

Check-liste

Collaboration avec les médias

Généralités

Les médias sont un facteur important permettant de transmettre des informations et des communications à un large public. Pour collaborer de manière efficace avec les médias, il est nécessaire de respecter quelques règles de base.

- Deux catégories de médias**
- Médias imprimés
 - Journaux (quotidiens, hebdomadaires, gratuits)
 - Périodiques (grand public, spécialisés, d'associations, suppléments spéciaux/magazines)
 - Médias électroniques
 - Agences de presse, radio, TV, Internet

- Critères de sélection** Les médias sélectionnent les informations selon les critères suivants:
- Intérêt
 - Actualité
 - Valeur de l'information pour le public (référence régionale)

- Moyens d'information** Ces moyens permettent d'informer les médias (moyens pertinents pour ANS):
- Ressources écrites
 - Communiqués de presse
 - Événements (permettent d'entretenir les contacts formels et informels)
 - P. ex. invitations à des randonnées

- Interviews/
contacts personnels**
- Nom et logo des Amis de la Nature doivent être visibles:
p. ex. t-shirt, veste avec logo ou drapeau
 - Pour les interviews, proposer uniquement des personnes disertes et expertes dans le domaine

Communiqués de presse

Un communiqué de presse est publié si son contenu et sa forme offrent un intérêt. Les premières lignes (surtout l'introduction) sont décisives et déterminent la suite ou non de la lecture. L'introduction doit contenir les informations principales. Les critères suivants doivent être pris en compte:

Structure

Plan clair

- Lieu/date
- Titre (pertinent et informatif)
- Introduction (résumé des points principaux)
- Texte principal
 - (intertitres lors de textes longs)
 - Conclusion
- Expéditeur
 - Téléphone
 - E-mail
 - Disponibilités de la personne responsable
- Boiler plate: 3-4 lignes avec infos principales concernant l'ANS (les mêmes sur toutes les communications)

Contenu

Informations pertinentes, actuelles et intéressantes (avec référence régionale)

- 6 questions (auxquelles donner une réponse)
 - Qui?
 - Quoi?
 - Quand?
 - Où?
 - Comment?
 - Pourquoi?
- Texte et langue
 - Court, factuel, compréhensible
 - Vivant/évocateur
 - Adapté au public cible
 - Pas de formulations publicitaires
 - Faits importants au début
 - Détails à la fin

Forme

- Plan clair**
- Longueur: 1 – max. 2 pages
 - Présentation
 - Alignement à gauche
 - Large marge à droite
 - Caractères: Arial 10. Titre principal: 12, gras. Introduction: 10, gras

Questions spéciales

- A prendre en compte**
- Envoyer la communication 1-2 semaines avant la manifestation/ l'événement
 - Respecter la clôture de rédaction
 - Photos (indiquer les légendes et le nom du photographe, clarifier les autorisations de reproduction)
 - Tenir compte de l'embargo

Remarque

Un modèle de communiqués de presse est disponible sur www.amisdelanature.ch.

Rolf Eggimann se tient à disposition pour toute question, contribution ou remarque:
Rolf Eggimann, 062 923 04 22, rolf.eggimann@naturfreunde.ch