

# Médias

## Communiquer avec les Médias

**Soyez capable de décrire votre projet de manière brève et convaincante.** Pensez aux raisons pour lesquelles vous menez votre action. Quelle est la chose la plus importante que vous les gens devraient savoir sur votre projet? Pourquoi seraient-ils intéressés? En préparant votre message avec soin et à l'avance, vous vous assurez de diffuser une information cohérente dans toutes vos communications. Assurez-vous que tous les membres de l'équipe comprennent et utilisent ce message lorsqu'ils parlent du projet.

**Préparez un dossier de presse.** Le dossier de presse est un kit d'information «prêt à distribuer» qui explique votre projet. Il contient vos brochures, documents d'information, coupures de presse récentes, le résumé de la couverture médiatique de votre projet et vos coordonnées. En maintenant une documentation à jour, vous serez en mesure de faire connaître vos réussites auprès des médias et du public.

**Dressez une liste de contacts médias.** Avant de communiquer avec les médias, faites une recherche sur les bureaux de presse et les journalistes que vous désirez contacter. Votre liste médias devrait contenir les coordonnées des personnes avec qui vous avez déjà été en contact, et de celles qui selon vous pourraient s'intéresser à votre travail. Les journalistes qui travaillent sur les actualités locales, écrivent au sujet de la culture «jeunes» ou de problématiques sociales et environnementales pourraient être réceptifs à votre message.

**Gardez vos contacts informés.** Communiquez avec les membres de la presse sur les avancées de votre projet: lorsque vous organisez une action ou un événement, lorsque vous recevez un prix ou une récompense, lorsque vous avez un impact direct sur la communauté. Envoyez des communiqués de presse aux journaux, stations de radio et chaînes de télévision de votre région. Pour plus de conseils, vous pouvez consulter la fiche Communiqués de presse de GenV.

**Envoyez une lettre aux rédacteurs en chef.** Si vous lisez un article qui a rapport d'une certaine façon à votre projet et que vous souhaitez réagir (en positif ou en négatif), vous pouvez adresser un courrier au rédacteur en chef de la publication pour faire entendre la prise de position de votre équipe.