

Nos conseils pour... établir des relations media



AVANT DE COMMUNIQUER AUPRÈS DES MÉDIAS, ASSUREZ-VOUS QUE LE SUJET A DU POTENTIEL MÉDIATIQUE ET ADRESSEZ-VOUS AUX BONS JOURNALISTES. VOUS POUVEZ FAIRE APPEL AU SERVICE DE COMMUNICATION DE L'AFD POUR AVOIR DES MODÈLES D'OUTILS (INVITATION PRESSE, CP...)

LE DOSSIER DE PRESSE

Ce dossier est conçu pour informer les médias au moment des temps forts du projet. Son contenu donne le contexte du projet, met en lumière ses impacts, les objectifs poursuivis et les résultats obtenus.

Un dossier de presse comprend les éléments suivants :

- Une plaquette de présentation du projet avec ses objectifs, son contexte, les bénéficiaires touchés, les partenaires impliqués, les impacts et résultats attendus (chiffres clés, témoignages, études de cas).
- Des éléments visuels (liens vers des photos, infographies, cartes).
- Les contacts presse pour toute demande d'information ou d'interview.
- Une présentation générale du groupe AFD.

LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Destiné aux journalistes, le communiqué de presse doit être court et percutant. Publié au moment d'un temps fort du projet, un communiqué de presse a pour objectif de diffuser une information importante aux médias (lancement du projet, étape clé, impact significatif...).

Il peut être complété par le dossier de presse qui donnera une information complète du projet et de ses acteurs aux journalistes.

➤ Ici, un [gabarit de communiqué de presse](#) et un [modèle d'invitation média](#).

AUTRES FORMATS

- **Conférence et point presse** : inviter les médias à un moment clé du projet avec possibilité pour les journalistes de poser des questions.
- **Invitation presse** aux événements.
- **Voyage de presse** et accueil des journalistes sur demande.

AUTRES OUTILS

- **Revue de presse** qui rassemble les mentions du projet dans les médias.
- **Listing médias** et contacts des journalistes avec domaines de compétences.