Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Office fédéral de l'environnement OFEV

Liste de contrôle et conseils en matière de conférence aux médias

Il vaut la peine d'organiser une conférence de presse lorsqu'il y a une « grande » nouvelle à annoncer, qui présente une importance majeure et n'est pas encore connue du public. Le contenu doit être important du point de vue sociétal ou politique, donner matière à discussion ou encore être entièrement nouveau et exclusif.

Par exemple :

- lancement d'une nouvelle offre en matière de protection du climat ;
- planification d'une grande manifestation ou action importante pour la population ;
- possibilité de faire une visite exclusive ou de découvrir ce qui se passe en coulisses.

À la différence de la diffusion d'un communiqué aux médias, une conférence de presse offre la possibilité de répondre à de nombreuses questions d'un seul coup. Ces questions étant posées directement et personnellement par les journalistes, cela permet également de soigner les relations avec ces derniers.

Réfléchissez bien pour déterminer si vos contenus méritent vraiment une conférence de presse ou si la diffusion d'un communiqué aux médias (indiquant éventuellement auprès de qui obtenir des renseignements) ne serait pas plus appropriée.

La préparation d'une conférence de presse nécessite, dans le meilleur des cas, de cinq à huit semaines.

Un document avec des conseils de rédaction d'un communiqué aux médias est à disposition sur le site web de l'Office fédéral de l'environnement.

Liste de contrôle pour l'organisation d'une conférence de presse

Quoi	Qui	Quand	
Décider de tenir ou non une conférence de presse (CP). Si oui, en définir le thème et en élaborer la conception.			☐
Désigner les personnes intervenantes et celle chargée de l'animation		Après la décision sur la CP	☐
Fixer une date - Tenir la conférence de presse en fin d'après-midi, de préférence un mardi, mercredi ou jeudi (le lundi est souvent occupé par des séances de rédaction et le vendredi les rédactions sont sous pression). Ainsi, les journalistes ont ensuite suffisamment de temps pour rédiger leur article ou réaliser le montage de leur compte rendu.		Après la décision sur la CP	☐
Réserver la salle de presse, organiser une visite - Prévoir une salle assez grande pour recevoir des tables et des chaises. - Selon le nombre de participants et la salle, installer un pupitre avec micro. - Prévoir de la place pour les micros et les caméras des médias. Leur emplacement doit garantir de bonnes prises de vue des personnes intervenantes. - Prévoir de diffuser en direct ce qui peut l'être. Toujours proposer des visites ou des démonstrations, durant lesquelles des images pourront être prises. - Bien préparer les visites et en discuter avec toutes les personnes concernées. En cas de visite à l'extérieur : vérifier si des écouteurs seront nécessaires pour être bien compris.		Après la décision sur la CP	☐
Établir le programme, éventuellement organiser une réunion avec les personnes intervenantes - Pas d'exposés trop longs : dix à quinze minutes par personne au plus. S'il y a plusieurs exposés, leur durée totale ne doit pas excéder 45 minutes. - Les exposés et les messages transmis doivent être coordonnés. L'intervenant A ne doit pas dire les mêmes choses que l'intervenante B. C'est pourquoi il faut examiner à l'avance le contenu des exposés. - Prévoir suffisamment de temps pour la séance de questions et les déclarations à la fin de la conférence. - Éventuellement préparer une liste des questions les plus probables ou les plus délicates auxquelles il faut s'attendre, avec leurs réponses.		Après la décision sur la CP	☐
Établir une liste des médias		Mise à jour continue	☐

Quoi	Qui	Quand	
Envoyer l'invitation et le programme aux médias - Motif / Objet : choisir un titre accrocheur et rédiger une brève description. - Programme : personnes intervenantes et autres points, tels que visite, démonstration, etc. Les médias sauront ainsi s'ils doivent prévoir également de prendre des images. - Indiquer le lieu, l'heure et les possibilités d'accès en transports publics, ainsi que, le cas échéant, un plan d'accès en voiture, y compris l'emplacement d'un parking. - Indications pour l'inscription, y compris le délai d'inscription.		2 à 3 semaines avant la CP	☐
Envoyer une invitation aux médias inscrits - Avec la possibilité de vous faire parvenir une demande d'entretien quatre jours au plus tard avant la conférence de presse, afin que vous ayez encore le temps de demander des précisions.		3 semaines avant la CP	☐
Préparer un communiqué aux médias - Prévoir assez de temps pour le coordonner avec la conférence de presse.		1 à 2 semaines avant la CP	☐
Préparer une contribution pour les médias sociaux		1 à 2 semaines avant la CP	☐
Rassembler les présentations des personnes intervenantes et les intégrer dans un seul document - Réunir les présentations de toutes les personnes intervenantes dans un seul document. Cela permet d'éviter les problèmes techniques lors d'un changement de laptop ou du passage d'une présentation à l'autre.		1 semaine avant la CP	☐
Préparer le suivi auprès des journalistes		1 à 3 jours avant la CP	☐
Rassembler les documents destinés aux médias et éventuellement les imprimer - Préparer le communiqué et le dossier de presse. - Joindre les exposés. - Enregistrer le tout sur une clé USB : souvent, les journalistes chargent les documents directement sur leur laptop. - Matériel visuel		1 à 3 jours avant la CP	☐
Préparer des badges pour toutes les personnes intervenantes		1 à 3 jours avant la CP	☐

Quoi	Qui	Quand	
Préparer des boissons pour les personnes intervenantes et éventuellement pour les journalistes		Peu avant la CP	☐
Organiser les éventuels entretiens avec les personnes intervenantes - Prévoir un lieu pour les entretiens et déclarations : après la conférence de presse, les stations radio et les chaînes TV souhaitent souvent réaliser encore une brève entrevue, afin d'ajouter une touche originale à leur émission.		Peu avant la CP	☐
Envoyer le communiqué et le dossier de presse - Envoyer le communiqué aux médias soit avant la conférence de presse, avec embargo, soit pendant ou après la conférence, sans embargo. - Mettre le dossier et le communiqué aux médias à disposition avant le début de la conférence : les journalistes ont ainsi la possibilité de prendre connaissance du sujet à l'avance.		Pendant/après la CP	☐
Publier une contribution dans les médias sociaux, avec des photos de la conférence de presse		Sitôt après la CP	☐
Suivi : **envoyer des documents complémentaires selon les besoins** - Après la conférence de presse, publier le communiqué aux médias sur le site Internet, afin de mettre les informations à la disposition des journalistes et de la population. - Téléverser les images que les journalistes peuvent utiliser, avec les légendes et les indications relatives aux droits d'auteur.		Sitôt après la CP	☐
Contrôler les résultats et tenir une réunion-bilan avec les personnes concernées		Après la CP	☐
Monitoring : recueillir les articles et reportages publiés - Le lendemain de la conférence de presse : examiner la couverture médiatique, afin de l'évaluer en interne. - Dresser la liste des médias et des journalistes présents, de manière à pouvoir de nouveau prendre contact avec eux à l'avenir. - Utiliser les articles publiés pour le site Internet ou pour une contribution dans les médias sociaux.		Après la CP	☐