



# 10 conseils pour réussir son espace presse en ligne

## (Décembre 2023)

Exception faite des quelques ONG et associations culturelles, les espaces presse sont au pire absents des sites internet associatifs, au mieux mal ficelés.

Voici des conseils pour avoir une rubrique « presse » dont l'objectif est :

1/ de faciliter le travail des journalistes et 2/ de montrer les retombées de vos relations presse (RP).

### Conseil N°1 – Créer un espace presse sur le site

Un espace « presse » doit être installé et accessible via le menu de navigation d'en-tête du site ou celui du pied de page.

>> **Objectif que les journalistes trouvent des informations très facilement. S'ils viennent sur votre site chercher des informations, ils n'ont pas de temps à perdre en fouillant tout le site.**

### Conseil N°2 – Installer un moteur de recherche interne

S'ils sont en quête d'information non présentes dans l'espace « presse » : avez-vous aussi installé un moteur de recherche interne sur le site Internet ? L'avez-vous testé en vous mettant à leur place ? Peut-être cherchent-ils les membres du bureau ou du CA ? Trouveront-ils aisément vos rapports d'activité ?

>> **Tapez les requêtes dans le moteur interne du site de l'association et regardez les résultats obtenus.**

### Conseil N°3 – Faciliter l'accès aux CP

Tous les communiqués de presse (CP) et les dossiers de presse seront réunis dans la rubrique « presse ». Bien sûr, ils seront téléchargeables au format PDF.

>> **Soignez la présentation, par exemple, rendez les dossiers de presse feuilletables.**

### Conseil N°4 – Avoir un contact presse

Avez-vous vérifié que chaque CP contienne bien un contact (votre chargé des Relations Presse, un salarié ou le président) avec son téléphone portable, un courriel, voire son compte Twitter ou LinkedIn, s'ils sont gérés de façon professionnelle...

#### Attention !

Si suite à votre envoi d'un CPO, un journaliste demande une interview, la personne ressource doit être hyper réactive et préparée en amont ! Les journalistes travaillant pour des *pure players* (journaux 100 % en ligne) peuvent publier leurs articles dans des temps très courts, extrêmement réduits par rapport à une sortie sur un journal imprimé.

## Conseil N°5 – Avoir un agenda

Avez-vous mis en place un agenda de vos prochains spectacles ou autres actualités de l'association ? Les journalistes travaillent souvent sur des dossiers dont les sujets sont débattus en comité de rédaction. Vous leur avez envoyé un CP mais il ne colle pas au prochain sujet programmé. Par contre, le journaliste planche sur un autre sujet que vous ne jugiez pas important. Il doit pouvoir le trouver dans votre rubrique « presse ». C'est particulièrement important pour les associations culturelles, pour promouvoir vos prochains spectacles.

## Conseil N°6 – Mettre en place une photothèque

Tous les articles (Web ou Print) intègrent des visuels et de plus en plus de journalistes illustrent eux-mêmes leurs articles. Êtes-vous en capacité de fournir des photos au format Web et Print de bonne qualité voire des vidéos ?

**L'idéal** : avoir une photothèque dans laquelle les journalistes piocheront à leur guise. Faute d'une photothèque, vous déposerez vos visuels dans un espace en ligne avec un lien d'accès réservé.

**Conseil de l'experte** : l'outil *Open Source* Piwigo utilisable en ligne avec un compte ou installable sur le site : <https://fr.piwigo.org/>

### Attention !

Respectez le droit à l'image des personnes photographiées et le droit d'auteur, si vous avez fait appel à un photographe professionnel. Les crédits photo devront être mentionnés dans votre photothèque.

## Conseil N°7 – Avoir un flux RSS

Votre site émet-il un flux RSS ? Même si cette technologie a été quelque peu éclipsée corrélativement à la montée des réseaux sociaux, certains journalistes préfèrent ce système d'abonnement automatique, à l'envoi de CP.

>> **Faites en sorte que le flux soit clairement identifiable sur le site.**

Le but : qu'ils puissent repérer tout de suite comment s'y abonner.

Le gain de temps doit être un *leitmotiv* pour concevoir une expérience de navigation aisée des journalistes, sur le site.

## Conseil N°8 – Créer un compte X (ex Twitter) dédié aux RP ?

Pour les grosses structures, une adresse e-mail spécialement dédiée aux RP est nécessaire. Pour s'assurer de la réactivité, il ne faut pas noyer les courriels des journalistes avec les autres, dans une adresse de contact générique.

Autre incontournable, jadis un compte X (ex Twitter) réservé aux RP. Certains journalistes s'y abonnaient pour recevoir les dernières infos et n'être pas « pollués » par les échanges du compte institutionnel.

**Exemple** : [Le compte X des RP d'Amnesty International France](#)

Toutefois, depuis le rachat de ce réseau social par le milliardaire controversé Elon Musk, de nombreux médias et journalistes ont fermé leur compte sur X. Certains ont rejoint Bluesky.

## Conseil N°9 – Créer un intranet spécifique

Si vous avez noué des relations privilégiées avec certains journalistes, un Intranet pourrait être utile. L'accès aux CP mis sous embargo et aux exclusivités seront plus facilement gérables en donnant un accès avec un login et mot de passe aux journalistes.

## Conseil N°10 – Tenir une revue de presse

Envoyer des CP, c'est bien mais tenir une revue de presse sur le site, c'est tout aussi important. Certains journalistes apprécient de connaître les médias qui ont parlé de vous. Ils pourront ainsi adapter leur angle pour ne pas écrire le même article si, par bonheur, vous avez déjà une couverture médiatique. >> **Soignez la présentation de votre revue de presse.**

Utilisez des modèles de « quote » comprenant une citation de l'article et sa source, une photo. Rappelons que le droit de citation permet de reprendre, en toute légalité, quelques lignes d'un article publié, sans oublier de mentionner la source.

Ces « quotes » auront un format image et seront diffusés sur les réseaux sociaux de l'association.

- Les RP sont importantes pour le développement de l'association car elles apportent notoriété et crédibilité.
- Pour les associations culturelles et sportives, l'effet de prescription des journalistes peut être très fort. Donc, les bonnes critiques doivent être largement diffusées.
- Pour les associations de plaidoyer ou caritatives, une couverture médiatique est un élément essentiel à la réussite des campagnes.

*Évelyne Jardin, Juris associations pour le Crédit Mutuel*

➤ Pour en savoir plus :

- [Les relations presse](#)
- [Organiser les RP](#)
- [Fiche conseil - Associations, comment bien démarrer des relations presse ?](#)
- [Focus – Droit à l'image](#)
- *Évelyne Jardin, Bien communiquer sur le Web (2<sup>e</sup> édition), Juris Associations, 2020*