

## Moyens de communication pour les relations avec les médias

|  |  |
|--|--|
| Contacts directs (entretien, courriel)                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- permettent la création et l'entretien de contacts avec les journalistes</li> <li>- contribuent à se positionner en tant qu'interlocuteur et professionnel de l'information</li> <li>- réduisent le danger que les contenus transmis soient noyés dans le flux d'informations</li> <li>- permettent de faire des propositions, soumettre des idées et des contenus concrets pour la rédaction d'un rapport ou d'un article destiné aux journalistes</li> </ul>                 |
| Les communiqués de presse                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- informent, sous forme synthétique et sobre, d'événements, de nouvelles et de résultats particuliers;</li> <li>- conviennent aussi pour communiquer des prises de position.</li> </ul>   |
| Les conférences de presse                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- sont opportunes quand on veut obtenir un effet d'annonce (par exemple lors d'une inauguration) ou lorsqu'il y a quelque chose à présenter sur place ;</li> <li>- sont utiles lorsqu'il faut s'attendre à de nombreuses demandes de précisions de divers médias ;</li> <li>- permettent d'établir et d'entretenir les contacts avec les journalistes ;</li> <li>- s'organisent le plus souvent en combinaison avec un communiqué de presse et un dossier de presse.</li> </ul> |
| Les dossiers de presse                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- transmettent des informations (de base) plus détaillées, à partir desquelles les journalistes peuvent sélectionner et préparer les informations ainsi que les adapter aux besoins de leur public ;</li> <li>- peuvent aussi s'utiliser pour d'autres mesures de communication (p. ex. pour des exposés ou des fiches d'information).</li> </ul>   |
| Les événements ou les voyages de presse                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- sont appropriés pour transmettre de façon particulièrement claire des informations, des résultats, des expériences, des problématiques, des possibilités de développement, etc., par exemple lors d'une visite de projet ;</li> <li>- offrent aux journalistes la possibilité de se procurer du matériel visuel.</li> </ul>   |
| Les articles de revues ou de journaux rédigés à l'avance | <ul style="list-style-type: none"> <li>- peuvent souvent être publiés dans des revues ou des brochures spécialisées, parfois aussi dans des journaux locaux ou régionaux.</li> </ul>   |

*Vous trouverez davantage de conseils et d'outils pour la planification et la mise en œuvre de vos activités de communication concernant les stratégies, programmes et projets de développement régional sur le site Internet de regiosuisse : [www.regiosuisse.ch/communication](http://www.regiosuisse.ch/communication).*