



10 conseils pour réussir son espace presse

(Septembre 2020)

Exception faite des quelques ONG et associations culturelles, les espaces presse (ou newsroom) sont au pire absents des sites associatifs, au mieux mal ficelés.
Dix conseils pour un espace presse facilitant le travail des journalistes.

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. 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 ? 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 sont-ils réunis dans la rubrique « presse » ?

Bien sûr, ils seront téléchargeables au format PDF, mais ce format est difficilement utilisable par les journalistes dans leur traitement de texte. Il faut prévoir de les publier sous forme d'article.

>> **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 RP, un salarié ou un bénévole) avec son téléphone portable, un courriel, voire son compte Twitter ou LinkedIn, s'ils sont gérés de façon professionnelle...

Attention ! Votre personne ressource doit être hyper réactive ! Sinon, la fenêtre de tir risque de se refermer très rapidement.

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. Peut-être pourraient-ils être intéressés par un autre sujet que vous ne jugiez pas important.

Conseil N°6 – Mettre en place une photothèque

Avez-vous une photothèque ? Tous les articles (Web ou Print) intègrent des visuels et de plus en plus de journalistes doivent illustrer leurs articles. Êtes-vous en capacité de fournir des photos au format Web et Print (la qualité n'est pas la même), voire des vidéos ?

>> L'idéal : avoir une photothèque dans laquelle les journalistes piocheront à leur guise.

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

Conseil N°7 – Bien gérer le 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'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 Twitter dédié aux RP

Pour les grosses structures, une adresse e-mail dédiée aux RP sera nécessaire.

Pour faciliter la réactivité, il ne faut pas noyer les courriels des journalistes avec les autres, dans une adresse de contact générique.

Autre incontournable : un compte Twitter réservé aux RP. Les journalistes pourront s'y abonner pour recevoir vos dernières infos et n'être pas « pollué » par les échanges du compte institutionnel.

Exemple : [Le compte Twitter d'Amnesty International France](#)

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, 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 (institutionnels) de l'association.

En conclusion, les relations presse 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.

Exemples : [l'espace presse d'Amnesty International France](#) ; [l'espace presse de Greenpeace](#).

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 ?*
 - *Évelyne Jardin, Bien communiquer sur le Web, Hors-série Juris Association, septembre 2017.*