



COALITION INTERNET KEEP SAFE

Collaborer avec les médias

*Note : Ces renseignements se trouvent également dans l'annexe B : Collaborer avec les médias dans le document : **Instructions à l'intention du présentateur.***

Collaborer avec les médias

Déterminez quel genre de médias vous aimeriez cibler. Choisissez surtout les petits journaux qui démontrent un grand intérêt pour les événements locaux. Pour ces plus petits journaux, envoyez l'horaire de vos présentations aussitôt que vous le connaissez — même s'il est sujet à changement. S'ils impriment des journaux mensuels, il est possible que leur date de tombée soit très tôt.

Envoyez un *Avis aux médias* (**Modèle Avis aux médias** dans le dossier **Trousse pour les médias**) à chacun des médias de la localité (télévision et papier) et demandez une couverture locale. (N'envoyez pas l'avis aux médias plus d'une semaine à l'avance pour les grands médias, mais quelques semaines à l'avance pour les petits journaux locaux). Si le média accepte, soyez prêt pour le photographe du bureau de presse à l'heure de votre présentation. Avisez la Coalition Internet Keep Safe de la parution de votre histoire.

Rappelez-vous : la règle d'or de la bonne presse est de « faciliter les choses pour le rédacteur. » Votre **Trousse pour les médias** devrait être envoyée par courriel et être prête pour l'impression. Ci-dessous se trouvent les directives pour faire la promotion des événements ainsi que les modèles que vous pouvez modifier :

- Avis aux médias
- Communiqué de presse (court et long)
- Publicité du calendrier communautaire
- Diffusion d'un message d'intérêt public
- Impression du message d'intérêt public

Comment faire la promotion d'un événement

Collaborer avec les médias est un procédé simple qui consiste à établir des contacts et à envoyer des avis et des communiqués de presse aux médias. Si votre organisme local possède un porte-parole responsable de la collaboration auprès des médias, coordonnez le tout avec ce dernier. Sinon, pensez à nommer un porte-parole pour les événements.

Suivez ces directives pour faire la promotion de votre événement et pour établir des contacts avec les médias :

1. À la radio et à la télévision, les chefs des nouvelles et les directeurs des affaires publiques sont les personnes-ressources. La façon la plus simple d'identifier votre contact est d'appeler au journal, à la station de radio ou de télévision et d'expliquer le genre

d'information que vous voulez donner, puis demandez avec qui vous devriez collaborer. La plupart de ces médias ont un journaliste attitré qui couvre ce genre d'histoires. Utilisez les modèles de communiqués de presse qui s'adapteront le mieux à chaque présentation. Lisez attentivement les communiqués de presse et remplissez toute section où il est inscrit : « **ajoutez vos renseignements** ».

Aussitôt que la date, l'heure et le lieu d'une réunion ont été déterminés, commencez à communiquer avec les bureaux de presse. Communiquez avec les bureaux d'affectation de tous les bureaux de presse des médias locaux pour connaître les cycles de publication. Idéalement, l'article paraîtra dans les journaux la semaine de la réunion.

Pour les **grands bureaux de presse** à publication quotidienne (journaux quotidiens et chaînes de nouvelles de télévision) : envoyez un *Avis aux médias* trois jours avant l'événement. (Si vous envoyez les *Avis* trop tôt aux grands journaux et chaînes de nouvelles, ils seront oubliés.)

Pour les **plus petits journaux locaux**, à parution hebdomadaire, mensuelle ou trimestrielle : envoyez un *Avis aux médias* aussitôt qu'une date est arrêtée, même si cela veut dire plusieurs mois à l'avance. Envoyez un *Communiqué de presse* une ou deux semaines avant l'événement. (Les journaux hebdomadaires et mensuels ne pourront pas publier des histoires qu'ils ont reçues une semaine avant la diffusion — en cas de doute, appelez et demandez-le.)

2. Ne tenez pas pour acquis que les médias aient reçu le communiqué de presse. Il est important d'assurer le suivi par téléphone. Demandez-leur s'ils l'ont reçu et s'ils ont des questions. Soyez courtois et rendez-vous utile.

Toutefois, n'insistez pas pour qu'ils le publient, chaque bureau décide s'il couvrira l'événement ou pas.

3. Le CD pour votre organisme comprend une trousse pour la presse électronique [aussi offert sur www.iKeepSafe.org (en anglais seulement)].

Envoyez-la par courriel avec l'*Avis aux médias* et le *Communiqué de presse* pour dresser un portrait du programme sur la sécurité dans Internet de Faux-Pas et de votre organisme en tant que partenaire de la Coalition Internet Keep Safe.

4. Suivez de près la publication de votre réunion dans les médias locaux. Envoyez les histoires et le nom du responsable de votre organisme pour le programme de Faux-Pas par courriel à l'adresse press@iKeepSafe.org (en anglais seulement) ou à service@optimist.org (en français).

Conseils pour collaborer avec les médias

1. Communiquez avec les médias aussitôt que vous aurez déterminé une date, une heure et un lieu pour faire la présentation. Cela vous donnera suffisamment de temps pour découvrir les cycles de nouvelles en plus de vous permettre d'établir une relation avec les journalistes.

2. Fournissez un numéro de téléphone aux médias pour qu'ils puissent vous joindre s'ils ont des questions. Rappelez-vous que les médias travaillent avec des heures de tombée, il est donc primordial de répondre rapidement aux demandes.
3. Accueillez les demandes des médias qui veulent assister à la présentation.
4. Choisissez vos mots soigneusement. N'oubliez pas que tout ce que vous dites aux journalistes peut se retrouver dans l'article.
5. Si vous travaillez avec d'autres personnes de votre organisme, n'en choisissez qu'une seule pour communiquer avec les médias afin d'assurer une continuité et de développer une relation dynamique.
6. Si un événement est annulé ou reporté, avisez-en immédiatement votre contact.
7. Ne demandez pas les dossiers de presse ou les pages justificatives. Organisez-vous pour vous les procurer.
8. Ne demandez pas à voir l'article avant sa publication.
9. Respectez les échéances : les plus petits journaux mensuels ont des échéances plus courtes. Aussitôt que vous l'avez, envoyez au rédacteur, par courriel, l'horaire de votre présentation accompagné d'un bref avis aux médias.
10. N'envoyez jamais le même communiqué à deux personnes du même journal ou station de radiodiffusion. Cela pourrait créer de la confusion et provoquer un conflit entre les rédacteurs.