

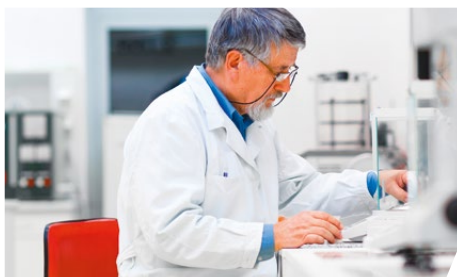


Laurette
Fugain

l'association qui lutte
contre les leucémies

GUIDE DU BÉNÉVOLE

COMMENT GÉRER LES RELATIONS AVEC LA PRESSE



SOUTENIR

la recherche médicale
pédiatrique et adulte
sur les leucémies



MOBILISER

autour des Dons de Vie
(sang, plaquettes
et moelle osseuse)



AIDER

les patients
et les familles



EN BREF

- La communication avec les médias sert à **faire connaître les missions de l'association**, combattre les idées reçues, développer diverses actions... **L'entretien d'une bonne relation avec les journalistes est primordial.**
- **La Responsable communication est la personne la plus apte à s'exprimer auprès des médias.** Il est important de s'en référer à elle pour n'importe quelle demande vers l'extérieur (pour apporter aux journalistes une réponse exacte et complète).
- Si vous êtes amené à faire vous-même une interview, pensez à bien vous **exprimer de manière claire, à ne pas porter de jugements et à bien faire passer les messages importants pour Laurette Fugain** (information sur les Dons de Vie, sur les financements, sur les événements...)

DES ENJEUX STRATÉGIQUES

Il faut être prudent dans sa relation avec les médias et suivre des règles bien définies afin d'être constructif pour l'association. Ce guide vous permettra d'en cerner les enjeux et les difficultés, et de savoir comment réagir lorsqu'une opportunité se présente pour l'association.

1 - Faire connaître l'association

Si le nom de l'association jouit d'une notoriété indiscutable, l'action menée au quotidien reste méconnue du plus grand nombre et en particulier des médias, par exemples :

- L'association n'est pas une grande structure nationale avec de nombreux employés...
- Laurette Fugain est également souvent assimilée à une seule de ses 3 missions : le financement de la recherche, la mobilisation autour des Dons de Vie ou l'aide aux patients.

Communiquer est donc indispensable :

- Au quotidien, pour informer sur notre structure et notre combat.
- Sur chaque événement pour monter une image positive et dynamique (notoriété), et renforcer les liens avec les donateurs et leur offrir une contrepartie.

2 - Combattre les idées reçues

- Sur les Dons de Vie, sur la leucémie.
- Sur l'association (ex. : Laurette Fugain n'est pas aidée par l'Etat et a besoin de dons au quotidien).

3 - Développer les actions

Communiquer est essentiel pour recruter de nouveaux :

- bénévoles
- adhérents
- donateurs
- partenaires institutionnels ou entreprises

Mais aussi pour inciter à la mise en place de projets au profit de l'association partout en France.

LES ATTENTES DES MÉDIAS

Les journalistes qui font appel à Laurette Fugain **recherchent des informations sûres et d'actualité**. Il est donc impératif de leur **fournir des informations récentes, fiables** (donner les mêmes chiffres, utiliser le même vocabulaire pour présenter les missions ou les dons) et adaptées à leurs sujets.

Le journaliste est un partenaire de l'association. Il est donc important de partir sur de bonnes bases et d'apparaître comme une source d'information pertinente et crédible pour pouvoir **entretenir une relation à long terme**.

LES PERSONNES PRIVILÉGIÉES POUR COMMUNIQUER

Les relations avec les journalistes peuvent s'établir par :

- téléphone
- en face à face
- ou grâce à l'envoi d'informations (communiqués ou dossiers de presse).

Tous les médias sont traités avec une attention égale et sans discrimination.

La médiatisation de l'association, son envergure et son ambition imposent des règles rigoureuses de communication. Les prises de parole doivent être cohérentes avec la stratégie et le discours de l'association, et bien maîtrisées par les intervenants.

Par conséquent, l'interlocutrice légitime pour les journalistes, hormis la Présidente, est la Responsable Communication, garante de la stratégie de communication médias.

Elle gère :

- les relations avec les journalistes pour la publicité au quotidien
- la couverture des événements

Elle apporte:

- des réponses aux sollicitations spontanées de journalistes (reportages TV/radio/presse écrite/internet, témoignages et interviews).

Elle conseille et assiste aussi :

- les partenaires montant des projets pour l'association et
- les responsables des antennes de l'association.

Intégrer la Responsable communication dans un processus de communication permet également de renforcer dans le temps le réseau de contacts avec les médias.

Pour toutes ces raisons, il est impératif de la contacter pour toute relation avec les médias, autant que possible en amont de la communication ou à défaut le plus tôt possible après.

LES DIFFÉRENTS CAS DE FIGURE

1 - Vous êtes contacté en amont par un journaliste

Qu'il s'agisse d'une problématique nationale ou locale, la Présidente ou la Responsable Communication sont en priorité habilitées à :

- S'exprimer au nom de Laurette Fugain
- À déléguer la prise de parole aux bénévoles quand la situation l'autorise ou l'exige.

Dans tous les cas, ne répondez pas immédiatement :

- Prenez les coordonnées du journaliste
- Indiquez-lui qu'il sera recontacté très rapidement.
- Transférez la demande à la Responsable Communication, qui étudiera avec vous la meilleure façon de lui répondre.

2 - Vous êtes l'initiateur du contact et vous souhaitez relayer une information à un média

Contactez la Responsable communication afin de l'informer et de préparer au mieux le message avec elle.

A noter : Laurette Fugain n'est pas favorable aux demandes d'exclusivité, l'intérêt de l'association est que le maximum de publics soient informés à travers le plus possible de medias.

3 - Vous êtes contacté sur le terrain par un journaliste et n'avez pas la possibilité d'en référer à quelqu'un par anticipation

Vous devez vous poser dans l'ordre ces questions :

- La demande relève-t-elle du domaine d'intervention de Laurette Fugain ?
- La demande respecte-t-elle l'éthique de l'association ?
- Suis-je à même d'y apporter une réponse ?

Ne prenez en aucun cas la parole :

- Si vous n'êtes pas à l'aise sur le sujet en question
- Pas de communication vaut mieux qu'une mauvaise communication (approximation, erreur...).

En revanche :

- Prenez soin d'expliquer au journaliste pourquoi vous ne pouvez lui répondre
- Il acceptera que vous soyez mal à l'aise pour parler au nom de l'association ou que vous ne connaissiez pas la réponse
- Mais ne donnez pas l'impression de ne pas vouloir communiquer.
- Orientez-le alors vers la Responsable Communication.

Si vous estimez pouvoir répondre au journaliste, les conseils à suivre vous seront précieux.



COMMENT RÉPONDRE À UNE INTERVIEW ?

1• Préparation de l'interview : comprendre le contexte

Avant chaque interview, il est indispensable de se familiariser avec le contexte. En collectant auprès du journaliste le maximum d'informations, vous pourrez cerner ses attentes et y répondre au mieux.

Ce que vous devez savoir concernant le journaliste :

- Le média pour lequel il travaille
- Le public auquel s'adresse son média

A noter : pensez à prendre les coordonnées du journaliste, et à lui donner celles de l'association, idéalement le contact de la Responsable Communication ou à défaut celles d'un salarié ou les vôtres.

Ce que vous devez savoir concernant l'interview :

- Le sujet exact et à quel public les informations vont être transmises
- Le niveau d'information du journaliste concernant Laurette Fugain & les Dons de Vie
- Le type d'information dont il a besoin (dossier de presse, témoignage, etc.)
- Le type d'interview qu'il souhaite (en face à face [à privilégier] ou par téléphone)
- La forme de l'interview : filmée, audio (radio), écrite (article presse)...
- Le temps estimé de l'interview
- Le besoin ou non de plusieurs interlocuteurs pour traiter le sujet

A noter : renseignez-vous sur la date de parution de l'interview. Demandez à ce que l'association soit tenue informée avant sa diffusion.

IMPORTANT : cette phase vous est indispensable pour comprendre et cerner le contexte de l'interview. Cependant, elle ne doit pas se transformer en interrogatoire du journaliste. Expliquez-lui que vous avez besoin de comprendre certains points pour répondre au mieux à ses questions et optimiser la qualité de son travail.

2• Réalisation de l'interview

INTERVIEW PAR TÉLÉPHONE

Ce mode est couramment utilisé par la presse écrite et la radio, plus rarement en télévision.

Par sécurité :

- N'acceptez jamais d'accorder une interview téléphonique instantanément. Cela doit se préparer, pour le journaliste comme pour vous.
- Demandez à ce qu'on vous rappelle ultérieurement (même si ce sont juste 10 min).

A noter : ne rédigez pas complètement votre interview. Le ton ne serait pas naturel et se ressentirait lors de l'interview. Préférez noter quelques mots et idées clés qui vous permettront de vous y retrouver et de ne rien oublier.

IMPORTANT : Assurez-vous, avant tout, que l'enregistrement n'ait pas démarré sans que le journaliste l'ait clairement annoncé.

INTERVIEW EN FACE À FACE

Prenez le temps de vous mettre dans une position confortable et regardez le journaliste (il vous indiquera où regarder). L'objectif est de se sentir à l'aise et de rester naturel.

Dans tous les cas :

- Soyez cordial sans être familier : ce n'est pas au journaliste que vous vous adressez mais à son public.
- Parlez lentement et faites des pauses entre les phrases importantes. Optez pour des phrases courtes et simples.
- Ne portez pas de jugements de valeur
- N'abordez pas de sujets internes (les débats tenus au sein de l'association n'ont pas vocation à être diffusés à l'extérieur), ne critiquez pas négativement : Tout message provenant de l'association doit avoir un but informatif.

-
- Evitez le vocabulaire trop technique ou anxiogène pour rester simple et mobilisateur.
 - Assurez-vous que le journaliste a bien compris, le sujet peut être complexe à traiter.
 - Si vous ne connaissez pas la réponse à une question, n'inventez pas. Dans ce cas, renseignez-vous après l'interview.
 - Optez pour des formulations positives.
 - Soyez concis et concret.
 - Donnez des exemples. Cela aide la personne qui n'est pas familière avec le sujet à mieux comprendre.
 - Donnez des chiffres. Ils sont toujours plus parlants et donnent un ordre d'idée concret.
 - Communiquez les messages prioritaires. Sélectionnez un message simple en fonction du sujet, fil rouge de l'interview.

Exemples de sujets :

• Les Dons de Vie

Message : « *il est important que vous alliez donner* » (en cette période de fêtes, de vacances, ...) »

- Le financement de la recherche médicale

Message : « *rôle crucial des dons pour que LF puisse poursuivre son rôle majeur de financement de la recherche médicale, donnez ! (ou adhérez !)* »

- Un évènement sportif

Message : « *grande mobilisation autour de l'association, dynamique, positive et festive : rejoignez-nous !* »

3 - Après l'interview

N'hésitez pas, à la fin de l'interview :

- À engager la conversation avec le journaliste sur l'actualité de l'association
- Vous pouvez évoquer les principaux évènements à venir en lien avec sa spécialité : local ou national, thématique (sport, culturel, information générale...).

IMPORTANT : Tout ce que vous dites en dehors de l'interview pourra être utilisé par le journaliste.



“

Il est difficilement acceptable de voir mourir un être humain parce que d'autres n'ont pas su qu'ils pouvaient le sauver. Pour que les malades ne soient plus jamais confrontés à l'insuffisance de ces Dons de Vie, rejoignez-nous !

”

Stéphanie Fugain

Contacts :

Séverine Gounelle

Presse/médias

severinegounelle@laurettefugain.org

Delphine Hoffmann

Responsable Développement et Partenariats

delphinehoffman@laurettefugain.org

Ronan Jaffré

Responsable Bénévoles

ronanjaffre@laurettefugain.org



Rejoignez-nous sur



#jesauveunevie

Association Laurette Fugain
Lot n° 1674 - 101 rue de Sèvres
75279 Paris cedex 06

www.laurettefugain.org