paragraphes courts et distincts. Et commencez par les informations essentielles à ne pas manquer, c'est-à-dire répondez aux questions : « **Qui ?** », « **Quand ?** », « **Où** », « **Quoi ?** » et « **Pourquoi ?** ».
- 8) Indiquez un **contact presse**. Ce contact devra être en mesure de renseigner les journalistes qui voudraient des précisions sur l'évènement ou/et des photos.
- 9) Présentez votre association en 2 lignes dans « A propos » en italique en bas de page
- 10) A qui l'envoyer ? Pensez à vous constituer un **fichier de contacts de journalistes locaux et régionaux**. Si vous n'en avez pas encore, vous pouvez envoyer votre communiqué à la rédaction des journaux ou mensuels (au lieu d'un journaliste en particulier).
- 11) **Quand** l'envoyer ? Si vous contactez des mensuels, vous devez penser à leur envoyer votre communiqué de presse au moins 3 mois avant le début de votre évènement. Si vous l'envoyez à des hebdomadaires, en général, 1 mois de délai suffit et pour des quotidiens, compter 3 jours à 1 semaine.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Un fête de la nature se tiendra à ..., du ... au ... 201...

☒ Rappeler qui vous êtes êtes

L'association des commerçants et artisans a été créée en Elle fédère les commerçants de et propose tout au long de l'année des animations, participant à la notoriété de la ville. Acteur du dynamisme de..... l'association..... Propose une nouvelle animation sur le thème du printemps en partenariat avec la mairie, l'association des parents d'élèves, les producteurs locaux....

☒ Personnaliser les infos pratiques (ville, dates et lieu précis de l'évènement...)

L'association des commerçants ... organise une fête de la nature, à ..., en Un marché des producteurs locaux avec X exposants se tiendra place..... Des animations seront mis en scène dans les rues de la ville, de la rue X à la rue Y en passant par le quartier...

☒ Evoquer les spécificités et le programme précis de votre évènement

Le projet de la Fête de la nature est née de

Le programme des animations (lieu, date, thème):

Objectif de l'évènement (créer du lien entre les différentes associations, proposer aux habitants une nouvelle animation tonique et printanière, faire connaître les nouveaux commerçants, faire connaître la nature et les producteurs locaux, faire connaître la flore locale...)

☒ Reprendre des infos plus générales sur l'association

La Fête de la nature l'aboutissement d'un projet collaboratif, qui ancre plus avant l'association des commerçants dans ses préoccupations d'animation et de dynamisation du territoire. Cette fête de la nature sera l'occasion de faire découvrir la nature aux jeunes, avec ses richesses, ses équilibres et ses fragilités. Nous leur donnons aussi des clés pour comprendre les défis environnementaux, pour inventer de nouvelles formes de développement et de partage des ressources.

☒ Inviter le journaliste à prendre contact avec vous

Si vous désirez des informations sur notre fête de la nature, nous vous invitons à prendre contact avec ... au ...

Vous pourrez ainsi programmer une visite pendant la manifestation ou bien interviewer par téléphone l'un de nos participants sur ses activités. Nous pouvons également vous adresser des photos des différentes animations.

Si vous souhaitez obtenir des informations d'ordre général sur notre association, nous vous invitons à prendre contact avec la chargée de communication au ou par mail

+ CP de Indigo CI

Merci de votre attention !

Christophe Bernes

Team Leader/Expert Projets Internationaux

Réformes Politiques Publiques

Dialogue avec la Société Civile

Engagement des Parties Prenantes

Communication

Gouvernance Digitale

Information des Consommateurs

christophe_bernes@yahoo.fr

+33 6 61 64 57 09