



Guide des medias

Autisme Canada

Conseils sur les communications
relatives à la planification de votre évènement

Table des matières

3. Introduction

4. Comment publiciser votre évènement grâce à une couverture médiatique

Listes des évènements communautaires

6. Présentation d'un reportage

7. Avis aux medias

8. Communiqué de presse

9. Exemple de communiqué de presse

10. Suivi auprès des médias

Nous vous remercions de votre soutien à Autisme Canada. La tenue d'un évènement spécial pour les personnes touchées par l'autisme est un excellent moyen d'atteindre vos objectifs philanthropiques, de développer l'esprit communautaire et de sensibiliser la population à la cause de l'autisme. Nous avons tous besoin de nous unir pour changer des vies. Par la tenue d'un évènement de collecte de fonds pour Autisme Canada, vous changez la vie de personnes touchées par l'autisme.

Maintenant, il est temps de passer le mot au sujet de votre évènement et de montrer comment Autisme Canada, avec votre aide, contribue à changer des vies.

Les objectifs stratégiques d'Autisme Canada :

Être un carrefour de connaissances reconnu à l'échelle nationale.

Nous nous efforçons de fournir des informations actuelles, opportunes et utiles et guide des familles et des personnes avec TSA.

Influencer la politique publique nationale.

Conjointement avec partenaires de TSA partout au pays, nous prenons l'initiative d'influencer la politique publique au niveau national.

Faciliter la collaboration et le partage d'information entre les organisations affiliées.

Nous travaillerons avec notre Conseil provincial et territorial afin de les fournir des informations actuelles, opportunes et utiles et les aider à renforcer les capacités à la programmation, la sensibilisation et la collecte de fonds.

Renforcer les capacités et les compétences en matière de soins de santé et d'autres secteurs critiques comme l'éducation, la justice et les soins aux aînés.

Nous sommes engagés à accroître les connaissances, les capacités et les compétences de certains des secteurs critiques avec lesquels ceux sur le spectre interagissent au cours de leur vie, spécifiquement, les soins de santé, l'éducation, la justice et les soins aux aînés.

Soutenir et promouvoir la recherche médicale et non-médicale.

Nous défendons la recherche fondée sur des faits en réunissant des chercheurs du monde entier.

Assurer la viabilité financière.

Une attention accrue à la collecte de fonds et au ciblage des possibilités de subventions pertinentes de fondations et/ou gouvernements amélioreront notre stabilité financière..

Slogan :

L'autisme, autrement

- Voir le potentiel des personnes autistes.
- Voir et comprendre le comportement comme une forme de communication.
- Voir et respecter l'individu avant de voir l'autisme.
- Voir l'intérêt de travailler ensemble pour changer les choses.

COMMENT PUBLICISER VOTRE ÉVÈNEMENT GRÂCE À UNE COUVERTURE MÉDIATIQUE

Nous espérons que ces lignes directrices relatives aux médias vous aideront à faire connaître votre idée à la communauté et feront augmenter la participation à votre événement.

Quelle que soit la taille de votre activité ou de votre événement, les médias sont un excellent moyen d'informer votre public cible et le grand public sur sa tenue. Croyez-le ou non, vous pouvez obtenir une couverture de votre événement sans dépenser un centime pour de la publicité. Les médias ont souvent le mandat de couvrir des histoires ou des événements à l'échelon local et communautaire.

Plusieurs façons d'obtenir de la publicité par les médias s'offrent à vous :

1. Publicité précédent l'évènement — listes des événements dans les journaux locaux, à la télévision et à la radio communautaires.
2. Une présentation de votre événement avant sa tenue avec une accroche irrésistible peut se transformer en un reportage éditorial et un appel à l'action pour les lecteurs.
3. Inciter les médias à assister à votre événement afin qu'ils le couvrent avec un avis aux médias.
4. Publicité le jour de l'évènement ou après — envoyer un communiqué de presse avec des photos pour mettre en évidence les réussites pendant l'évènement, ou immédiatement après

Type de médias et personnes-ressources :

Type de média

Stations de radio communautaires
Stations de télévision locales
nouvelles
Journaux quotidiens locaux
Journaux communautaires
Bulletins d'information : écoles, églises,
bibliothèques
Sites Web et babillards communautaires

Personne ressource

Directeur des nouvelles
Responsable des affectations, directeur des
Rédacteur en chef ou rédacteur des nouvelles
Rédacteur en chef
Rédacteur du bulletin
Webmaître

LISTES DES ÉVÈNEMENTS COMMUNAUTAIRES

Les listes des événements communautaires sont des annonces textuelles qui paraissent gratuitement sur support papier ou autres moyens de diffusion. Bien qu'il n'y ait pas de frais pour cette annonce, le journal décidera quand et où elle sera imprimée, le cas échéant.

Conseils sur les listes des événements communautaires

Soumettez votre annonce par courriel deux à trois semaines à l'avance. Incluez les bases de votre annonce : QUI, OÙ, QUOI, QUAND, POURQUOI, PERSONNE-RESSOURCES, TÉLÉPHONE, PRIX D'ENTRÉE.

Exemple d'une annonce dans une liste communautaire d'évènements :

DATE

Jouer aux quilles pour l'autisme
Bothwell Spirit

Monsieur le rédacteur,

Pouvez-vous publier l'évènement suivant au profit d'Autisme Canada dans votre section sur les listes des évènements communautaires?

Notre école publique sera l'hôte de l'évènement « Jouer aux quilles pour l'autisme » organisé en vue de lever des fonds pour la recherche sur l'autisme, et augmenter la sensibilisation à ce sujet. Nous contribuerons également au Programme de soutien et de ressources pour la famille d'Autisme Canada, qui s'adresse aux personnes atteintes d'autisme et à leur famille.

Nous invitons les résidents de Bothwell à soutenir les enfants à l'école en formant une équipe et en se joignant aux festivités, qui comprendront les activités des équipes thématiques et d'autres concours, un concert de musique à l'heure du dîner, et un encan silencieux de 10 h à 14 h au Bowlerama (1227, rue Principale, Bothwell). Pour plus d'informations, veuillez me joindre au 555.555.5555.

En vous remerciant pour votre soutien, je vous prie d'agréer, M. le rédacteur, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

Nom

Titre

Téléphone

Courriel

Les petits journaux, comme le Bothwell Spirit de l'exemple précédent, sont plus susceptibles d'imprimer des versions plus longues de ce que vous leur envoyez, car leur espace est moins restreint. Cependant, si vous envoyez votre demande à un journal à fort tirage, comme le London Free Press ou le Toronto Star, il faut envoyer une annonce plus courte pour assurer la rétention du message clé.

Par exemple :

Inscription des équipes pour l'évènement « Jouer aux quilles pour l'autisme » dès maintenant. Pour obtenir de plus amples renseignements, appeler au 555.555.5555.

Les profits seront remis à Autisme Canada.

PRÉSENTATION D'UN REPORTAGE

La présentation d'un reportage aux médias locaux est un excellent moyen de faire connaître votre événement grâce à une couverture éditoriale. Voici ce que vous devez faire pour présenter votre reportage :

- Établir l'angle (quel est l'élément le plus médiatique de votre reportage?);
- Interviewer votre sujet : les reportages plus humains sont plus susceptibles d'être publiés;
- Résumer les points de l'entrevue avec vos messages clés;
- POURQUOI le journaliste devrait-il publier votre reportage?
- Envoyer votre reportage par courriel au rédacteur ou à un journaliste;
- Assurer un suivi 24 heures plus tard par un appel téléphonique ou un courriel;
- Confirmer la réception du reportage, répondre aux questions et apporter des clarifications, au besoin.

Exemple de présentation d'un reportage

(À envoyer au journaliste)

Madame, Monsieur,

Par la présente, je vous propose un reportage exclusif sur l'histoire inspirante du fils d'une famille qui s'est rétabli de l'autisme, et de l'aide maintenant offerte par cette famille aux autres. En effet, les Smith sont propriétaires d'un restaurant en plein cœur de Calgary, et ils lancent l'évènement « De la monnaie pour l'autisme » pendant le mois d'octobre, qui est consacré à la sensibilisation à l'autisme.

Le fils des Smith a reçu son premier diagnostic d'autisme juste avant son troisième anniversaire. À cette époque, ses parents se sont vu offrir peu d'espoir. Même si leur enfant ne parlait pas et n'avait aucun contact visuel avec les autres, les Smith ont mis en œuvre un programme comportemental et éducatif personnalisé à domicile, fondé sur les principes de l'analyse comportementale appliquée. Ils ont également changé l'alimentation de leur fils et lui ont donné des suppléments vitaminiques. Après trois ans de traitement, Christopher a commencé la première année du primaire sans programme spécial ni aide-enseignant. La famille Smith veut aujourd'hui se joindre à la lutte d'Autisme Canada pour changer des vies.

Au cours du mois d'octobre, les Smith placeront des boîtes de dons sur chaque table de leur restaurant pour inciter leurs clients à donner leur petite monnaie. Les clients pourront également faire des dons avec leurs cartes de crédit.

« Autisme Canada est le seul organisme qui nous a donné de l'espoir quant à son rétablissement, a expliqué M. Smith. Même si nous ignorions si Christopher se rétablirait, nous savions que c'était possible. »

J'espère sincèrement que vous couvrirez cette histoire étonnante. Je serais heureux d'organiser une entrevue entre M. Smith et vous. J'assurerai un suivi auprès de vous demain.

Je vous prie d'agréer, Monsieur, Madame, l'expression de mes sentiments les plus sincères.

VOTRE NOM

AVIS AUX MÉDIAS

Les avis aux médias sont des notes simples envoyés aux rédacteurs; une liste de faits servant à convaincre le rédacteur ou le directeur des nouvelles d'assister à un événement. Dans un avis, on utilise des puces qui mettent en évidence le « qui », le « quoi », le « quand », le « où » et le « pourquoi ».

Exemple d'avis aux medias

AVIS

Activité de vélo stationnaire : la police de Chatham-Kent bravera la chaleur pour l'autisme

Quand : Date
De 11 h à 18 h

Où : Real Canadian Superstore
1500, avenue St. Clair, Chatham (devant le magasin, dans le parking)

Quoi : L'équipe de cyclistes de la police de Chatham-Kent fera de la bicyclette stationnaire pendant sept heures pour recueillir des fonds pour les enfants atteints d'autisme et leur famille, et augmenter la sensibilisation à l'autisme.

Pourquoi : La fille du constable John Smith de la police de Chatham-Kent a récemment reçu un diagnostic d'autisme. Il veut amasser des fonds pour la recherche, et pour « Goodtimes », un programme de soutien financé et mis en œuvre par Autisme Canada.

Qui : Équipe de cyclisme de la police de Chatham-Kent.

Note : Belle occasion de prendre des photos; les cyclistes pourront donner des entrevues.

Tous les profits seront remis à Autisme Canada.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : votre nom et vos coordonnées.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Outil de communication concis, un communiqué de presse informe les médias de votre événement d'actualité, et sert à donner lieu à un reportage ou à un article. Un communiqué est censé susciter l'intérêt des journalistes pour votre histoire, lesquels communiqueront avec vous pour obtenir plus d'informations et faire un reportage sur le sujet. Accompagnez les communiqués envoyés après l'évènement de deux photos à haute résolution qui capturent son essence. Inscrivez une légende sur la photo, y compris qui fait quoi, et le nom du photographe.

Dans votre communiqué, n'oubliez pas ces éléments importants :

- Répondre aux questions : **QUI, QUOI, QUAND, POURQUOI** et **COMMENT**.
- Mettre l'accent sur les renseignements les plus importants dans les deux premiers paragraphes.
- Écrire exactement tous les faits, particulièrement les noms, les endroits, les dates et les coordonnées des responsables.
- Les communiqués de presse doivent faire une page; ils ne doivent pas faire plus de deux pages.
- Donner un titre à votre communiqué.
- Demander à quelqu'un de vérifier l'exactitude du communiqué, autant que l'absence de coquilles.

Exemple de communiqué de presse

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

<Ville> **Les élèves ne communiquent pas pour changer des vies**

DATE (Ville) — L'évènement « Les élèves ne communiquent pas pour changer des vies » du Collège des Ursulines, qui s'est déroulé à Chatham, en Ontario, a remporté un énorme succès, car il a permis d'amasser plus de <montant> dollars pour « Changer la vie des personnes atteintes d'autisme ». Au cours de la collecte de fonds annuelle, qui a eu lieu le <date>, les élèves ne se sont pas parlé pendant toute une journée, et ne se sont pas envoyés de texto ni de courriel afin d'augmenter la sensibilisation à l'autisme et d'amasser des fonds pour la cause.

Les sommes recueillies grâce à l'évènement « *Les élèves ne communiquent pas pour changer des vies* » serviront à soutenir des programmes éducatifs qui renforcent l'autonomie des familles et les recherches les plus prometteuses sur l'autisme.

À propos de l'évènement « *Les élèves ne communiquent pas pour changer des vies* »

L'évènement « *Les élèves ne communiquent pas pour changer des vies* » était un évènement d'une journée où les élèves ont passé une journée à ne pas communiquer avec leurs amis. Ils voulaient faire l'expérience de ce que c'est que de vivre comme les nombreuses personnes touchées par l'autisme. L'évènement a débuté avec une annonce inspirante pour tous les élèves faite le matin et s'est terminé par un rassemblement dans l'auditorium pour tous les participants.

À propos d'Autisme Canada

Autisme Canada est un organisme national dirigé par des bénévoles, qui fournit des informations sur les traitements et les ressources offerts aux familles vivant avec des personnes atteintes d'autisme, et qui influe sur les soins de santé et les politiques gouvernementales connexes.

Pour en savoir plus sur l'autisme, visitez notre site Web à www.autismcanada.org ou envoyez un courriel à info@autismcanada.org.

AUTRES TRUCS...

- Révision — Demandez à une personne de relire vos documents pour qu'elle veille à leur exactitude et corrige les fautes d'orthographe et de grammaire.
- Faites en sorte que votre communiqué de presse se démarque de tous les autres.
- Votre titre doit être court, direct et doit attirer le regard.
- La première phrase ou le premier paragraphe doit comprendre l'information la plus importante (partez du principe que votre lecteur ne lira pas plus que le premier paragraphe).
- Envoyez le communiqué de presse tôt dans la journée, le plus près de 9 heures que possible.
- Utilisez le courrier électronique lorsque cela est possible, et mettez le communiqué dans le corps de votre courriel, et non en tant que pièce jointe.
- Inscrivez des coordonnées claires et soyez joignable lorsque vous indiquez que vous l'êtes.

SUIVI AUPRÈS DES MÉDIAS

Lorsque vous communiquez avec les médias, présentez-vous et posez les questions suivantes :

- Avez-vous reçu l'avis aux médias (ou le communiqué de presse) que je vous ai envoyé?
- Êtes-vous intéressé par notre événement? Vous ou quelqu'un de votre <média>?
- Voulez-vous qu'on fasse une entrevue?
- Essayez de ne pas appeler un jour de tombée.

Bonne chance avec vos communications avec les médias. Veuillez communiquer avec le coordonnateur du financement de votre bureau régional si vous avez des questions.

Merci de vous joindre à Autisme Canada!