



FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLOTOURISME

GUIDE DES RELATIONS PRESSE EN RÉGION

LES RELATIONS PRESSE PERMETTENT DE FAIRE CONNAÎTRE VOTRE STRUCTURE, VOS ACTIONS ET VOS ÉVÉNEMENTS

AVANT L'ÉVÉNEMENT

1 CRÉEZ VOTRE FICHER PRESSE

Constituez ce fichier au moins 2 mois avant l'événement pour les contacter en amont.

✓ **Identifiez les contacts utiles, leurs fonctions et leurs coordonnées.**

Profil des journalistes et médias à cibler :

- » Rédacteurs en chef, chefs de rubriques,
- » Journalistes sportifs, vie locale et associative,
- » Pigistes rubrique sports, vie locale et associative,
- » Services de presse des collectivités,
- » Presse régionale et locale,
- » Sites d'actualités en ligne et blogs,
- » TV locales (France 3 ou chaînes régionales),
- » Radios locales.

Comment les trouver ?

- » Consultez les ours des magazines ou journaux qui vous intéressent,
- » Rendez-vous sur les sites internet des publications ou faites une recherche Google pour les trouver,
- » Faites jouer vos réseaux et récupérez les contacts de journalistes lors d'événements auxquels vous participez,
- » Appelez directement les rédactions pour obtenir les contacts.

✓ **Ce fichier pourra être utilisé pour tous vos événements et doit être tenu à jour (vérification par mail ou par téléphone).**

2 RÉDACTION ET ENVOI DE VOTRE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le communiqué de presse est la base de vos relations avec le journaliste. Quelques conseils :

- » Soyez le plus synthétique possible, allez à l'essentiel !
- » Utilisez différents niveaux de lecture (titres, chapô, sous-titres, encadrés) pour visualiser les infos rapidement.
- » Pensez aux 5W – votre communiqué doit répondre aux 5 questions suivantes :
 - **Qui ?** Who ?
 - **Quoi ?** What ?
 - **Où ?** Where ?
 - **Pourquoi ?** Why ?
 - **Quand ?** When ?

Questions auxquelles on peut rajouter : Combien ? Comment ?

- » Présentez en quelques mots et/ou chiffres votre structure et vos activités.
- » Indiquez toujours le nom du contact principal et ses coordonnées pour plus d'informations (un numéro de portable et une adresse mail sont les plus efficaces).
- » Indiquez les coordonnées du club et son site internet si existant.
- » Vous pouvez joindre quelques photos ou un visuel (affiche).
Attention : les photos doivent être de très bonne qualité (min. 2mo) et en rapport avec le communiqué pour ne pas polluer votre communication !
- » Envoyez votre communiqué environ 1 mois à 2 semaines avant l'événement, en adaptant aux dates de bouclage de chaque média.
- » La diffusion par mail est la plus courante, la plus économique et la plus rapide, mais vous pouvez si vous le souhaitez en envoyer par courrier.

3 RELANCEZ LES JOURNALISTES !

- » Prenez le temps de relancer après l'envoi de votre communiqué environ 15 jours avant puis 2-3 jours avant l'échéance pour rafraîchir la mémoire des journalistes et confirmer leur présence.

PENDANT L'ÉVÈNEMENT

- » **Le journaliste doit être considéré comme un vrai VIP sur votre événement!** N'hésitez pas à lui montrer les coulisses de votre organisation, les parcours les plus intéressants de votre randonnée, en mettant l'accent sur la convivialité, l'implication des bénévoles et la satisfaction des participants. Succès assuré !
- » **Assurez-vous d'avoir une personne disponible pour accueillir les journalistes :**
 - Accueillir les journalistes sur place et les accompagner sur les parcours,
 - Donner des informations fiables et pertinentes sur l'événement, l'organisation, le déroulé, le club, ...
 - Rediriger les journalistes vers des personnes à interroger pour des interviews et des témoignages (bénévoles, président du club, participants...).
- » Pensez à remettre aux journalistes un petit cadeau souvenir de votre événement et surtout le calendrier de vos prochaines randonnées!

APRÈS L'ÉVÈNEMENT

1 REMERCIER LES JOURNALISTES PRÉSENTS SUR L'ÉVÈNEMENT

Les journalistes ont fait le déplacement pour vous, surtout ne les oubliez pas ensuite!

Un petit mail, courrier ou appel de remerciement fait toujours plaisir et aide à garder un contact privilégié pour les prochains événements. Ils se rappelleront de vous!

2 ENVOYER RAPIDEMENT UN COMPTE-RENDU DE L'ÉVÈNEMENT

- » Le soir même ou le lendemain, **envoyez un communiqué bilan aux journalistes.** Cela facilite le travail de ceux qui étaient présents et permet à ceux qui n'ont pas pu venir d'avoir les informations nécessaires.
- » **Quelques points à ne pas oublier :**
 - Rappel du nom, du lieu et de la date de l'événement,
 - Rappelez votre affiliation à la Fédération française de cyclotourisme!
 - Mentionnez le nombre de participants et les chiffres importants,
 - Rappelez les moments forts de l'événement,
 - N'hésitez pas à parler des prochains événements à venir!
 - Joignez des photos de l'événement pour illustrer les articles (minimum 2 Mo).

3 ENTREtenir LE RELATIONNEL POUR LES ÉVÈNEMENTS À VENIR

- » Après publication des articles, **n'hésitez pas à remercier les journalistes pour leur travail!**
- » Même en dehors des événements, **donnez leur de vos nouvelles régulièrement,** et pensez aux vœux de fin d'année et autres moments forts pour entretenir les relations.
- » **Continuez à les informer de vos actualités et événements,** même internes (assemblées générales, changements, séjours, projets en cours ou à venir, etc.).

4 GARDEZ TOUJOURS VOTRE FICHER À JOUR!

LES OUTILS À VOTRE DISPOSITION

Retrouvez tous les outils et documents dans votre Kit communication :

- » Les modèles de communiqués de presse,
- » Le modèle d'invitation presse,
- » Le dossier de presse de la Fédération française de cyclotourisme.

www.ffvelo.fr/kitcommunication

VOS CONTACTS

Keawin Henry • Chargé des Relation Press et CM
press@ffvelo.fr - 01 56 20 88 78

Bertrand HOUILLON • Directeur de la communication
b.houillon@ffvelo.fr - 01 56 20 88 73