



# KIT RELATIONS PRESSE

## **Grands principes et propositions**

Janvier 2010

# KIT RELATIONS PRESSE

---

## 🕒 Pour une promotion efficace

🕒 *Pour renforcer l'impact de cette campagne d'information, les comités de l'ICOM sont appelés à diffuser l'information auprès de leurs contacts presse.*

🕒 **Le principe clé :**

*la circulation de l'info tant de l'ICOM vers ses membres que des membres vers l'ICOM. Ainsi nous vous invitons dès à présent à nous transmettre toutes les informations utiles qui nous permettront de constituer un dossier de presse attractif qui incitera les journalistes à réaliser des sujets sur les musées qui fêteront la journée internationale des musées. Mail à envoyer à [communication@icom.museum](mailto:communication@icom.museum)*

# KIT RELATIONS PRESSE

---

## 🕒 Grands principes de relations presse

- 🕒 *Réfléchir à un calendrier de contact des journalistes en fonction du type de médias (mensuels et hebdomadaires 4 mois avant) ; médias chauds tels que radio et TV (une semaine à quelques jours avant l'événement).*
- 🕒 *Réactualiser son fichier presse. Ne pas oublier les agences de presse.*
- 🕒 *Ne pas hésiter à appeler les journalistes clés. Ne pas envoyer trop de mails.*
- 🕒 *Penser à offrir des chiffres clés, des exemples concrets, des photos et des contacts pour interviews.*
- 🕒 *Pourquoi ne pas créer des partenariats avec des journaux importants avec des jeux-concours, une rubrique spéciale...*

# KIT RELATIONS PRESSE

---

## 🕒 **Planning de relations presse**

- 🕒 **Février 2010 : lancement de la campagne de relations presse.** Envoi d'un communiqué (cp) à votre fichier presse, pour annoncer l'événement : présentation, visuel de l'affiche, date choisie cette année pour fêter l'événement (un jour, un week-end, une semaine ou même un mois). Rappel de quelques éléments historiques sur la JIM 2009.
- 🕒 **Mars 2010 : cp renforcement.** Envoi d'un communiqué proposant des éléments plus concrets, partenariats, circuits..
- 🕒 **Mai 2010 : cp à ne pas manquer.** Proposer des listes d'animations, rappel des informations pratiques. Envois d'invitation presse.
- 🕒 **Contact téléphoniques médias chauds (TV, radio, web)**