

# Comment bien choisir son agence de Relations presse ?



Presstance  
**communication**  
Relations Presse & Médias

**20 ans d'expérience**  
dans les relations presse,  
le contact avec donneurs d'ordre  
et journalistes nous permettent  
d'identifier les **10 critères clés**  
pour bien choisir son agence de  
relations presse qui vous proposera,  
idéalement, un contrat annuel.



Lorsque vous faites appel à une agence de relations presse, celle-ci doit pouvoir vous proposer une méthode de travail.

*Cette méthode peut se résumer en 4 points :*

- 1** Rédaction des supports à destination des journalistes : type (invitation, communiqué et dossier de presse) et nombre de documents.
- 2** Sélection des médias : type et nombre de médias.
- 3** Création des visuels photo et vidéo : évaluation des besoins.
- 4** Diffusion auprès des journalistes : mail, rendez-vous, réseaux sociaux.

# Stratégie

Dès votre première rencontre, l'agence de relations presse doit vous poser un certain nombre de questions sur votre stratégie de communication ou vous aider à l'élaborer avant de vous faire une proposition.



Lancer une action de relations presse, **envoyer des messages** sur votre actualité aux journalistes sans connaître votre stratégie de communication et la Vision générale de votre entreprise ou institution serait une erreur.

Il faut que les messages qui apparaissent dans **les médias** et qui vous concernent soient **cohérents avec votre plan de communication annuel**.



# Non

La bonne agence de relations presse est celle qui est capable de dire « non » à votre demande de communication auprès des journalistes. Si vous ne disposez pas d'actualité, de nouveauté, d'innovation susceptible d'intéresser les journalistes, alors l'attaché de presse ne pourra rien faire pour vous. Vous pouvez acheter de l'espace publicitaire, mais vous ne pourrez pas solliciter les journalistes.



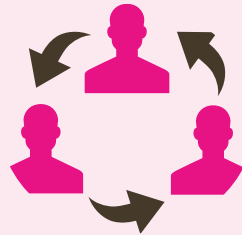
Patience, attendez quelques mois avant de reprendre rendez-vous avec l'agence de relations presse.

# Réseaux Sociaux

”

**Ce qui peut distinguer une agence de relations presse d'une autre est son degré d'implication et de connaissances des réseaux sociaux.**

Les réseaux sociaux sont inhérents aux relations presse. Canal de diffusion de l'information, les réseaux sociaux sont également un lieu où les journalistes se trouvent. Votre agence de relations presse doit donc y être présente, voire éventuellement vous proposer une mission d'accompagnement incluant les réseaux sociaux.



# Rigueur

Les activités de l'attaché de presse sont rémunérées exclusivement par les honoraires ou le traitement alloué par les personnes physiques ou morales pour le compte de laquelle elles s'exercent. (...)



Pour respecter la liberté de la presse, les agences de relations presse ont une obligation de moyens, pas de résultats. Les rédactions étant libres de publier les sujets qui les intéressent, les attachés de presse ne sont soumis à aucune exigence contractuelle en terme de retombées, sur lesquelles elles n'ont aucun pouvoir direct, extrait de la loi Peyrefitte de 1964 qui régit la profession.

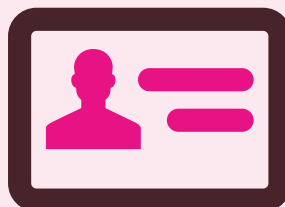
L'agence de relations presse doit s'engager sur des moyens : humains et matériels. Rémunérée en honoraires, elle doit donc également justifier du temps passé. Le moyen le plus efficace est qu'elle vous propose des réunions régulières avec ordre du jour et compte rendu. Vous pourrez ainsi vérifier régulièrement les tâches réalisées.



”

**La relation humaine  
reste une valeur sûre.**

Le feeling que vous aurez lors de vos premiers rendez-vous est le meilleur indicateur de réussite. Choisir une agence de relations presse est un engagement sur la durée, souvent sur plusieurs années. Il faut donc que le contact avec votre interlocuteur et l'attachée de presse qui vous sera dédiée (c'est un +) soit agréable et rassurant.





# Références et longévité



Un partenaire qui **existe depuis plus de 5 ans**, qui a des références durables et qui vous propose de les contacter est assurément **un partenaire fiable**.



**Le journaliste a la totale maîtrise d'une éventuelle réutilisation de son article et doit toucher des droits d'auteur.**

Les articles reproduits sont des œuvres protégées et ne peuvent à nouveau être reproduits sans autorisation préalable. Les reproductions d'articles de presse effectuées par votre agence de relations presse doivent être réalisées avec l'autorisation d'un organisme de référence. Elle doit s'engager sur le paiement des redevances.

