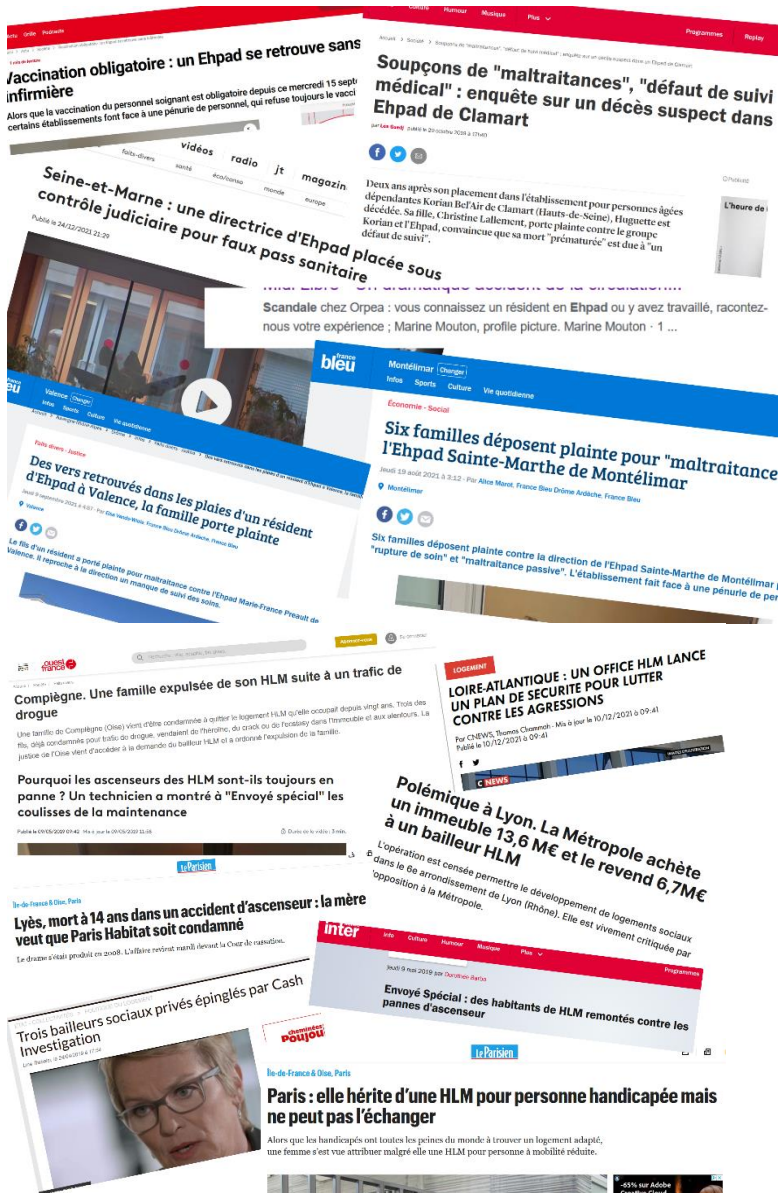


# FACE-MEDIAS

*Presse, radio, TV, internet :  
défendez votre réputation !*



**Formations aux passages médias pour les dirigeants et leaders**

**Master Classes inter-entreprises présentes et distancielles pour individuels**

**Médias : face aux journalistes, ferez-vous le poids ?**

Face-Medias  
Prise de parole en médias



**FACE-MEDIAS**

Formations - coachings

PatrickJAYCommunications

4 Place de l'Opéra F-75002 Paris

+33(0)6 07 19 18 42

[www.face-medias.com](http://www.face-medias.com)

# ***Face aux journalistes, ferez-vous le poids ?***

Ces 2 Master Classes en médias trainings sont destinées aux dirigeants et à leurs équipes pour faire face aux enjeux médiatiques et protéger la réputation de leur organisme.

Les médias et les crises sont imprévisibles. Ignorer les médias omniprésents, omniactifs, c'est laisser planer au-dessus de votre organisme, votre entreprise la menace de la désinformation, de la mésinformation, des amalgames, de la confusion. Et il suffit d'un évènement mal géré face à la presse pour discréditer un organisme, souiller sa réputation, déstabiliser ses équipes, faire chuter son chiffre d'affaires, menacer des emplois.

En tant que dirigeant, ne pas se préparer à rencontrer la presse, ne pas établir et entretenir des relations pérennes et serines avec les médias, c'est exposer son organisme, son entreprise à subir tôt ou tard l'agenda médiatique et ses actualités négatives – et le temps de la machine médiatique est immédiat, urgent, brutal...

***« Même si vous ne pouvez pas contrôler les médias,  
vous pouvez contrôler  
l'information dont ils se nourrissent ! »***

Avez-vous les méthodes et les techniques, pour pouvoir répondre aux demandes des journalistes ? Etes-vous capables à ce jour de faire face aux questions pièges de certains médias – particulièrement en situations de crises ? Savoir répondre aux questions de journalistes ne s'improvise pas. Les médias ont leurs formats et leurs contraintes techniques, à des lieux de ceux de votre organisme, de votre entreprise.

C'est pour cela que j'ai décidé d'offrir aux dirigeants et à leurs équipes ces 2 Master Classes distancielles et présentiels en passages médias :

- ***« Savoir rédiger des communiqués de presse impactants » ;***
- ***« Savoir faire passer ses messages en interviews face aux journalistes ».***

Pour qu'ils puissent être à la hauteur des enjeux médiatiques et protéger la réputation de leur organisme !

Préparez-vous, anticipez : si vous ne pouvez pas contrôler les médias, vous et vos équipes pouvez contrôler l'information dont ils se nourrissent ! Nous vous y aidons !



Patrick JAY

Coach médias - responsable Face-Médias

# Calendrier des sessions présentielles et distancielles

## Master Classes 2022

ECRITS JOURNALISTIQUES : SAVOIR REDIGER DES COMMUNIQUES DE PRESSE IMPACTANTS - ECRMEDFR52

Toutes les techniques de rédaction de communiqués de presse efficaces pour occuper et contrôler le terrain de l'information médiatique. Maîtriser ces techniques permet à l'entreprise de se positionner comme un acteur crédible et respecté face aux médias.

Public concerné : les communicants des organismes et entreprises en contact médias.

### CALENDRIER 2ème SEMESTRE 2022

**SESSIONS DISTANCIELLES** : Formation d'une journée en distanciel Zoom

- 28 juin, 5, 12 et 19 juillet, 5 et 22 septembre, 26 octobre, 18 novembre ; 7 décembre.

**BUDGET** : 550 euros HT en forfait tout compris. 20% TVA.

SAVOIR FAIRE PASSER SES MESSAGES EN INTERVIEWS FACE AUX JOURNALISTES TECHNIQUES CLES (TV, RADIO, PRESSE) : N1 - MEDTRAFRA02

Toutes les techniques de réponses aux questions des journalistes en passages médias dans les principaux supports : télévision et radios locales / nationales, PQR. Maîtriser ces techniques permet aux dirigeants et à leurs collaborateurs de terrain de prendre la main sur les informations générées par l'environnement médiatique.

Public concerné : les dirigeants et les équipes de communication terrain des organismes et entreprises exposées à l'actualité médiatique.

**4 modules (2 jours, 14h)** : Comprendre les médias pour pouvoir s'y adapter ; Communiquer vers la presse écrite ; Communiquer en radios et podcast ; Communiquer en TV et YouTube.

**SESSIONS PRESENTIELLES** : formation de deux journées consécutives (2x 7 h) en nos locaux de Paris Opéra les jeudi 7 et vendredi 8 juillet 2022.

**BUDGET** : 1.650 euros HT en forfait tout compris la session de 2 journées. 20% TVA.

**SESSIONS DISTANCIELLES** : formation de deux journées non consécutives :

- Modules 1&2 : 13 et 27 juin, 4 et 18 juillet, 22 août, 6 septembre, 3 octobre, 16 novembre, 5 décembre.
- Modules 3&4 : 20 et 29 juin, 11 et 20 juillet, 29 août, 27 septembre, 21 octobre, 30 novembre, 14 décembre.

**BUDGET** : 1.250 euros HT en forfait tout compris la session de 2 journées. 20% TVA.

# ECRITS JOURNALISTIQUES : SAVOIR REDIGER DES COMMUNIQUES DE PRESSE IMPACTANTS

Référence ECRMEDFR521

## Fiche programme inter-entreprises

### PRESCRIPTIONS

#### Objectifs opérationnels

- Savoir rédiger des communiqués de presse accrocheurs ;
- Connaître les besoins de journalistes et savoir y répondre.

#### Pour qui

- Tout collaborateur qui doit rédiger des communiqués de presse : attachés de presse, chargés relations presse, service media, service communication, assistante, etc.

#### Prérequis

- Savoir utiliser un logiciel de traitement de texte.

#### Durée

- La formation se déroule sur 1 journée (7 heures).

#### Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en distanciels.

#### Méthodes pédagogiques

- Mises en application pratiques sur des communiqués déjà rédigés par les participants ;
- Réécriture de communiqués de presse en groupe, apports théoriques & échanges de bonnes pratiques entre stagiaires.
- Découverte, démonstrative et magistrale ;
- Majorité d'exercices d'application, mises en situations ;

#### Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : mises en situations et quizz d'acquisition ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

#### Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert relation média, ancien journaliste ;
- Méthodologie spécifique orientée maniabilité sur le terrain ;
- 6 participants maximum ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

#### Aide-mémoires

- Diaporama et documents de travail utilisés pendant la formation ; Les participants reçoivent chacun un jogger plastifié A5 des 20 techniques de rédaction clés, très maniable.



### BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les communiqués de presse envoyés à la presse rencontrent de nombreux obstacles : l'intérêt du journaliste, l'actualité du moment, une structure de lecture adaptée aux contraintes du journaliste, et une rédaction attrayante.

Or, les rédacteurs chargés des communiqués de presses, manquent souvent de points de repères techniques ; la vue interne de l'actualité de l'entreprise est souvent déconnectée de celle des journalistes, confrontés à d'autres sujets d'actualité.

Résultat, les communiqués de presse manquent leurs cibles et ne produisent pas les résultats escomptés.

### BENEFICES DE LA FORMATION

Cette formation offre les repères et les techniques pour dynamiser ses communiqués de presse.

On y acquiert les techniques fondamentales de rédaction journalistique centrée sur la mise en phase avec les besoins des journalistes.

On y travaille sur la proposition d'angles intéressants le lectorat du journaliste, en se mettant à son niveau de savoir.

On y apprend également à améliorer la mise en avant des éléments liés à l'actualité du journaliste, à rédiger des titres accrocheurs et à augmenter l'impact et la concision des textes.

### CONTACT



#### FACE-MEDIAS

PatrickJAYCommunications  
4 Place de l'Opéra  
F-75002 Paris  
+33 (0)6 07 19 18 42

[patrickjay@face-medias.com](mailto:patrickjay@face-medias.com)  
[www.face-medias.com](http://www.face-medias.com)

Actualisation : mai 2022

### Formats

- Formation inter-entreprises en distanciel (Zoom) de 7 heures.
- 6 participants max. par session (Le nombre restreint permet un travail poussé en entretiens et des feedbacks très individualisés).

### CALENDRIER 1ER SEMESTRE 2022

- Mardi 28 juin
- Mardis 5, 12 et 19 juillet
- Lundi 5 et jeudi 22 septembre
- Mercredi 26 octobre
- Vendredi 18 novembre
- Mercredi 7 décembre

### Budget

- 550 euros HT en forfait tout compris. 20% de TVA.

### Financement

Formation éligible au FN-formation renforcé.

### Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à [patrickjay@face-medias.com](mailto:patrickjay@face-medias.com)  
Confirmation sous 24 heures par retour.  
Sessions garanties à la 1ère inscription.

## CONTACT



### FACE-MEDIAS

PatrickJAYCommunications  
4 Place de l'Opéra  
F-75002 Paris  
+33 (0)6 07 19 18 42

[patrickjay@face-medias.com](mailto:patrickjay@face-medias.com)  
[www.face-medias.com](http://www.face-medias.com)

### Connaître les besoins et formats des médias

- Le média comme caisse de résonance incontournable
- Twitter : le point de rencontre privilégié avec les médias
- Internet et la relation presse : de l'influenceur au journaliste
- Connaître les contraintes des médias et des journalistes
- La clé des médias : les lois de proximité
- Le produit et le coût du passage médias : visibilité et distorsion
- Sélectionner le bon média pour le bon public cible
- Se positionner comme ressource des médias

### Savoir rédiger un communiqué de presse à valeur ajoutée

- Identifier le fait d'actualité
- Mettre en valeur la nouveauté, l'unicité
- Indiquer comment ce fait d'actualité impacte le public du média
- Fournir des exemples incarnés, concrets (storytelling)
- Utiliser le plan journalistique dès le communiqué de presse

### Le format du communiqué de presse

- Les types de communiqués de presse ;
- Occasions de production et e-diffusion.
- Les présentations types ;
- Mentions indispensables.

### Actualité et angle

- Proposer un angle adapté au lectorat et à l'actualité ;
- Mettre en avant une vraie valeur ajoutée d'information sur le sujet ;
- Rester sur l'angle tout au long du communiqué ;
- Angles multiples : avantages et dangers.

### Le message essentiel

- Comment définir le message essentiel ;
- Formuler le message à diffuser ;
- Savoir adapter le message au lectorat du journaliste ;
- Rédiger pour répondre aux demandes du journaliste : qui, quoi, où, quand, comment.

### Techniques rédactionnelles

- Savoir structurer son communiqué pour mettre en valeur les liens avec l'actualité ;
- Utiliser un plan et un niveau d'information adaptés au sujet et au lectorat ;
- Hiérarchiser son information autour du message essentiel.
- Varier le vocabulaire, être précis, donc concis et concret ;
- Savoir alterner représentations factuelles, opinions et émotions ;
- Rédiger dans un style dynamique tout au long du communiqué ;
- Soigner particulièrement l'attaque et la chute.

### Formation complémentaire pour des besoins spécifiques :

Savoir écrire comme un journaliste : comment rédiger des articles informatifs pour le journal interne  
Réf. ECRMEDFR50



# SAVOIR FAIRE PASSER SES MESSAGES EN INTERVIEWS FACE AUX JOURNALISTES

TECHNIQUES CLES - N1

Référence MEDTRAFRA02-1

## Fiche programme inter-entreprises

### BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les collaborateurs de l'entreprise peuvent être interpellés par les médias d'une minute à l'autre. Pour qui en connaît les codes, les médias sont une formidable caisse de résonance, porteuse d'une visibilité unique !

Mais pour qui ne les maîtrise pas, le risque est grand de voir son message déformé, ou – pire ! - détourné de son sens initial.

Car s'exprimer efficacement face à un micro ou une caméra TV, voire répondre au téléphone aux questions d'un journaliste inquisiteur, exige d'en connaître parfaitement le format, les codes. Et il n'est pas naturel de s'exprimer avec aisance devant un micro, une caméra ou l'auditoire d'une conférence de presse !

Pour bien faire passer son message, il est indispensable de connaître les règles du jeu et maîtriser les clés d'une communication à hauts risques !

### APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation permet aux participants de savoir faire passer efficacement les messages de l'entreprise face aux journalistes. Ils deviennent des porte-paroles légitimes, capables de valoriser l'actualité de l'entreprise pour en assurer une exploitation positive par les médias.

### CONTACT



#### FACE-MEDIAS

PatrickJAYCommunications  
4 Place de l'Opéra  
F-75002 Paris  
+33 (0)6 07 19 18 42

[patrickjay@face-medias.com](mailto:patrickjay@face-medias.com)

[www.face-medias.com](http://www.face-medias.com)

### PRESCRIPTIONS

#### Objectifs opérationnels

- Connaître les codes, besoins et contraintes des journalistes ;
- Savoir préparer des messages valorisants pour l'entreprise et attrayants pour les médias ;
- Savoir répondre aux questions des journalistes tout en faisant passer efficacement ses messages ;
- Se profiler auprès des médias comme une ressource à valeur ajoutée.

#### Public concerné

- Tout collaborateur potentiellement amené à répondre aux interviews des journalistes.

#### Prérequis

- Aucun prérequis.

#### Durée

- 2 jours (14 heures) non consécutifs de deux modules chacun.

#### Formats

- Accessible aux entreprises et individuels en présentiel et distanciel ;

#### Méthodes pédagogiques

- Découverte, démonstrative et magistrale ;
- Majorité d'exercices d'application, mises en situations ;
- Exercices de création de messages médias et éléments de langage ;
- Exercices d'interviews TV (image), radio (son) et presse écrite (notes).

#### Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : mises en situations et quizz d'acquisition ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

#### Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert relation média, ancien journaliste ;
- Méthodologie spécifique orientée maniabilité sur le terrain ;
- 6 participants maximum ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

#### Aide-mémoires

- Diaporama et documents de travail utilisés pendant la formation ;
- Les transcriptions des interviews individuels presse écrite ;
- Les participants reçoivent chacun un jogger des 20 techniques clés.

Actualisé en juin 2022

## CALENDRIER 2<sup>ème</sup> SEMESTRE 2022

### PRESENTIELS PARIS OPERA

#### Formats

- Formation inter-entreprises en nos locaux de Paris Opéra.  
14 heures : deux journées de 2x7h, 2x2 modules.
- 6 participants max. par session (Le nombre restreint permet un travail poussé en entretiens et des feedbacks très individualisés).

#### Les 4 modules (2 jours, 14h) :

1. *Comprendre les médias pour pouvoir s'y adapter*
2. *Communiquer vers la presse écrite*
3. *Communiquer en radios et podcast*
4. *Communiquer en TV et YouTube*  
- Jeudi 7 et vendredi 8 juillet.

#### Budget

- 1.650 euros HT la formation de deux Journées, repas compris. TVA 20%.

### DISTANCIELS ZOOM

#### Formats

- Formation inter-entreprises en distanciel (Zoom). Deux journées de 2x7h en 2x2 modules (14 heures).

#### Modules 1&2 (1 journée, 7h) :

5. *Comprendre les médias pour pouvoir s'y adapter*
6. *Communiquer vers la presse écrite*  
Lundis 13 et 27 06, lundis 4 et 18 07, lundi 22 08, mardi 6 09, lundi 3 10, mercredi 16 11 et lundi 5 12.

#### Modules 3&4 (1 journée, 7h) :

7. *Communiquer en radios et podcast*
8. *Communiquer en TV et YouTube*  
Lundi 20 et mercredi 29 06, lundi 11 et mercredi 20 07, lundi 29 08, mardi 27 09, vendredi 21 10, mercredi 30 11 et mercredi 14 12.

Présentiels et distanciels sont limités à 6 participants maximum par session pour un travail individualisé.

#### Budget distanciels

- 1.250 euros HT la formation de deux journées. 20% de TVA.

#### Financement

Formation éligible au FNE- formation renforcé.

#### Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à [patrickjay@face-medias.com](mailto:patrickjay@face-medias.com)  
Confirmation sous 24 heures par retour.  
Sessions garanties à la 1ère inscription.

## PRESENTATION DES 4 MODULES DE 3H5 CHACUN

#### Module 1 : Comprendre et s'adapter aux médias

- Comprendre les contraintes et formats des médias
- Se positionner comme une ressource auprès des journalistes
- Savoir créer des messages adaptés aux médias
- Comment déjouer les principaux pièges

#### Module 2 : Presse écrite

- Comprendre les contraintes des médias sonores
- Comment se préparer aux entretiens de presse écrite
- Savoir créer des messages en format presse écrite (PQR et nationale)
- Comment réussir son entretien en presse écrite
- Comment déjouer les principaux pièges

#### Module 3 : Radios et podcasts (internet)

- Comprendre les contraintes des médias sonores
- Comment se préparer aux entretiens radios et podcasts
- Savoir créer des messages adaptés aux radios et podcasts
- Comment réussir son entretien en radios et podcasts
- Comment déjouer les principaux pièges

#### Module 4 : Télévisions et YouTubeurs (internet)

- Comprendre les contraintes des médias visuels
- Comment se préparer aux entretiens télévisions et YouTubeurs
- Savoir créer des messages adaptés aux télévisions et YouTubeurs
- Comment réussir son entretien en télévision et sur YouTube
- Comment déjouer les principaux pièges

## PRESENTATION DES CONTENUS TRAVAILLES

#### Connaître les besoins et formats des médias

- Le média comme caisse de résonance incontournable
- Connaître les contraintes des médias et des journalistes
- La clé des médias : les lois de proximité
- Le produit et le coût du passage médias : visibilité et distorsion
- Sélectionner le bon média pour le bon public cible

#### Parler le même langage que les journalistes

- Comment répondre à une demande d'entretien
- S'appuyer sur son communiqué de presse s'il en existe un
- Temps de bouclage et structure de l'info : faciliter la tâche aux journalistes
- Fournir des angles et thématiques secondaires au journaliste
- Identifier le fait d'actualité et valoriser les liens avec les sujets d'actualité (le peg)

#### Préparer un message solide et attrayant sur le fond et la forme pour les journalistes

- Valoriser la nouveauté, l'unicité pour apporter un fait remarquable
- Indiquer comment ce fait d'actualité impacte le public du média
- Utiliser le plan du communiqué de presse comme centre de gravité de l'expression du message
- Savoir exprimer ses messages en trois dimensions : faits, opinions et sentiments
- Fournir des illustrations, des exemples incarnés, concrets (storytelling) pour incarner ses messages

#### Interview presse écrite : comment s'assurer de faire passer le bon message

- Préparer des éléments de langage validés par sa hiérarchie
- Structurer son message en 4 niveaux d'informations
- Fournir des formules choc et mémorables
- Être synthétique dans l'expression de ses messages
- A l'issue, envoyer un récapitulatif des éléments de l'interview
- Se montrer disponible à l'issue pour le journaliste

### Interview radio & podcasts : faire passer le bon message à l'oral

- Idem que pour la presse écrite, + :
  - ✓ Se créer des éléments de langage maniables
  - ✓ S'adresser au journaliste mais parler pour le public
  - ✓ Utiliser le plan journalistique
  - ✓ Syntaxe : se limiter aux propositions principales simples
  - ✓ Proposer en permanence un contenu (info) et une ambiance

### Interview TV, YouTubeurs et vlogs : faire passer le bon message visuel -

Idem que pour la presse écrite et la radio, + :

- ✓ Être force de proposition sur le cadre physique de l'entretien
- ✓ Contrôler et projeter un langage du corps intéressant
- ✓ Faire vivre le cadre de l'image par une gestuelle vivante
- ✓ Projeter un regard animé vers le journaliste
- ✓ Se prêter au jeu des plans de coupe

### Suivre sur les interviews pour favoriser les passages médias futurs

- Envoyer un mot d'appréciation au journaliste
- Réaffirmer sa disponibilité d'interventions sur les thématiques choisies

## Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à [patrickjay@face-medias.com](mailto:patrickjay@face-medias.com)  
Confirmation sous 24 heures par retour.  
Sessions garanties à la 1ère inscription.

Actualisé en juin 2022

## CONTACT



### FACE-MEDIAS

PatrickJAYCommunications  
4 Place de l'Opéra  
F-75002 Paris  
+33 (0)6 07 19 18 42

[patrickjay@face-medias.com](mailto:patrickjay@face-medias.com)

[www.face-medias.com](http://www.face-medias.com)



## Et maintenant ?

# Formez-vous, et formez vos équipes de terrain !

Rappelez-vous, l'agenda des médias et des crises est imprévisible. Il suffit d'un évènement d'actualité mal géré face à la presse pour discréditer votre organisme, déstabiliser vos équipes, faire chuter votre chiffre d'affaires, menacer des emplois...

Avez-vous les repères techniques, les méthodes nécessaires pour pouvoir répondre aux demandes des journalistes ? Seriez-vous vraiment capable à ce jour de faire face aux questions pièges des médias en embuscade !

Le monde des médias est brutal, leur agenda est dans l'urgence, l'à-peu-près, la confusion, le sensationnel. Toutes les entreprises peuvent en être victimes ; la vôtre ne fait pas exception !

Ne pas vous préparer à rencontrer la presse pour rétablir la vérité, c'est exposer votre entreprise à subir tôt ou tard l'agenda médiatique d'une actualité négative. Rappelez-vous : si vous ne pouvez pas contrôler les médias, vous pouvez contrôler l'information dont ils se nourrissent !

Préparez-vous, anticipez l'inattendu : nous vous y aidons ! Contactez-nous dès maintenant pour vous inscrire à la Master Class de votre choix !



Patrick JAY

Coach médias et responsable Face-Médias

**FACE-MEDIAS**

Formations – coachings

PatrickJAYCommunications

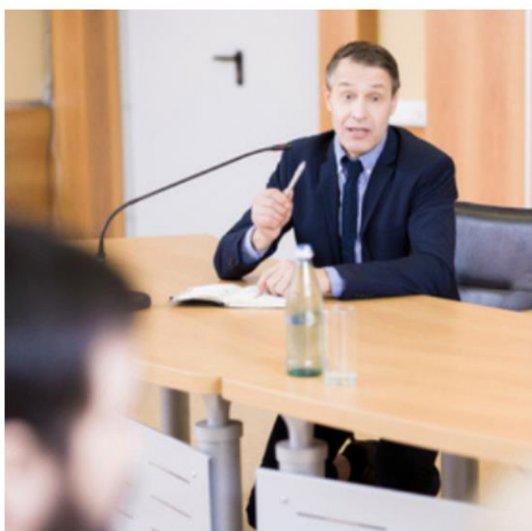
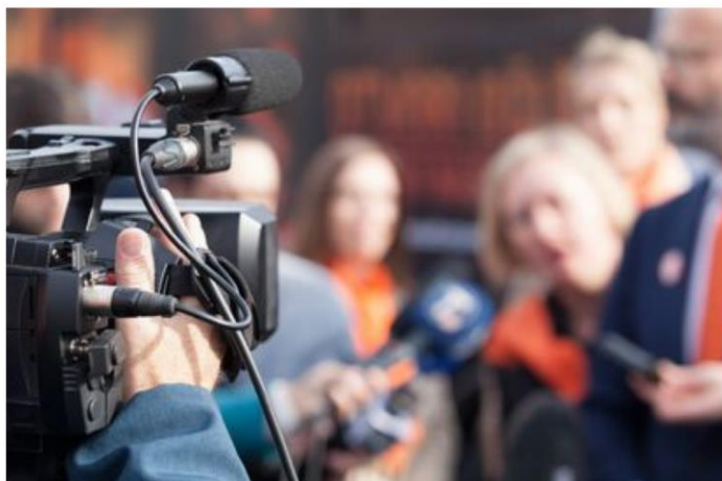
4 Place de l'Opéra F-75002 Paris

+33(0)6 07 19 18 42

[www.face-medias.com](http://www.face-medias.com)

# FACE-MEDIAS

## Formations & coachings



Face-Médias  
Prise de parole en médias



**FACE-MEDIAS**

**PatrickJAYCommunications**  
4 Place de l'Opéra F-75002 Paris  
+33(0)6 07 19 18 42  
[www.face-medias.com](http://www.face-medias.com)