

## Description

L'attaché ou l'attachée de presse sont les porte-parole officiels d'une entreprise, d'une association, d'une administration ou d'une personnalité. Chargés de la communication et de l'échange d'informations avec les médias, ils sont les partenaires des journalistes. Ils assurent des relations à double sens: de l'entreprise vers la presse, et de la presse vers le service de communication de l'entreprise, de l'administration ou de l'organisation.

Leurs principales activités consistent à:

### Recherche et analyse de l'information

- posséder une connaissance parfaite du produit ou de l'image à promouvoir;
- s'informer sur le comportement des médias imprimés, audiovisuels (radio, TV) et électroniques (Internet, réseaux sociaux) à l'égard de l'entreprise;
- étudier les campagnes publicitaires de la concurrence;
- dépouiller la presse quotidienne (presse écrite, médias sociaux, blogs, etc.): sélectionner des articles, en rédiger une synthèse et constituer un dossier de presse informatisé;
- diffuser cette documentation aux responsables de l'entreprise;

### Réalisation du message

- participer aux réunions de l'entreprise ou du service et mettre en place la politique de communication;
- déterminer le mode de transmission de l'information et le canal de distribution;
- rédiger des communiqués, des articles ou des dossiers de presse;
- participer au choix du support, du graphisme, à l'édition et à la diffusion des documents;

### Diffusion de l'information

- organiser des conférences de presse, transmettre des communiqués lors de réunions;
- établir le programme de manifestations de promotion;
- choisir et contacter les intervenants;
- envoyer des invitations aux journalistes, leur préparer un dossier sur le sujet traité; les accueillir et nouer des contacts réguliers avec eux, créer des réseaux;
- se tenir à leur disposition.

### Environnement de travail

Les responsabilités et les conditions de travail des attachés de presse varient suivant la taille de l'entreprise ou de la structure qui les emploie. Ils peuvent être très polyvalents ou alors être épaulés par d'autres professionnels du marketing ou des relations publiques. Dans l'événementiel, ces professionnels sont chargés de l'information durant une exposition, un salon ou une conférence; ils se tiennent à la disposition des médias pendant toute la durée de la manifestation. C'est l'occasion pour eux de nouer des contacts et d'entretenir l'image à promouvoir. Leurs horaires sont très variables et ils peuvent être amenés à travailler le soir ou le week-end.

## Formation

Il n'existe pas de formation spécifique d'attaché ou d'attachée de presse. Un titre dans le domaine des sciences de la communication et des médias, des sciences de l'information et de la communication, du journalisme ou de la communication constitue une bonne base pour occuper cette fonction.

Pour plus de détails, consulter [www.orientation.ch/ecoles](http://www.orientation.ch/ecoles).

## Qualités requises

L'exercice de cette profession fait appel à des qualités comme:

- Sens de la communication
- Disponibilité
- Facilité de contact
- Esprit de synthèse
- Facilité de rédaction
- Facilité pour les langues

## Perspectives professionnelles

Les attachés de presse travaillent dans tous les secteurs économiques, politiques et culturels: administration publique cantonale ou fédérale, entreprises privées, banques, assurances, associations faitières, grands groupes industriels, centres d'expositions, musées, théâtres, organisations non gouvernementales, etc. De plus en plus d'institutions à vocation publique, tels que les partis politiques, voire certains élus, utilisent les services d'attachés de presse. Par ailleurs, des entreprises étrangères, actives notamment dans l'édition, offrent un certain nombre de débouchés à des attachés de presse indépendants ou semi-indépendants connaissant bien le marché suisse pour y mener des opérations de communication ou de promotion de leurs produits.

### Perfectionnement

Les attachés de presse peuvent envisager les perfectionnements suivants:

- cours de formation continue en emploi organisés par les institutions de formation dans différents domaines: rédaction stratégique en communication d'entreprise, veille stratégique, e-commerce, marketing, relations publiques, communication et opinion publique, etc.;
- brevet fédéral de spécialiste en relations publiques ou en communication;
- diplôme fédéral de responsable de la communication;
- etc.

Pour plus de détails, consulter

[www.orientation.ch/perfectionnement](http://www.orientation.ch/perfectionnement) et [www.orientation.ch/postgrades](http://www.orientation.ch/postgrades).

## Professions voisines

- Chef de marketing DF/Cheffe de marketing DF
- Journaliste/Journaliste
- Responsable de la communication DF/Responsable de la communication DF
- Spécialiste en communication BF/Spécialiste en communication BF
- Spécialiste en marketing BF/Spécialiste en marketing BF
- Spécialiste en relations publiques BF/Spécialiste en relations publiques BF

## Adresses

Centre de formation au journalisme et aux médias (CFJM)  
Avenue de Florimont 1  
1006 Lausanne  
Tél.: 021 343 40 70  
<https://www.cfjm.ch>

Communication Suisse (KS/CS)  
Ernastrasse 22  
8004 Zurich  
Tél.: 044 211 23 24  
<https://www.ks-cs.ch>

Union suisse des attachés de presse (USAP)  
Boulevard des Philosophes 17  
1205 Genève  
Tél.: 076 391 60 15  
<https://www.usap.ch>