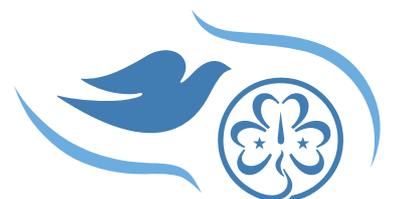


# **Kit d'outils sur les relations avec les medias pour le programme 'Libre D'etre Moi'**

Un guide par étape pour vous aider à partager votre histoire Libre  
d'être Moi

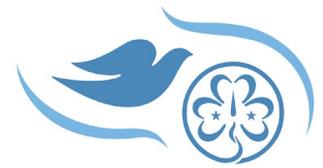


Dove et l'Association Mondiale  
des Guides et des Eclaireuses

# Contents

1. INTRODUCTION	1
1.1 MESSAGES CLES ET STATISTIQUES	2
2. GENERER DES INFORMATIONS	4
3. REDIGER UN COMMUNQUE DE PRESSE	5
4. COMMUNIQUE DE PRESSE GENERIQUE	7
5. ATTIRER L'ATTENTION	10
6. CONTACTER DES JOURNALISTES AU TRAVERS DES MEDIAS SOCIAUX	12
7. INTERVIEWS AVEC LES MEDIAS, COMMENT PROCEDER	13
8. TECHNIQUES D'INTERVIEW	14
9. CONCLUSION ET LISTE DE CONTROLE	15





# I. Introduction

Bienvenue ! Ce kit d'outils a été conçu pour vous aider à partager votre histoire Libre d'être Moi. Que ce soit dans le cadre de la réalisation des activités avec votre propre groupe, de l'organisation d'un événement, ou de la coordination du programme Libre d'être Moi au niveau local ou national, vous aurez une histoire à raconter.

## Ce kit d'outils vise à :

- Expliquer les principes de base des relations avec les médias
- Vous aider à définir des idées d'articles
- Fournir des modèles de communiqués de presse et des conseils pour présenter une histoire digne d'intérêt
- Offrir des conseils pour établir des contacts et des liens avec les médias.

Quelle que soit votre expérience des médias, nous espérons que les éléments de ce dossier vous seront utiles pour accroître la sensibilisation à l'égard du programme Libre d'être Moi.

## Qu'est-ce que le programme Libre d'être Moi ?

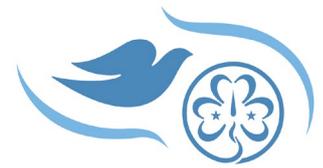
Un programme éducatif novateur pour les jeunes de 7 à 14 ans qui a été développé par l'Association des Guides et des Eclaireuses en partenariat avec le Projet Dove Estime de Soi.

*Pour en savoir plus, allez consulter le site [www.free-being-me.com](http://www.free-being-me.com)*

La vision commune de l'AMGE et de Dove est celle d'un monde où l'apparence physique n'est pas source d'anxiété pour les filles. Notre mission est d'autonomiser les filles (et les garçons) pour leur permettre de développer pleinement leur potentiel en renforçant la confiance en son corps et l'estime de soi.

## Why tell the media?

- **Diffuser le message sur la confiance en son corps :** les filles et les garçons qui participent au programme Libre d'être Moi sont encouragés à parler du mythe de l'image à leurs amis, à leurs familles et dans la communauté en général. Informer les médias de vos activités contribuera à véhiculer encore plus loin le message !
- **Accroître les effectifs :** les adultes qui lisent ou entendent parler de quelque chose en rapport avec vos activités peuvent être inspirés pour offrir leur service en tant que bénévoles auprès des guides/éclaireuses, ou encourager leur enfant à rejoindre le Mouvement.
- **Démontrer vos compétences et faire preuve de leadership :** vous démontrerez que votre groupe ou votre organisation prend l'initiative pour faire une vraie différence et promouvoir la confiance en son corps et l'estime de soi chez les enfants et les jeunes.



## Liste de contrôle

A la fin de ce kit d'outils figure une liste de contrôle que vous pouvez utiliser à titre de rappel pour chaque étape décrite ici.

## 1.1 Messages clés et statistiques

Quand vous parlez à la presse du programme Libre d'être Moi soit par le biais d'un communiqué de presse ou d'une interview, il est utile de préparer un ensemble de messages clés qui racontent votre histoire, étayée si possible par des statistiques. Ci-dessous figurent les messages clés pour le programme Libre d'être Moi, accompagnés de suggestions sur la façon d'identifier chaque message. Veuillez vous référer au document 'How to talk about Free Being Me' pour obtenir plus de détails sur chacun de ces messages clés.

**1er Message clé :** Libre d'être Moi propose une série d'activités pour la tranche d'âge des 7-14 ans qui renforceront la confiance en son corps de 3,5 millions de filles dans le monde.

Le programme s'appuie sur les dernières recherches portant sur la façon d'améliorer la confiance en son corps chez les jeunes au travers d'activités éducatives ludiques et non formelles. Ce message démontre que le programme est à la fois ambitieux et efficace.

### Les statistiques

Une étude a révélé que trois ans après avoir participé aux activités du programme Libre d'être Moi :

- 60% des filles avaient une perception plus positive de leur corps
- 78% des filles se sentaient plus confiantes et compétentes à l'école
- 71% des filles avaient développé de meilleures relations avec leurs pairs
- 53% avaient de meilleures relations avec leurs familles.

### Identifier la source du message

Inclure le nombre d'enfants et de jeunes dans votre groupe.

Partager les preuves que les activités ont eu un impact sur les membres de votre groupe, en utilisant des citations ou des anecdotes fournies par des parents, des leaders ou des participants.



## 2e Message clé : La confiance en son corps et l'estime de soi aident les filles à développer leur plein potentiel.

La confiance en son corps est une composante essentielle d'une meilleure estime de soi, aidant les filles et les jeunes femmes à se sentir libres d'être elles-mêmes, de poursuivre leurs rêves, de réaliser pleinement leur potentiel et de faire une différence dans le monde. L'Association mondiale et Dove estiment que le développement d'une fille ou d'une jeune femme ne devrait en aucune façon être freiné par des inquiétudes quant à son apparence physique. Ce message démontre l'importance de nourrir un sentiment de confiance à l'égard de son corps.

### Les statistiques

Une [étude mondiale de Dove](#) en 2010 a révélé que 6 filles sur 10 ont cessé de pratiquer des activités qu'elles aiment ou qui pourraient jouer un rôle important dans leur développement parce qu'elles n'aiment pas leur apparence.

Une [étude de l'AMGE](#) réalisée en 2013 auprès de filles et de jeunes femmes de 70 pays a démontré que 45% des personnes interrogées pensent que le manque de confiance dans leur image corporelle empêche les filles d'accéder à des postes de leadership.

### Identifier la source du message

Que pense votre groupe des statistiques ci-dessus ?

Demandez-leur, si à leur avis, le manque de confiance en son corps freinent les filles ou les garçons qu'ils connaissent, et d'imaginer ce que serait un monde où chaque personne a confiance en son corps. Notez leurs réponses.

## 3e Message clé : L'AMGE et Dove collaborent ensemble

Le Projet Dove Estime de Soi et l'Association mondiale des Guides et des Eclaireuses sont des leaders mondiaux dans leurs domaines, chacun avec la mission d'aider les filles à développer leur plein potentiel. Notre collaboration nous offre une occasion unique d'inspirer toute une génération de jeunes et de leur donner les moyens de développer une relation saine et confiante avec leur corps et de revendiquer la liberté d'être elles-mêmes. Ce message démontre l'envergure et l'importance du partenariat, l'engagement des partenaires mondiaux et sa dimension internationale.

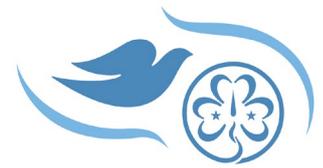
### Identifier la source du message

Les activités Libre d'être Moi se concentrent sur l'aspect général du mythe de l'image.

Vous pouvez consigner les réflexions de votre groupe concernant les différences entre les mythes sur l'image corporelle qui circulent dans le monde et le sentiment de faire partie d'une 'révolution sur la confiance en son corps' au niveau mondial !

Expliquez aussi que vous êtes toutes et tous des membres de l'AMGE – vous êtes une voix parmi 10 millions.





## 2: Rendre votre histoire 'digne d'intérêt'

Après avoir finalisé vos messages clés, il est conseillé de fournir des informations spécifiques sur les activités que vous avez réalisées. Les événements seuls ne font pas l'actualité !

Une bonne manière d'y parvenir est de concentrer votre attention sur une activité spécifique que vous avez réalisée. Voici quelques idées pratiques en rapport avec les activités Libre d'être Moi pour vous aider à générer des histoires pour la presse locale.

### Projets d'action

Pour les médias, l'aspect le plus intéressant des activités Libre d'être Moi peut bien être le projet d'action, dans le cadre duquel les membres du groupe partagent ce qu'ils ont appris avec leurs amis, pour diffuser le message sur la confiance en son corps. Vous pouvez inclure :

- **Le processus de prise de décision** – ce que vous avez fait pour choisir votre projet et ses objectifs
- **L'équipe** – qui a participé et ce que ces personnes ont fait.
- **Le projet** – qu'avez-vous entrepris ? Qui avez-vous ciblé ?
- **Le résultat** – quel a été votre impact ? Incluez des citations et des anecdotes ainsi que des chiffres.

### Défis personnels

#### Détectives de médias

- **Les défis personnels** offrent une formidable occasion de créer des contenus dignes d'intérêt. Exemple de gros titre: "Des détectives de médias dénoncent les mythes liés à la beauté" Indiquer une série d'exemples que les filles ont fournis et en extraire les thèmes récurrents. Demandez aux participants de faire des commentaires sur ce qu'ils ont découvert et sur les effets et répercussions du mythe de l'image.

#### Mur des notes de l'amitié

- **Pour le défi personnel 'Note de l'amitié'**, les participants doivent écrire un court message à un(e) ami(e), en lui expliquant pourquoi essayer de 'coller' au mythe de l'image présente des inconvénients. Pourquoi ne pas afficher toutes les notes sur un mur et prendre une photo avec tous ceux et celles qui ont participé à cette activité ? Vous pouvez relever quelques citations clés pour illustrer l'histoire. Rappelez-vous, une image vaut mille mots !

#### De vrais modèles de rôle

- **Pour le défi personnel 'Vrais modèles de rôle'**, on demande aux participants d'identifier des modèles qui les entourent dans la vie réelle et qui les inspirent. Partagez ensuite les résultats avec la presse. Les médias relatent souvent beaucoup d'histoires suggérant que les jeunes aujourd'hui sont fortement influencés par des célébrités, et même si, dans une certaine mesure, cela peut-être vrai, vous pouvez utiliser ces résultats pour créer un nouveau contenu à l'attention des journalistes.



## 3. Rédiger votre propre communiqué de presse

Ayant à présent identifié vos histoires, vous devez maintenant communiquer au journaliste les informations et rédiger un communiqué de presse.

Voici quelques conseils de base sur la façon de transformer votre idée d'article en un communiqué de presse qui attirera l'attention :

- **Capter leur attention avec un gros titre**

N'essayez pas de rédiger un gros titre suivant le modèle qui est utilisé dans un article de journal. Au lieu de cela, veillez à ce qu'il soit intéressant et accrocheur pour attirer l'attention du journaliste.

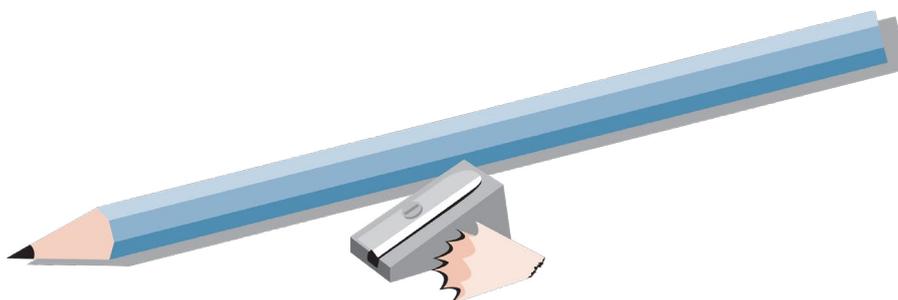
- **Paragraphe d'ouverture/introduction instructive**

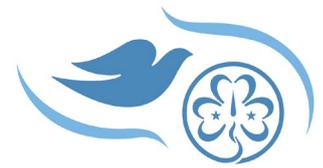
C'est l'élément fondamental de votre communiqué de presse. Si vous examinez un article de journal, vous remarquerez que c'est dans le premier paragraphe que figurent les éléments les plus importants d'une histoire. Chaque jour, un journaliste reçoit de nombreux communiqués de presse. Vous disposez donc seulement d'une petite fenêtre d'opportunité pour faire une différence appréciable.

- **Format simple et clair**

La personne la plus importante qui lira votre communiqué est le rédacteur en chef d'un journal/service de presse, et cette personne décidera si les informations sont susceptibles d'intéresser les lecteurs, les auditeurs ou les téléspectateurs. Il est donc vraiment important de présenter votre communiqué de presse sous un format aussi simple que possible:

- Titre
- Premier paragraphe, décrivant les principaux éléments
- Développer l'histoire – c'est ici que vous pouvez utiliser les messages clés et les statistiques fournis dans ce kit d'outils
- Une citation d'un principal porte-parole/membre - Note: Si vous citez des enfants, ne fournir que des renseignements limités – par ex., le nom, l'âge, la ville d'origine et groupe/troupe dont ils font partie.
- Informations générales sur le groupe/troupe en question
- Vos coordonnées
- Notes aux rédacteurs – il s'agit de brèves informations sur le projet. Nous avons rédigé cela à votre intention – merci d'inclure le texte suivant en bas de page du communiqué de presse sur Libre d'être Moi.





## A propos du programme Libre d'être Moi



L'AMGE et la société Dove pensent que toutes les filles et toutes les femmes doivent avoir la possibilité de réaliser pleinement leur potentiel dans l'existence. La confiance en son corps est une composante importante de l'estime de soi. Une jeune femme dotée d'une haute estime de soi croit en elle et en ses capacités, et se sent habilitée à faire ses propres choix dans la vie, à faire entendre sa voix et apporter une différence dans la communauté locale et mondiale. Libre d'être Moi est un programme d'éducation non formelle novateur qui s'adresse à la tranche d'âge des 7-14 ans. Il s'appuie sur les dernières recherches portant sur la manière d'améliorer la confiance en son corps chez les jeunes au travers d'activités éducatives ludiques et non formelles. Le programme Libre d'être Moi utilise la méthode éducative des guides et des éclaireuses.

### • Un contenu attrayant

Vérifiez dans la mesure du possible que le communiqué répond à toutes les questions habituelles :

- Qui ?
- Où ?
- Quand ?
- Pourquoi ?
- Quoi ?
- Comment ?

Veillez à toujours vérifier les faits et assurez-vous que les principales informations de base comme les noms, les dates sont corrects.

### • Inclure des citations

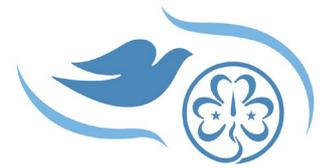
Les citations contribuent à rendre votre histoire vivante. Parfois, il peut s'avérer difficile d'obtenir une citation ! Il est plus facile de donner à la personne que vous voulez citer une idée de ce que vous voulez qu'elle dise. Demandez-leur par exemple si l'événement leur a plu et ce qu'ils ont appris sur la confiance en son corps.

La citation se lirait ainsi : xxx a déclaré : "Cet événement a été formidable et j'ai découvert xxxx sur la confiance en son corps."

Il est toujours bon d'avoir une certaine idée du genre de citations que vous aimeriez recueillir avant de commencer à poser des questions, car cela influencera le type de questions que vous poserez. Notez par écrit deux ou trois questions auparavant afin de faciliter le dialogue.



**Conseil :** Il est utile de lire des citations à haute voix pour s'assurer que cela correspond bien à ce que la personne citée aurait dit.



## 4: Utiliser un communiqué de presse générique

Si vous n'avez pas d'histoire particulière à raconter ou de défis particuliers réalisés dans le cadre du programme, vous pouvez encore fournir à votre journal local un communiqué de presse et une belle photo de votre groupe. Il vous suffit de remplir les sections surlignées du communiqué de presse et de fournir les renseignements appropriés et d'envoyer le document, accompagné d'une photo à votre journal local.

### Modèle de communiqué de presse pour les om - Libre d'être Moi

Merci de remplir les sections surlignées en rouge

CONTACT:  
Nom  
Téléphone  
Email

Pour diffusion immédiate : [date]

**[GROS TITRE] – par ex. “L’ASSOCIATION MONDIALE DES GUIDES ET DES ECLAIREUSES ET DOVE MOBILISENT LES FILLES ET LES JEUNES FEMMES POUR CONTESTER LES MYTHES LIÉS A L’IMAGE CORPORELLE DANS LE MONDE ENTIER.”**

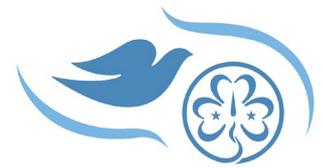
Avec le soutien du Projet Dove Estime de Soi et de l'Association mondiale des Guides et des Eclaireuses (AMGE), [INSERER LE NOM DE VOTRE TROUPE/GROUPE] participe à un programme novateur visant à autonomiser les jeunes de [INSERER LE LIEU], les encourageant à s'exprimer et remettre en question les mythes liés à l'image corporelle – et à renforcer la confiance en son corps pour une génération entière.

Le nouveau programme – Libre d'être Moi – offre aux filles et aux jeunes femmes un défi à relever, les engageant à prendre position et à agir pour autonomiser la prochaine génération de filles. Les guides/éclaireuses âgées de 7 à 14 ans lèveront le voile sur les mythes liés à l'image corporelle dans la société, dénonceront les pratiques de l'aérographe et remettront en cause le langage corporel.

Au niveau international, 3,5 millions de filles participeront au programme Libre d'être Moi au cours des deux prochaines années, atteignant [INSERER LE NOMBRE] dans [INSERER GROUPE/NOM DE LA REGION LOCALE]. Les guides/éclaireuses seront récompensées par un badge spécial Libre d'être Moi, le premier badge du genre sur la confiance en son corps.

[INSERER LE NOM DE VOTRE GROUPE/TROUPE], L'AMGE et le Projet Dove Estime de Soi agissent pour faire face à une crise croissante de la confiance en son corps qui affecte les filles et les jeunes femmes. Sachant que 6 filles sur 10 dans le monde\* décident d'abandonner des activités en raison d'une faible confiance en son corps, nous collaborons ensemble pour aider les filles à surmonter les préoccupations liées à leur apparence physique qui freinent le développement de leur plein potentiel.

\* The Real Truth About Beauty: Révisé. Rapport mondial commandé par Dove, 2010



**[INSERER LE NOM ET LA CITATION]**

Mary Mc Phail, directrice générale de l'AMGE a déclaré : “En tant que l'une des voix en faveur des filles et des jeunes femmes, l'AMGE a reconnu que l'estime de soi et la confiance en son corps sont des questions sur lesquelles nous devons mieux sensibiliser et faire une différence dans la vie des filles. Ensemble, nous pouvons avoir une influence significative dans la vie des filles et les autonomiser pour qu'elles continuent sans cesse à se développer.”

**[Les voix des filles et des jeunes femmes sont particulièrement puissantes dans un communiqué de presse, par exemple :**

**Ariana, 18 ans, éducatrice des pairs : “Chaque jour, je vois des filles perdre leur temps et gaspiller leur énergie à se préoccuper de leur apparence. Les activités Libre d'être Moi ont permis de démontrer aux filles que ceci n'est qu'un mythe, et qu'elles peuvent être les personnes qu'elles veulent être!”]**

[www.free-being-me.com](http://www.free-being-me.com)  
#FreeBeingMe

**PHOTOS** – fournir des photos – par exemple, une image de guides réalisant des activités Libre d'être Moi.

..... FIN .....





**NOTES AUX REDACTEURS : Pour plus de renseignements sur le programme Libre d'être Moi, merci de contacter [freebeingme@waggs.org](mailto:freebeingme@waggs.org)**

### **A propos du Programme Libre d'être Moi**

L'AMGE et la société Dove pensent que toutes les filles et toutes les femmes doivent avoir la possibilité de réaliser pleinement leur potentiel dans l'existence. La confiance en son corps est une composante importante de l'estime de soi. Une jeune femme dotée d'une haute estime de soi croit en elle et en ses capacités, et se sent habilitée à faire ses propres choix dans la vie, à faire entendre sa voix et apporter une différence dans la communauté locale et mondiale. Libre d'être Moi est un programme d'éducation non formelle novateur qui s'adresse à la tranche d'âge des 7-14 ans. Il s'appuie sur les dernières recherches portant sur la manière d'améliorer la confiance en son corps chez les jeunes au travers d'activités éducatives ludiques et non formelles. Le programme Libre d'être Moi utilise la méthode éducative des guides et des éclaireuses.

### **Une base de recherche à la pointe dans le monde**

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec les plus grands experts mondiaux de la confiance son corps pour que l'impact du programme Libre d'être Moi s'inscrive dans la durée et permette aux participants de gagner en confiance. Le programme repose sur plus d'une décennie de recherches et d'expériences du Body Project Collaborative – une équipe de chercheurs et de psychologues – qui œuvre pour améliorer la relation des filles avec leur corps. Des études réalisées par le programme 'The Body Project' et d'autres chercheurs de premier rang ont démontré qu'avoir participé à des activités telles que celles du programme Libre d'être Moi a un impact durable sur le bien-être des filles. Une étude a révélé que trois ans après avoir participé à des activités du programme 'The Body Project' :

60% des filles avaient une perception plus positive de leur corps

78% des filles se sentaient plus confiantes et compétentes à l'école

71% avaient développé de meilleures relations avec leurs pairs

53% avaient de meilleures relations avec leurs familles.

#### **A propos de Dove**



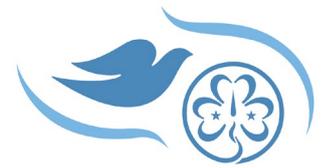
Dove est une grande marque internationale de produits de soins corporels qui s'est engagée à améliorer la confiance de la prochaine génération de femmes dans son image corporelle et à rehausser l'estime de soi. Le Projet Dove Estime de Soi a été créé pour réellement changer la façon dont les femmes et les jeunes filles perçoivent et valorisent la beauté. Des recherches approfondies ont été menées sur l'estime de soi dans le cadre du projet qui a déjà atteint et sensibilisé 12 millions de jeunes à cet égard.

#### **A propos de l'AMGE**



La mission de l'Association mondiale des Guides et des Eclaireuses est de permettre aux filles et aux jeunes femmes de développer pleinement leur potentiel de citoyennes du monde responsables. Par le biais de ses Organisations membres et de son travail en direct avec les filles et les jeunes femmes, ainsi qu'avec les garçons et les jeunes hommes, l'AMGE fournit des programmes d'éducation non formelle de haute qualité et des opportunités internationales qui procurent une formation basée sur des valeurs, dynamique et flexible dans les domaines des outils de la vie, du leadership et de la citoyenneté.

[www.waggs.org](http://www.waggs.org)



## 5: Attirer l'attention

On a souvent tort de penser qu'une fois le communiqué de presse écrit et envoyé, que ce soit à votre journal local, à une station de radio ou une chaîne de télévision, il sera publié ou diffusé. Ceci n'est malheureusement pas toujours le cas car vous n'êtes pas seul à vouloir faire publier votre histoire !

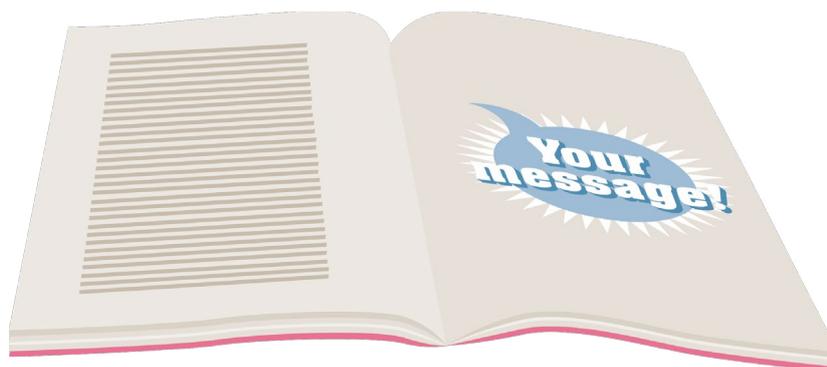
Voici quelques idées pour vous aider à capter l'attention des rédacteurs et des journalistes.

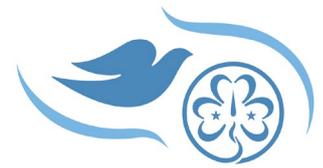
- **Une image en dit plus que mille mots !** Une bonne photo est indispensable et peut donner plus de visibilité à votre histoire. Réfléchissez à la manière dont vous pouvez raconter une histoire au travers de votre photo. Les photos que vous envoyez devront avoir été prises avec un appareil photo numérique, et en haute résolution. Une résolution 200 dpi correspond à la norme journalistique dans la plupart des cas.

*Qu'est-ce qu'une bonne photo pour la presse ?*

- Vous pouvez cadrer votre photo pour y inclure tout ce dont vous avez besoin pour illustrer votre histoire.
- Regroupez les personnes sur le cliché pour avoir un meilleur rendu – si c'est nécessaire, remplacez les personnes comme vous le jugez bon et montrez leur visage.
- N'oubliez pas d'inclure une légende à la photo dans votre communiqué pour expliquer qui et quoi figurent sur la photo.
- **L'envoyer par email à la bonne personne.** Lorsque votre communiqué de presse est prêt, l'heure est venue d'envoyer votre communiqué de presse par email au journaliste. Vous trouverez l'adresse courriel du rédacteur ou du service des informations sur leur site Web ou dans votre annuaire local.

En général, les journalistes ont des boîtes mail qui se remplissent très vite, et donc lors de l'envoi du communiqué de presse, copiez et collez le texte du communiqué dans le corps de votre message courriel et indiquez que vous avez une photo qu'ils peuvent utiliser. N'envoyez la photo que sur leur demande et quand ils l'attendent.



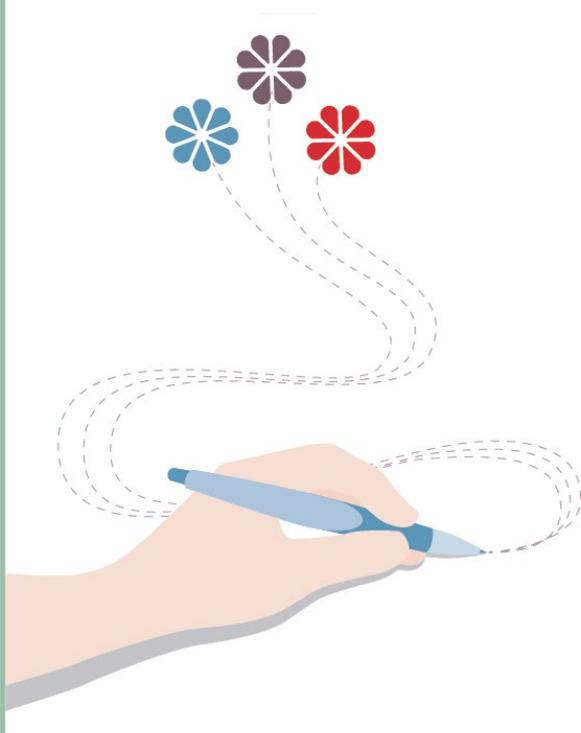


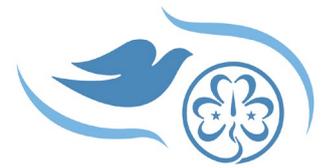
Note utile : si l'image est trop lourde pour être envoyée en tant que pièce jointe, vous pouvez utiliser "We Transfer", [www.wetransfer.com](http://www.wetransfer.com) – un outil de partage de fichiers en ligne gratuit qui est rapide et facile à utiliser.

- **Suivi téléphonique.** Une fois votre document envoyé, il est recommandé d'effectuer un suivi téléphonique. Le meilleur moment pour contacter la presse est le matin. Demandez à parler à un reporter qui couvre votre localité. Vérifiez toujours si 'c'est un moment propice pour discuter' car un journaliste peut être absorbé dans la rédaction d'un article. Puis, expliquez simplement qui vous êtes et parlez-leur de votre communiqué.

**Note: pour rappel, n'oubliez pas que rien n'est vraiment "off the record" avec les journalistes!**

- **Avant et après.** Il est toujours bon de se rappeler qu'une médiatisation dans la presse locale peut avoir lieu à deux moments – avant et après votre événement. Si vous bénéficiez d'une couverture médiatique avant l'événement, veillez ensuite à reprendre contact avec ces personnes. Elles souhaiteront peut-être voir une photo de vous prise pendant l'événement et en savoir plus sur l'expérience vécue. Un excellent moyen de nouer des liens avec les journalistes est de les inviter à l'événement et de venir voir par eux-mêmes. Toutefois, ceci est souvent plus difficile étant donné leur emploi du temps surchargé.
- **Partager votre réussite.** Si votre histoire paraît dans un journal, ou est diffusée en ligne, à la radio ou à la télévision, partagez-la avec toutes les personnes que vous connaissez ! N'oubliez pas d'utiliser les médias sociaux pour faire passer le message.





## 6: Contacting journalists using social media

Parfois, les méthodes traditionnelles décrites ci-dessus ne fonctionnent pas toujours. Les appels téléphoniques peuvent ne pas aboutir compte tenu de la mobilité inhérente au métier de journaliste et leurs boîtes électroniques sont tellement pleines que votre communiqué de presse risque de se perdre dans la masse. Les médias sociaux peuvent être un excellent moyen de surmonter tous ces obstacles!

Bien que de nombreux journalistes aiment être contactés au travers des médias sociaux, il y a des plateformes qui sont mieux acceptées que d'autres. Voici quelques conseils.

- **Twitter peut être un formidable espace.**

D'une manière générale, Twitter peut être un formidable espace pour échanger avec des journalistes car ils se servent souvent de Twitter. La plupart des journalistes gèrent leur compte Twitter, au moins en partie, de manière professionnelle, et donc sont plus susceptibles de discuter avec vous sur Twitter et de traiter de sujets en rapport avec leurs papiers relating to their stories.



**Conseil:** Beaucoup de journalistes sont contactés par des personnes sur Twitter, et vous devez soigner votre première approche. Par exemple, si vous envoyez un tweet tel que "Hey xx, j'ai quelque chose que je pense serait intéressant — m'envoyer message" (message direct), il n'y a aucune raison pour que le journaliste vous réponde. Il est préférable de s'adresser à eux en leur donnant certaines informations. N'hésitez pas à utiliser ce lien vidéo et le hashtag pour établir un contact: <http://goo.gl/ORYxFY> #freebeingme

- **En savoir un peu sur le journaliste et le contenu de la publication au préalable**

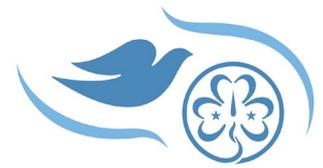
Avant de prendre contact avec un journaliste et lui faire part de votre histoire, faites quelques recherches. Les médias sociaux sont un formidable moyen de découvrir les sujets qui ont été précédemment traités par les journalistes et le genre d'histoires qui les intéressent. Bien que cet aspect puisse paraître évident, il est plus souvent ignoré que vous pourriez le croire.

- **Etre sélectif**

Si vous avez une histoire que vous aimeriez vraiment voir être diffusée mais que vous ne savez pas vers quel reporter ou média vous orienter, ne laissez pas de traces sur Twitter. Dès que vous contactez des journalistes, ils iront probablement consulter votre profil Twitter pour en apprendre davantage. S'ils constatent que vos 20 derniers tweets sont une version du copié-collé du tweet que vous leur avez envoyé, ils s'en désintéresseront vite.

- **Facebook n'est pas l'outil approprié**

Facebook est généralement pour les amis et la majeure partie des journalistes ne souhaitent pas être contactés via cette plateforme. Les journalistes, en particulier ceux et celles qui considèrent leur compte Twitter comme un prolongement de leur mission d'information, ont tendance à vouloir protéger leur vie privée sur Facebook.



**Conseil:** le site Facebook a récemment investi dans de nouvelles technologies pour protéger l'espace privé des utilisateurs. Ainsi, si vous essayez d'envoyer un message à une personne avec laquelle vous n'êtes pas ami, votre message se retrouvera dans leur fichier 'autres messages', qui probablement passera inaperçu.

*La section suivante de ce guide vous propose des conseils sur la manière de procéder quand un journaliste vous contacte. Si cela se produit, soyez heureux car c'est une chance d'être dans cette situation !*

## 7: Interviews avec les medias- comment proceder ?

Tout d'abord, ne paniquez pas ! Avant de convenir d'un entretien, cherchez à savoir :

- **A QUI** vous vous adressez. S'agit-t-il de journalistes spécialisés ou polyvalents, et quel journal, émission de radio ou de télévision représentent-ils ?
- **QUEL** genre d'article cela va-t-il être ? (un article long ou un reportage)
- **OU** sera publiée l'histoire ? Dans un journal national grand format, un journal régional, une revue hebdomadaire, un magazine glossy mensuel, à la radio?
- **POURQUOI** est-ce que l'on vous appelle ? Il y aura toujours une raison.

Questions supplémentaires :

- Que veulent-ils savoir ?
- Quelles sont les informations dont ils disposent déjà ?
- Ont-ils abordé le même sujet avec quelqu'un d'autre ? Si oui, avec qui et ce qui a été dit (ceci n'est pas toujours pertinent)
- Serez-vous cité ? Si oui, pouvez-vous vérifier les citations et les faits avant la publication? (l'occasion ne vous sera peut-être pas toujours fournie de le faire)

Se donner le temps :

Si vous n'êtes pas à l'aise pour répondre directement aux questions, ceci est OK .Après avoir recueilli autant de renseignements que possible sur le journaliste et sur le papier qu'il souhaite écrire, vous pouvez le rappeler.

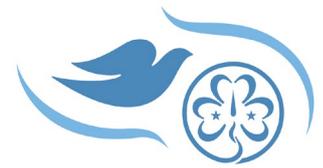
Une fois votre décision prise concernant l'interview, réfléchissez au préalable à ce que vous voulez aller dire, car une interview est l'occasion pour vous d'exprimer quelque chose de positif sur votre groupe. Si vous décidez de ne pas y donner suite, veillez à appeler le journaliste pour lui en donner les raisons.





## 8: Interview techniques

- Planifier - noter par écrit ce que vous voulez dire et exprimer clairement vos propos.
- Etre bref et concis
- Ne pas être trop technique - éviter le jargon.
- Donner des exemples.
- Etre positif.
- Si vous ne connaissez pas la réponse, renseignez-vous sans faute - n'essayez pas de deviner !
- Ne pas dévier de ce qui a été convenu lors de l'entretien.
- Si vous souhaitez transmettre un message spécifique, n'ayez pas peur de vous répéter.



## 9: Conclusion

Nous espérons que ce dossier vous aura été utile et qu'il vous a fourni quelques idées quant aux moyens de faire connaître toutes les formidables activités Libre d'être Moi. Voici une liste de contrôle que vous pouvez utiliser pour vous aider à générer de la publicité.

Etape	ACTION	COMPLETE
1	Identifier votre histoire et votre angle d'approche	
2	Rédiger le communiqué de presse en utilisant des citations, des messages clés et des statistiques	
3	Vérifier que votre titre est accrocheur	
4	Veiller à proposer une bonne photo haute résolution	
5	Identifier le journal et le journaliste que vous voulez contacter	
6	Envoyer par mail une copie du communiqué de presse en copié-collé dans le corps du texte du courriel – Ne pas envoyer de photos avant d'avoir confirmé l'envoi avec le journaliste.	
7	Effectuer un suivi téléphonique	
8	Si vous n'obtenez pas de réponse, contacter le correspondant sur Twitter et copier le lien de la vidéo Libre d'être Moi et le hashtag <a href="http://goo.gl/ORYxFY">http://goo.gl/ORYxFY</a> #freebeingme	

### DES QUESTIONS?

**Si vous avez des questions ou des demandes concernant votre approche RP, n'hésitez pas à contacter l'équipe de la Communication de l'AMGE qui sera ravie de vous offrir des conseils.**

#### COORDONNEES DU CONTACT

**freebeingme@waggggs.org**  
**+44 (0)20 7794 1181**

