



LES ENTREVUES CITOYENNES

25 janvier 2010, Paris

Méthodologie

Les « Entrevues citoyennes » sont une action régionale à visibilité nationale, animée par les Présidents de Fédération.

C'est le Président de Fédération qui est leader de l'action : c'est le « directeur de commission ». Il peut s'appuyer sur les présidents locaux pour obtenir des contacts et des rendez-vous auprès des candidats et journalistes.

Pour information, les **domaines de compétences** des régions sont les suivantes :

- développement économique : la région coordonne les actions de développement économique des collectivités territoriales. Elle définit le régime des aides économiques aux entreprises et élabore le schéma régional de développement économique ;
- aménagement du territoire et planification : la région élabore le schéma régional d'aménagement et de développement durable (SRADT), elle signe des contrats de projets avec l'Etat, et élabore un schéma régional de transport ;
- éducation, formation professionnelle et culture : la région l'immobilier des lycées, elle définit et met en œuvre la politique régionale d'apprentissage et formation professionnelle des jeunes et adultes, et gère les musées régionaux et archives régionales ;
- santé : correspond à démarches volontaires.

Pour des compléments d'informations :

<http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/institutions/collectivites-territoriales/pouvoirs/quels-sont-domaines-intervention-region.html>

L'action se décompose ainsi :

5 questions communes à toutes les Fédérations

2 ou 3 questions (maximum conseillé) spécifiques à chaque Fédération.

Chaque candidat répondra donc à 7 ou 8 questions maximum.

Le **calendrier de l'action** est le suivant:

Envoi des questionnaires aux présidents de Fédération =>	fin janvier
Rédaction des questions spécifiques à chaque Fédération =>	avant la conférence des présidents
Présentation détaillée de l'action =>	lors de la conférence des présidents
Rencontre des candidats =>	8 au 21 février
Restitution des interviews =>	1 ^{er} mars (1 ^{er} jour de la campagne)
Elections régionales =>	14 et 21 mars

Partenaires Premium



FONDATION
Manpower pour l'emploi

Partenaires Privilégiés



Gestionnaire
du Réseau de Transport d'Electricité





L'organisation « pratique » est la suivante :

- l'organisation qui est privilégiée :
 - o le Président de Fédération rencontre et pose les questions aux candidats,
 - o accompagné du journaliste,
 - o le Président de Fédération saisit les réponses du questionnaire, sur le site jcef.fr
- en cas d'empêchement du candidat et/ou du journaliste :
 - o le candidat saisit ses réponses sur le site jcef.fr
 - o le candidat retourne ses réponses par courrier au Président de Fédération. Ce dernier saisit les réponses sur le site jcef.fr
 - o en tous cas, il transmet les réponses au journaliste pour publication.

Comment trouver des contacts presse ?

Pour mettre en place des relations avec la presse efficaces, il faut au préalable disposer d'un « fichier presse » de qualité.

Prenez d'abord le temps de connaître les supports dans lesquels il serait intéressant d'être visible (média généraliste ? spécialisé ? local ? régional ?), suivant la portée attendue de votre message.

L'étape suivante consiste à trouver les bons interlocuteurs pour chacun de ces organes de presse.

Pour la presse écrite, chassez l'ours ! L'ours, c'est la fiche technique dans laquelle figure le nom du directeur, du rédacteur en chef, de l'éditeur, de l'imprimeur, des principaux responsables de la publication, de la société d'édition, ainsi que les adresses à connaître.

Mais envoyer un communiqué de presse n'a rien à voir avec le fait de réaliser un mailing ! Poursuivez vos recherches en évaluant les « centres d'intérêts » des journalistes. Qui s'occupe du secteur que vous ciblez ? Quel nom (ou initiales) revient régulièrement ?

Menez l'enquête jusqu'à connaître les coordonnées des bons contacts (téléphonez au standard des rédactions, etc.).

A force de persévérance, vous constituerez un fichier de contacts adapté à vos besoins... si vous le mettez à jour régulièrement bien sûr !

Dans le cas des Entrevues Citoyennes, c'est bien la Presse Quotidienne Régionale que l'on vise.

Des bases de données existent et recueillent ce type d'informations. La plupart sont payantes (mediasig, datapresse, etc.). L'Ours et vos contacts presse habituels sont vos meilleurs atouts.

Rubriques possibles dans le cadre des Entrevues citoyennes : Notre Région, société, la vie politique, etc.

Les documents joints :

- les 5 questions communes
- un modèle de courrier destiné aux candidats
- un modèle de courrier destiné aux journalistes

Partenaires Premium



FONDATION
Manpower pour l'emploi

Partenaires Privilégiés



Gestionnaire
du Réseau de Transport d'Electricité

