



UNE MARQUE D'AVANCE



Communication PUBLIQUE



synap



# Attaché(e) de presse / Conseil en relations médias

Famille métier : Conseil en communication

Domaine d'intervention : Relations presse  
Communication externe

En agence – En entreprise / organisation

Autres appellations : Indépendant Chargé(e) de / Conseil en /  
Consultant(e) en / Responsable des / Relations presse (junior ou senior)

## Définition du métier

L'Attaché de presse / Conseil en relations médias définit, met en œuvre et assure le suivi opérationnel des stratégies et des actions relations presse et médias. Il gère les relations d'une entité (entreprise, institution, collectivité ou personne) avec les journalistes et les médias.

Il crée, renforce et maintient la confiance entre l'entité et ce public spécifique afin de participer à sa réputation. Il informe les médias (presse écrite, radio, audiovisuelle, internet) sur l'activité de l'entité ou de la personne, à l'exclusion de toute propagande et de tout lien financier et commercial avec celle-ci.

A cette fonction particulièrement exposée de l'organisation, il est garant de la cohérence des axes de communication, des messages et veille à la bonne coordination de sa direction avec les autres directions fonctionnelles et opérationnelles sur le champ de la communication.

En fonction de son expérience, il peut assurer tout ou partie de cette fonction.

### Missions

---

Expert des relations presse, il conseille les dirigeants et apporte son expertise de communicant aux managers. En tenant compte de la culture de l'entreprise, il définit une stratégie et une tactique de relations presse/médias ; en fonction des moyens et des ressources qui lui sont alloués mais aussi du contexte de communication de son organisation (ou de son client) et du paysage médiatique concerné.

Il conçoit et pilote le dispositif d'information vers les médias, en cohérence avec la stratégie de communication globale et les valeurs de l'entreprise. Il définit la nature des informations et les sujets susceptibles d'intéresser les médias. Il définit l'angle du sujet et conçoit les messages que l'organisation souhaite voir repris dans les différents médias.

Il organise des rencontres avec les médias et la presse sous différentes formes : interview, conférence, point presse, voyage ou déjeuner de presse... Il en suit la réalisation opérationnelle et logistique.

L'Attaché de presse / Conseil en relations médias participe à l'identification des porte-parole de l'organisation auprès des médias. A ce titre, il a un rôle de conseil, ou fait réaliser les médias trainings adéquats, rédige les argumentaires et supervise les prises de parole (interviews, entretiens...).

Il crée et entretient des relations personnalisées avec les journalistes. Il instaure un dispositif d'expression et d'échange avec eux. Il assure le rôle d'interface entre les journalistes et l'entité pour répondre à leur demande ou stimuler leur intérêt.

Il constitue les press books. Il définit les indicateurs de mesure quanti et quali des messages de l'organisation. Il analyse les retombées ou les fait analyser par un auditeur externe.

L'Attaché de presse / Conseil en relations médias a une obligation de conseil et de moyens mais pas de résultats.

### Domaine et périmètre d'intervention

---

Seul ou au sein d'une équipe, l'Attaché de presse / Conseil en relations médias peut exercer sa fonction en organisation, en entreprise, en agence, ou en libéral. Quel que soit le statut avec lequel il exerce sa fonction, il est l'interface entre un donneur d'ordre (entre sa direction, son client) et les journalistes et les médias.

En entreprise, ses fonctions s'exercent sous la responsabilité de la personne en charge de la stratégie de communication. Concrètement, il peut être rattaché au directeur de la communication quand celui-ci exerce une fonction transversale et corporate, ou être directement rattaché au dirigeant de l'organisation.

En agence ou en tant qu'indépendant, il collabore avec la direction ou l'équipe en charge des relations presse chez son client. Il assure le suivi de la relation client (brief, reporting, conseil, assistance...). Il peut avoir des fonctions de management d'une équipe en fonction de son niveau hiérarchique.

Dans le cadre d'une organisation décentralisée (filiales, bureaux, implantations internationales...), l'attaché(e) de presse / conseil en relations médias construit, coordonne et anime un réseau de référents dédiés aux relations presse, et/ou d'agences/indépendants partenaires.

### Activités et tâches

---

#### Activité 1 : Écoute et recueil de l'information

- Tâches :
- Assure une écoute formelle et informelle de l'organisation, en proposant des dispositifs adaptés aux différentes parties prenantes (enquêtes d'opinion...)
  - Évalue la perception en externe de l'entreprise et de sa stratégie
  - Assure une veille médias sur la communication du secteur d'activité (marché concurrentiel) et de l'entité
  - Collecte et hiérarchise l'information
  - Analyse et évalue les besoins en communication
  - Identifie les nouveaux médias
  - Suit l'évolution des médias et des journalistes

#### Activité 2 : Conseille et accompagne le management ou le client

- Tâches :
- Sait traduire les projets stratégiques de l'entreprise en termes de communication avec les médias
  - Élabore des recommandations stratégiques
  - Conçoit un schéma directeur de l'information au regard de la stratégie d'entreprise
  - Élabore la politique d'information médias
  - Pilote le dispositif global, en veillant à la cohérence et à la synergie entre les supports
  - Conseille les managers (élaboration de message, médias training...)
  - Apporte un appui opérationnel aux managers : conception des messages en adéquation avec la stratégie de l'entreprise
  - Met au point les stratégies de gestion de crise, prépare les outils et procédures associés, élabore les messages, identifie les porte-parole et conseille les équipes

#### Activité 3 : Analyse, traite, élabore l'information et sa diffusion

- Tâches :
- Conçoit des argumentaires à destination de la presse
  - Conçoit et rédige les outils de communication (dossiers de presse, communiqués de presse...)
  - Organise, supervise et coordonne les shoppings
  - Organise, prépare et coordonne les reportages TV
  - Organise les reportages photos et gère la photothèque.
  - Met en relation les individus, favorise les échanges par l'organisation d'événements presse en adéquation avec les objectifs stratégiques de l'entreprise (conférence de presse, interviews...)
  - Met à jour et anime la communauté des journalistes (réseau et/ou fichier)
  - S'assure de la bonne diffusion des outils de communication auprès des journalistes
  - Définit et qualifie les listes de presse/médias adaptés, assure la veille et l'analyse des médias

#### Activité 4 : Mesure et suit ses actions de communication

- Tâches :
- Met en place des outils de mesure (veille médias, baromètre d'opinion, enquêtes...)
  - Analyse les résultats
  - Propose des axes d'amélioration
  - Établit un système de suivi des opérations de presse en définissant des critères objectifs de suivi
  - Élabore les press books

#### Activité 5 : Pilote la fonction & manage son équipe

- Tâches :
- Manage les équipes en charge de la communication médias, professionnalise, fixe des objectifs et évalue
  - Dans le cadre d'une fonction groupe transversale, construit, coordonne et anime un réseau de référents et ou d'agences partenaires, à l'international si nécessaire
  - Élabore les budgets de relations presse, à partir du plan de communication préalablement défini
  - En externe, développe une activité de prospection commerciale

### Compétences

#### SAVOIRS

Connaissance de l'entreprise, ses produits / ses métiers, sa culture / son identité, son histoire, son environnement (économique, social, politique)

Connaissance de la théorie des organisations et de l'analyse des situations, des enjeux et jeux d'acteurs (approches psychosociologiques)

Compréhension des techniques de l'information et de la communication interne et externe

Maîtrise des techniques et outils de communication (oraux, écrits, visuels, multimédias...)

Connaissance des techniques de gestion de crise

Connaissance des dispositifs de mesure quanti/quali

Connaissance du droit de la communication

Maîtrise des techniques rédactionnelles

Connaissance approfondie du fonctionnement des médias

Connaissance d'une ou plusieurs langues étrangères

#### SAVOIR-FAIRE

Savoir construire et piloter une stratégie de communication externe (quand il s'agit d'un Attaché de presse / Conseil en relations média confirmé) et à inscrire son action dans la stratégie de l'entreprise

Savoir reformuler les enjeux stratégiques de l'entreprise pour une plus grande compréhension des publics externes

Être en mesure de sensibiliser les dirigeants et de les amener à mieux communiquer conformément à l'attente des médias

Savoir identifier les leaders d'opinion

Maîtriser le processus de gestion de crise

Savoir identifier le registre lexical de l'entreprise

Savoir rédiger

Savoir s'exprimer en public

Savoir mettre en place et animer des réseaux de correspondants

#### SAVOIR-ÊTRE

Écoute

Esprit de synthèse

Curiosité

Bon relationnel

Adaptabilité

Créativité

Rigueur

Organisation

Force de conviction

Diplomatie

Empathie

Savoir vivre

Résistance au stress

Capacité de distanciation

Capacité de décision

Capacité de management