

Médiatiser sa pétition

change.org

Vous avez épuisé tous les soutiens, tous les relais possibles que vous aviez au sein de votre entourage ? Le moment est désormais venu de donner une plus grande ampleur à votre pétition en cherchant les bons relais médias, ceux susceptibles d'être intéressés par le thème que vous abordez et qui vous tient à coeur. Cela peut paraître difficile d'alerter l'intérêt de la presse mais si votre histoire personnelle est forte et si vous atteignez les bons contacts alors vous mettez toutes les chances de votre côté.



Commencer par évaluer la taille de votre audience

Pour cela une solution simple s'offre à vous. Il vous faut aller sur le site de l'ACPM, (L'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) où vous découvrirez la diffusion de tous les titres de presse papiers nationaux, de ceux de votre région ainsi que les audiences digitales des principaux sites de presse. Pour la presse régionale vous n'aurez qu'à chercher l'étude One présente sur le site de l'ACPM. C'est une première étape indispensable par laquelle vous devez passer à la fois pour vous rendre compte de l'écosystème média de votre région mais aussi pour vous donner une idée du nombre de personnes que vous pourriez adresser.

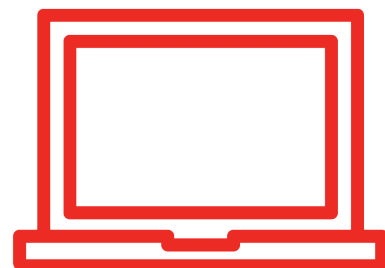
Réaliser une veille médiatique pour identifier les journalistes

On peut avoir l'impression que contacter un journaliste c'est un peu comme jeter une bouteille à la mer, mais pour se démarquer il vous faudra adresser les plus susceptibles d'être intéressés. Pour y parvenir,

Allez sur Google Alertes et définissez un ensemble de mots clés autour desquels vous souhaitez recevoir les actualités récentes. Ne faites pas de recherches trop restrictives et privilégier des recherches larges. Par exemple, plutôt que de rechercher "autisme, Mâcon" privilégier "autisme Bourgogne", cela vous évitera de passer à côté d'articles intéressants et surtout de potentiels journalistes pouvant montrer de l'intérêt pour votre histoire.

Servez-vous de Twitter comme un outil de veille stratégique :

Les journalistes sont très actifs sur Twitter, ils partagent l'ensemble de leurs articles mais aussi des sujets plus personnels qui leur tiennent à coeur. C'est donc un endroit privilégié pour identifier ceux qui pourraient être intéressés par votre sujet et mieux encore pour les adresser directement en message privé.



Identification : Pour effectuer une recherche efficace utilisez un hashtag :

- Il s'agit d'un mot-clé précédé du symbole # que les internautes utilisent dans leurs publications sur les réseaux sociaux. Ils permettent aux autres utilisateurs d'accéder au contenu qui contient ledit mot-clé, sans nécessairement être « ami » ou « follower » de la personne qui en fait usage. Les hashtag que vous utilisez dans vos recherches doivent donc être les mot-clés de votre pétition.
- Couplez ce hashtag au nom du titre de presse local de votre région.

Prise de contact : Que ce soit les journalistes identifiés via Google Alertes ou sur Twitter n'hésitez pas à les contacter par message privé sur Twitter. Partagez votre pétition en leur précisant que vous avez repéré qu'il semblait manifester un intérêt pour le sujet et que vous aimeriez les rencontrer prochainement.

Envoyer le bon message

Une fois que vous avez identifié les journalistes auxquels vous souhaitez vous adresser il faut désormais leur envoyer le bon message !

Le communiqué de presse n'est pas un exercice difficile lorsque l'on garde en tête, au moment de se prêter à l'exercice, les trois mots d'ordre suivants : Esprit de synthèse, Émotion et Conviction.

Esprit de synthèse : Il faut parvenir en quelques mots et dès le premier paragraphe à donner l'ensemble des informations essentielles de votre pétition. Vous devez répondre aux questions suivantes : Qui ? , Quoi ? , Où, Quand et donner le nombre de signataires, lorsque celui-ci mérite selon vous d'être partagé. Autrement dit, il faut aller à l'essentiel sans trop entrer dans les détails. Vous devez penser à faciliter la lecture du destinataire tout en lui donnant les clés de compréhension de votre pétition.



Émotion : Pour une lecture limpide et suscitant l'émotion n'hésitez pas à vous raconter à la première personne. C'est votre histoire que vous partagez et il faut pour vous distinguer que le journaliste ressent que vous êtes la seule personne à pouvoir le faire.

Ainsi, dans les autres paragraphes vous devez reprendre des passages issus de votre pétition, en sélectionnant ceux qui traduisent le mieux votre histoire personnelle. Au travers de ces morceaux de vie, on doit ressentir votre vécu car c'est lui qui vous donne de la légitimité.

Conviction : Il ne s'agit pas simplement de générer de l'émotion mais vous devez aussi dans votre communiqué penser à donner du rationnel. Des faits, des chiffres qui viennent renforcer votre propos. Il faut que vous renvoyez l'image d'un interlocuteur avisé, qui connaît son sujet.

Enfin votre communiqué de presse ne sera complet que s'il contient ces dernières informations :

Pensez à donner le lien court de votre pétition ainsi que vos coordonnées personnelles. Il serait bien dommage qu'après tout ce travail il soit impossible de vous contacter !

L'interview avec un journaliste : S'en tenir à ses messages clés

Lorsque vous allez rencontrer un journaliste vous allez avoir envie de tout raconter. Encore une fois la synthèse et la clarté doivent vous permettre de contenir l'essentiel de votre message dans trois ou quatre messages clés. Gardez en tête que les questions des journalistes ne sont pas toujours bienveillantes et qu'elles peuvent vous conduire à dire des choses inconsidérées. Vous en tenir à vos messages clés permet de sortir de situations embarrassantes.

Les messages clés sont différents de la langue de bois : Recourir à des éléments de langage ou messages clés vous permet surtout de maîtriser ce que les journalistes peuvent écrire sur vous. Ce n'est pas une stratégie d'évitement, c'est une technique de prise de parole efficace qui permet de diffuser un discours homogène au travers de toutes les interviews qui pourront être écrites sur vous.