

Gérer les relations avec les médias

Conférence de sensibilisation
à de bonnes pratiques en matière de
gestion des relations avec les médias

Les exercices avec corrections

La présente présentation est un complément de la conférence.
Elle propose les exercices corrigés associés.

Qui suis-je ?



- Rédacteur en chef de **CIO France**, titre de presse professionnelle dédié aux Directeurs de Systèmes d'Information, édité par IT-News-Info (ex-IDG France).
- Ancien chef de rubrique de Le Monde Informatique (édité par IT-News-Info, ex-IDG France). Lemondeinformatique.fr est le premier site de presse professionnelle informatique en France.
- Journaliste depuis avril 2000. Auparavant : formateur, consultant pour éditeurs de logiciels, etc.

Les exercices reprennent le plan de la conférence...

Première partie

Comprendre ce que sont les médias et comment ils fonctionnent afin d'optimiser ses relations avec eux.

Deuxième partie

Comprendre pourquoi et comment communiquer avec les médias.

Dans les exemples et exercices, tous les personnages et toutes les situations présentés sont de pure invention. Toute ressemblance avec des faits ou des personnes existants ou ayant existé serait purement fortuite.

Première partie

Comprendre les médias

Exercices : écriture d'articles brefs pour différents supports à partir d'une situation de base unique. L'objectif est d'appréhender dans la pratique les notions de ligne éditoriale et de message essentiel.

« Pour chasser un lion, deviens toi-même un lion. »

Proverbe africain

Le camion des pompiers (vie locale / facile)

Information brute

A Saint-Cucufa en Bazois, c'est l'effervescence. Les pompiers viennent de recevoir un camion Aroz 2000E, un tout nouveau modèle, avec une contenance de 20 000 litres d'eau pouvant être projetée à raison de 1000 litres/minute à 100 mètres (contre respectivement : 10000 litres, 1000 L/mn et 50 mètres pour le produit concurrent Jedoz, dédaigné). Ce camion est capable d'une vitesse de pointe de 150 km/h (contre 130 pour le Jedoz) et son coût est de 400 000 euros (contre 200 000 pour le Jedoz). Un bal a célébré l'arrivée du nouveau camion où plus de la moitié de la population s'est rendue et a passé la nuit. Il est vrai que plusieurs incendies mortels avaient eu lieu récemment, tant le matériel était jusqu'à présent obsolète et les pompiers de fait inefficaces. Le financement de cette acquisition a été réalisé grâce au département et la commune a financé le bal et la rénovation du garage (essentiellement un coup de peinture sur les murs). Le département et la commune sont dirigés par un même parti politique. Les pompiers sont ici des volontaires non-professionnels.

Travail à faire

Ecrire un article court (dix lignes maximum) pour chacun des journaux suivants :

- *L'Echo de Saint-Cucufa* (presse locale hebdomadaire)
- *RedMotors*, le magazine des amoureux des camions rouges
- *L'Indépendant Bazicucufain* (journal du principal opposant au maire).
- *Sous le casque*, le magazine professionnel des pompiers.
- *TF1* (journal de 13h – texte destiné au prompteur)
- *L'Arroseur* (journal interne de l'entreprise Aroz)

Il s'agit donc d'écrire un article court (dix lignes manuscrites maximum) pour chacun des journaux mentionnés. Chaque journal a sa ligne éditoriale, ce qui inclut une cible et une thématique. Chacun traitera donc des aspects différents des mêmes faits, avec un ton adapté à sa cible éditoriale.

Les textes proposés ci-après sont bien sûr des exemples.

L'Echo de Saint-Cucufa est un hebdomadaire de presse locale. Reconnaissons tout d'abord qu'un tel événement mériterait dans ce journal une large place, bien supérieure à un article court, avec de nombreuses photographies. Mais l'exercice exige de se limiter...

Ce qui va intéresser la population locale, c'est d'une part l'apport pratique du nouveau camion de pompiers, d'autre part la fête. Côté ton, nous sommes dans le registre de la proximité, de la relation de voisinage. Il ne faut pas non plus hésiter à glorifier les héros locaux, les pompiers.

Voici donc ce que cela pourrait donner :

Une fête pour des vies sauvées

Notre bonne ville de Saint Cucufa a trop connu d'incendies mortels. La municipalité et le département ont donc réuni leurs efforts pour doter nos valeureux pompiers de moyens plus appropriés pour remplir leur si dangereuse mission. Les bénévoles pourront ainsi compter désormais sur le tout nouveau camion fourni par la firme Aroz. Plus rapide et puissant que ses concurrents, il est l'arme nouvelle dont les bénévoles avaient besoin pour soutenir leur dévouement et sauver des vies. Les habitants de la ville ne s'y sont pas trompés ! Ils se sont rendus en masse au bal offert par la municipalité pour fêter l'événement : près de la moitié de la population s'est déplacée.

Dans *RedMotors*, le magazine des amoureux des camions rouges, à l'inverse, le public visé est un ensemble de passionnés d'une certaine esthétique. Les côtés pratiques ne sont pas du tout dans leurs attentes. La fête au village peut éventuellement servir d'illustration mais peut même être oubliée. Par contre, il va falloir entrer dans les détails techniques sur un ton emphatique.

L'Aroz 2000E, une nouveauté racée et appréciée

Lors d'un bal offert par la municipalité, près de la moitié des habitants de Saint Cucufa en Bazois sont venus admirer le tout nouveau Aroz 2000E qui venait d'être livré dans leur commune. Il est vrai qu'il est beau, l'Aroz 2000E. Mais derrière la peinture rouge se cache une bête de concours racée. Capable d'emporter 20 000 litres d'eau pouvant être projetée à raison de 1000 litres/minute à 100 mètres, il est champion de sa catégorie, loin devant la meilleure offre de Jedoz, honorable maison qui connut des jours meilleurs. L'Aroz 2000E est également rapide : il peut foncer à 150 km/h ! Bravo, donc, aux bazicucufains pour leur excellent choix.

L'Indépendant Bazicucufain, journal du principal opposant au maire, va devoir relever un défi ingrat : il faut trouver dans un événement des plus heureux de quoi dire du mal des méchants adversaires au pouvoir tant dans la commune que dans le département. S'il sera difficile de passer sous silence les aspects positifs, il faudra toujours les rapprocher de tous les malheurs possibles. Destiné à un public local, ce journal doit respecter une certaine connivence avec son lectorat. Attention, cependant, à rester dans les faits et à ne pas sombrer dans la diffamation ou le dénigrement trop visible et pouvant être aisément poursuivi en justice. Enfin, les pompiers sont des héros et des électeurs. Il convient donc de les ménager. Quant au bal, franchement, à quoi servait-il ? Vous avez dit « mauvaise foi » ? Certes, mais prudente...

Les incendies mortels, prétextes de dépenses somptuaires

Plus de 400 000 euros de nos impôts ont été dépensés par le département et la commune pour doter Saint Cucufa en Bazois d'un camion rouge, un Aroz 2000E, alors que la firme Jedoz proposait un véhicule de pompiers deux fois moins cher et aux performances très satisfaisantes. A cette somme déjà considérable (plus de dix ans d'un revenu moyen), il faut ajouter les frais de rénovation du garage des pompiers, en fait une simple couche de peinture dont le coût n'a pas été communiqué. Nos valeureux guerriers du feu, bénévoles de surcroît, avaient bien sur besoin d'un équipement plus moderne. Et il a fallu plusieurs incendies mortels pour qu'enfin la majorité départementale et municipale se bouge. Mais eux aussi sont des contribuables qui souhaitent que leur argent soit bien employé. Pas à organiser un banquet électoral où la moitié de la population a été conviée...

Pour *Sous le casque*, le magazine professionnel des pompiers, nous nous retrouvons dans le cas d'une presse technique au public non-local. Mais, au contraire de RedMotors, les aspects pratiques seront ici essentiels : soit les pompiers vont devoir se servir du matériel décrit, soit ils seront amenés à le comparer avec ce dont ils disposent pour envisager de faire pression pour un changement. L'important pour eux est de voir les avantages et inconvénients du choix opéré par Saint Cucufa. La fête, les querelles politiques... leur sont complètement indifférents, sauf à titre d'illustration ou pour flatter leur fierté d'être choyé par la population. Le ton est ici professionnel, froid.

L'Aroz 2000E arrive à Saint Cucufa en Bazois

Saint Cucufa en Bazois a pris livraison d'un camion Aroz 2000E, le tout nouveau modèle du constructeur homonyme. L'Aroz 2000E a une contenance de 20 000 litres d'eau pouvant être projetée à raison de 1000 litres/minute à 100 mètres (contre respectivement : 10000 litres, 1000 L/mn et 50 mètres pour le produit concurrent Jedoz, dédaigné par les bazicucufains). Ce camion est capable d'une vitesse de pointe de 150 km/h (contre 130 pour le Jedoz) et son coût est de 400 000 euros (contre 200 000 pour le Jedoz). L'avenir dira si les prouesses de ce véhicule sont à la hauteur des promesses de sa fiche technique. En attendant, la population locale a célébré par un bal nos collègues et leur nouveau matériel.

Dans le texte destiné au prompteur dans *le journal de 13 heures sur TF1*, il nous faut nous adresser à un public national. Mais avec un ton de connivence et de voisinage : nous sommes entre amis et voisins dans ce beau pays qu'est la France. Pour un habitant de Marseille ou de Lille, la nouvelle ne sera intéressante que s'il peut s'identifier à l'heureux habitant de Saint Cucufa et se réjouir ou au contraire s'apitoyer de son sort. Les détails techniques et la politique locale n'ont pas leur place ici. Par contre, il ne faut pas hésiter à célébrer le culte du héros pompier.

Saint Cucufa en Bazois a célébré dignement l'arrivée d'un nouveau camion anti-incendies. Un bal a en effet rassemblé la moitié de la population, très heureuse de l'acquisition. Moderne, efficace, puissant, ce nouveau camion devrait en effet permettre de lutter efficacement contre les incendies mortels qui ont endeuillé récemment cette douce commune de la France profonde que nous aimons tant. Les pompiers bénévoles bazicucufains vont enfin pouvoir donner toute la mesure à leur talent et recevoir la juste satisfaction liée à l'efficacité de leur dévouement.

L'Arroseur, journal interne de l'entreprise Aroz, vise à informer le personnel du nouveau contrat. La nouvelle est bonne : le concurrent est défait. Rappeler les caractéristiques du produit est en principe inutile car chaque lecteur les connaît suffisamment pour ce dont il a besoin. Il s'agit donc d'une part de soutenir le moral de l'ensemble des troupes mais aussi d'informer les commerciaux des arguments qu'ils pourront déployer pour vendre d'autres produits identiques. Les commerciaux ont besoin d'habiller leurs fiches techniques par un peu de pathos. Mais pas trop.

Le nouveau 2000E célébré par la population de Saint Cucufa.

Endeuillée par de nombreux incendies, la ville de Saint Cucufa en Bazois vient de se doter, sur un financement départemental, de notre dernier modèle, le 2000E. Deux fois plus cher que le produit concurrent de Jedoz, il a cependant séduit par la qualité et sa puissance. La population locale ne s'y est d'ailleurs pas trompée et s'est rendue en masse au bal organisé pour célébrer l'événement autour des pompiers bénévoles. Nous espérons ainsi contribuer à leur succès contre le feu. Bravo à eux et bravo aussi à la remarquable prouesse commerciale de l'équipe menée par Monsieur Martin.

Les tire-bouchons Petits Cochons (Informatique / Moyen)

Information brute

La fabrique de tire-bouchons Petits Cochons, à Plougazou, leader français avec un chiffre d'affaires de 15 M€, vient d'installer un nouveau progiciel intégré de gestion (PGI) Zappe pour un coût de licences de 100 000 euros HT et d'implémentation de 250 000 euros. Petits Cochons a réorganisé ses services transversaux et licencié 10 des 18 personnes qui y travaillaient (sur un effectif total de 150 personnes). Zappe est ravi car c'est sa première implantation dans une PME de province en France. Tous les personnels de Petits Cochons ont dû se former au nouveau produit et aux nouvelles procédures, ce qui a perturbé le fonctionnement de l'usine, sans oublier les inévitables bogues. Petits Cochons a ainsi vu passer son chiffre d'affaires en N+1 à 15,5 M€ alors que le marché explosait avec +30%. Dans un marché ultra-concurrentiel, son bénéfice net a cependant progressé de 10%. Son concurrent Vissenfin est certes devenu leader avec un CA de 16 M€ alors que ses produits sont objectivement moins bons mais il est devenu déficitaire.

Travail à faire

Ecrire un article court (dix lignes maximum) pour les journaux suivants :

- *L'Echo de Plougazou* (presse locale hebdomadaire).
- *PGI-Mag*, le magazine des PGI diffusé auprès des DSI (Directeurs des Systèmes d'Information).
- *Le Poing Levé* (journal du Syndicat des Travailleurs de Plougazou).
- *L'entrepreneur avisé*, le magazine des patrons de PME.

L'Echo de Plougazou, un hebdomadaire local, va se consacrer au sujet sous un angle orienté sur la vie locale, économique et sociale. La technique n'est pas son problème.

La réorganisation chez Petits Cochons frappe Plougazou de plein fouet.

Suite à l'installation d'un nouvel outil informatique, Petits Cochons a licencié 10 des 18 membres des services transversaux, sur 150 salariés en tout. Malgré ce dégraissage important à l'échelle de la commune, la firme de Plougazou a perdu sa domination sur le marché du tire-bouchons au profit de son concurrent Vissenfin. Les problèmes dus à l'introduction de la nouvelle organisation seraient à l'origine de cette perte de vitesse qui inquiète la population locale. Jusqu'où Petits Cochons reculera-t-il ? D'autres emplois sont peut-être menacés. Et les finances de la commune seraient bien amoindries si l'entreprise fermait.

PGI-Mag, le magazine des PGI diffusé auprès des DSI (Directeurs des Systèmes d'Information), est à l'inverse totalement orienté sur la technique et l'utilité des investissements. Les DSI ont à « vendre » en interne des projets ou, au contraire, à résister à des demandes provenant d'autres directions. Ils ont besoin d'arguments pour leurs prises de position. En l'occurrence, l'information intéressante pour eux est qu'un éditeur donné arrive à vendre son produit dans un contexte inhabituel mais que tout n'est pas rose chez les Petits Cochons...

Zappe adopté dans une PME de province

Le PGI Zappe a été implémenté pour la première fois par une PME de province, Petits Cochons, un fabricant de tire-bouchons à Plougazou. Le projet a coûté 100 000 euros en licences et 250 000 en intégration. 10 postes ont été supprimés dans la firme parmi les 18 personnes des services transversaux grâce à la réorganisation liée au déploiement de Zappe. Le bénéfice net de l'entreprise a certes progressé de 10% mais la mise en place n'a pas été sans effets pervers. Dans un marché progressant de 30%, Petits Cochons n'a pratiquement pas progressé et a perdu son leadership. Les difficultés de la réorganisation des process internes seraient en cause.

Le ton va être quelque peu différent dans *Le Poing Levé*, journal du Syndicat des Travailleurs de Plougazou, qui se consacre uniquement aux drames sociaux. Dénigrer le Grand Capital, cruel et stupide autant qu'inefficace sera bien dans le ton...

Zappe chasse 10 camarades chez Petits Cochons

L'installation d'un nouvel outil informatique, Zappe, détruit une nouvelle fois de l'emploi. Cette fois, c'est chez Petits Cochons, à Plougazou, où travaillent 150 camarades. Plus de la moitié des travailleurs des services administratifs ont été licenciés. Malgré tout, le patronat n'a pas tiré de bénéfice de ce choix cruel : Petits Cochons a perdu la bataille contre son concurrent Vissenfin. Le choix de la machine aux dépens de l'homme a en effet beaucoup perturbé la vie de l'entreprise.

L'entrepreneur avisé, le magazine des patrons de PME, va, lui, au contraire chercher à tirer des leçons pour les dirigeants d'entreprises. Pas de technique : ce n'est pas leur rayon. Mais des chiffres sur l'efficacité économique de l'opération.

Bilan mitigé pour la réorganisation de Petits Cochons

La PME de Plougazou, Petits Cochons, produit des tire-bouchons. Elle vient de se réorganiser dans la douleur. L'installation d'un progiciel de gestion intégré a certes permis de supprimer 10 des 18 postes des services transversaux, ce qui constitue un gain de productivité appréciable, mais elle a provoqué des dysfonctionnements dans la production. Dans un marché en forte progression (+30%), le chiffre d'affaires de Petits Cochons est resté quasiment stable à 15,5 M€ (+0,5 M€ sur un an). La firme a ainsi perdu son leadership sur les tire-bouchons au profit de Vissenfin. Notons cependant que Petits Cochons a renforcé sa marge bénéficiaire tandis que Vissenfin s'enfonce dans les pertes. Au delà de l'effet de l'opportunité saisie au vol par Vissenfin, le choix de Petits Cochons pourrait donc s'avérer payant sur le long terme.

Corruption chez Pafada (Finances / difficile)

Information brute

Pafada, vieille société provençale, est devenue au fil du temps un grand négociant et prestataire logistique en céréales. Elle est dotée de filiales en Asie du Sud-Est et aux Etats-Unis. Elle est cotée en bourse à Paris, Hong-Kong et New York. Depuis quelques temps, des rumeurs bruissent dans les couloirs de la firme au sujet d'un audit secret en cours : l'entreprise aurait été victime de surfacturations de la part de fournisseurs sans qu'aucun cadre ne bloque les contrats. On parle de corruption. Les montants en jeu se chiffrent en dizaines de millions d'euros. Un soir, Ursula Bienbonne, la directrice marketing, qui travaillait tard, s'est assoupie sur le divan dans son bureau, souhaitant prendre un peu de repos avant de rentrer chez elle en voiture. Lorsqu'elle se réveille, il est prêt de onze heures du soir dans des locaux totalement déserts. Elle s'apprête à quitter les lieux lorsqu'elle s'aperçoit que le bureau du directeur financier, Jules Dayssous, est encore allumé. Elle entre voir ce qui se passe mais la pièce est vide. Sur le bureau, un cahier ouvert mentionne explicitement les montants des commissions versées à différents cadres (dont le directeur financier) par les fournisseurs mis en cause dans les rumeurs. A cet instant, Jules Dayssous rentre, en train de s'essuyer les mains à son mouchoir, comme s'il venait de se les laver sans avoir trouvé de serviette. Ursula Bienbonne saisit alors le cahier, bouscule Jules Dayssous et s'enfuit en courant. Jules Dayssous, légèrement obèse et grand fumeur, se met à poursuivre la directrice marketing mais peine à la rattraper : celle-ci, bien que de petite taille et portant des chaussures à talons importants, pratique le Kung-Fu et le jogging.

Après une course dont nous taillons les détails, les deux protagonistes se retrouvent sur une passerelle au sommet d'un silo de grains. Ursula Bienbonne est bloquée. Pendant le combat au corps à corps qui s'en suit, Jules Dayssous arrache plusieurs pièces de vêtements à la directrice marketing. En se débattant, celle-ci parvient à repousser son adversaire qui chute dans le silo. Tentant de se rattraper à Ursula Bienbonne, il arrache sa jupe en tissus léger mais sombre dans les grains de blé. Il y meurt étouffé et écrasé.

Le lendemain, une vidéo de bonne qualité technique issue de l'enregistrement d'une caméra de surveillance est disponible sur Internet, montrant les scènes du sommet du silo, notamment la lingerie fine portée par Ursula Bienbonne, une bien jolie femme. La police a saisi le cahier récupéré par celle-ci. La directrice marketing prend un congé maladie et est hospitalisée en unité psychiatrique en état de choc. Un conseil d'administration exceptionnel est convoqué pour trois jours plus tard, le temps nécessaire pour que les administrateurs asiatiques et américains rejoignent le siège à Marseille.

Travail à faire

Ecrire un court article (10 lignes maximum) pour les journaux suivants :

- *L'écho de la Canebière* (presse quotidienne régionale).
- *La Tribune des Affaires* (presse économique).
- *Forme & Santé*, le féminin pour avoir du punch.
- *Buzzer*, le site web des internautes libidineux.
- *L'Enquêteur*, journal consacré aux affaires criminelles sordides.

Corruption chez Pafada (Finances / difficile)

Le relevé de faits est ici extrêmement riche. Trouver la bonne information pour le bon public va donc être délicat. Ce d'autant plus que le texte doit être court dans un cas qui, dans la réalité, ferait sans doute l'objet de nombreux développements sur plusieurs éditions successives.

L'écho de la Canebière, un quotidien régional, va s'intéresser aux citoyens locaux, aux effets sur les individus qui sont peut-être vos voisins. Ces effets peuvent être économiques (les difficultés d'une entreprise peuvent entraîner du chômage) ou plus personnels (avoir été montré nu sur Internet peut être gênant).

Pafada dans la tourmente du scandale de corruption

La rumeur enflait depuis des mois mais, cette fois, une cadre courageuse, Ursula B., a payé de sa personne pour faire éclater le scandale de la corruption chez Pafada, le célèbre céréalier de notre ville. Des documents trouvés par elle dans le bureau du directeur financier tendent à montrer que la firme a été victime de surfacturations importantes. Celles-ci étaient couvertes par des cadres corrompus touchant des commissions sur les sommes détournées. Le directeur financier a poursuivi Ursula B. jusque dans un silo et, dans la lutte qui s'en est suivi, est tombé dans les grains où il est mort écrasé et étouffé. En état de choc, Ursula B. a été hospitalisée. Malheureusement, une vidéo de surveillance prise durant le drame et montrant les vêtements déchirés d'Ursula B. circule désormais sur Internet. Son courage a été payé par cette ultime humiliation.

La Tribune des Affaires, un journal économique, va évidemment se consacrer aux incidences économiques des évènements. Seul le destin de Pafada compte. Les aventures d'Ursula Bienbonne n'ont aucune importance. Le ton va être plus froid.

Pafada en difficultés suite à des détournements de fonds

Le céréalier Pafada fait face à un scandale de corruption aux conséquences potentiellement fortement préjudiciables, notamment pour son destin en bourse. Selon des documents saisis par la police, des cadres touchaient des commissions sur des produits surfacturés, ce pour couvrir ces détournements de fonds. La mort, dans des circonstances étranges, de l'un des suspects ne devrait pas arrêter le scandale. Coté à New York, Hong-Kong et Paris, Pafada a de plus des difficultés à réunir son conseil d'administration dont les membres sont répartis sur les trois continents. Le sujet ne devrait donc pouvoir être abordé qu'au cours d'une réunion extraordinaire trois jours après les faits, le xx/xx/xx. Ce manque de réactivité pourrait lui coûter cher en crédit auprès des investisseurs.

Forme & Santé, le féminin pour avoir du punch, va au contraire centrer ses articles sur les apports du sport dans l'aventure d'Ursula Bienbonne. Le reste n'a que peu d'importance.

Kung-Fu et jogging lui sauvent la vie !

Dans l'affaire Pafada qui défraie en ce moment les chroniques, on a trop peu mis en valeur le rôle du sport dans l'heureuse issue de l'aventure de sa belle héroïne, Ursula. Adeptes du jogging, elle a ainsi pu courir suffisamment longtemps pour fatiguer son adversaire qui, lui, préférait le tabac et l'alcool, les ennemis mortels de la forme. Acculée en haut d'un silo de grains, Ursula a alors fait appel à ses connaissances en Kung-Fu pour se délivrer de l'étreinte de son agresseur. Cela démontre une nouvelle fois que la self défense est indispensable pour les femmes modernes d'aujourd'hui.

Buzzer, le site web des internautes libidineux, va lui, au contraire de tous les autres, se focaliser sur le seul aspect de l'information qui concerne ses lecteurs : la vidéo pirate de l'agression, ce qu'on y voit et comment on la trouve. Le public peut être considéré comme globalement adolescent et avec un niveau de vocabulaire peu choisi.

Vrai cul et vraie violence en haut d'un silo.

Ursula est coincée par un mec patibulaire en haut d'un silo de grains et qui lui arrache ses vêtements. Pas mal, le soutif et, surtout, ce qu'il y a dedans. Et quand la jupe est arrachée à son tour, c'est encore mieux. En plus, c'est une vraie vidéo d'une caméra de surveillance, mais de bonne qualité technique, pas un film de fiction, même amateur. Ursula est l'héroïne de l'affaire Pafada. La vidéo circule en haute définition partout. Vous pouvez notamment la trouver sur XXX.com. Chercher avec les mots clés « Ursula » et « Pafada ».

L'Enquêteur, journal consacré aux affaires criminelles sordides, va lui se focaliser sur tous les détails scabreux et tenter d'exciter le voyeur autant que l'amateur de scandales aimant être choqué. Il faut donc s'attacher à montrer les aspects scandaleux, violents, érotiques, avec un langage direct.

Elle se retrouve nue sur Internet pour avoir voulu dénoncer la fraude

Un hasard. C'est probablement ce qui a tout déclenché chez Pafada, le grossiste en céréales. Ursula B. y est cadre supérieure et, quittant tard son travail, elle s'est étonnée de trouver le bureau de son collègue des finances vide mais allumé. Elle est alors tombée sur un document établissant les fraudes dont Pafada a été victime. Mais le fraudeur rentre alors dans son bureau. Ne devant qu'à sa rapidité de s'échapper, Ursula est poursuivie par le fraudeur, décidé à la faire taire définitivement. Après une course terrible et angoissante, Ursula est coincée en haut d'un silo et se bat avec son adversaire. Dans le combat, ses vêtements sont arrachés un à un. Si elle parvient à jeter son adversaire dans les grains, où il s'enfonce et périt étouffé, rien n'a échappé à une caméra de surveillance. Et le film est aujourd'hui disponible sur Internet. On y voit la pauvre Ursula quasiment nue après l'arrachage méthodique de ses vêtements. Terriblement traumatisée, encore sous le choc, Ursula a été internée.

Deuxième partie **Communiquer avec les médias**

Objectif : comprendre pourquoi et comment communiquer avec la presse.

Exercices sur les mêmes bases factuelles que la première partie mais avec inversion des rôles.

A partir de relevés de faits, similaires à ceux de la première partie, définir ce qui doit être dit / mis en avant ou au contraire pas dit / passé sous silence voire dissimulé.

L'objectif de ces exercices, réalisés lors de la deuxième partie de la formation, est de se placer en situation de communication avec les médias dans différents cas typiques.

Le but est donc d'appliquer la notion de ligne éditoriale du point de vue du communicant :

- Quelles informations sont pertinentes pour quel public ?
- Quelle est l'information essentielle ?
- Quelle information est nuisible et donc doit être dissimulée ?

Changement d'attitude, par conséquent : vous êtes cette fois du côté de celui qui veut que la presse parle de lui et, si possible, en bien. Ou alors, si c'est pour dire du mal, qu'elle vous oublie sinon votre vengeance sera terrible... Une partie des énoncés est commune avec les exercices de la première partie afin d'accentuer cette inversion des rôles tout en capitalisant sur votre travail précédent.

Cependant, n'oubliez pas qu'un article de presse ne sera jamais totalement positif et qu'il vaut mieux admettre bon gré une limite à un projet que l'on a mené, ce qui évite au journaliste de chercher lui-même cette limite. Il ne faut pas oublier que les journalistes se lisent les uns les autres et que le public lit lui aussi plusieurs journaux. Le message global doit donc être cohérent.

Le maire et le camion des pompiers (vie locale / facile)

Information brute

Vous êtes maire de Saint-Cucufa en Bazois. Et c'est l'effervescence dans cette petite ville dont vous êtes fier. Les pompiers viennent de recevoir un camion Aroz 2000E, un tout nouveau modèle, avec une contenance de 20 000 litres d'eau pouvant être projetée à raison de 1000 litres/minute à 100 mètres (contre respectivement : 10000 litres, 1000 L/mn et 50 mètres pour le produit concurrent Jedoz, dédaigné). Ce camion est capable d'une vitesse de pointe de 150 km/h (contre 130 pour le Jedoz) et son coût est de 400 000 euros (contre 200 000 pour le Jedoz). Un bal a célébré l'arrivée du nouveau camion où plus de la moitié de la population s'est rendue et a passé la nuit. Il est vrai que plusieurs incendies mortels avaient eu lieu récemment, tant le matériel était jusqu'à présent obsolète et les pompiers de fait inefficaces. Le financement de cette acquisition a été réalisé grâce au département et la commune a financé le bal et la rénovation du garage (essentiellement un coup de peinture sur les murs). Le département et la commune sont dirigés par un même parti politique. Les pompiers sont ici des volontaires non-professionnels.

Travail à faire

Quelles informations communiquer prioritairement vers les supports suivants ou, au contraire, tenter de leur dissimuler ?

- *L'Echo de Saint-Cucufa* (presse locale hebdomadaire)
- *RedMotors*, le magazine des amoureux des camions rouges
- *L'Indépendant Bazicucufain* (journal du principal opposant au maire).
- *Sous le casque*, le magazine professionnel des pompiers.
- *TF1* (journal de 13h)
- *L'Arroseur* (journal interne de l'entreprise Aroz)
- Conférence de presse réalisée à l'initiative d'Aroz (témoignage oral d'un client) durant le Salon des Maires et des Collectivités Locales.

L'Echo de Saint-Cucufa, hebdomadaire local, n'est pas un support hostile.

Destiné à vos électeurs, il convient de mettre en avant à son attention les éléments positifs de votre action, à savoir la mise en place d'une caserne rénovée et, surtout, l'achat du nouveau camion sans oublier la fête au village.

Bien que l'information ne sera pas reprise, il s'agit de convaincre le journaliste que votre choix est le bon et donc lui transmettre les données techniques (sans insister sur les détails) du camion choisi et les raisons pour lesquelles son concurrent a été écarté. Evidemment, les drames liés aux incendies mortels devront être mentionnés avec les regrets qu'il sied...

Normalement, le journaliste devra s'inquiéter du coût des opérations. Ne pas lui répondre en fera un adversaire. Donner le prix de l'option choisie et taire celui des options écartées permet de répondre tout en évitant les points de comparaison.

RedMotors, le magazine des amoureux des camions rouges, est là encore un magazine parfaitement neutre à votre égard.

Il est peu probable cependant que ce magazine prendra la peine de vous contacter, sauf, tout au plus, pour quelques informations sur la fête.

Les informations qui intéressent RedMotors seront plutôt obtenues directement auprès du fournisseur et seront purement techniques et esthétiques.

Peut-être vous demandera-t-on un avis d'utilisateur...

L'Indépendant Bazicucufain, journal du principal opposant à la majorité municipale, ne se verra pas traité d'une manière privilégiée, bien sûr, car c'est un support hostile.

Globalement, les informations à communiquer seront similaires à ce qui a été fait pour L'écho de Saint Cucufa. On pourra tenter de dissimuler le coût des opérations sur lesquelles ce journal va s'appuyer pour tenter de démontrer une gabegie.

On peut toujours renvoyer vers le BOAMP (Bulletin officiel des annonces de marchés publics) ou vers les délibérations (publiées) du Conseil Municipal en prétextant quelque règle des marchés publics (il est peu probable que le journaliste connaisse parfaitement ces règles).

Sous le casque, le magazine professionnel des pompiers, va, comme RedMotors, probablement chercher ses informations du côté du fournisseur. Toutes les données techniques devront être cependant communiquées si nécessaire.

Si le journaliste vous appelle, il faudra adresser un message vers les pompiers. Autrement dit : vous êtes des héros et nous vous donnons les moyens d'être héroïques. Comme preuve au discours, on pourra apporter la mobilisation de la population autour du bal. Le coût de l'opération pourra à la fois être utilisé comme preuve supplémentaire au discours (nous vous aimons tellement qu'on se saigne aux quatre veines pour vous) que comme aspect négatif de l'évènement.

Le journal de 13 heures de TF1 sera traité comme un journal local en y ajoutant un couplet touristique. On ne sait jamais, peut-être le journaliste parlera de la douceur de vivre sur place, assurant ainsi une promotion aux gîtes ruraux...

Le journal interne de l'entreprise Aroz, *L'Arroseur*, ne vous contactera sans doute pas : il relaie une information d'origine interne. Il se peut cependant qu'on cherche à obtenir un avis d'utilisateur et les justifications de votre choix. Votre témoignage servira d'argument commercial à l'entreprise.

ATTENTION – RAPPEL : il s'agit de ne pas oublier de négocier au préalable les conditions de vos interventions et leurs limites.

Lors de la conférence de presse réalisée à l'initiative d'Aroz durant le Salon des Maires et des Collectivités Locales, vous réalisez un témoignage oral en tant que client. Vous allez vous adresser à toute la presse. Il convient donc de tenter de passer sous silence le coût relatif de l'opération. A priori, le fournisseur prendra la parole pour présenter techniquement son produit. Votre intervention visera plutôt à mettre en avant les apports de ce camion dans la sécurité de vos administrés.

ATTENTION – RAPPEL : il s'agit de ne pas oublier de négocier au préalable les conditions de vos interventions et leurs limites.

Un PGI pour Petits Cochons (Informatique / Moyen)

Information brute

Vous êtes directeur des systèmes d'information (DSI) de la fabrique de tire-bouchons Petits Cochons, à Plougazou, leader français avec un chiffre d'affaires de 15 M€. Vous venez de piloter l'installation d'un nouveau progiciel intégré de gestion (PGI), Zappe, pour un coût de licences de 100 000 euros HT et d'implémentation de 250 000 euros. Petits Cochons a réorganisé ses services transversaux et licencié 10 des 18 personnes qui y travaillaient (sur un effectif total de 150 personnes). Zappe est ravi car c'est sa première implantation dans une PME de province en France. Tous les personnels de Petits Cochons ont dû se former au nouveau produit et aux nouvelles procédures, ce qui a perturbé le fonctionnement de l'usine, sans oublier les inévitables bogues. Petits Cochons a ainsi vu passer son chiffre d'affaires en N+1 à 15,5 M€ alors que le marché explosait avec +30%. Dans un marché ultra-concurrentiel, son bénéfice net a cependant progressé de 10%. Son concurrent Vissenfin est certes devenu leader avec un CA de 16 M€ alors que ses produits sont objectivement moins bons mais il est devenu déficitaire.

Travail à faire

Quelles informations communiquer prioritairement vers les supports suivants ou, au contraire, tenter de leur dissimuler ?

- *L'Echo de Plougazou* (presse locale hebdomadaire).
- *PGI-Mag*, le magazine des PGI diffusé auprès des DSI.
- *Le Poing Levé* (journal du Syndicat des Travailleurs de Plougazou).
- *L'entrepreneur avisé*, le magazine des patrons de PME.
- Conférence de presse organisée par Zappe (témoignage oral d'un client).

L'Echo de Plougazou, un hebdomadaire local, se consacre à la vie locale. L'installation du PGI n'est pas son problème, en tant que telle du moins. Par contre, la réorganisation, les menaces du l'emploi, etc. seront au coeur de ses préoccupations. Il convient donc de rassurer le journaliste. Nier la réalité ne sert évidemment à rien : d'une manière ou d'une autre, le journaliste apprendra les licenciements et les problèmes rencontrés par l'entreprise. Le sujet est suffisamment sensible pour qu'il ne faille pas compter sur une quelconque paresse professionnelle. Il faut donc avoir un discours insistant sur la performance retrouvée de l'entreprise, les investissements et les sacrifices consentis pour garantir l'avenir.

PGI-Mag, le magazine des PGI diffusé auprès des DSI, au contraire, se consacre à la problématique technique. Là, vous pouvez vous lâcher sur les considérations techniques à l'attention de vos pairs. Il est probable que les questions du journaliste tourneront autour d'un choix inédit dans cette situation, à savoir le PGI Zappe. Il s'agit d'affûter clairement ses arguments.

Vous n'êtes cependant pas là pour faire la publicité de Zappe, sauf si celui-ci a consenti des efforts substantiels sur ses tarifs. Il ne faut donc pas nier les difficultés. N'oubliez pas qu'un journaliste cherche toujours les limites d'un discours. Les donner soi-même évite l'imagination. En l'occurrence, les difficultés sont réelles et, d'une manière ou d'une autre, cela se saura.

Le Poing Levé, le journal du Syndicat des Travailleurs de Plougazou, vous contactera peu probablement.

Ce support est clairement hostile. Il faudra donc être vigilant, éviter de communiquer et, comme pour la presse locale, tenter de se focaliser sur la préservation des emplois qui n'ont pas été supprimés.

Il faut par contre veiller à la réalité des faits avancés dans ce support. En cas de faits objectifs passés sous silence, vous ne pouvez guère que demander un droit de réponse. Par contre, en cas de faits rapportés inexactement, voire d'inventions pures, le droit de réponse s'impose, voire des poursuites judiciaires.

L'entrepreneur avisé, le magazine des patrons de PME, est plutôt, au contraire du précédent, de votre côté. Ce qui va l'intéresser concerne l'usage concret de ce que vous avez installé et les gains de productivité induits. La technique, vous l'oublierez pour cette fois.

Lors de la conférence de presse organisée par Zappe, vous serez amenés à témoigner sur votre expérience personnelle. Vous laisserez le fournisseur donner les caractéristiques exactes du produit. Le discours est donc à cheval entre celui destiné à L'entrepreneur avisé et celui pour PGI-Mag.

Un témoignage exclusivement positif ne sera pas intéressant car peu crédible. Il convient donc de valider avec le fournisseur ce qui sera dit sur les difficultés rencontrées. N'oubliez pas de négocier clairement une telle participation et ses limites.

Si des questions gênantes vous sont posées sur les emplois supprimés, il convient évidemment de positiver en parlant des autres emplois, les emplois préservés et garantis par la nouvelle force de l'entreprise. La perte du leadership doit être expliquée en appuyant sur la rentabilité de l'entreprise et sur les pertes essuyées par le concurrent, qui obtient une victoire à la Pyrrhus.

Pafada dans la tourmente (Finances / difficile)

Information brute

Vous êtes PDG de Pafada, vieille société provençale, qui est devenue au fil du temps un grand négociant et prestataire logistique en céréales dotée de filiales en Asie du Sud-Est et aux Etats-Unis. Elle est cotée en bourse à Paris, Hong-Kong et New York. Vous avez lancé un audit secret, encore en cours : l'entreprise aurait été victime de surfacturations de la part de fournisseurs sans qu'aucun cadre ne bloque les contrats. Des rumeurs dans les couloirs de la firme évoquent de la corruption. Les montants en jeu se chiffrent en dizaines de millions d'euros. Un soir, Ursula Bienbonne, la directrice marketing, qui travaillait tard, s'est assoupie sur le divan dans son bureau, souhaitant prendre un peu de repos avant de rentrer chez elle en voiture. Lorsqu'elle se réveille, il est prêt de onze heures du soir dans des locaux totalement déserts. Elle s'apprête à quitter les lieux lorsqu'elle s'aperçoit que le bureau du directeur financier, Jules Dayssous, est encore allumé. Elle entre voir ce qui se passe mais la pièce est vide. Sur le bureau, un cahier ouvert mentionne explicitement les montants des commissions versées à différents cadres (dont le directeur financier) par les fournisseurs mis en cause dans les rumeurs. A cet instant, Jules Dayssous rentre, en train de s'essuyer les mains à son mouchoir, comme s'il venait de se les laver sans avoir trouvé de serviette. Ursula Bienbonne saisit alors le cahier, bouscule Jules Dayssous et s'enfuit en courant. Jules Dayssous, légèrement obèse et grand fumeur, se met à poursuivre la directrice marketing mais peine à la rattraper : celle-ci, bien que de petite taille et portant des chaussures à talons importants, pratique le Kung-Fu et le jogging.

Après une course dont nous taillons les détails, les deux protagonistes se retrouvent sur une passerelle au sommet d'un silo de grains. Ursula Bienbonne est bloquée. Pendant le combat au corps à corps qui s'en suit, Jules Dayssous arrache plusieurs pièces de vêtements à la directrice marketing. En se débattant, celle-ci parvient à repousser son adversaire qui chute dans le silo. Tentant de se rattraper à Ursula Bienbonne, il arrache sa jupe en tissus léger mais sombre dans les grains de blé. Il y meurt étouffé et écrasé.

Le lendemain, une vidéo de bonne qualité technique issue de l'enregistrement d'une caméra de surveillance est disponible sur Internet, montrant les scènes du sommet du silo, notamment la lingerie fine portée par Ursula Bienbonne, une bien jolie femme. La police a saisi le cahier récupéré par celle-ci. La directrice marketing prend un congé maladie et est hospitalisée en unité psychiatrique en état de choc. Un conseil d'administration exceptionnel est convoqué pour trois jours plus tard, le temps nécessaire pour que les administrateurs asiatiques et américains rejoignent le siège à Marseille.

Travail à faire

Quelles informations communiquer prioritairement vers les supports suivants ou, au contraire, tenter de leur dissimuler ?

- *L'écho de la Canebière* (presse quotidienne régionale).
- *La Tribune des Affaires* (presse économique).

Réfléchir également aux mesures à prendre face à la crise annoncée.

Pafada dans la tourmente (Finances / difficile)

La situation est grave et vous serez, dans ce cas, soumis à une très forte pression médiatique qui s'ajoutera à une pression interne voire à une pression judiciaire ou liée aux autorités de contrôle du marché financier.

Négliger les médias serait cependant une erreur très grave. L'opinion publique et, pire, celle des milieux autorisés compte énormément dans le destin d'une entreprise en crise. Il faut donc faire face à la crise, assumer vos actes et vos faiblesses et montrer votre capacité de réaction.

Il est probable que vous aurez à adopter une position réactive, sur sollicitation de nombreux journalistes. L'organisation d'une conférence de presse est préférable afin de concentrer les questions et d'éviter de perdre du temps.

Il convient surtout de veiller à ce que les intérêts de votre société ne soient pas mis en cause. Des poursuites à l'égard des salariés indéliçats ayant détourné la fameuse vidéo seront sans doute nécessaires. Il convient de faire savoir que des actions ont été lancées mais sans jamais mentionner de noms, ce qui pourrait être constitutif de diffamation. Poursuivre en justice Buzzer sera sans doute nécessaire, ainsi que tous les sites hébergeant la fameuse vidéo.

Dans ce genre de cas, s'il convient de communiquer, il faut le faire avec prudence et avec le soutien permanent d'un avocat afin de ne pas commettre, par imprudence, de mises en causes diffamatoires ou, au contraire, de laisser des calomnies se répandre sur votre compte ou celui de votre entreprise.

L'écho de la Canebière, un hebdomadaire régional, cherche à connaître l'état de santé d'Ursula et la situation de votre entreprise.

Concernant Ursula, il faut rassurer mais n'oubliez pas qu'il est interdit de divulguer des informations sur la santé d'une personne. Il faut donc être le plus vague possible et surtout éviter de mentionner qu'Ursula est en hôpital psychiatrique. Parler d'une *prise en charge médicale adaptée sera suffisant*.

Sur le ton, il convient de faire sentir votre empathie (voire votre admiration) envers une employée modèle qui s'est mise en danger pour sauver l'entreprise. Les informations économiques pourront également être utiles à mentionner.

La Tribune des Affaires, un journal économique, va lui se concentrer sur celles-ci. Il faut le rassurer sur la saine gestion de l'entreprise. Donc, oui, il y a eu un problème mais vous étiez en train de le traiter (grâce à l'audit interne). Il faut expliquer la lenteur de la convocation du conseil d'administration et surtout insister sur le fait que, en attendant la réunion, vous assurez les réactions urgentes nécessaires.

FIN