

Session d'infos

Sortie d'album Relations presse & médias

Juliette Bourquin-Tomasetti

juliette@wutbf.com

07.86.26.08.17

www.wutbf.com



WUTBF

OCTOBRE 2021

Présentations



- WUTBF
- Et vous ? Quels sont vos projets ?

Le programme

Se familiariser avec les outils

- L'attaché(e) de presse
- Le fichier presse
- Le communiqué de presse
- Le dossier de presse
- La conférence de presse
- La revue de presse
- Le press kit (usage / photo promo, liens web, vidéo, bio ...)

Les relations presse ?

- *« Ensemble de techniques de communication hors-médias consistant à utiliser la presse comme relais d'information, sans y acheter de l'espace (de la pub / des « encarts »).*
- *À vrai dire, on devrait parler de relations médias car on fait la même chose avec la télévision, la radio ou les blogs. »*
- *A distinguer de l'achat d'espace publicitaire*

L'attaché(e) de presse ?

- A pour mission de mettre en relation, relayer l'information auprès des leaders d'opinion. Ce métier est né en même temps que la presse, au début du 19ème siècle. Les textes de 1965 définissent le métier d'attaché de presse.
Cf Le Code d'Athènes
- Obligation de moyens mais pas de résultat
- On ne peut pas obliger un journaliste à relayer une info

L'attaché(e) de presse ?

Un attaché de presse spécialisé en musique a pour mission de promouvoir ses artistes.

Grâce à un carnet d'adresses bien rempli, il va appeler les journalistes web, presse écrite, télévision et radio pour que le public entende parler le plus possible du nouveau projet de l'artiste.

- Sur une sortie d'album (comptez minimum 1500€)
- Sur une tournée
- En permanence

Média VS Hors Média

Média : l'affichage, le cinéma, la presse (achat encart pub), la radio, la télévision, l'achat pub sur le web et les réseaux sociaux

Hors-média : Les réseaux sociaux (hors achat de pub), le marketing viral, le marketing direct, le mécénat, les relations publiques, **les relations presse**, les journaux de petites annonces 😊

Du jargon ...

Accroche
Angle
Audience
Bimensuel
Bimestriel
Bouclage
Chapô
Embargo

Coquille
Diffusion
Hirondelle
Ours
Marronnier^[L]_[SEP]
Pigiste
Tirage

Les press kit / EPK

Press kit VS kit promo

Des éléments communs

Un projet aux contours bien définis

Des outils « prêts »

Bio

Photo

Vidéos

Liens web

Définir la date de sa sortie ...

Préparer votre planning même si vous n'avez pas encore de date officielle de sortie

Il vous permettra d'être en place et efficace

Une stratégie média ne se développe pas en 1 semaine ...

Pensez là sur 2 à 3 mois (les mensuels, les relances ...)

Le fichier presse

- **Élément de base** de votre stratégie de sortie d'album
 - Lister les médias susceptibles de relayer l'info
 - Pensez à regarder où sont chroniqués les artistes de votre style
 - Quels médias lisez vous vous-même ?
 - Quels sont les médias partenaires des lieux dans lesquels vous jouez ou aimeriez jouer ?
 - Répertorier les contacts (nom / prénom si possible)
 - Regardez les mentions légales des sites
 - L'Ours dans la presse
 - Pensez à la presse locale et institutionnelle également
 - Noter les dates de bouclage
 - Faites jouer votre réseau
 - Travail long et fastidieux, ne pas s'y prendre à la dernière minute !

Le fichier presse

- Réfléchir à de possibles contreparties ?
 - Album à gagner ?
 - Meet and great ?
 - Merchandising ?
 - Concert dans ton salon ?
 - ...

Le fichier presse

- Pensez local !
 - Réseaux Radio Campus
 - Réseaux Ferarock
 - Décrochage locaux de médias nationaux (ex : RTL2)
 - Réseaux indépendants
- Ne faites l'impasse sur AUCUN média
 - Le stagiaire de radio coincoin peut un jour finir chez Nova ...
 - Restez agréable et patient

Le communiqué de presse

Les règles : la mention CP, la date, le contact presse (nom / prénom / téléphone / mail), un titre

Le contenu : les 5W. L'information principale est dans les 5 premières lignes.

- Un titre

- Un chapo

- Le développement

- Aucune répétition

- Jamais plus de deux pages, utiliser un visuel qui doit être reproductible (bonne déf)

- Le titre doit être incitatif.

Le communiqué de presse

Ajouter également

Photos HD

Liens réseaux sociaux

Liens vidéos



Liens site

Un mot précisant que vous êtes dispo pour interview


Le journaliste doit avoir toutes les infos dont il a besoin pour écrire un article

A priori la seule raison pour laquelle il peut vous recontacter c'est une interview ;)

Des exemples



14.01.2016



Du 7 au 10 avril 2016,
le Festival des musiques et cultures divergentes célébrera les 100 ans de la
naissance du compositeur Mondog et
reprend ses quartiers à Lausanne après 2 ans d'absence !

MONDOG comme filage le samedi 9 avril 2016

En guise de réchauffement à l'annonce des premières têtes d'affiche (21 janvier, 17h), nous vous annonçons, qu'à l'occasion du centenaire de la naissance de Mondog (1916-1999), le festival Impetus proposera un hommage à ce compositeur trop méconnu qui a côtoyé Charlie Parker, Allen Ginsberg, Leonard Bernstein ou Philip Glass.

SAMEDI 9 AVRIL à 19h30 à la Médiathèque de Montbéliard - Gratuit - Conférence «Mondog à travers le 20^{ème} siècle» par Amaury Comut

SAMEDI 9 AVRIL à 18h à l'Arche de Bathonnecourt 6€ : Sylvain Riffle « Perpetual motion, a celebration of Mondog »

DE RETOUR A LAUSANNE ... POUR COMPLETER LES EVENEMENTS A Montbéliard, Audincourt, Belfort, Héricourt, Bourgne, Delémont !

Impetus reprend donc ses bruyants quartiers du jeudi 7 au dimanche 10 avril prochain avec une programmation au Bourg (jeudi), aux Docks (vendredi) et au Romand (samedi). D'autres structures lausannoises viendront s'ajouter au menu...fort d'inspiration, de Rock, Noise, Métal et autres musiques underground. La volonté commune de divers acteurs de la culture lausannoise à qui l'événement manquait, une réelle attente du public, ainsi que la nécessité de l'existence d'événements transfrontaliers résonnaient comme une évidence quant au retour du festival à Lausanne. Montbéliard, Belfort, Héricourt, Delémont et la capitale vaudoise se réunissent à nouveau pour faire vivre l'esprit Impetus.

COMVOCITEPRESE

Juliette Tomassetti - juliette@impetusfestival.com - 03.81.30.78.31
Perrine Cartier - perrine@impetusfestival.com - 03.84.58.11.77

Des exemples



GÉNÉRIQ 2018 : LA FÊTE VRAIMENT PAS DE TROP !

Du 7 au 11 février, près de **11.000 spectateurs** se sont donnés rendez-vous au cœur de lieux toujours plus insolites dans les villes de Dijon, Mulhouse, Besançon, Belfort et du Pays de Montbéliard.

Durant ces 5 jours, la 11^{ème} aventure collective portée par **Les Eurockéennes de Belfort** et les scènes de musiques actuelles de **La Vapeur** (Dijon), **la Rodia** (Besançon), **le Noumatrouff** (Mulhouse), **le Moloco** (Audincourt) et **la Poudrière** (Belfort) a offert un programme mêlant découvertes artistiques et curiosités en investissant des lieux aussi insolites que des colliers, théâtres, cafés concerts, stade de foot. Le festival GÉNÉRIQ a prouvé qu'il était encore possible de surprendre.

**5 JOURS // 5 VILLES // 51 ARTISTES // 31 LIEUX DE CONCERTS
70 CONCERTS DONT PRÈS DE LA MOITIÉ EN FORMULES GRATUITES**

Exigeante mais toujours populaire, la programmation 2018 a apporté son lot de moments forts sur scène et en dehors. On se rappellera des virevoltants **Knives** découvrant les Schenkerle et autres spécialités alataciennes. Du coup de cœur de **Tricky** et ses shows d'une rare intensité submergeant un public pourtant averti, à la pop ensoulée de **Concrete Knives**. De la friche industrielle DMC transformée en véritable dancefloor géant à Mulhouse aux 4 shows cinquantains, dont un au milieu des rivières, du duo canadien **Deuxlens** venu rockser la France, GÉNÉRIQ 2018, ce fut aussi les légendaires **Modeselektor** jouant *Nikes* de Frank Ocean au beau milieu de leur set techno à la Vapeur, les blanco-cassia offerts par **Genghar** au public ou les kids masqués jouant dans le hall de la Rodia pour le ciné-concert d'**Elle James**.

Souignons également la réouverture de la Vapeur à Dijon où le public a été plus qu'au rendez-vous tout au long du festival. L'ode à l'immobilité des **Filles de Rihhadad** dans un temple du mouvement, le Centre Chorégraphique Valérie de Belfort, les instants suspendus et les envolées lyriques du piano magique de **Jean-Michel Blais** ou l'emblématique **Malik Djoudi** au milieu des anars de Prassino, Léger et Ériq au Musée d'Art Moderne de Belfort. Le groove psyché d'**Atin Gün** qui a fait résonner le Consortium de Dijon. Le public en transe à Sochaux lors de la performance de **Wwwater**. Enfin, l'ovation pour **Eddy de Pretto** et sa *Fête de trop* en clôture du festival.

Une fois encore, l'anti-festival GÉNÉRIQ qui cherche à en découdre avec les règles du genre, a apporté la musique dans le quotidien des villes pour mélomanes affirmés, jeune public, clubbers et curieux autour d'instant musicaux vibrants et chaleureux.

MERCI infiniment à tous les artistes, bénévoles, techniciens, équipes, partenaires et évidemment le public, toujours séduit par l'aventure GÉNÉRIQ.

L'équipe de GÉNÉRIQ



Des exemples

De manière générale :

Les outils presse sont des outils PRO

Vous ne rédigez pas un article mais proposez de la matière au journaliste pour en écrire un

Rois de la mise en page ... attention aux typos, à la lisibilité et surtout sachez que votre communiqué doit pouvoir être copié collé facilement (pdf + corps du mail)

Potentielle grille de relecture

Titre court précis et informatif

Message essentiel dans les 3 premières lignes

Mots techniques ? sigles ?

Y a t-il bien un seul message ?

Les phrases n'excèdent pas 16 mots ?

Chaque phrase contient bien 1 info ?

La hiérarchie de l'info va du plus au moins important ?

Pas d'interpellation

On parle à la 3^{ème} personne

Pas de sensationnalisme (même si votre album est incroyable)

Les relances

Définissez un planning de relances

Exemple si sous 10 jours pas de réponse

Mail de relance

15 jours : appel

N'ayez pas peur de passer du temps à réfléchir à ce que vous allez dire pour être le plus impactant possible.

Il faut savoir persévérer sans insister, sans être usant...

Le dossier de presse

Il traite d'une information beaucoup plus complexe.

Il doit être le plus complet possible.

On privilégie le format A4 pour des questions d'archivage.

Les pages sont toujours numérotées et imprimées seulement recto.

On ne met surtout pas de parution de journaux.

Si on met des chiffres, il faut citer ses sources.

Chaque journaliste doit pouvoir trouver le type d'information qui l'intéresse

- Développez différents angles

Le dossier de presse

Deux vocations.

En interne : c'est un outil de base dans lequel tout le monde doit pouvoir trouver les infos à jour.

Pour les journalistes : il apporte une vision globale du projet et permet d'enrichir le communiqué de presse.

Le dossier de presse

De 5 à 20 pages et devant toujours contenir un sommaire
On commence par la définition et les grandes lignes de son projet
Les éléments pratiques, les informations chiffrées qui caractérisent l'organisme
Utiliser un style positif, ne mettre en valeur que les actions positives

Le dossier de presse

Phrases simples, style informatif, pas d'envolées lyriques. Supprimer le superflu.

La mise en page doit être soignée mais le dossier de presse n'est pas un objet graphique.

Génies de la PAO, vous devez rester sobre et ne pas noyer le propos dans des artifices graphiques.

Le dossier de presse doit proposer des angles aux journalistes.

Il doit être une mine d'or pour écrire plusieurs articles.

Ne pas hésiter à fonctionner par fiches. En tous cas, bien marquer les différentes rubriques.

Susciter l'intérêt en proposant des angles originaux.

Montrer sa différence.

Il faut 'raconter une histoire'.

Des exemples

<https://www.dropbox.com/s/e5oyqo53foc7hd9/ARLT%2Bdossier%2Bpresse.pdf?dl=0>

<https://www.dropbox.com/s/hhrq4t4t4ulycls/GRANDE%20-%201er%20dossier%20de%20presse.pdf?dl=0>

La revue de presse

Usage interne ou pour témoigner des retombées auprès des partenaires
Classement chronologique ou par média

La revue de presse

Usage interne ou pour témoigner des retombées

Classement chronologique ou par média

Un outil pour communiquer plus largement

Sur les réseaux sociaux ?

Pour le booking ?

Google Alert ?

Talkwalker Alerts ?



Murailles Music
Publié par Julien Casparis · 19 j. · 21 h · 0

[report] Radio Nova était au Festival YEAH : "Marc Melià, petit bijou Belge, incarne la douceur volubile. On eu plaisir et fascination à écouter les titres de son premier album, créés en l'honneur du Prophète, l'un des synthétiseurs phares de la musique analogique. Un voyage imaginaire épique et un artiste à suivre au millimètre." → Prochains concerts en Août :
#17 : Méridnac + 'Entre Deux Rives' - Parc Bourman (orga: Coconut Music)
#18 : LA ROUTE DU ROCK (La grande Plage de... Afficher la suite



RELU.PAP
La saga de l'été, partie 1 : Le festival Yeah! | Nova Lyon
Cet été, Nova Lyon emplit les braslets « Pass 3 jours » dans une...

433 personnes atteintes [Booster la publication](#)

Alize Couvées et Coconut Music

PRESS



REVUE ET CORRIGÉE

"Des clins d'œil au blues, à d'autres folklores, et surtout un cinéma pour l'oreille foudroyante, curieux, surprenant. One-man-band comme ces musiciens de rue qui fascinent les gamins, grosse caisse sur le dos, grelots aux chevilles, harmonica aux lèvres, cordes sous les doigts. Il y a de ça dans sa musique, mais avec **John Cage** en ombre portée, ou peut-être, plus encore, **Henry David Thoreau** pour l'attention aux bruits qui l'entourent."

PRESS



France Musique

"La particularité de Thomas Bonvalet, ça n'est pas de se servir d'instruments comme un orchestre d'un point de vue polyphonique mais de chercher dans la microphonie, la recherche de timbres, et l'attention des sons. Ce qui est frappant chez Thomas Bonvalet, c'est la transmission d'énergie dans son univers si singulier."

PRESS



RADIO NOVA

"Marc Melià, petit bijou Belge, incarne la douceur volubile. On eu plaisir et fascination à écouter les titres de son premier album, créés en l'honneur du Prophète, l'un des synthétiseurs phares de la musique analogique. Un voyage imaginaire épique et un artiste à suivre au millimètre."

Des exemples

https://www.dropbox.com/home/Juliette%20Tomasetti/0_ARCHIVE/MURAILLES%20MUSIC/PACKS%20PROMO/ARLT/RDP/Soleil%20Encul%C3%A9?preview=MM024+-+Arlt+-+Soleil+Encul%C3%A9.pdf

https://www.dropbox.com/home/Juliette%20Tomasetti/0_ARCHIVE/MURAILLES%20MUSIC/PACKS%20PROMO/L'OCELLE%20MARE/RDP?preview=MM021-L%27OcelleMare-TempsenTerre2018.pdf

<https://www.dropbox.com/s/avk2zi5lfemmr86/RDP%20LA%20COLO%202018%20151118%20JT%20.indd?dl=0>

Les rencontres avec les médias

Obligatoires pour des informations complexes qui nécessitent d'être expliquées

Point presse / (petit) déjeuner de presse / voyage de presse

Les accréditations

La conférence de presse

Les interviews / session live ...

Les partenariats

N'hésitez pas à proposer des partenariats aux médias

- Faire gagner des albums

- Goodies

- Places de concerts ...

La visibilité est une monnaie d'échange

