

Relations avec les médias

Règles de base

1. **Ne mentez jamais!**

Qu'il soit bénin ou grave, un mensonge fait de vous un menteur et les médias vont le relever.

2. **Rappelez-vous que vous pouvez refuser de répondre.**

C'est particulièrement important de ne pas répondre si vous ne connaissez pas la réponse, ou si vous n'êtes pas certain de la réponse à donner. Vous n'êtes pas tenu de répondre à toutes les questions que vous posent les journalistes.

3. **Ne prétendez pas que vous connaissez la réponse lorsque ce n'est pas le cas.**

Si vous n'avez pas de réponse à donner, il n'y a rien de mal à dire « Je ne sais pas, mais je vais m'informer et vous revenir à ce sujet », dans la mesure où vous faites effectivement ce que vous dites.

4. **Traitez les représentants de médias concurrents de la même façon.**

5. **Apprenez à connaître les médias auxquels vous prévoyez vous adresser.**

Les différents médias ont chacun leurs particularités — contenu, style, etc.

6. **Ne vous écartez pas du message ou des questions que vous voulez aborder.**

Si vous voulez aborder un sujet, toutes les questions des journalistes peuvent vous y mener, même s'il n'y a pas de lien évident entre votre sujet et la question posée. Créez un lien.

7. **N'adoptez jamais une attitude défensive.**

Soyez positif. Si un sujet suscite des questions ou prête à controverse, soulignez les aspects positifs ou les retombées favorables éventuelles.

8. **Écrivez les noms correctement, y compris les noms d'organisations et les titres.**

9. **Si vous prévoyez organiser un événement, n'oubliez pas d'en aviser les médias le plus rapidement possible.**

10. **Ne prenez pas l'habitude de vous exprimer à titre confidentiel.**

Si vous ne voulez pas qu'une information soit publiée, gardez-la pour vous. Peu importe la confiance que vous accordez à un journaliste, il est toujours possible que cette information soit diffusée ou imprimée.

Note : Certaines parties du présent document sont utilisées avec l'autorisation de Shield Communications Inc.

Avis aux médias

Les avis aux médias servent à promouvoir un événement ou une séance à venir, ou simplement à indiquer qu'une personne est disposée à discuter avec les représentants des médias. Ces avis doivent être brefs et se limiter aux renseignements clés : la description de l'événement, les personnes responsables, le moment et l'endroit où il a lieu.

Voici un exemple d'avis aux médias :



Avis aux médias

À l'attention des responsables des affectations

Pour publication immédiate
Jour mois année

Les Comptables professionnels agréés du Canada offrent une
séance d'information sur les questions financières à

[insérer le nom de la collectivité locale]

[Insérer le nom du CPA], comptable professionnel agréé (CPA) de [insérer le nom de la région, de la ville], organise une séance d'information spéciale à l'intention des résidents de [insérer le nom de la collectivité] qui souhaitent améliorer leurs compétences financières. La séance s'inscrit dans le cadre du programme de littératie financière des Comptables professionnels agréés du Canada (CPA Canada). Ce programme vise à aider les Canadiens à accroître leurs compétences et leurs connaissances en matière de questions financières, et à acquérir la confiance nécessaire pour faire les bons choix selon leur situation personnelle.

La séance d'information durera 60 minutes et portera sur [insérer les sujets abordés]. Elle est gratuite et ouverte au public.

(Donner les instructions concernant l'inscription — par exemple, par courriel ou par l'intermédiaire d'un site Web.)

Description : [sujet de la séance]

Lieu : [endroit où la séance aura lieu]

Quand : [date et heure]

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec [insérer les coordonnées de la personne-ressource].

Communiqués de presse

Un communiqué de presse sert à faire connaître une prise de position, à rendre compte d'un événement, à exprimer un appui, etc. L'information doit être communiquée au bon moment, et présentée de façon concise. Dans l'idéal, un communiqué de presse ne devrait pas comporter plus d'une page, et il ne doit pas excéder deux pages. Il doit faire état du nom et des coordonnées de la personne-ressource appropriée et toujours porter une date. On peut recourir à des services spécialisés lorsqu'un communiqué de presse doit être diffusé à grande échelle, mais il est très souvent possible d'envoyer un communiqué directement aux médias.

Voici un exemple de communiqué de presse :



Communiqué de presse

Un comptable professionnel agréé de la région s'implique au sein de sa collectivité

[LIEU, jour mois année] — *[Insérer le nom du CPA]*, comptable professionnel agréé (CPA) de *[insérer le nom de la région, de la ville]*, est heureux d'avoir l'occasion d'aider les résidents de *[insérer le nom de la collectivité]* à améliorer leurs compétences financières.

[Insérer le nom du CPA] tiendra une séance d'information spéciale le *[indiquer la date]*, qui portera sur *[insérer les sujets abordés]*. La séance s'inscrit dans le cadre du programme de littératie financière des Comptables professionnels agréés du Canada (CPA Canada).

« Ce programme vise à aider les Canadiens à accroître leurs compétences et leurs connaissances en matière de questions financières, et à acquérir la confiance nécessaire pour faire les bons choix selon leur situation personnelle, explique *[insérer le nom du CPA]*. La littératie financière suppose un apprentissage qui dure toute une vie. Ensemble, nous pouvons changer les choses et fournir des conseils utiles. »

CPA Canada a lancé la composante « sensibilisation des collectivités » de son programme national en 2013, avec l'aide de ses membres. L'organisation offre également des publications et des ressources en ligne sur la littératie financière. CPA Canada a aussi un site Web consacré à la littératie financière (cpacanada.ca/litteratiefinanciere).

Séance d'information :

Cette séance d'information dure 60 minutes; elle est gratuite et ouverte au public.

Description : [sujet de la séance]

Lieu : [endroit où la séance aura lieu]

Quand : [date et heure]

(Donner les instructions concernant l'inscription — par exemple, par courriel ou par l'intermédiaire d'un site Web.)

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec *[insérer les coordonnées de la personne-ressource]*.