

LES CLÉS POUR COUVRIR

**LA PRÉSIDENTIELLE
ET LES LÉGISLATIVES
DE 2017**

ESJ
LILLE

PRO



FRANCE

2017



Les clés pour couvrir la présidentielle et les législatives

2017 sera une année reine... pour les élections. Tant au niveau national avec la présidentielle qu'au niveau locale avec les législatives. Les élections préférées des Français, avec les municipales. Les élections que les journalistes aiment tant qu'elles sont dans toutes les têtes plus d'un an auparavant. Ces scrutins arrivent également au moment où les médias se réinventent. Où il faut changer notre façon de suivre l'actualité, de la couvrir, de la décrypter. Nous nous proposons de vous aider à les rendre passionnantes pour vos lecteurs/visiteurs auditeurs/télespectateurs.

WEB-PRINT

Concevoir des traitements innovants et complémentaires

OBJECTIFS Apprivoiser les nouveaux outils et les nouvelles écritures multimédias pour imaginer des traitements innovants et complémentaires des campagnes présidentielle et législatives entre les divers canaux (journal/site web). Que dois-je diffuser quand ? Et sur quel support ? Comment renvoyer d'un support vers l'autre ?

Cette formation est organisée en mode séminaire avec des boîtes à outils fournies aux stagiaires, des bonnes pratiques applicables de suite.

PUBLIC Les rédacteurs en chef, les chefs de service ou de locale, et tous les journalistes amenés à couvrir les campagnes électorales.

Jour 1

- Exemples de traitements d'élections et de médias nationaux et locaux innovants en France et à travers le monde. Quels enseignements et quelles idées retenir pour le traitement des élections 2017? Comment raconter la campagne autrement ?
- La place des images, des vidéos et des divers enrichissements dans la narration multimédia. Mettre en scène les portraits des candidats, leurs agendas, les événements de la campagne, les débats, etc.
- Faire parler une carte, une frise, une image, et donner de la profondeur à nos informations pendant la campagne.
- Organiser des dossiers multimédias sur les sujets forts et les enjeux de l'élection.
- Newsletter, chat et forum : créer des rendez-vous pour fidéliser l'audience

Jour 2

- Campagne, jour d'élection, puis post-campagne : à chaque temporalité son mode traitement Répondre aux exigences du temps réel. Méthodes et outils pour couvrir la campagne et les jours de scrutin "en direct".
- La place des communautés locales dans le traitement de la campagne.
- Comment tirer parti des réseaux sociaux et des outils communautaires.
- Le traitement bimédia de la campagne : imaginer des traitements complémentaires en fonction des supports (papier/web/mobile).
- Comment traiter différemment la campagne présidentielle et la campagne législative?
- Quels impacts dans la rédaction ? Organiser le circuit copie de la rédaction pour une collaboration efficace. Inciter les rédacteurs à produire pour tous les supports.

DURÉE 2 jours - 14 heures
INTER-ENTREPRISES
Paris : 13-14 octobre 2016
5-6 décembre 2016

TARIF 1 200 euros HT
Inscriptions : 03 20 30 44 28
anne.bouchez@esj-pro.fr

INTRA-ENTREPRISES
Renseignements : 03 20 30 44 25
veronique.buchet@esj-pro.fr

TARIF Sur devis

FORMATEURS PRESENTIS

Cyril PETIT
Rédacteur en chef des éditions (papier et numériques) du Journal du Dimanche

Thibaud VUITTON
Rédacteur en chef adjoint de FranceTV Info (anciennement LeMonde.fr).

WEB-TV

Concevoir des traitements innovants et complémentaires

OBJECTIFS Apprivoiser les nouveaux outils et les nouvelles écritures multimédias pour imaginer des traitements innovants et complémentaires des campagnes électorales entre les divers canaux (chaîne / site web). Que dois-je diffuser quand ? Et sur quel support ? Comment gérer les teasings ? Comment vendre ses infos ?

Cette formation est organisée en mode séminaire avec des boîtes à outils fournies aux stagiaires, des bonnes pratiques applicables de suite.

PUBLIC Les rédacteurs en chef, les chefs de service ou de locale, et tous les journalistes amenés à couvrir les campagnes électorales.

Jour 1

- Exemples de traitements d'élections et de médias nationaux et locaux innovants en France et à travers le monde. Quels enseignements et quelles idées retenir pour le traitement des élections 2017? Comment raconter la campagne autrement ?
- La place des images, des vidéos et des divers enrichissements dans la narration multimédia. Mettre en scène les portraits des candidats, leurs agendas, les événements de la campagne, les débats, etc.
- Les nouveaux modes de traitements de l'information politique à la télévision.
- Du reportage à la séquence : adapter ses sujets télé pour le Web.
- Faire parler une carte, une frise, une image, et donner de la profondeur à nos informations pendant la campagne.
- Coullisse, making-of et questions d'internautes : faire vivre l'antenne sur le Web

Jour 2

- Campagne, jour d'élection, puis post-campagne : à chaque temporalité son mode traitement Répondre aux exigences du temps réel. Méthodes et outils pour couvrir la campagne et les jours de scrutin "en direct".
- La place des communautés locales dans le traitement de la campagne.
- Comment tirer parti des réseaux sociaux et des outils communautaires pour faire remonter des contributions des internautes à l'antenne.
- Le traitement bimédia de la campagne : imaginer des traitements complémentaires en fonction des supports, nourrir le Web avec l'antenne, nourrir l'antenne avec le Web.
- Comment traiter différemment la campagne présidentielle et la campagne législative?
- Quels impacts dans la rédaction ? Organiser le circuit copie de la rédaction pour une collaboration efficace. Inciter les rédacteurs à produire pour tous les supports.

DURÉE 2 jours - 14 heures
INTER-ENTREPRISES
Paris : 17-18 octobre 2016

TARIF 1 200 euros HT
Inscriptions : 03 20 30 44 28
anne.bouchez@esj-pro.fr

INTRA-ENTREPRISES
Renseignements : 03 20 30 44 25
veronique.buchet@esj-pro.fr

TARIF Sur devis

FORMATEURS PRESENTIS

Damien BRUNON
Rédacteur enquêteur à France 2 (Eil du 20H)

Thibaud VUITTON
Rédacteur en chef adjoint de FranceTV Info (anciennement LeMonde.fr).



WEB-RADIO

Concevoir des traitements innovants et complémentaires

OBJECTIFS Apprivoiser les nouveaux outils et les nouvelles écritures multimédias pour imaginer des traitements innovants et complémentaires des campagnes électorales entre l'antenne et le site. Que dois-je diffuser quand ? Et sur quel support ?

Cette formation est organisée en mode séminaire avec des boîtes à outils fournies aux stagiaires, des bonnes pratiques applicables de suite.

PUBLIC Les rédacteurs en chef, les chefs de service ou de locale, et tous les journalistes amenés à couvrir les campagnes électorales.

Jour 1

- Exemples de traitements d'élections et de médias locaux innovants en France et à travers le monde. Quels enseignements et quelles idées retenir pour le traitement des élections de 2017? Comment raconter la campagne autrement ?
- La place des images, des vidéos et des divers enrichissements dans la narration multimédia. Mettre en scène les portraits des candidats, leurs agendas, les événements de la campagne, les débats, etc.
- Comment utiliser le Web pour remonter de l'information inédite et différenciante.
- Faire parler une carte, une frise, une image, et donner de la profondeur à nos informations pendant la campagne.
- Coulisserie, making-of et questions d'internautes : faire vivre l'antenne sur le Web
- Newsletter, chat et forum : créer des rendez-vous pour fidéliser l'audience.

Jour 2

- Campagne, jour d'élection, puis post-campagne : à chaque temporalité son mode traitement Répondre aux exigences du temps réel. Méthodes et outils pour couvrir la campagne et les jours de scrutin "en direct".
- La place des communautés locales dans le traitement de la campagne.
- Comment tirer parti des réseaux sociaux et des outils communautaires pour faire remonter des contributions des internautes à l'antenne.
- Le traitement bimédia de la campagne : imaginer des traitements complémentaires en fonction des supports (antenne, web).
- Comment traiter différemment la campagne présidentielle et la campagne législative?
- Quels impacts dans la rédaction ? Organiser le circuit copie de la rédaction pour une collaboration efficace. Inciter les rédacteurs à produire pour tous les supports.

DURÉE 2 jours - 14 heures
INTER-ENTREPRISES
Paris : 14-15 novembre 2016

TARIF 1 200 euros HT

Inscriptions : 03 20 30 44 28
anne.bouchez@esj-pro.fr

INTRA-ENTREPRISES

Renseignements : 03 20 30 44 25
veronique.buchet@esj-pro.fr

TARIF Sur devis

FORMATEURS PRESENTIS

Maud DESCAMPS

journaliste Europe1 radio, web, vidéo. Chroniqueuse pour les Carnets du monde

Antoine BAYET

Directeur numérique de l'information de France Info

L'élection "en live"

OBJECTIFS Apprivoiser les outils du temps réel pour couvrir les événements de la campagne de la présidentielle et des législatives ainsi que les journées électorales en direct sur le Web et le mobile.

PUBLIC Journalistes.

- Panorama de traitements d'une campagne et d'une élection "en direct" sur le web : exemples en France et à travers le monde.
- Les outils mobiles du journaliste pour traiter un événement de la campagne en direct : les tweets, les enrichissements multimédias photos et vidéos (Instagram ou Vine).
- La vidéo en direct : comment utiliser les nouveaux outils de diffusion Périoscope ?
- Et Snapchat?
- Paramétrer un événement en amont, prévenir les internautes.
- Comment embarquer des enrichissements

multimédias, photos et vidéos.

- Le jour du scrutin, comment "live-tweeter" la soirée électorale, à la préfecture et dans les QG de campagne.
- Qui fait quoi ? Quelle répartition entre les journalistes sur le terrain et le desk ? Identifier des contributeurs potentiels et les inviter à participer.
- Quel place pour les lecteurs. Ouvrez le direct à la discussion : le paramétrage, les critères de modération et d'exclusion.
- Et les pushes mobiles dans tout ça : en user sans en abuser

Fact-checker la campagne électorale

OBJECTIFS Acquérir l'agilité numérique et les méthodes efficaces de vérification pour traiter les élections présidentielle et législatives. Elaborer un projet de fact-checking dans le cadre de la campagne.

PUBLIC Journalistes.

Jour 1

- Tour d'horizon des expériences de fact-checking en France et à travers le monde, à l'occasion de campagnes électorales.
- Les principes et les objectifs du fact-checking : vérifier pour valoriser ses informations, crédibiliser le travail d'une rédaction, garantir son indépendance.
- Les techniques de recherche efficaces, d'authentification et de recoupement.
- Décrypter et faire le tri dans ses sources.
- Traquer les contrevérités ou les imprécisions dans les programmes des candidats, vérifier des chiffres.
- Installer une veille pointue sur les sujets importants de la campagne.

Jour 2

- Fact-checker "en direct". Vérifier les discours de candidat.
- Le fact-checking "participatif" : construire et mobiliser une communauté locale de "vérificateurs".
- Les réseaux sociaux : piège ou outils?
- Lancer un projet de fact-checking dans le cadre de la campagne : définir le sujet, les objectifs et la mécanique. Imaginer une application pour partager et mettre en valeur la vérification des informations.

DURÉE 1 jour - 7 heures
INTER-ENTREPRISES
Paris : 4 novembre 2016

TARIF 700 euros HT

Inscriptions : 03 20 30 44 28
anne.bouchez@esj-pro.fr

INTRA-ENTREPRISES

Renseignements : 03 20 30 44 25
veronique.buchet@esj-pro.fr

TARIF Sur devis

FORMATEUR PRESENTI

Michaël SZADKOWSKI

Rédacteur en chef adjoint au Monde.fr

DURÉE 2 jours - 14 heures
INTER-ENTREPRISES
Paris : 7-8 novembre 2016

TARIF 1 200 euros HT

Inscriptions : 03 20 30 44 28
anne.bouchez@esj-pro.fr

INTRA-ENTREPRISES

Renseignements : 03 20 30 44 25
veronique.buchet@esj-pro.fr

TARIF Sur devis

FORMATEURS PRESENTIS

Damien BRUNON

Rédacteur enquêteur à France 2 (Céil du 20H)

Vivien VERGNAUD

Chef d'édition au jdd.f



Qui nous sommes

ESJ PRO est un organisme de formation et de conseil auprès des médias, filiale du groupe Centre France, associé à l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille.

Ses équipes sont composées de journalistes professionnels ayant exercé dans tous les types de médias.

Chaque année, ESJ PRO accueille et forme plus de 3 000 futurs ou jeunes journalistes, journalistes confirmés ou en reconversion professionnelle.

Le groupe est implanté à Paris, Lille et Montpellier.



L'approche et le savoir-faire d'ESJ PRO :

- des contenus éprouvés
- des enseignants experts en situation professionnelle
- des méthodes favorisant l'étude de cas
- trois sites de formation : Paris, Lille et Montpellier
- une tradition de réflexion indépendante sur le journalisme, le droit et l'éthique.

Paris



Lille



Montpellier



Nos interventions

Formation continue pour les journalistes

- **Sessions courte et moyenne durées :**

dans les rédactions ou dans nos locaux (à Paris, Lille ou Montpellier), ESJ PRO propose des formations de 1 à 24 jours.

Animées par des professionnels en activité, ces sessions sont renouvelées chaque année et proposent des programmes pour l'ensemble des médias (presse écrite, web, télé et radio).

- **Reconversion :**

à travers un cursus complet et professionnalisant, nous formons des journalistes capables d'exercer le métier de journaliste de télévision avec une spécialisation rédacteur ou JRI

- **Alternance :**

depuis plus de huit ans, nous proposons une filière de formation au journalisme par contrat de professionnalisation en presse écrite-web, radio et télé

Conseil, accompagnement et coaching

Nous mettons à votre service notre expertise et notre important réseau d'intervenants pour répondre aux nouveaux défis des médias :

- **Enrichir et réinventer l'offre éditoriale** en s'appuyant sur votre vision nouvelle des contenus de votre média.
- **Bâtir votre nouvelle organisation** sur des compétences développées, renforcées ou réaffirmées.
- Transformer la vision quotidienne de chacun des collaborateurs de votre équipe en **objectif collectif et cohérent** pour votre rédaction.
- Construire, étape par étape, **une vision d'avenir**, une culture de rédaction ou d'entreprise qui s'appuie sur des valeurs incarnées et motivantes.

www.esj-pro.fr