

Fiche-conseil sur les relations avec les médias

Composantes d'une campagne médiatique efficace

- Trousse de presse
- Message d'intérêt public
- Calendrier communautaire et publicités
- Entrevue
- Communiqué de presse

Commencez par rédiger des messages. Ces messages constitueront le fondement de tout le matériel publicitaire et médiatique que vous produirez et de toutes les entrevues que vous accorderez. Veillez à toujours fournir une réponse aux cinq questions clés, soit qui, quoi, quand, où et pourquoi. Cultivez de bonnes relations avec les médias locaux. Préparez une liste des contacts médiatiques de votre collectivité et région, et mettez cette liste à jour.

Trousse de presse

Une trousse de presse contient vos documents publicitaires. Elle peut être distribuée électroniquement ou en version papier avant une entrevue et contenir ce qui suit :

- communiqué de presse;
- fiche de renseignements généraux;
- programme sur les activités ou les événements;
- liste des partenaires et des commanditaires;
- biographies;
- feuillet d'information sur votre organisme, sa mission, son public cible, ses partenaires et commanditaires, et le rôle que jouent vos bénévoles;
- coordonnées.

Conseils

- Assurez la cohérence de votre image de marque en affichant votre logo et vos coordonnées sur



tous vos documents.

- Assurez-vous que vos documents imprimés sont faciles à lire en prévoyant beaucoup de zones blanches.
- Intégrez un volet à dimension humaine. Puisez dans les citations de bénévoles ou de personnes dont la vie a été touchée par des bénévoles.



National Volunteer Week
April 14 - 20, 2024

La Semaine de l'action bénévole
Du 14 au 20 Avril 2024

#NVW2024 #EveryMomentMatters

Messages d'intérêt public, calendriers communautaires et publicités

Les messages d'intérêt public, les calendriers communautaires et les publicités sont de courtes annonces diffusées dans différents médias, tels que la télévision, la radio, les journaux, les médias sociaux et les magazines.

Conseils

- Dans le cas des médias imprimés, évitez de surcharger le texte. Contentez-vous d'annoncer de façon succincte votre événement ou votre activité en prenant soin d'inclure les coordonnées de votre organisme ou un site Web pour l'obtention de détails supplémentaires.
- La durée du texte parlé des annonces radiophoniques est généralement de 10 à 60 secondes. Évitez d'écrire des phrases trop compliquées. La simplicité est de mise.
- Les stations de télévision communautaire exigent généralement un texte publicitaire de 8 à 10 lignes avec 24 à 30 caractères par ligne. Assurez-vous de vous renseigner sur leurs exigences et les dates d'échéance.
- Demandez si votre statut d'organisme charitable peut vous donner droit à un tarif réduit. Aussi, demandez aux médias s'ils aimeraient vous commanditer.

Entrevues

Bien qu'il soit conseillé de désigner un porte-parole officiel, prévoyez toujours un remplaçant pour jouer ce rôle si jamais votre premier choix n'est pas en mesure de participer à une entrevue. Pour les entrevues téléphoniques, assurez-vous d'avoir devant vous des notes avec vos messages clés et d'autres renseignements pertinents (p. ex., vos commanditaires). Si vous fournissez des photographies en vue de



la publication d'une entrevue dans un quotidien, vous devez au préalable faire signer un formulaire de consentement à toute personne dont l'image sera utilisée.

Communiqué de presse

Le communiqué de presse sert à informer les médias de la tenue prochaine de l'événement communautaire que vous organisez et à sensibiliser les médias à votre organisme. La longueur ne doit pas dépasser pas une page. Envoyez le communiqué sur le papier en-tête de votre organisme et assurez-vous que toutes vos coordonnées y figurent.



National Volunteer Week
April 14 - 20, 2024

La Semaine de l'action bénévole
Du 14 au 20 Avril 2024

#NVW2024 #EveryMomentMatters

Conseils

- Restez concis en limitant le communiqué à une seule page sur laquelle figurent l'en-tête de votre organisme et les coordonnées de votre organisme.
- Commencez par une phrase captivante mais factuelle.
- Terminez par un court paragraphe standard qui décrit votre organisme. Inscrivez les coordonnées de la personne-ressource avec qui les médias peuvent communiquer. À la toute fin, mettez « -30- » au centre de la page.

Préparation d'un communiqué

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

DATE DE DIFFUSION

INSCRIVEZ VOTRE TITRE ICI EN MAJUSCULES ET EN CARACTÈRES GRAS



VOTRE VILLE, PROVINCE | Du 14 au 20 avril, Bénévoles Canada et (votre organisation) rendent hommage aux 24 millions de bénévoles canadiens pour la Semaine de l'action bénévole (SAB).

Cette célébration annuelle est l'occasion de remercier et de reconnaître les bénévoles d'un océan à l'autre côte. Le thème de cette année est *Ça compte toujours*. Il souligne l'importance de chaque bénévole et de chaque contribution qu'ils apportent à un moment où nous avons plus que jamais besoin de soutien.

(Quelques phrases sur votre organisation, votre engagement des bénévoles et la SAB)

Événements pour la Semaine de l'action bénévole 2024 :
(Les événements qui se déroulent dans votre communauté)

(Paragraphe standard de votre organisation. Exemple en bas).

Bénévoles Canada (www.benevoles.ca)

La mission de Bénévoles Canada consiste à faire avancer le bénévolat afin d'accroître les liens, la communauté et l'appartenance. Depuis 1977, il se veut la voix nationale du bénévolat et assure le leadership dans ce domaine. Cet organisme de bienfaisance enregistré compte plus de 1 100 organisations membres et collabore avec des entreprises, d'autres organismes de bienfaisance, des organismes sans but lucratif et des partenaires éducatifs de partout au pays dans le but de renforcer la qualité, la quantité et l'accessibilité du bénévolat. Nous sommes le pilier du secteur et fournissons leadership, expertise, normes de pratique et ressources aux secteurs public, privé et de bienfaisance.

Pour obtenir d'autres renseignements, communiquer avec :
(Nom, titre et coordonnées de la personne ressource de votre organisation)

