



CANADIAN VETERINARY
MEDICAL ASSOCIATION
L'ASSOCIATION CANADIENNE
DES MÉDECINS VÉTÉRINAIRES

Guide de relations avec les médias de l'ACMV

Les entrevues avec les médias peuvent représenter une excellente occasion de sensibiliser le public, de rehausser le profil de la profession et de promouvoir l'expertise des vétérinaires. Ce guide a été préparé par l'équipe des communications de l'Association canadienne des médecins vétérinaires afin d'offrir des conseils généraux en matière de relations avec les médias à l'intention des membres de l'ACMV qui doivent parler aux médias. Veuillez ne pas oublier que si on vous a demandé de parler aux médias au nom de l'ACMV, vous pouvez vous attendre à recevoir de l'assistance lors de la préparation de votre entrevue.

Planification de votre entrevue

Les journalistes travaillent habituellement selon des échéanciers très serrés. Il est important de retourner leurs appels et leurs courriels très rapidement. Lorsque vous recevez une demande d'entrevue, posez des questions afin d'apprendre exactement ce que le journaliste recherche. Une fois que vous avez déterminé que vous êtes la bonne personne pour parler de ce sujet, vous pouvez commencer à préparer votre entrevue.

Types d'entrevues :

Entrevues avec les médias imprimés

L'entrevue peut se faire par téléphone ou en personne. Habituellement, le journaliste enregistrera la discussion et prendra des notes. Les renseignements que vous fournirez seront ensuite utilisés comme des citations dans l'article. Ces citations seront habituellement accompagnées de renseignements de fond, de commentaires d'autres personnes et d'observations du journaliste. On pourra vous demander de fournir des renseignements additionnels par courriel après l'entrevue.

Entrevues diffusées

On pourra vous demander de vous rendre à un studio de télévision ou de radio ou le journaliste pourra vous rendre visite, soit avec un enregistreur audio ou accompagné d'une équipe image. Si une équipe image se présente à votre bureau, choisissez un endroit pour l'entrevue qui fournira un arrière-plan approprié durant la diffusion (p. ex., une salle d'examen de votre clinique).

Pour la télévision et la radio, demandez si l'entrevue sera enregistrée ou si elle se fera en direct et s'il s'agira d'une discussion en groupe ou d'une entrevue individuelle. Si vous avez été invité à une discussion en groupe, demandez qui fera partie du groupe. Si votre entrevue sera enregistrée, le journaliste pourra utiliser des clips sonores ou des vidéoclips de votre entrevue pour le reportage.

Votre choix vestimentaire est important pour une entrevue télévisée. Que vous portiez un complet, une chemise chirurgicale, un sarrau ou une chemise avec un logo, c'est à vous de choisir. Mais rappelez-vous que votre choix vestimentaire peut soit rehausser ou miner votre crédibilité pendant la diffusion.

Communiquez votre message :

Il faut toujours se rappeler que le journaliste n'est pas l'expert durant l'entrevue. Vous êtes l'expert et vous informez le journaliste et le public sur le sujet. Essayez de prévoir les questions qui vous seront posées durant l'entrevue. Les reportages cherchent à répondre aux questions habituelles (qui, quoi, quand, où et pourquoi). Préparez une liste de messages clés. Les messages clés sont des citations ou des renseignements que vous désirez communiquer durant votre entrevue.

Généralement, trois points suffisent :

1. Expliquez le problème ou mettez le sujet discuté en contexte.

(p. ex., les usines à chiots infligent des souffrances aux animaux en raison de conditions comme le surpeuplement, un logement inadéquat, l'hygiène, les aliments, l'eau et les soins vétérinaires; un confinement de longue durée et l'absence d'enrichissement social ou comportemental.)

2. Offrez une solution au problème ou parlez au journaliste à propos des nouvelles que vous communiquez.

(p. ex., si une personne s'inquiète qu'elle puisse faire affaire avec une usine à chiots, nous l'encourageons à communiquer avec son vétérinaire ou à consulter la publication Vous songez à vous procurer un chien – dépliant et liste de vérification, qui offre des conseils aux propriétaires éventuels d'animaux de compagnie pour les aider à éviter d'acheter un animal auprès d'usines à chiots.)

3. Présentez des mesures à prendre ou un avantage possible (c.-à-d., comment cette nouvelle touche ou pourrait potentiellement toucher le public).

(p. ex., si les consommateurs n'achètent pas des chiots auprès des usines à chiots, ces organismes devront fermer leurs portes.)

Conseils pour parler aux médias :

- Restez calme.
- Vos commentaires doivent être courts et concis.
- N'oubliez pas qu'il n'y a vraiment rien qui demeure «confidentiel».
- Si vous ne connaissez pas la réponse à une question, dites-le et offrez de faire des recherches.
- Si vous connaissez la réponse à une question, mais que vous ne pouvez pas la communiquer au journalisme, expliquez pourquoi.
- Ne dites pas « pas de commentaires ». Si vous ne pouvez pas offrir de commentaires, dites pourquoi.
- Si vous faites une erreur, corrigez-la immédiatement.
- Utilisez vos principaux messages.
- Utilisez des analogies pour expliquer des sujets complexes ou peu connus au public.

Il faut éviter :

- de dissimuler des renseignements
- de répéter la question d'un journaliste en donnant la réponse
- de donner plus de détails qu'il n'est nécessaire pour répondre à la question posée
- de donner une entrevue si vous n'êtes pas prêt
- de donner votre opinion personnelle lorsque vous parlez au nom d'un organisme
- d'utiliser des acronymes
- d'utiliser un jargon de l'industrie
- de répondre à des hypothèses

- de porter des bijoux bruyants

Après l'entrevue

Ne demandez pas de lire l'article avant sa publication ni de regarder ou d'écouter le reportage avant sa diffusion. Les journalistes ne sont pas obligés de partager ces renseignements avec vous, car cela contrevient à l'éthique journalistique.

Ne vous attendez pas à des corrections d'erreurs mineures qui ne changent pas le fil principal du reportage. Si une erreur majeure a été faite, communiquez immédiatement avec le journaliste pour discuter la possibilité d'une correction. Si vous estimez que vos propos ont été gravement déformés, songez à écrire une lettre à la rédaction. Avant d'écrire votre lettre, renseignez-vous au sujet des critères de la publication pour les lettres à la rédaction. La lettre doit être courte et s'en tenir aux faits.

Le présent document vise à servir de guide général pour les relations avec les médias. Si vous avez des questions, veuillez communiquer avec le Service des communications de l'ACMV au communications@cvma-acmv.org ou au 1-800-567-2862 pour obtenir de l'assistance.