

La communication avec les médias est **un art délicat**, il peut être utile d'avoir des relations fréquentes avec les journalistes afin de développer un réseau de personnes de confiance.

L'interview

Il est nécessaire de faire apparaître son appartenance syndicale et son rôle dans le syndicat.

L'objectif du journaliste n'est pas toujours le même que le vôtre, il est donc nécessaire de préparer les interviews et de rester vigilant.es par rapport aux propos que l'on va développer. Ces propos ne seront que rarement repris in-extenso.

Pour les entretiens **radio ou TV**, la préparation doit être minutieuse : **phrase courte, propos précis et clairs.**

Le dossier de presse

Dans tous les cas, il est souhaitable de remettre un **document écrit présentant le syndicat, le contexte du service, la profession, ainsi que notre position par rapport au sujet traité.** Cet écrit servira de support au journaliste qui y puisera de nombreux éléments nécessaires pour la présentation de l'interview ou pour la rédaction de l'article. Il permettra souvent d'éviter que le décalage entre ce que l'on veut dire et ce qu'en retiendra le journaliste soit trop important. N'oubliez pas non plus que les journalistes sont friands de chiffres.

Cet écrit, accompagné des différents articles de presse déjà parus sur le sujet ou sur la CGT insertion probation - ainsi que de quelques tracts pourra constituer un dossier de presse qui sera remis et/ou envoyé aux journalistes.

Le communiqué de presse

Il est souhaitable d'élaborer un communiqué de presse lorsque l'on souhaite **faire connaître notre réaction face à un évènement particulier ou lorsque**

l'on souhaite la présence de journalistes lors d'une manifestation particulière (conférence de presse, mouvement social, action spécifique etc...).

La rédaction d'un communiqué de presse est un exercice difficile. Il doit être **succinct (1 page max.), concis et mentionner les coordonnées de la personne à joindre. L'objectif est de donner envie au journaliste de vous contacter.**

Vous pouvez le transmettre par e-mail (en pièce jointe ET dans le corps du mail). **Il est souvent nécessaire de doubler cet envoi d'un appel.**

- **Titre** : très important, un titre bien conçu doit être **percutant** et susciter la curiosité du lecteur, qui voudra en savoir davantage. Les titres doivent être brefs et captivants.
- **Date** : la date figurant sur le communiqué doit correspondre à **celle qui est prévue pour sa diffusion** (date de la manifestation envisagée ou la veille selon l'objectif : informer le grand public d'un évènement à venir ou répercuter un évènement dans les médias).
- **Les deux premiers paragraphes** : les deux premiers paragraphes constituent la partie essentielle du communiqué. Ils doivent contenir des réponses aux questions : **Où ? Qui ? Que ? Quoi ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?** Le lecteur se contente parfois de lire uniquement ces deux paragraphes ; doivent y figurer tous les points importants. Paragraphes restants : le lecteur ne lira certainement pas le communiqué en entier, réservez les informations d'intérêt secondaire pour la fin.
- **Coordonnées des personnes-ressources** : nom, prénom, qualité et numéro de téléphone de la personne avec laquelle le journaliste pourra communiquer pour obtenir de plus amples renseignements. On peut également indiquer le numéro de fax, l'adresse électronique et le site Web.