



Les Relations Presse

Les Relations Presse : au cœur de la stratégie de réputation

La pub est morte, vive les RP !*

En France, la presse est un média marginalisé ; vue comme la variable d'ajustement des campagnes de communication... Pourtant, les marques anglo-saxonnes avec lesquelles nous travaillons nous demandent systématiquement de commencer par les RP. Et TNS SOFRES de confirmer : c'est bien la presse qui construit l'image de marque. De plus, la notion de réputation est cruciale pour une entreprise, désormais observée sous toutes les coutures grâce à la multiplication des échanges, notamment numériques. La gestion de cette réputation et les RP se recouvrent dans cette nouvelle fonction stratégique pour l'entreprise. Alors pourquoi s'entêter... Donner une vraie place aux RP est devenu indispensable.

De MediaPart aux gratuits distribués à la sortie du métro, en passant par l'actualité en temps réel sur smartphones, le paysage médiatique a été bouleversé ces dernières années. La façon d'appréhender les RP aussi. Fini le coup par coup, le travail de RP doit être fait dans la durée. Fini aussi le temps où les RP n'étaient que la « cerise sur le gâteau » d'une campagne de communication. Désormais omniprésents, les médias jouent un rôle crucial dans votre communication ; et les aborder à la légère peut être dramatique pour l'image de l'entreprise. Aujourd'hui plus que jamais, une agence doit maîtriser les différentes facettes offertes par les RP. Mais alors que fait-on avec les RP ? Tout, ou presque...

Promouvoir son offre

Mettre en avant une offre via les RP est toujours très efficace lorsqu'on a une véritable information, un message fort et emprunt de nouveauté. C'est le cas d'Emporia Telecom, le spécialiste des téléphones portables destinés aux seniors, qui se lance en France exclusivement grâce aux RP. Le World Mobile Congress se tenait en février dernier à



Vincent Houdou,
Président.



Emporia Telecom au World Mobile Congress.

*Al Ries et Laura Ries (2003), Broché.



Barcelone, rassemblant l'ensemble des acteurs du secteur autour des dernières nouveautés mobiles ! Quelle meilleure occasion pour proposer à la presse de parler de soi ? Au milieu de la course effrénée aux applications et au perfectionnement technique des smartphones, proposer un téléphone « intelligent », simple et accessible pour les seniors, est une vraie opportunité. L'innovation, plus que technique, repose sur le positionnement unique d'Emporia : cibler la « nouvelle génération mobile ». C'est cette innovation, cette différence, qui crée l'information pour les journalistes, et assure donc à Emporia une large couverture médiatique en France. Résultat : plus de 40 articles sont parus dans la presse française et les supports spécialisés mobile...

Développer son capital Corporate

EVS, le leader français de la prestation de services dans les industries de la filière viande a signé, le 11 janvier dernier, une convention avec les Pôles Emploi Bretagne et Pays de la Loire en vue de recruter 600 personnes en 3 ans. Une initiative



Les « tondeuses écologiques » de RTE au poste électrique de Louisfert (44).

à saluer ! Tous les médias régionaux ont repris l'information en détaillant la rémunération et le type de formation que recevront les candidats. L'occasion pour EVS de gagner en visibilité et d'accélérer ses recrutements !

Tout l'avantage de la communication institutionnelle, via les Relations Presse, est là : véhiculer l'image et les valeurs de votre entreprise avec crédibilité et intérêt...

Autre exemple : RTE, le Réseau de Transport d'Electricité, stimule sa notoriété

et développe son image en valorisant son actualité dans la presse nationale et régionale. A ce titre, RTE a mis en avant les « tondeuses écologiques » que sont les moutons d'Ouessant, utilisés pour entretenir les espaces verts des postes électriques. Ces moutons ont beaucoup fait parler d'eux dans les journaux, et donc de RTE et de ses solutions innovantes en matière environnementale !



Françoise Landais



Laure Morandau



Marie Poirier

Entre charme et conviction : la recherche de la qualité

6 personnes travaillent les Relations Presse chez Gulfstream, à Nantes et à Paris afin d'être en relation étroite avec les journalistes régionaux comme nationaux.

Avec une ligne directrice : privilégier la qualité des retombées à la quantité. En effet, rien ne sert d'être visibles sur d'innombrables supports si votre message n'est pas repris correctement, ou quand ces supports ne sont pas lus par votre cible ! C'est pourquoi notre équipe fait un travail d'adaptation constant selon les objectifs de nos clients : adaptation des messages et des outils, des cibles, des timing. C'est ce que nous appelons les RP qualitatives !



Gypse-Bloch-Leroy



Aurélie-Vinzent



Veiller à son e-réputation

Que dire de Facebook, des blogs, et de tous les espaces où il est désormais possible de prendre la parole sur Internet ? Aujourd'hui, le web 2.0 est un média à part entière, qu'il est impératif d'intégrer à une stratégie RP. On sait que le potentiel d'influence de ces nouveaux supports est très important.

Bien maîtrisés, ils donnent un coup d'accélérateur non négligeable à votre communication. Au contraire, ne pas y prendre la parole ou le faire maladroitement pourrait ruiner votre image, victime d'un « badbuzz »...

Aujourd'hui, le métier d'attaché de presse a évolué pour intégrer la globalité des médias et des sources d'informations disponibles. Sa valeur ajoutée réside dans sa capacité

à donner du sens à l'information, mais aussi dans son rôle de veille et dans la prise en compte de nouveaux émetteurs qui ne sont pas des journalistes. Il est devenu un véritable chef d'orchestre de la réputation et de l'influence.

La société de l'information évolue vite, les RP aussi...

Tête-à-tête

Le CIPA : faire avancer une cause

Quelle était votre problématique avant d'organiser une campagne RP ?

Les préjugés sur l'aquaculture sont nombreux et tenaces, véhiculés notamment par des reportages qui font l'amalgame entre certaines pratiques inquiétantes qu'on observe à l'étranger, et l'ensemble de la filière française, engagée dans de vraies démarches de qualité.

Quels objectifs vous êtes-vous fixés ?

D'abord, affirmer et faire entendre notre voix. Pas évident quand on fait face à cette presse qui joue avec les peurs, concernant la santé comme l'environnement, d'un large auditoire. Il faut impérativement reprendre la parole. « Dire ce qu'on fait, faire ce qu'on dit », c'est tout l'enjeu du travail des Relations Presse.

Quels ont été les moyens mis en place pour y répondre ?

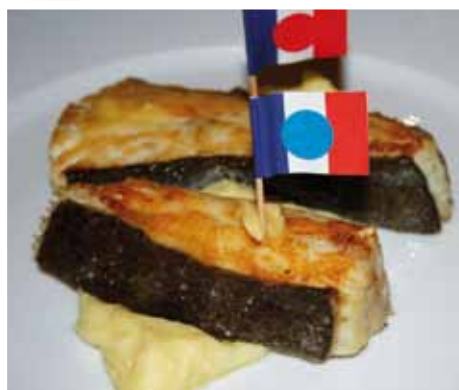
D'abord, nous avons saisi toutes les occasions possibles de prendre la parole. Notamment début avril, pour capitaliser sur le mois du poisson ! Nous avons organisé nous-mêmes des événements. C'est le cas des dégustations à l'aveugle, regroupant des leaders d'opinions du secteur (élus, distributeurs, restaurateurs, grossistes...), dont certains se sont fait piéger ! Enfin, toute cette démarche a été soutenue par un vaste travail de médiatraining afin d'aider les intervenants du CIPA dans leur prise de parole.



Véronique EHANNO
Responsable Communication
CIPA



Les tables rondes de l'aquaculture, organisées par le CIPA et animées par David Martin, regroupaient des leaders d'opinions du secteur et des journalistes pour des dégustations à l'aveugle.





Ecowatt anime les salles de classe !

Un kit pédagogique a été distribué dans un premier panel d'écoles et de collèges de Bretagne à l'initiative d'EcoWatt Bretagne, une démarche de sensibilisation à la modération de la consommation d'électricité. Clé en main pour l'enseignant, ce kit propose un jeu pédagogique autour du thème de l'électricité afin de faire découvrir aux jeunes Bretons les problématiques électriques de leur région de façon ludique et interactive !



Val'hor lance sa certification horticole : Plante Bleue



En février dernier au Salon du Végétal à Angers, Val'hor dévoile Plante Bleue : la nouvelle certification horticole française destinée à valoriser l'ensemble de la filière horticole.

Plante Bleue s'articule autour de 3 niveaux de certification : l'autodiagnostic,

la certification, et la HVE (Haute Valeur Environnementale). Val'hor, l'interprofession de la filière horticole, vise à soutenir l'ensemble des producteurs et distributeurs auprès de consommateurs et de collectivités en attente de produits toujours plus éco-responsables.

Le Bouquet Nantais est sur Facebook !

Le Bouquet Nantais célèbre la fête des grands-mères !



Comment faire plaisir à votre grand-mère cette année ? En vous prenant en photo avec elle pour tenter de gagner un bouquet de fleurs ! **C'est ce que vous proposait le Bouquet Nantais, spécialisé dans la vente et l'expédition de fleurs fraîches, sur le réseau social Facebook.**

Toute l'année, le Bouquet Nantais proposera diverses animations de ce type sur Facebook afin de véhiculer l'idée qu'on a pas besoin d'une occasion particulière pour offrir des fleurs !

Le Bouquet Nantais rattrape vos boulettes !

C'était votre anniversaire de mariage, et vous lui avez demandé ce qu'il y avait à manger plutôt que de le lui souhaiter ? Aucun problème ! **Venez raconter vos mésaventures et boulettes sur la page Facebook du Bouquet Nantais.**

Un tirage au sort permettra à certains de recevoir un bouquet de fleurs pour se faire pardonner... Une idée sympathique parmi d'autres animations proposées par le Bouquet Nantais afin faire passer son credo : pas besoin d'une occasion particulière pour offrir des fleurs !

