



Relations avec les médias : préparation, stratégie et organisation

Atelier offert aux personnels
des organisations communautaires
en lien avec la coordination humanitaire
de la Croix-Rouge

Juin 2021

Relations avec les médias

À l'animation :



Carole Du Sault, directrice des communications



Julie Gagné, conseillère en communication



Relations avec les médias

Mise en contexte



Relations avec les médias

Pourquoi la préparation, la stratégie et l'organisation de nos relations avec les médias sont-elles importantes?



Quelques bonnes raisons d'interagir avec les médias

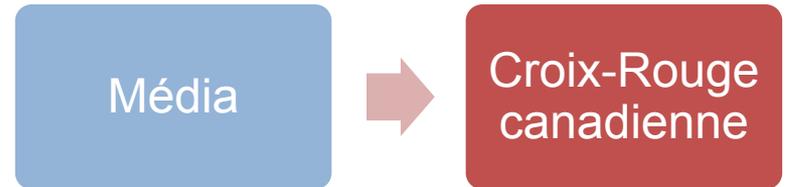
- Pour informer le public et les autres parties intéressées concernant le travail que vous accomplissez, vos principales réalisations et l'utilisation de vos fonds et, ainsi, accroître votre visibilité et votre notoriété
- Pour positionner votre organisme auprès de divers publics
- Pour encourager les bénévoles potentiels et actuels à s'engager



Notre façon de travailler avec les médias

Approche réactive (la demande vient des médias) :

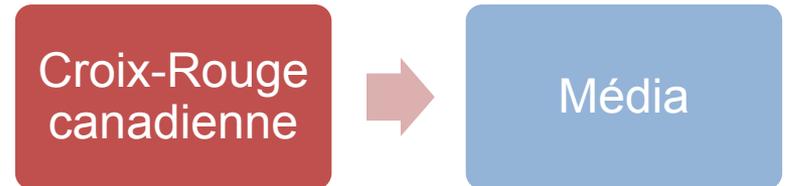
- Peut être liée à l'actualité
- On sollicite notre lecture d'une situation ou notre point de vue
- Peut être liée à un enjeu/un problème



Nous ne sommes pas tenus d'accepter toutes les demandes d'entrevue.

Approche proactive (la demande vient de nous) :

- Sensibilisation
- Clarification des faits
- Rapports aux donateurs (bilan)



Votre rôle : demandes d'entrevue

- Prendre en note la demande et convenir d'un moment pour le suivi
- Analyser la demande et recueillir tous les détails nécessaires avec des collègues concernés
- Élaborer une réponse à l'aide de trois à cinq messages clés, au besoin
- Identifier une ou un porte-parole
- Se préparer minutieusement, grâce entre autres à l'élaboration de messages clés et d'un argumentaire



Mais...

Relations avec les médias

Quand devrions-nous dire non à une demande d'entrevue?



Quand dire « non »?

- Lorsque la conjoncture ou l'actualité pourrait compliquer ou déclencher une situation indésirable.
- Lorsque votre organisation n'est pas impliquée dans la situation.
- Lorsque l'histoire est présentée dans une optique d'exploitation plutôt que d'information.
- Lorsqu'on ne fait pas appel à des sources crédibles dans l'article ou que celui-ci repose sur des conjectures (ex. : demande d'une réaction).
- Lorsqu'il est risqué pour l'organisation d'accepter.
- Lorsque l'organisation n'est pas prête à aborder un sujet.

Si vous refusez, essayez de mettre les médias en relation avec une autre ressource dans la mesure du possible

Les règles des médias et les vôtres

Les règles des médias :

- Les médias décident de ce qui est digne d'attention.
- Les journalistes ne s'occupent pas de relations publiques.
- Rien n'est « à micro fermé ». Rien. Pour vrai!
- Les médias n'ont pas à demander notre approbation; ils contrôlent l'histoire!

Les règles des médias et les vôtres

Vos règles :

- Respectez leurs règles.
- N'oubliez pas que vous représentez votre organisation.
- Soyez une ressource utile.
- Respectez les délais.
- Préparez-vous.
- Les journalistes ne sont ni vos amis ni vos ennemis.



Préparation



L'entrevue



Source :
Photo de Marie-France Coallier, Le Devoir, avril 2020

Une bonne préparation est essentielle

- Mémorisez vos messages clés, plus précisément de trois à cinq points sur lesquels vous pouvez revenir en tout temps.
- Prévoyez les questions difficiles et préparez votre réponse (questions et réponses réactives).
- Pensez à des exemples qui peuvent donner vie à votre histoire et adaptés au public du média.



Exercez-vous. Beaucoup!

Relations avec les médias

Quelques trucs et astuces...

Exemple d'une entrevue

Début des interventions de la force humanitaire
en milieu de vie pour aînés en juillet 2020 :
longue entrevue avec beaucoup de contenu et de messages
clés

<https://ici.radio-canada.ca/rdi/rdi-matin-week-end/site/segments/reportage/187634/covid-19-croix-rouge-chsld>



Conseils pour bien se présenter

Indices verbaux :

- Volume raisonnable
- Rythme mesuré
- Ton approprié
- Clarté
- Assurance
- Langage positif
- Évitez les « Hum! » et les « euh! »



Conseils pour bien se présenter

Indices non verbaux :

- Maintenez un contact visuel.
- Portez une tenue vestimentaire simple et neutre.
- Portez une épinglette, un vêtement ou un dossard affichant le logo de votre organisme.
- Évitez de trop gesticuler.
- Sentez-vous ancré au sol ou dans votre siège.

Ayez une attitude confiante.

Choisissez un cadre approprié.



Phrases de transition

**« Je comprends que les gens se sentent... »
(frustrés, nerveux, etc.).**

« Ce qu'il faut surtout retenir ici, c'est... »

« Ce n'est pas mon domaine d'expertise, mais je peux vous dire... »

« Je ne peux pas parler au nom des autres organismes, mais notre organisation... »

« Je ne peux pas avancer de suppositions, mais ce que je sais... »

Lorsque les entrevues deviennent difficiles, reconnaissez ce qui est vrai et enchaînez avec votre message

Reconnaître les frustrations, ex. :

- « Nous savons que la situation est difficile... »
- « Nous comprenons que les gens soient frustrés/anxieux, c'est pourquoi nos bénévoles et nos équipes... »

Reconnaître que les choses ne sont pas parfaites, ex. :

- « Les pertes de vie sont vraiment tragiques... »
- « Nous aimerions être présents à plus d'endroits, toutefois... »
- « Nous savons que la situation est difficile. Soyez assurés que nos équipes travaillent d'arrache-pied pour aider les gens le plus rapidement possible... »



Relations avec les médias

Comment devriez-vous vous préparer pour une entrevue filmée qui est menée à distance?

Ou lorsque la distanciation physique doit être respectée?





Jean-Pierre Taschereau, déployé au Japon pour venir en aide aux Québécois et aux Canadiens à rapatrier en début de pandémie

Michèle Mercier, au sujet de la formation dispensée par la Croix-Rouge en matière de prévention et de contrôle des épidémies

Carole Du Sault, au sujet de la présence de la force humanitaire de la Croix-Rouge déployée en renfort dans les milieux de vie au Québec



Conseils pour réussir une entrevue

- Rappelez-vous que vous représentez votre organisation et non vos convictions personnelles.
- Entrez tout de suite dans le vif du sujet. Faites ensuite passer vos messages clés à chaque occasion propice.
- Dites toujours la vérité et tenez-vous-en à ce que vous savez.
- Restez positif. Ne répétez pas une question négative.



(Suite...)

Conseils pour réussir une entrevue

- Ne vous lancez pas dans des conjectures et ne répondez pas à une question hypothétique qui commence par « *Et si...* ».
- Rien n'est « à micro fermé ».
- Ne parlez pas au nom d'autres organisations et de leurs efforts.
- Le micro est toujours en marche.
- Ne dites jamais : « Pas de commentaire ».
- Utilisez des formules de types :
 - Je ne détiens pas cette information.
 - Je vais vérifier et vous faire parvenir l'info le cas échéant.

Ce ne sont pas choses que je peux commenter ou affirmer.

Ce n'est pas à la Croix-Rouge d'émettre une opinion à ce sujet.



Conseils pour réussir une entrevue

- Si vous ne connaissez pas la réponse ou si vous n'êtes pas la bonne personne pour vous prononcer sur un sujet, il n'y a pas de mal à le dire.
- Presque toutes les entrevues se terminent par : « *Avez-vous quelque chose à ajouter?* ». Profitez de cette occasion.
- Si l'événement n'est pas en direct ou s'il n'y a pas d'enregistrement, vous pouvez demander de recommencer si vous n'avez pas aimé votre première réponse.

• Soyez authentique et prenez de grandes respirations!



Des questions?

L'organisation

Relations avec les médias

Nécessité de l'organisation d'un événement ou d'entrevues ciblées?

Si OUI, quand, qui, quoi, pourquoi?

- Moment opportun (vérifier les événements à venir et la disponibilité de vos invités)
- Invités (qui dit quoi? + citations)
- Lieu (attention aux bruits, précision du lieu)
- Journalistes invités (liste des médias à préparer, recherchistes, angle et partenaires à interviewer selon les médias)
- Messages clés et questions et réponses
- Justification de la tenue de l'évènement (quelle est la nouvelle? Données, nouveautés, etc.)

identification de votre organisation lors du Jour J



L'avis de convocation aux médias



Exemple d'un avis

\\IDC-FS-09\IDC_Users5\$\jgagne\My Documents\AVIS MÉDIAS - Aide aux sinistrés des inondations - 25 JUILLET 2019_VF.docx

Le communiqué de presse



Exemple d'un communiqué

- [2021 Communiqué Prêts à rester seuls 8avril2021.pdf](#)

Et par la suite?

- Débriefage (bons coups et leçons à tirer)
- Si l'article ou le reportage permet d'accroître le rayonnement ou d'informer le public, ne pas hésitez à le partager sur les médias sociaux.
- Tenir une revue de presse des apparitions médiatiques de votre organisation



Des questions?

Merci!

