

Conseils pour une bonne communication

Vous devez mettre en place votre stratégie de communication autour de votre événement bien avant celui-ci : au minimum 2 mois avant afin d'avoir le temps d'avertir les médias, de diffuser au plus grand nombre, de prendre contact avec les organisations amies qui pourraient diffuser l'appel et de coller et distribuer les affiches.

- **Communiqué de presse** : les envois de communiqués doivent se faire par mail et/ou par fax. Afin d'annoncer au plus tôt votre manifestation n'hésitez pas à envoyer le communiqué de presse plusieurs fois : une quinzaine de jours avant puis la semaine qui précède.

Rédaction :

un communiqué de presse se doit d'être concis (une page maximum), avec en tête le titre, le lieu, la date et le programme de l'événement. Dans le corps du texte, il vous faudra introduire la thématique de la manifestation et ce en quelques lignes. Puis dans les paragraphes suivants vous devrez fournir aux journalistes suffisamment d'informations pour qu'ils puissent effectuer un copier-coller (il faut leur mâcher le travail).

Il doit contenir, en bas de page le ou les noms et contacts des porte-parole officiels.

Attention :

un communiqué de presse ne fait pas tout, il est recommandé d'appeler directement le journaliste concerné, avant la manifestation et de l'inciter à venir. Si vous ne connaissez pas le journaliste qui traite de la question demandez au standard du média concerné le ou les journalistes (environnement, société, science...) qui traitent de ces sujets. Il vous faut les accrocher et les inviter à la conférence de presse (point suivant).

Il vous faut également prendre en compte la périodicité du média : certaines presses ont une parution mensuelle, bi-mensuelle, hebdomadaire, quotidienne. Il est impératif de connaître la date limite d'envoi d'information pour parution dans le numéro qui précède la manifestation.

- **Conférence de presse** :

il vous faudra organiser une conférence de presse à laquelle vous devrez inviter nominativement les journalistes. Il vous faut les avertir le plus tôt possible et les appeler pour les inviter de vive voix et leur faire comprendre l'importance qu'ils soient présents.

Pour la conférence de presse, la présence de personnalités (artistes, scientifiques...) est pour les journalistes un appât et un gage d'engagement de la société civile dans toute sa diversité.

La conférence de presse doit être organisée dans un lieu agréable, calme et lumineux. La table où seront présents les intervenants ne devra pas se trouver devant une fenêtre car cela nuit à la bonne qualité des photos ; il est donc préférable que la source de lumière si elle est naturelle soit dans le dos du public ou au pire sur les côtés de la salle.

Pensez également à décorer la salle avec les affiches présentant l'événement et plus particulièrement le devant de la tribune afin que le visuel apparaisse sur les photos.

Un dossier de presse devra être distribué à chaque journaliste.

Le nom et la qualité de chaque intervenant devra être inscrit sur un carton posé devant la personne et suffisamment gros pour être lisible de la salle et sur les photos.

- **Invitation mail** à destination des sympathisants et des organisations : rédigez rapidement une invitation que vous ferez suivre sur vos listes mails en demandant à ce que chacun fasse de même ;

- **Encarts** : contactez chaque association ou organisation qui soutiendrait votre événement et demandez-leur d'insérer le tract d'informations. Prenez contact le plus tôt possible afin de réserver « l'encartage » car il se peut que vous ne soyez pas les seuls à le leur demander. Si cela n'est pas possible demandez-leur d'annoncer la date de l'événement et d'indiquer votre contact.

Contact :
Laura Hameaux

Maison de l'Economie Solidaire
81 bis rue Gantois
59000 Lille

Tél : 03 20 17 94 91

Mail : laura.hameaux@sortirdunucleaire.fr