



Les outils de la communication de presse

► **Marika GUMUCHIAN**, Journaliste (TV)



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Il est de l'intérêt bien compris des responsables en communication politique, de savoir faire passer dans la Presse, les messages de leurs élus. Cette démarche professionnelle doit prendre en compte la connaissance du travail des médias visés et la panoplie d'outils de communication à disposition. Cette formation est un pré-requis recommandé pour le média-training.

DURÉE 2 journées

DATE(S) 4 et 5 février

PROFIL DES PARTICIPANTS Collaborateurs d'élus : Directeur de Cabinet, Chef de Cabinet, Directeur de la communication...

EFFECTIF 6 participants

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Maîtriser les particularités des différents supports et types de presse, audiences, organisation des équipes rédactionnelles, la force d'Internet, les impératifs de rédaction et délais de bouclage
- Presse écrite et radio – TV : comment travaillent les journalistes selon leur spécificité ?
- Quand, comment et sur quoi communiquer ?
- La notion de message essentiel pour un journaliste
- La hiérarchisation de l'information et l'angle
- Panorama des outils de relations presse
 - Le communiqué de presse
 - Le dossier de presse
 - La conférence de presse
 - Les points presse
 - L'accueil presse
 - L'espace presse Web
- Votre communication « passe mal » : les erreurs à ne pas commettre
- Travail de rédaction de communiqués sur les sujets des participants
- Debriefing et profil personnalisé

► Méthodologie : apports méthodologiques, exercices pratiques sur des cas concrets apportés par chaque participant (communiqué, projet de conférence de presse...) et entraînement face caméra (prévoir des vêtements clairs)

► Matériel pédagogique : support du formateur et caméra -TV - Vidéo