

Kit media

Utilisez les médias pour montrer que votre ville ♥ le 100% propre

Lors de la préparation de votre plan média, gardez à l'esprit que le plus important, c'est que **les médias soient séduits par la cause que vous défendez. Ce sont des gens comme nous, d'ailleurs beaucoup d'entre nous sommes journalistes** et il est bien probable que la personne que vous souhaitez voir couvrir votre événement se soit lancée dans cette profession pour changer les choses dans le monde.

Contactez un journaliste de la presse locale ou une connaissance qui travaille dans les médias dès que vous commencerez à travailler sur l'organisation de votre événement. Demandez-lui des conseils sans attendre. Expliquez-lui votre idée et demandez-lui comment intéresser la télévision, la presse papier et la radio dans votre région.

Maintenant que vous avez contacté les médias, le reste viendra tout seul :)

Voici quelques conseils pour continuer sur votre lancée:

Avant l'évènement

1. Trouvez les bons journalistes

Tout d'abord, établissez une liste des noms, des numéros de téléphone et des adresses e-mail des organes de presse et des journalistes dans votre région. La meilleure manière de contacter un journaliste ou un service d'information est d'appeler directement le standard. Les organes de presse font généralement figurer ce numéro sur leur site Internet. Appelez et demandez à être mis en contact avec un service précis (par exemple, le service information ou image) ou avec une personne en particulier.

Lisez les articles publiés dans votre journal local ou sur Internet et noter le nom des personnes qui couvrent les affaires locales ou environnementales. Demandez à leur parler lorsque vous appelez le standard.

Notez bien les coordonnées des journalistes avec lesquels vous entrez en contact. Cela pourrait vous être très utile pour des événements à l'avenir!

Voici une liste pour vous aider à savoir qui contacter:

Votre journal local. Trouvez le numéro de téléphone de la salle de rédaction et du rédacteur en chef chargé de votre ville, parce que c'est elle ou lui qui prendra la décision de couvrir ou non votre journée d'action. Si c'est un journal local, ils seront intéressés par ce qui se passe dans la région.

Radios et télévisions locales. Pour beaucoup de personnes, la télévision reste l'unique manière de s'informer. Demandez au service d'information si une équipe télé peut effectuer un reportage sur votre journée d'action. S'il s'agit d'une radio, demandez s'ils peuvent en parler dans leur bulletin d'information. S'ils ne peuvent pas venir sur place, proposez-leur un entretien téléphonique. Demandez aussi s'ils peuvent publier un article en ligne.

Les émissions radio. Si votre radio locale anime une émission de débat ouverte aux auditeurs, suggérez d'organiser une émission consacrée aux énergies 100% propres et aux réactions du public face à ce défi dans votre région. Votre journée d'action sera l'accroche parfaite pour ce débat.

Les blogueurs locaux. Effectuez une recherche sur Google pour trouver tous les blogs locaux traitant de thématiques sociales, politiques ou environnementales. Vous trouverez normalement l'adresse e-mail du créateur ou de l'animateur du site. Il est très probable que l'on parle de votre événement sur un blog local - c'est un moyen très efficace pour diffuser l'information.

Si votre événement a lieu dans une capitale ou regroupe plus de 5000 personnes, contactez votre agence de presse nationale - en France c'est l'AFP. Trouvez le numéro de téléphone et l'adresse e-mail du standard. Vous pouvez aussi contacter les services image et télévision, si cela vous semble utile. Ces agences partagent leur contenu au niveau national et international, ce qui signifie que les autres organes de presse utilisent et diffusent leurs informations. Elles ont également un "agenda" des événements locaux que d'autres organes de presse utilisent afin de décider ce dont ils vont parler. C'est là que votre journée d'action doit être répertoriée!

2. Donnez aux journalistes les informations dont ils ont besoin

- Il est recommandé d'envoyer aux journalistes ce qui est appelé un "dossier de presse". Il s'agit généralement d'un texte court qui donne aux journalistes toutes les informations dont ils ont besoin au sujet de votre journée d'action - qui, quoi, quand, où et pourquoi.
- La bonne nouvelle, c'est que vous trouverez un dossier déjà rédigé à la fin de ce guide! Il ne vous reste plus qu'à ajouter les détails et à l'adapter à votre propre action.
- Lorsque c'est fait, envoyez votre dossier de presse par e-mail à tous les reporters de votre région. Il est préférable d'utiliser des adresses nominatives. Dans l'idéal, le dossier de presse est envoyé au moins deux jours avant l'événement. Après l'avoir envoyé, appelez le service de presse et demandez au standardiste de s'assurer que les journalistes ont bien reçu et pris connaissance de ce document.
- Envoyez aussi une copie à Avaaz quelques jours avant l'événement afin que nous puissions informer les journalistes du monde entier de tout ce qui se passe partout sur la planète. Envoyez votre e-mail à photos@avaaz.org

3. Appelez-les. Et puis rappelez-les!

Les journalistes sont submergés d'e-mails. Le téléphone reste donc encore le meilleur moyen pour faire en sorte qu'un reporter couvre votre journée d'action. À vous de les convaincre que votre manifestation est exceptionnelle et qu'ils devraient s'y intéresser!

Avant de commencer à appeler:

Pensez à ce que vous allez dire au journaliste. À la fin de ce guide, vous trouverez quelques phrases clés que vous pourrez utiliser afin de vous aider à présenter votre journée d'action au téléphone. Si vous vous entraînez à répéter et à mémoriser au moins trois phrases dans cet argumentaire, l'appel téléphonique sera bien moins stressant et bien plus efficace.

Entraînez-vous à répéter et à présenter votre évènement à voix haute ou avec un ou une ami(e) (les grands professionnels font ça tout le temps!).

Conseils importants lors des appels:

- Allez droit au but. Condensez les aspects les plus intéressants et les plus actuels de ce que vous avez à dire et faites les tenir en 30 secondes. Les journalistes sont des gens pressés!
- Si vous contactez une radio ou une télévision, demandez-leur si vous pouvez participer à une émission pour parler de votre évènement.
- Faites en sorte de parler directement aux journalistes. Ca ne sert pas à grand-chose de laisser un message au réceptionniste ou sur leur répondeur.
- Rappelez les journalistes. Rappelez-les juste après avoir envoyé votre e-mail - cela devrait avoir lieu au moins un jour ou deux avant votre journée d'action. Rappelez-les une fois encore le matin même.
- Les meilleurs moments pour appeler les médias sont les suivants:
 - Appelez les télévisions avant 9 heures - c'est l'heure à laquelle a lieu la réunion qui arrête les priorités de la journée.
 - Appelez les radios à n'importe quel moment.
 - Appelez la presse écrite entre 9 heures et 10 heures, avant que les journalistes et les rédacteurs ne choisissent ce qu'ils vont traiter pendant la journée.
- Si vous ne pouvez pas appeler à ce moment-là, appelez quand vous pouvez. Mais de manière générale, mieux vaut appeler le matin.

4. Facebook et Twitter

Facebook et Twitter sont des moyens rapides de parvenir à vos fins. En parlant de votre journée d'action sur les réseaux sociaux, vous pouvez créer le buzz, expliquer à tout le monde ce que vous faites et pourquoi et donner envie de participer à plus de personnes encore. Les journalistes suivent de près les tendances locales de Facebook et Twitter. Parfois, il est possible d'attirer l'attention des médias rien qu'en diffusant l'information sur Internet!

Vous pouvez attirer l'attention des journalistes grâce à des messages sur Twitter. Si vous connaissez le nom du journaliste que vous voulez sur votre journée d'action, regardez sur Twitter s'il dispose d'un compte actif. Envoyez-lui alors un tweet après lui avoir adressé le dossier de presse par email.

Pendant votre journée d'action

1. Apportez des supports d'information à distribuer à la presse

Apportez plusieurs exemplaires de votre communiqué de presse. Munissez-vous d'images que vous aimez afin de les distribuer aux journalistes. Donnez-leurs toutes les informations nécessaires au sujet de l'évènement auquel ils assistent pour les aider à écrire un article factuel et à le publier rapidement. N'oubliez pas d'y ajouter vos coordonnées afin qu'ils puissent vous contacter après la mobilisation!

2. Repérez les journalistes parmi la foule

Demandez à deux personnes de se munir du dossier de presse et de partir à la rencontre des journalistes à travers la foule.

Généralement, les journalistes se trouvent soit en début de cortège, soit sur les côtés. Les équipes de télévision ou de radio sont plus faciles à identifier grâce à leurs caméras et tout leur équipement. Les journalistes et quelques blogueurs prennent souvent des notes sur de petits carnets, mais il vous faudra être assez attentif pour les repérer.

Si vous pensez avoir identifié un journaliste, allez vers lui et demandez-lui confirmation. Si la réponse est positive, présentez-vous et, comme vous le feriez au téléphone, donnez-lui votre dossier de presse et demandez-lui s'il a des questions, ou s'il souhaite parler à quelqu'un de l'organisation.

N'oubliez pas de bien noter son nom, l'organisme pour lequel il travaille et ses coordonnées. Demandez une carte de visite, s'il en a une. Dites-lui que vous le recontacterez au sujet des suites de votre journée ou d'autres actions.

3. Ne déviez pas de votre argumentaire

Le mieux est de constituer une "équipe média" composée d'une ou deux personnes qui seront prêtes à répondre aux questions des journalistes.

La meilleure façon de vous assurer que les médias reflètent bien la réalité de votre journée d'action est de vous entraîner à résumer l'information essentielle en trois phrases courtes et percutantes. Cela s'appelle un "argumentaire". Il s'agit souvent de phrases courtes et bien tournées qui sont faciles à utiliser dans une conversation. Vous trouverez un exemple d'argumentaire ci-dessous, et vous pouvez les modifier à votre guise pour votre journée d'action.

Après l'évènement: Diffusez les images

Envoyez des photos de bonne qualité à tous les journalistes avec lesquels vous avez été en contact, au cas où ils souhaiteraient les utiliser pour leur reportage.

Envoyez les vidéos, les liens ou les copies scannées des articles parlant de votre journée d'action à Avaaz immédiatement après la fin de votre mobilisation. Grâce à cela, nous pourrions informer les dirigeants qui se réuniront au Sommet de New York sur ce qui est en train de se passer partout dans le monde. Envoyez les articles, les photos et les vidéos à cette adresse: photos@avaaz.org

DOSSIER DE PRESSE

Sujet: la Marche des citoyens pour le climat

Date: 21 septembre 2014

Contact: [VOTRE NOM] [NUMÉRO DE TÉLÉPHONE PORTABLE]

[VOTRE VILLE] participe à l'appel mondial pour

[VOTRE VILLE] rejoins l'appel mondial pour une énergie 100% propre.

Les habitants de [VOTRE VILLE] rejoindront des millions de personnes tout autour du monde pour la plus grande mobilisation pour le climat de l'Histoire

A [heure], les habitants et les visiteurs de [lieu] se rassembleront face de la mairie pour remettre une pétition ayant recueilli des millions de signatures pour un futur 100% propre.

Cette journée d'action mondiale aura lieu le dimanche 21 septembre, à l'occasion d'un sommet de chefs d'État réunis à New York sous l'égide du Secrétaire général de l'ONU Ban Ki-Moon. Au cours de cette réunion, ces dirigeants devront discuter d'une réponse commune au problème du réchauffement climatique. Des organisations de la société civile locale, nationale et internationale accueilleront les dirigeants du monde entier à leur arrivée à New York par une Marche des citoyens pour le climat. Celle-ci réunira des centaines de milliers de personnes.

Au même moment, des milliers de pétitions demandant un futur 100% propre seront remises dans plus de 88 pays, comme ici même, à [localité], lors de [décrivez votre événement]. Les sondages montrent que 90% des citoyens dans le monde considèrent que le réchauffement climatique est un grave problème. Aujourd'hui, plus d'un million de personnes dans les rues revendiquent fermement le fait que les dirigeants doivent prendre des mesures urgentes pour enrayer cette catastrophe.

“Cette journée d'action ne représente qu'une partie d'une impressionnante mobilisation de millions de personnes dans le monde qui exigent de leurs dirigeants qu'ils agissent enfin pour stopper le réchauffement climatique”, a déclaré [VOTRE NOM], un membre d'Avaz de [VOTRE LOCALITÉ].

“Les habitants de [VOTRE LOCALITÉ] participent à ce mouvement afin de montrer que le public est unanimement en faveur d'un accord mondial qui mette un terme à la catastrophe climatique et ouvre la voie à un futur 100% propre”.

QUOI: remise de la pétition “[VOTRE LOCALITÉ] ♥ 100% propre”

QUAND: Dimanche 21 septembre à [heure]

OÙ: [LOCALITÉ]

QUI: [nom du groupe, coordonnées]

Argumentaire:

C'est la plus grande mobilisation pour le climat de l'Histoire

- Plus d'un million de personnes descendent dans les rues partout dans le monde
- Les mobilisations les plus importantes auront lieu à New York, Paris, Rio de Janeiro, Sydney, Londres et bien d'autres villes...
- [nombre de personnes participant à votre journée d'action] ici même à [localité]

[localité] veut un futur 100% propre

- Les scientifiques disent que nous n'avons que deux ans pour stopper la pollution due au CO2
- Les énergies renouvelables sont une solution réaliste
- 30% de l'énergie allemande est propre

Il est temps que les États écoutent leurs citoyens

- Les sondages montrent que 90% des citoyens dans le monde sont préoccupés par le changement climatique