



## Qui sont les journalistes ?

- Curieux, objectif, pugnace et ouvert, le journaliste recueille des informations, les vérifie et les rend accessibles au public. Il travaille généralement pour quatre grands supports d'information : la presse écrite, la radio, la télévision ou Internet. Sa mission principale : décrypter l'information et en proposer une analyse. Le métier de journaliste recouvre des réalités diverses en fonction du support et de la spécialité (politique, culture, sport, etc.).
- Un journaliste, c'est un « professionnel de l'urgence » : il demande, étudie et qualifie l'information en souhaitant une réponse quasi immédiate. Aller à l'essentiel et gagner du temps : c'est sa devise.
- Le journaliste est curieux et généralement capable de converser sur de multiples sujets. Il apprécie particulièrement une conversation informative et reste friand d'anecdotes pour donner un côté accrocheur aux articles.



## Bâtir une relation avec les journalistes : tout un art !

### Un(e) attaché(e) de presse et sa « boîte à outils indispensables »

Réaliser et connaître un fichier presse est une chose, mais un bon attaché de presse ne doit pas s'arrêter là : il doit aussi être un spécialiste des médias, c'est-à-dire connaître l'histoire des médias, des journalistes et des principaux groupes de presse. Une bonne culture générale de la presse est un atout majeur pour bâtir une relation solide et durable avec les journalistes.

**La fiche contact** porte bien son nom : elle rassemble toutes les informations pratiques concernant le journaliste (nom, téléphone, e-mail) mais aussi les dates et sujets de tous les contacts (simple appel pour un renseignement, interview...) ainsi que les impératifs de délais.

**Le fichier presse** est un carnet d'adresses des différents médias. Il faut le nourrir d'informations (revues de presse, appels téléphonique, rencontres...), le vérifier et le mettre à jour en continu.

Ambassadeur de son territoire, l'attaché(e) de presse poursuit un objectif : faire en sorte que les journalistes s'intéressent à sa destination et qu'ils en fassent écho dans leur média.

Bâtir une relation avec les journalistes est donc indispensable et passe par une communication écrite et orale.

Vecteur de communication écrite le plus couramment employé, **le communiqué de presse** véhicule des « nouvelles », entretient le contact avec les rédactions et se doit de toucher la cible la plus large possible.

**Le dossier de presse** est également un élément indispensable dans la mise en œuvre de la stratégie du pôle presse. Outil de travail destiné au journaliste, le dossier de presse propose une information sur un sujet ou sur une thématique. Son objectif est de donner au journaliste tous les éléments nécessaires à la rédaction de son article, à la préparation de son interview ou de son reportage.

L'attaché de presse organise aussi des voyages de presse et va à la rencontre des journalistes dans les salons dédiés aux rencontres avec la presse.



## Le communiqué de presse

C'est la transmission, aux médias, des informations sur un évènement, une campagne... Aujourd'hui, le plus souvent envoyé par courrier électronique, il fait de préférence l'objet d'un suivi téléphonique, ce qui garantit la bonne réception de celui-ci.

### Quelques pistes à suivre pour réussir un communiqué de presse :

- Créer un titre court et accrocheur
- Rédiger un texte simple et court avec les réponses aux questions : qui, quoi, quand, où, pourquoi, comment ?
- Éviter l'utilisation du jargon technique
- Utiliser des faits, des chiffres intéressants
- Inclure des éléments visuels attractifs
- Noter les coordonnées d'un interlocuteur direct pour toute information complémentaire

## La rencontre

Après s'être présenté, le chargé de communication doit définir l'objet de la rencontre (informer le public du média sur tel évènement...). Le temps accordé à la rencontre doit être mesuré : si la discussion a tendance à trop dévier du sujet, il faut la ramener à l'essentiel.

Écouter et faire parler le journaliste sont aussi des méthodes pour connaître les centres d'intérêt du journaliste et ainsi aborder d'autres idées d'articles.

Conclure en reformulant l'objet de la rencontre, en résumant les points essentiels et en remettant la documentation prévue.

## Les relations presse au CDT

L'attaché (e) de presse du CDT fait le lien entre le territoire des Ardennes et les journalistes. Sa mission : valoriser les atouts de la destination touristique Ardennes et diffuser son image auprès d'un public le plus large possible. Pour cela, il mène les actions suivantes :

- Communication presse : répondre aux demandes d'informations des journalistes, rédiger des communiqués et dossiers de presse. Il s'agit ici d'informer sur l'offre touristique et son évolution.
- Accueil presse : accueillir les journalistes, seuls ou en groupes, les informer, les renseigner ou les accompagner dans une visite afin de leur présenter la richesse touristique du territoire et de son offre.
- Participation à des évènements de promotion touristique dédiés aux rencontres avec la presse.
- Assurer la promotion touristique à l'étranger en direct ou par la collaboration avec une agence de presse.
- Veille médias : observation de la presse écrite, de la radio, de la télévision et d'internet afin d'évaluer la diffusion et la qualité de l'image de la destination départementale.
- Internet & médias sociaux : animation de l'espace presse, communication presse via les réseaux sociaux notamment twitter et la rédaction de contenus pour le web.

Les journalistes peuvent ainsi trouver dans le dossier de presse des Ardennes les nouveautés, les sites incontournables ou les coups de cœur :

[www.cdt08.com/upload/brochures2013/dp2013.pdf](http://www.cdt08.com/upload/brochures2013/dp2013.pdf)

