



# **Tactiques de relations publiques**

## **Stratégies faciles de relations publiques pour votre club**

# Qu'est-ce que les relations publiques ?

Tout ce que fait votre club pour communiquer avec le public, c'est des relations publiques. C'est ce qui influence la perception du public de votre club et des activités que vous menez.

Votre public comprend

- les membres
- les membres potentiels
- la communauté
- les médias

Pourquoi avez-vous besoin de relations publiques

Les relations publiques peuvent vous aider à faire connaître votre club et ses efforts. Elles peuvent aider votre club à

- communiquer avec votre communauté
- sensibiliser la communauté à votre engagement et à la « valeur ajoutée » qu'il apporte à la région
- accroître le soutien de la communauté
- publiciser vos diverses activités
- augmenter l'effectif



Chiens guides

Le Jardin  
des sens

L'engagement du  
millénaire

## Connaissez vos médias locaux

En relations publiques, la première étape consiste à créer une liste de journalistes de la presse écrite, de la télévision et de la radio (lui sont responsables de couvrir les nouvelles locales.

- Assurez-vous que votre liste est à jour en communiquant avec les bureaux de chaque média pour vérifier quelle est la personne la mieux placée pour s'intéresser à vous.
- Votre liste doit comprendre : le nom du journaliste (bien orthographié), son titre (par exemple rédacteur, journaliste, etc.), son numéro de [téléphone de télécopieur](#) et son adresse de courrier électronique.



- Renseignez-vous sur leurs calendriers de publication, leurs heures de tombée, etc.
- Mettez régulièrement cette liste à jour et gardez-la à portée de main.

Tous les médias ne se ressemblent pas

Vous devez toujours vous souvenir que les besoins des journalistes sont différents s'ils travaillent dans un journal, à la radio ou à la télévision

Un hebdomadaire local sera intéressé par les activités du quartier ou de la région et les personnes qui y participent.

- Un grand quotidien sera davantage intéressé par une histoire qui touche une région beaucoup plus vaste.

La télévision

- Les journalistes qui travaillent à la télévision veulent avant tout des images! Décrivez-leur en détail tout ce qui pourrait leur en donner. Par exemple, si votre club accueille une école dans le cadre du Concours d’Affiches de la Paix, suggérez au journaliste qu’il vienne à l’école avec un caméraman pour filmer les enfants en train de peindre des affiches. Proposez aussi qu’un porte-parole de votre club se rende à l’école au même moment pour répondre à ses questions.

#### La radio

- Pour la radio, les entrevues doivent être très courtes. Répondez aux questions brièvement tout en donnant toute l’information.
- La radio est un excellent moyen de faire la promotion des activités à venir. Les animateurs vont souvent répéter les annonces d’activités pendant les heures de pointe ( de 6 h à 9 h et de 16 à 19 h)
- Une bonne façon de vous assurer qu’on parlera de vos activités demandez à la station de radio de commanditer votre activité ou d’y participer ou de diffuser à partir du site de l’activité.

#### Obtenez l’attention des médias

Lorsque vous avez terminé votre liste des médias et que vous avez pris en note leurs besoins respectifs, le moment est venu d’attirer leur attention. Plusieurs tactiques de relations publiques s’offrent à vous

avis aux médias

agence de transmission

communiqué de presse

conférence de presse

lettre au rédacteur en chef

événements médiatiques

message d’intérêt public

#### Créez un avis aux médias

Un avis aux médias est un court résumé (pas plus d’une page) qui décrit votre événement ou votre activité en répondant aux 5 questions suivantes qui, quoi, quand, où et pourquoi. Ce résumé est envoyé aux médias pour attirer leur attention et piquer leur curiosité.

Postez ou télécopiez l’avis aux médias aux journalistes une ou deux semaines avant l’événement.

Faites un suivi téléphonique en leur donnant de l’information supplémentaire et en leur demandant s’ils ont l’intention de faire un reportage sur votre activité.

Prenez des notes détaillées de vos échanges téléphoniques: ainsi la prochaine fois que vous leur parlerez, vous pourrez faire référence à votre conversation antérieure.

Si l’avis aux médias concerne un événement, assurez-vous d’y mentionner le lieu de l’événement et comment y accéder.

Mentionnez le nom d’une personne-ressource au cas où le journaliste voudrait planifier une entrevue avec un porte-parole avant l’activité ou après celle-ci. Les médias sont friands d’occasions de faire des entrevues; assurez-vous qu’une personne sera sur place pour accorder des entrevues et mentionnez-le dans l’avis aux médias.

L’avis aux médias doit toujours être imprimé sur papier à entête des Lions.

Jetez un coup d’oeil au modèle d’avis aux médias sur la page en regard.



MODÈLE!

Avis aux médias Le 6 octobre 1999

Le Lions Clubs International annonce la Promesse du millénaire  
à l'occasion de la Journée mondiale de la vue

Le Lions Clubs International, la plus grande organisation de clubs philanthropiques au monde, consolidera son engagement de plus de 80 ans à la sauvegarde de la vue en annonçant sa promesse de préserver la vue de 20 000 hommes, femmes et enfants, chaque semaine, pendant l'an 2000.

Quoi : La Promesse du millénaire des Lions.

Pourquoi : Pour sensibiliser le public à la cécité, problème majeur de santé publique dans de nombreuses régions du monde.

Qui : Le président du Lions Clubs International, Jim Ervin, annoncera la Promesse lors d'une conférence de presse internationale.

Quand : La journée mondiale de la vue, le 14 octobre 1999.

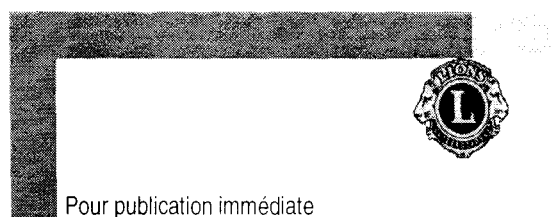
Où : L'événement, qui aura lieu à Nairobi, au Kenya, peut être visionné dans sa totalité sur Internet grâce à un site web spécial : [www.lionsworldsightday.com](http://www.lionsworldsightday.com)

Pour obtenir de plus amples renseignements ou pour planifier une entrevue avec le Lion Bob Smith, veuillez communiquer avec Jean Alias au 555-555-5555.

## Rédigez un communiqué de presse

Un communiqué de presse est un texte d'une ou deux pages qui décrit en détail votre activité ou votre événement.

- Envoyer un communiqué de presse pour donner suite à un avis aux médias, pour offrir de l'information plus détaillée, ou pour relater l'événement ou d'une activité qui a déjà eu lieu, et dans ce cas c'est toujours une bonne idée de fournir une photographie.
- Le communiqué de presse est plus détaillé que l'avis aux médias, mais il doit quand même rester bref et aller droit au but.
- Trouvez un titre accrocheur à votre communiqué de presse afin d'attirer l'attention des médias. Le premier paragraphe doit résumer le sujet. Donnez les détails dans le reste du communiqué.
- Expliquez l'activité en question, nommez les personnes qui y participent et la chose la plus importante, indiquez pourquoi le journaliste devrait en parler.
- En inscrivant « -30- » au bas de votre texte, vous indiquez que c'est la fin de votre communiqué (c'est l'usage). N'oubliez surtout pas de donner les coordonnées de votre personne-ressource.
- La première page du communiqué doit être imprimé sur papier à en-tête des Lions.
- Jetez un coup d'oeil au modèle de communiqué de presse sur la page en regard



MODÈLE!

Le Lions Clubs International annonce la Promesse du millénaire  
à l'occasion de la Journée mondiale de la vue

Oak Brook, Illinois (6 octobre 1999) - Le Lions Clubs International, la plus grande organisation de clubs philanthropiques au monde, consolidera son engagement de plus de 80 ans à la sauvegarde de la vue en annonçant sa promesse de préserver la vue de 20 000 hommes, femmes et enfants, chaque semaine, pendant l'an 2000. La Promesse du millénaire des Lions sera officiellement annoncée par le Président du Lions Clubs International, Jim Ervin, lors de la conférence de presse de la Journée mondiale de la vue qui aura lieu à Nairobi au Kenya. L'événement peut être visionné dans sa totalité sur Internet grâce à un site web spécial ([www.lionsworldsightday.com](http://www.lionsworldsightday.com)), le jour de la Journée mondiale de la vue, le 14 octobre 1999.

La Journée mondiale de la vue est un événement éducatif dont le but est de sensibiliser le public à la cécité, qui représente un problème majeur de santé publique dans de nombreuses régions du monde. Le Lions Clubs International espère supprimer les formes évitables et réversibles de cécité causées par des maladies des yeux comme la cataracte, le glaucome et le trachome.

<< Le Lions Clubs International renforce son engagement dans la lutte pour la prévention de la cécité en aidant à préserver la vue de plus de un million de personnes pendant la première année du prochain siècle >>, explique M. Ervin. « Cette Promesse du millénaire personnifie l'engagement de plus de un million quatre cent mille personnes qui ouvrent au sein des clubs Lions du monde entier pour préserver la vue au cours du nouveau millénaire. >>

Le Lions Clubs International est la plus grande organisation de clubs philanthropiques au monde et compte plus de 1,4 million de membres appartenant à plus de 44 500 clubs Lions dans quelque 185 nations et régions géographiques. Depuis leur convention internationale de 1925, au cours de laquelle Helen Keller a mis les délégués présents au défi de devenir << les chevaliers de la cécité dans la croisade contre les ténèbres >>, les membres des clubs Lions ont adopté comme mission fondamentale l'aide aux personnes aveugles et malvoyantes. L'organisation s'est aussi profondément engagée à servir la collectivité et la jeunesse dans le monde entier.

-30

Pour obtenir de plus amples renseignements ou pour planifier une entrevue avec le Lion Bob Smith, veuillez communiquer avec Jean Alias au 555-555-5555,

## **Lettres au rédacteur en chef**

Vous pouvez envoyer une lettre au rédacteur en chef pour deux raisons.

- pour inviter le public à un événement, ou
- pour remercier la communauté pour son soutien à un événement.

Souvenez-vous, il faut aller droit au but! Par exemple

Les dons de 2000 \$ que nous avons recueillis permettront à 50 personnes de notre région de passer des examens de la vue et de se procurer des lunettes, ce qu'ils n'auraient pas pu se permettre sans notre soutien.

N'oubliez pas de signer votre lettre.

## **Les messages d'intérêt public**

Les messages d'intérêt public sont des annonces publicitaires de 10, 15 ou 30 secondes qui sont diffusés à la radio ou à la télévision.

Les messages d'intérêt public pour la radio et la télévision sont préparés d'avance par le siège social du Lions Club International ~ (LCI) pour la plupart des programmes importants.

Ils contiennent habituellement des messages importants pour la communauté.

La diffusion de ces messages NE COÛTE RIEN mais les stations les diffusent à leur discrétion, quand elles ont du temps d'antenne à combler.

Communiquez avec le responsable de votre station locale de radio et de télévision pour discuter de la possibilité de faire diffuser un message d'intérêt public. Vous devez apporter une cassette audio pour la télévision ou une cassette audio pour la radio au

responsable de la station, lequel décidera s'il veut diffuser le message.

## Les agences de transmission

Les agences de transmission comme Canada NewsWire (CNW) transmettent directement votre communiqué de presse ou votre avis aux médias aux principaux membres de la presse à l'échelle du Canada et peuvent également le publier sur Internez. Il faut payer pour utiliser ces services.

CNW peut également transmettre des photographies dans un format «prêt à reproduire» par les médias, à un coût supplémentaire.

Les agences de transmission sont particulièrement utiles si votre événement ou votre activité est d'envergure nationale. Vous devez faire traduire votre communiqué de presse ou votre avis aux médias en anglais si vous souhaitez que les médias couvrent cet événement dans les deux langues officielles du Canada.

Les conférences de presse

Les conférences de presse donnent aux médias la possibilité de réaliser (les entrevues collectives sur des sujets considérés comme des « nouvelles de dernière heure »).

## Conférence de presse

On organise une conférence de presse quand

la nouvelle est urgente, d'une grande portée, et qu'elle touchera la vie d'un grand nombre de personnes dans la région ou dans tout le pays;

Le sujet est d'intérêt général et comprend la participation d'une grande vedette ou d'un membre du gouvernement. Pour les Lions, un événement médiatique serait probablement plus efficace (poursuivez votre lecture).

## Les événements médiatiques

Un événement médiatique est une apparition ou un événement public orchestré expressément dans le but de générer de la publicité dans les médias.

Qu'est-ce qui va rendre cet événement nouveau.

pertinent, unique ? Les journalistes veulent de la nouvelle, des sujets intéressants ou inhabituels. ou des sujets d'intérêt humain qui touchent le coeur et l'esprit de leur auditoire. Quel est votre objectif ? Quelle impression voulez-vous donner de votre club ou de votre événement ? Assurez-vous pour que des porte-parole soient prêt à donner des entrevues. Ne vous attendez pas à ce que les représentants des médias restent longtemps.

Soyez <sup>créatif</sup> et habile. N'oubliez pas que les événements, humoristiques ne sont pas efficaces que s'ils collent bien au message que vous voulez transmettre..

Choisissez un bel emplacement et présentez du matériel visuel intéressant. Assurez-vous que l'endroit où vous tenez votre événement est accessible à tous. Y a-t-il assez de places de stationnement gratuites ? Les personnes handicapées peuvent-elles sans problèmes se rendre sur les lieux de votre événement ?



Faites participer la communauté de votre région à l'événement.

Vous pouvez vous assurer de la participation de vedettes, mais seulement si celles-ci ont un lien pertinent avec l'événement.

Assurez vous que la vedette cet d'accord avant de promettre des entrevues.

Préparez vous à payer la vedette pour ses apparitions et ses entrevues.

Prenez des dispositions pour que personnes qui participent à l'événement soient prêtes à donner des entrevues. Assurez vous qu'elles connaissent bien tous les détails relatifs à l'événement.

Amusez-vous : Si vous avez du plaisir et débordez d'enthousiasme on diffusera une image positive au téléjournal de 18 h.



## Lorsqu'un journaliste se présente

Lorsqu'un journaliste se présente à votre événement

- Prévoyez une table d'accueil à un point central où les représentants des médias peuvent s'inscrire, ce qui vous permettra de savoir quels médias se sont présentés.
- Ayez (les pochettes de presse à portée de main (contenant entre autres un communiqué de presse et une fiche d'information générale).
- Permettez aux photographes et aux équipes de télévision de circuler facilement.
- Ayez un porte-parole à proximité. Assurez-vous que votre porte-parole connaît bien le message clé que vous voulez transmettre.

Lorsqu'un journaliste vous appelle

- Prenez en note le nom du journaliste et celui du journal ou de la chaîne de radio ou de télévision qu'il représente.
- Demandez au journaliste s'il a une heure de tombé pour écrire son article ou faire son reportage et à quel moment il a besoin des renseignements.
- Assurez-vous d'avoir bien noté le numéro de téléphone et de télécopieur du journaliste.
- Demandez au journaliste comment il veut aborder son article ou son reportage (à moins que ce soit évident).

Conseils pour réussir une entrevue

Restez calme, préparer-vous à l'avance et maîtrisez votre dossier . Votre tenue vestimentaire doit être professionnelle.

Surveillez ce que vous dites - de l'information « officielle» n'existe pas.

Ne répondez jamais a une question par la formule « sans commentaire »; expliquez plutôt pourquoi vous ne pouvez pas répondre. Par exemple, vous pouvez dire, « au moment présent, nous enquêtons sur la situation, mais ce que je peux vous dire c'est...

Soyez honnête.

Si vous ne connaissez pas la réponse à une question, dites-les.

Mentionnez le nom de votre club plutôt que de parler en «je » ou nous ».

Tenez compte des heures de tombée du journaliste pour boucler votre récit.

Gagnez du temps- si un journaliste appelle et veut que vous accordiez immédiatement une entrevue, demandez plutôt le nom de la personne et proposez de la rappeler dans 10 minutes.

Cela vous donnera le temps de vous préparer et de penser à ce que vous voulez dire.



Lorsque vous obtenez une couverture médiatique

N'oubliez pas d'envoyer un mot de remerciement à chacun des journalistes qui a publié un article ou un reportage sur votre club ou qui a assisté à votre événement. Cela vous aidera à établir de bonnes relations avec le journaliste pour des événements futurs.

## **Demandez-le au siège social de LCI**

Le site Internet des Lions ( <http://lionsclubs.org>) met un grand nombre de ressources à votre disposition: vous pouvez également les obtenir par télécopieur

- Des modèles de communiqués de presse, avec des espaces libres pour y insérer l'information locale, pour tous les principaux programmes (Recycler pour la vue, Concours d'Affiches de la paix, Journée mondiale de la vue).
- Un guide de relations publiques
- Le code typographique des Lions
- Des messages d'intérêt public préenregistrés pour la télévision et la radio
- Du visuel « prêt à reproduire »
- Des brochures d'information.

Fichier : Tactiques de relations publiques