**Article V4 réécriture Relations presse**

# (H1) Comment gérer des relations presse efficaces aujourd’hui ?

**PLAN SEO**

**Mots clés : relations presse, Skills communication**

**Meta description :** Pour enrichir cette relationprivilégiée avec le journaliste, l’attaché(e) de presse peut lui fournir les moyens de mieux préparer son sujet, sans forcément le connaître, en anticipant sa cible d’audience et son environnement.

**Chapo :** Dans un contexte changeant incluant acteurs et réseaux protéiformes, la presse au cours des dernières années a énormément évolué et les relations presse se sont transformées avec elle.

L’échange avec le journaliste demeure cependant central. Une relation intime avec ce dernier est-elle pour autant indispensable pour partager votre expertise ? Le besoin de connaître personnellement le journaliste est-il justifié, voire même encore possible ?

## (H2) L’évolution des médias, du journaliste et des relations presse

Auparavant, les journalistes spécialisés étaient en nombre réduit et les médias traditionnels détenaient le monopole du marché.

Connaître personnellement les journalistes et entretenir une relation de proximité étaient choses possibles pour assurer une publication prioritaire de vos sujets. Le journaliste et sa source entretenaient un lien de confiance, rendant les relations presse quasi exclusives.

La presse a évolué et le paysage multimédia a été complètement bouleversé, pour plusieurs raisons.

D’abord, l’arrivée de services d’information en ligne autour de la fin des années 1990 (*Ouest-France* a ouvert son site en 1995 tout comme *Le Monde*), a déstabilisé non seulement le modèle d’affaires traditionnel de la presse, mais a également remis en question la notion même d’exemplaire unique.

Aujourd’hui, la presse gratuite et les médias numériques ont porté un coup aux médias traditionnels, notamment à la presse écrite. Avec l’accès gratuit à l’information (sur papier ou en ligne), de nombreux citoyens se contentent désormais d’une information « prête à consommer » trouvée sur Internet ou sur leur gratuit du matin.

La gratuité de l’actualité a ainsi changé les [relations presse](https://www.skillscommunication.fr/agence-relation-presse/), les rendant plus complexes.

## (H2) De nouveaux supports d’information dans la sphère médiatique

L'apparition de nouveaux médias a profondément transformé le système d’information, en érigeant de nouveaux fonctionnements. La globalisation de l'information a conduit à une augmentation considérable du volume de news, mais aussi des capacités d'influence.

Le journaliste doit maintenant faire face à la dématérialisation de l’information, il n’est plus le seul à informer ; réseaux sociaux et multiplication des cibles d’audience sont apparus. L’avènement du digital a déployé l’immédiateté de l’information et le journaliste doit s’imprégner de tous ces changements pour assurer son utilité et sa différence. Pour cela, il est tenu à un calendrier rédactionnel multipliant les sujets d’intérêt, à la publication de formats cours et concis le plus rapidement possible pour toujours rester dans l’actualité.

Le journaliste est également une personne pressée et sollicitée, qui doit fournir l’information de façon instantanée, sans pour autant négliger le sujet. Il doit rester vigilant, éditorialiser et hiérarchiser son information pour qu’elle soit lue par le plus grand nombre.

## (H2) Les relations presse face à la polyvalence du journaliste actuel

Face à la concurrence et au culte de la superficialité, le journaliste devient multi sujets et ne privilégie plus toujours l’expertise. Il représente à lui seul tous les maillons de la chaîne d’information. Il est capable de tout faire : écrire, éditer, enregistrer des interviews, monter de la vidéo, mettre en page et possède une grande maîtrise des outils de diffusion de l’information.

Par exemple, L’AGEFI compte 10 publications différentes, dans des langues différentes, qu’elles soient institutionnelles, dédiées au retail, digitales ou papier, toutes suivies, pour une thématique donnée, par seulement quelques journalistes qui la traiteront sous différents angles.

De ce fait, les relations presse rapprochées ne sont plus possibles. Pour avoir une chance d’être publié, le contenu doit être préparé en amont; faciliter le travail du journaliste est devenu la clé pour entretenir des relations presse efficaces.

## (H2) Les relations presse doivent s’adapter au journaliste pour garder le lien

Pour enrichir une relation privilégiée avec le journaliste, l’attaché(e) de presse peut lui fournir les moyens de mieux préparer son sujet, sans forcément le connaître, en sachant sa cible d’audience et son environnement.

Il est nécessaire que les chargés de relations presse se concentrent sur l’information, soignent les raccords avec la ligne éditoriale et sa cible d’audience, tout en faisant en sorte qu’elle soit inscrite dans l’actualité.

Cette nouvelle approche ne requiert plus nécessairement des relations de proximité avec le journaliste. Il existe des bases de données accessibles sur ce dernier : son profil, son parti pris, sa sensibilité, son historique éditorial qui permettront de l’aider dans son quotidien, sans pour autant avoir besoin de connaître son intimité.

## (H2) Des relations presse intimes réservées aux médias spécialisés

Connaître personnellement un journaliste est un plus, mais n’est plus dans l’air du temps.

Cependant, on observe toujours ce phénomène dans des secteurs de médias ultra spécialisés. Par exemple, la recherche médicale sur l’oncologie traitée sous un angle scientifique ne peut être comprise que par quelques journalistes spécialisés. En être expert et se rendre disponible faciliteront la relation avec le journaliste et la publication de vos contenus.

Le digital est à l’origine du bouleversement des médias et la source de multiples nouvelles opportunités.

Mais sera-t-il toujours possible d’entretenir des [relations presse](https://www.skillscommunication.fr/combox/) efficaces à l’avenir avec des médias 100% digitaux ? Est-ce que l’immédiateté du digital sera synonyme de l’appauvrissement de l’information?