

# Réussir ses RP en 5 étapes

## Etape 1 : Cibler les bons médias

- **La presse régionale, votre meilleur allié**

**Vous organisez une action solidaire en soutien à Handicap International dans votre ville.**

Ce sont donc en priorité **les journalistes locaux/régionaux** qui seront intéressés par votre initiative. Par-dessus tout, ce sera **votre initiative et votre volonté de la médiatiser** qui suscitera l'intérêt du journaliste. **Astuce** : n'hésitez pas à varier les types de médias : la presse écrite, mais également les TV ou radios régionales (France 3 ou France Bleu par exemple) qui peuvent être intéressées par votre initiative solidaire !

- **La presse nationale**

Si vous souhaitez contacter la presse nationale, pensez aux « rubriques solidaires » comme par exemple « [Une idée pour la France](#) », ou bien passez directement par les adresses génériques prévues à cet effet ([TF1 & vous](#)). Toutefois, souvenez-vous que la presse nationale étant plus sollicitée, il est souvent plus difficile d'avoir des retours positifs ... Or, votre action compte et nous sommes très heureux de pouvoir vous compter parmi nos soutiens actifs !

## Etape 2 : Contacter les journalistes

- **Comment contacter les journalistes ?**

Afin de trouver les journalistes de votre région, vous pouvez utiliser les rubriques « **Nous contacter** » / « **Contact** » des sites Internet des médias concernés, puis utiliser l'exemple de mail ci-dessous. Cela fonctionne pour tous les types de médias (radio, TV, web, ou presse écrite !)

**Vous trouverez alors le plus souvent une adresse mail générique, à laquelle vous pourrez envoyer votre proposition de sujet grâce à ce mail type.** Vous pouvez joindre à ce mail un communiqué de presse, grâce au « communiqué type » que nous vous avons envoyé.

Lorsque vous contactez le journaliste, il faut aller à l'essentiel : une **information claire, précise** (ex : événement organisé, le lieu et l'heure, le but de cet événement ou son concept, et courte explication de vos motivations/votre implication dans l'événement).

- Exemple type de mail pour médiatiser votre initiative

« Bonjour Madame, Monsieur,

Je suis XX, vivant à XX.

Je me permets de vous contacter au sujet de XX qui aura lieu le XX/XX/XXXX à XX heure.

Les fonds collectés seront reversés à l'association Handicap International. L'association vient en aide depuis près de 40 ans aux populations vulnérables et aux personnes handicapées dans des situations de conflits, de pauvreté ou d'exclusion dans plus de 60 pays d'intervention. Nous sommes donc très heureux de pouvoir réaliser cette collecte en soutien à Handicap International.

Détaillez votre événement : qui y participera, les temps forts, les informations pratiques et détails qui pourront donner envie au journaliste de relayer votre événement dans la presse.

Nous vous invitons donc à venir découvrir notre action / Serait-il possible de relayer cette action dans votre média ?

Je vous joins à ce mail l'invitation/la fiche de présentation/un complément d'information.

N'hésitez à revenir vers moi si vous avez des questions,

Cordialement,

Nom + prénom

Numéro de téléphone portable

Adresse mail »

**Astuce** : si vous ne trouvez pas d'adresse mail, mais un numéro de standard, vous pouvez joindre la rédaction et demander à parler à **un journaliste couvrant les actualités locales**. En reprenant la construction du mail type, votre discours est fin prêt pour présenter votre projet !

## Etape 3 : Relancer les rédactions

Il est possible que votre sollicitation passe dans les mails non lus de votre interlocuteur. Si au bout d'une semaine vous n'avez pas de retour, **vous pouvez vous permettre de relancer par mail le journaliste**. Pour cela, reprenez le mail type et complétez simplement la première phrase lui précisant que **vous vous permettez d'attirer son attention sur votre événement, suite à votre première sollicitation la semaine précédente**.

En revanche, si après deux sollicitations vous êtes toujours sans retour, rien ne sert d'inonder la boîte mail de votre interlocuteur. Les journalistes sont très pris, et ne peuvent pas traiter toutes les demandes qu'ils reçoivent...

## Etape 4 : Préparer sa rencontre avec le journaliste

Avant de rencontrer le journaliste, réfléchissez à votre prise de parole : cela inclus l'événement que vous souhaitez organiser mais également **quelques lignes sur Handicap International** afin de présenter l'association de la bonne manière à la presse locale. N'hésitez pas à préparer quelques notes par exemple, que vous pourrez garder lors de l'échange avec le journaliste.

Le journaliste vous demandera très certainement vos disponibilités pour vous rencontrer ou vous appeler : **pensez bien à prévoir un créneau assez large** afin d'être sûr d'avoir le temps de bien vous préparer, de dire tout ce que vous souhaitez mettre en avant. La pause déjeuner sur votre journée de travail n'est pas le meilleur moment, privilégiez un moment où vous êtes au calme, en fin de journée par exemple.

**Astuce** : une interview en direct à la télévision demande un peu plus de préparation qu'une interview avec la presse écrite par exemple. Pour le premier cas, **pensez bien à vous entraîner à prendre la parole** (même les professionnels le font !), demandez à vos proches de jouer le faux journaliste par exemple.

## Etape 5 : Le jour J

Mettez-vous dans un endroit **calme** où vous pourrez recevoir le journaliste ou l'appeler sans être dérangé. N'hésitez pas à prévoir un verre d'eau (oui, oui vous pouvez boire pendant une interview !) Si vous avez des questions techniques à poser au journaliste, faites-le dès le début de la rencontre.

**Astuce** : pensez à être présentable car il est possible que le journaliste veuille illustrer son article avec un beau portrait !

N'hésitez pas à lui faire part de vos motivations dans l'organisation de cet événement, votre implication, votre lien avec Handicap International ... **Le plus souvent, c'est votre portrait qui intéressera le journaliste, votre initiative.**

**Vous êtes fin prêt pour votre interview. Profitez de ce moment, qui permet de mettre en avant votre initiative !**

## Les différents temps de communication

Pensez à bien prévoir en amont votre prise de contact avec les médias (entre le temps de réponses et d'organisation, il faut s'y prendre en avance). **Vous pouvez contacter les médias 2 à 3 semaines avant que votre événement n'ait lieu. Puis, faire un rappel à J-7 par exemple.**

**Astuce** : vous pouvez également contacter les médias après votre événement, pour leur faire part de votre collecte par exemple et leur proposer de revenir sur le succès de votre initiative. Dans ces cas-là, pensez à prendre contact avec le journaliste dans les jours qui suivent votre événement.

## Les choses à éviter

- **Faire du « off »** : le off n'existe pas. S'il y a des choses que vous ne voulez pas mettre en avant, ne les dites pas, même en « off » au journaliste.
- **Inventer une réponse/répondre de façon évasive**. Si le journaliste vous pose une question à laquelle vous ne savez pas répondre, mieux vaut dire que vous ne savez pas, plutôt que de répondre de façon évasive. **Astuce** : si la question porte sur Handicap International, pas de panique ! Dites au journaliste que pour lui répondre, il peut se tourner vers les attachées de presse.
- **Contactez le journaliste la veille pour le lendemain** : prévoyez vraiment votre médiatisation à l'avance. Plus vous contactez la presse tard, moins vous aurez de chance d'avoir de réponse positive.