

# Session 12

## Communiquer ça ne s'improvise pas



---

Profession: Bio-Entrepreneur 2006

Hélène Guyot, PhD

Rédactrice en chef

BiotechInfo



# Communiquer avec la presse

---

- Il vaut mieux ne pas communiquer que de mal communiquer !!!
  
- Mais soyez prêt à le faire
  
- Il existe des situations de crise qu'il vaut mieux anticiper

# Quelle stratégie ?



---

Voulez-vous toucher

Les institutions (Etat, Région, instances réglementaires) ?

Les académiques ?

Les investisseurs publics ou privés ?

Voulez-vous

Attirer de nouveaux talents, voire communiquer avec vos équipes ?



# Quel type de presse

---

- Ne mélangez jamais , sauf exception, la presse grand public et la presse professionnelle et/ou scientifique
- Locale, nationale, internationale
- Presse économique
- Presse scientifique
- Internet
- Radio
- Télévision



# Avec quels outils

---

- Communiqués de presse
- Articles scientifiques
- Conférences de presse
  
- Cours et conférences (les journalistes y assistent parfois sans que vous le sachiez)



# Il faut un minimum de contenu !

---

- Nouveau produit
- Résultats scientifiques (cliniques par ex)
- Bilan
- Nouveau management
- Partenariats, contrats
- Levées de fonds publiques ou privées



# Faites/ne faites pas

---

- N'essayez pas de communiquer si vous n'avez rien à dire
- Ne soyez ni trop promotionnel ni trop long
- Gardez quelque chose à dire pour la fin !
- Préparez-vous à des questions délicates
- Soyez clair sur ce qui est off
- Préparez les événements et organisez des répétitions
- Vous ne pouvez pas tout faire. Les professionnels peuvent vous aider



## Et aussi...

---

- Les journalistes ont des délais, comme vous...
- Si vous ne voulez pas répondre ou si vous ne savez pas, expliquez pourquoi (embargo, propriété intellectuelle...)
- Si vous ne pouvez pas répondre, orientez le journaliste sur d'autres informateurs et sources
- Il vous en saura gré pour des contacts ultérieurs
- Ne soyez pas trop cordial, soyez naturel, soyez vous-même dans votre rôle
- Les journalistes ne devraient pas être des partenaires
- Posez des questions sur la cible, l'angle de l'article, le niveau de vulgarisation requis



# Contenu de l'article

---

- Les journalistes ne sont pas censés soumettre les papiers avant publication
- Si vous le demandez, il vous soumettront les citations
- S'ils ont d'autres questions, s'ils ont besoin de plus d'information, ils vous recontacteront
- Si vous voulez tout contrôler, cela s'appelle de la publicité; c'est payant, et c'est tout autre chose
- Manipulation et confusion sont dangereuses pour votre crédibilité

Hélène Guyot, PhD, rédactrice en chef

- Paris Biotech Santé
- 24 rue du Faubourg St Jacques 75014 Paris
- Tel +33153105332
- +336 84130570
- [hguyot@biotechInfo.fr](mailto:hguyot@biotechInfo.fr)
- [www.biotechInfo.fr](http://www.biotechInfo.fr)