

FICHE PRATIQUE 7 / LES RELATIONS AVEC LA PRESSE ET LES MEDIA

La presse et les media font partie des publics auxquels un projet de recherche transfrontalier financé par le programme Interreg Rhin Supérieur s'adresse. Pour cela, au sein de l'établissement d'enseignement supérieur ou du centre de recherche, le service communication diffuse régulièrement des informations à destination des journalistes.

Il est important de prendre contact avec le service communication de la structure pour se renseigner sur l'organisation des relations presse, par exemple dans le cadre de l'envoi d'un communiqué : quand l'informer, comment sont envoyés les communiqués, le service peut-il aider à sa rédaction ?

Un partenaire allemand/français pourra effectuer la même démarche auprès de son service, ce qui donnera la marche à suivre pour des relations presse efficaces à l'échelle transfrontalière.

Certains projets peuvent ne pas disposer de ces ressources. Les contacts avec la presse pourront alors être confiés à un prestataire externe ou être gérés en autonomie par le projet.

Voici les points clefs pour réaliser ces tâches.

1. Quels sont les media consultés par les publics du projet ?

C'est une question initiale à se poser. La grande majorité des projets dispose d'un volet de communication destiné au grand public ainsi qu'une dimension « développement régional » et pourra communiquer via le canal de media généralistes de la région transfrontalière. Il peut être pertinent de rechercher les émissions et les rubriques plus orientées vers des thèmes scientifiques. Il existe aussi des media spécialisés par thèmes ou par secteurs (l'environnement, la santé, l'industrie).

2. Identifier les media de la Région Métropolitaine Trinationale ?

Le panorama des media du Rhin supérieur est riche et diversifié. On y trouve :

- les agences de presse
- la presse quotidienne nationale et ses correspondants locaux
- la presse quotidienne régionale
- les radios locales
- les télévisions locales
- les media en ligne
- les média institutionnels, journaux et magazines des collectivités
- les newsletters (institutionnelles ou sectorielles)

A noter : certains correspondant de presse ont développé des relations de travail avec un binôme du pays voisin. Il reste néanmoins plus sûr d'envoyer les matériels d'information à chaque rédaction ou contact dans chaque pays.

3. Le fichier de contacts presse : un outil indispensable

Ce fichier comporte les coordonnées des médias et des journalistes à qui adresser des communiqués de presse : nom, contact mail et téléphonique, spécialité ...

Il existe plusieurs façons de le constituer s'il n'est pas mis à disposition, dont la plus immédiate consiste à consulter les rubriques des journaux et les sites des media et des émissions pour collecter ces informations qui sont la plupart du temps publiques ou accessibles par un appel téléphonique.

Il est utile de faire figurer dans ce fichier les délais auxquels chaque média établit ses contenus : un magazine spécialisé pourra le faire plusieurs semaines avant parution, un journal télévisé quelques heures avant diffusion.

En général, prévoir de 15 jours (télévision, radio, presse quotidienne) à un mois (presse magazine, rubriques et émissions spécialisées).



4. Quand contacter les médias ?

Evénements / moments importants du projet	Documents à envoyer	Quand ?
Evénement de lancement	Communiqué de presse Tenir à disposition un dossier de presse avec les Informations génériques sur le projet, les partenaires, les objectifs	Avant l'événement Pendant : proposer un point presse Après l'événement pour les newsletters du projet et des partenaires
Publication / résultat de recherche / achat d'un équipement / accueil d'étudiant-es / d'une délégation académique étrangère, etc.	Cibler une publication ou une rubrique scientifiques Proposer une interview avec un chercheur-euse Diffuser un communiqué de presse en lien avec le développement régional, le transfert de connaissances et de technologie, les défis scientifiques et sociétaux d'actualité	Avant l'événement En fonction des délais de parution
Arrivée de personnel (doctorant-es, post-doc)	Proposer une interview ou un portrait aux journaux internes de l'université par ex.	A l'arrivée des personnes
Evénement de clôture	Communiqué de presse Dossier de presse incluant les résultats et les avancées du projet	Avant l'événement Proposer un point presse Après l'événement pour les newsletters du projet et des partenaires

5. Comment rédiger un communiqué de presse ?

Le communiqué de presse est l'outil d'information destiné au journaliste pour lui permettre de rédiger un article ou de prévoir une interview s'il juge le contenu pertinent pour ses lecteurs. Le cœur du communiqué demeure l'intérêt de l'information portée à connaissance.

Quelques règles simples facilitent les échanges :

- un texte court (une page ou 1500 signes le plus souvent), précis et informatif
- une information hiérarchisée qui débute par le point le plus important
- des renseignements factuels souvent résumés dans cette suite : qui, quand, quoi, où, de quelle façon, dans quel but
- une rédaction soignée dans les deux langues*
- un titre et des intertitres informatifs et attractifs
- un délai d'envoi adapté aux contraintes du média
- si nécessaire une citation, validée par son auteur-e (ou son cabinet s'il-elle est issu-e d'un milieu politique)
- si nécessaire une photographie ou un autre document visuel pertinent

Des extraits du communiqué de presse sont susceptibles d'être publiés en l'état d'où le soin particulier à accorder à son élaboration. Le communiqué, avant sa diffusion, sera relu attentivement et validé par le responsable du projet et de la communication en fonction des usages de son établissement / de son projet.

Le communiqué se termine par le contact (coordonnées complètes) que le journaliste pourra utiliser pour obtenir plus d'informations, un rendez-vous pour un entretien ou des prises de vues.



* **A noter** : Il se peut que le contenu du communiqué puisse varier d'un pays à l'autre si le public ciblé est différent. Exemples :

1. Un événement bilingue organisé en France. La hiérarchie des informations peut changer : l'interprétation vers l'allemand et toute autre information destinée spécifiquement au public allemand doit être soulignée différemment dans le communiqué pour la presse allemande.
2. Un-e nouveau-elle collaborateur-trice dans une équipe de recherche en Allemagne ne suscitera pas forcément le même intérêt en France.

6. Relations presse à l'échelle transfrontalière

Deux options sont possibles : dupliquer les relations presse dans chaque pays concerné auprès de chaque media ou alterner cette opération en fonction de la nature des événements / informations. Dans tous les cas :

- penser à diffuser des communiqués de presse bilingues
- s'appuyer sur les connaissances, les ressources et la relecture des partenaires de l'autre pays.

Certaines informations (découverte scientifique, projet exemplaire, actualité) peuvent susciter l'intérêt au-delà des frontières du Rhin supérieur, dans ce cas on contacte les médias nationaux de chaque pays.

7. D'autres outils à prévoir : point presse, dossier de presse et panorama presse

Le point presse est un rendez-vous proposé à plusieurs journalistes pour répondre à leurs questions, interviewer une personnalité ou un-e chercheur-euse par exemple.

Le dossier de presse est un document plus complet qui détaille les caractéristiques du projet.

Le panorama presse (ou revue de presse) rassemble tous les articles publiés, émissions diffusées traitant du projet. (Ne pas oublier de créer des alertes sur le moteur de recherche *Google* et flux RSS pour être au courant des informations qui circulent sur le projet).

Tips et astuces :

Le Pilier Sciences vous accompagne dans vos relations presse :

- Avec une newsletter mensuelle diffusée dans le Rhin supérieur
- Une liste des principaux média et contacts presse spécialisés sur le transfrontalier
- Le Pilier Sciences et la Région Métropolitaine Trinationale bénéficient d'une visibilité institutionnelle élargie et ont également les capacités de relayer des communiqués de presse auprès des ministères et autorités compétentes qui bénéficient d'un large réseau.

Envoyez-nous vos communiqués et les informations relatives à vos projets



Koordinationsbüro Säule Wissenschaft
TMO - Trinationale Metropolregion Oberrhein

Bureau de coordination Pilier Sciences
RMT - Région Métropolitaine Trinationale du Rhin Supérieur

Villa Rehus, Rehusplatz 11 - D-77694 Kehl
tel : +49 7851 740737
info@rmtmo.eu
www.science.rmtmo.eu



Dépasser les frontières :
projet après projet
Der Oberrhein wächst zusammen,
mit jedem Projekt



Fonds européen de développement
régional (FEDER)
Europäischer Fonds für regionale
Entwicklung (EFRE)