

## **Envie de travailler avec nous à la sensibilisation à la SLA auprès d'un public plus large ? Racontez votre histoire !**

Un grand nombre de personnes informe la Ligue que la maladie n'a pas et n'obtient pas une grande notoriété, et naturellement tout le monde trouve cela regrettable.

Ces derniers temps de plus en plus de journaux, de magazines, de producteurs de télévision se présentent au secrétariat pour faire une interview d'un patient atteint de la SA et/ou de sa famille, ou faire un reportage. Avant tout, et en vertu de la loi sur la vie privée, nous prenons toujours contact avec le patient pour lui demander sa collaboration mais ce n'est pas toujours évident de trouver un patient qui veut participer.

Nous comprenons absolument que ce n'est pas facile de raconter son histoire devant la caméra car cela nécessite beaucoup d'implication et d'appels téléphoniques, souvent sans résultat. De ce fait se perdent beaucoup de possibilités intéressantes de rendre public notre problématique autour de cette saleté de maladie et de la faire connaître au plus grand nombre.

C'est pourquoi la Ligue contre la SLA est à la recherche de patients, issus des différentes provinces qui sont d'accord pour réaliser une interview.

Vous n'avez bien sûr pas besoin d'attendre qu'un journaliste ou un reporter se présente chez nous. Il serait opportun si vous preniez l'initiative d'aller vers eux de vous-même.

Dans le cadre de nos 15 années d'existence c'est encore une raison supplémentaire. Cela peut aussi bien être la TV régionale, le journal locale, la radio etc.

Nous avons pensé qu'il serait utile de vous signaler ci-dessous quelques astuces.

### **1. Le but de l'interview.**

Veiller à bien présenter sa propre histoire.

Veiller à ce que le journaliste présente bien l'histoire.

Veiller à ce que le public auquel vous vous adressez comprenne votre histoire et en retienne quelque chose.

#### **1.1 Comment bien présenter son récit ?**

Etre conscient que l'offre « d'infos » est grande : Les journalistes ne sont pas intéressés par tous les sujets.

Vous déterminez vous-même quelle histoire vous voulez rendre public et le moment où vous voulez le faire.

Menez une réflexion sur le thème et l'approche avec les collaborateurs de Ligue-SLA.

#### **1.2 Comment se comporter pour que le journaliste présente bien le récit ?**

Si vous avez l'impression qu'une question est inappropriée ou non pertinente, demandez alors ce qui se cache derrière cette question.

Si vous ne comprenez pas une question, demandez un éclaircissement.

Si vous ne voulez pas répondre à une question, ne tournez pas autour du pot, mais signalez le clairement (et de préférence dites pourquoi vous ne voulez pas répondre).

#### **1.3 Comment captiver le public que vous voulez toucher ?**

Identifiez l'intérêt que porte le public que vous visez sur le message : par exemple les malentendus autour de la SLA, dénoncer l'absence de subvention...

Essayez de rendre votre histoire palpitante mais restez le plus objectif possible : ne vous apitoyez pas sur vous-même et mettez l'accent sur une approche positive dans la mesure où c'est encore possible.

A côté de votre histoire personnelle présentez aussi des faits concrets (et/ou des chiffres) de LIGUE-SLA (par exemple qu'est ce que la SLA ? Combien y a-t-il de patients ? Les symptômes ? Les traitements ?)

## **2 Connaître les médias**

Il existe des médias nationaux, régionaux et locaux. En fonction de la nature de votre histoire et du public que vous voulez atteindre vous devrez prendre contact avec différentes catégories de média.

La sélection finale que vous allez faire doit tenir compte du point de vue que porte le médium sur le sujet et des exigences de ce médium spécifique.

Une station de radio a besoin d'un locuteur rapide avec une bonne voix alors que la télévision a besoin d'images. En revanche les médias écrits seront intéressés par de bons récits et des interlocuteurs intéressants.

Ainsi un journal comme par exemple De Standaard publiera plutôt des articles scientifique et informatif destiné à un large public (cf. l'article récent du 11.02.2010 sur l'UC de Louvain qui teste un nouveau médicament contre la SLA). Het Laatste Nieuws et le Nieuwsblad par exemple informeront plus sur les nouvelles régionales et locales, et seront donc plus intéressés par les activités concrètes de l'organisation et par l'histoire des gens du cru.

## **3 Comment établir des contacts avec la presse écrite ?**

- Achetez une sélection de magazines et de journaux qui éventuellement pourraient être intéressants.
- Faites une étude sur les différences : quotidien, hebdomadaire, mensuel ? Le public visé ? Les rubriques récurrentes ? (Par exemple les rubriques «santé», «les gens», etc.). Un hebdomadaire comme « Dag Allemaal » a une rubrique fixe « entre les gens » : cf. une interview donnée par le président de la Ligue-SLA Danny reviers : « Danny sait qu'il décèdera d'une maladie des muscles incurables »(édition du 20-26 février 2010).
- Essayez de chercher le journaliste responsable dans l'achevé d'imprimer et prenez contact avec lui (par téléphone, par courriel ...).
- Suivez le contact. Il est rare que d'un contact résulte immédiatement une publication.

## **4 Astuces pour survive à une interview sans trop de dommages**

### **4.1 Pensez-y bien à l'avance**

Lorsque les médias donnent la parole à quelqu'un avec un handicap, il veulent souvent une histoire très personnelle. Que voulez-vous que le lecteur perçoive ? Que voulez-vous approfondir, sur quelles parties allez vous plutôt rester bref et qu'est ce que vous préférez ne pas montrer ? Pensez donc à l'avance au message que vous voulez faire passer.

### **4.2 Une approche personnelle peut fonctionner, mais n'oubliez pas le principal du récit.**

Faites en sorte de ne pas susciter de la pitié à cause de votre handicap, mais par exemple provoquez l'indignation contre un système tatillon ou à cause du manque de subventions.

Vous êtes plus que votre handicap. Montrez votre humanité en discutant de vos intérêts, de vos occupations et de votre expertise sur d'autres sujets.

### **4.3 Donnez des faits**

Les faits sont plus sûrs, plus clairs et ont plus d'impacts qu'une simple opinion. En tous les cas veillez à ce que votre récit soit juste.

### **4.4 Ayez de la répartie**

Même si vous ne devez pas répondre littéralement à chaque question, ne commencez pas sur un sujet totalement différent sans établir clairement un lien.

#### **4.5 Restez bref et simple**

L'espace dans les médias est toujours limité : gardez un discours bref et simple si vous voulez qu'il soit reçu correctement. Plus vous en racontez, plus le journaliste devra faire des coupes. Le risque est alors grand que subsistent les parties que vous trouvez les moins intéressantes. Ou alors vont rester des parties qui, hors de leur contexte, vont être perçues complètement différemment par rapport à ce que vous vouliez dire.

#### **4.6 Utilisez les bons mots**

Pensez à l'avance à une ou deux phrases qui peuvent résumer avec force votre message ou mettre en lumière des situations spécifiques.

#### **4.7 Evitez le jargon**

Restez bien conscient que le public sait très peu de choses sur la maladie. Certains mots, qui sont très courants pour nous, n'ont jamais été entendus par le public qui de ce fait ne les comprendra pas.

#### **4.8 Répétez votre message**

Dites ce que vous voulez dire avec des mots toujours différents de façon à ce qu'il en reste quelque chose.

#### **4.9 Passez sous silence ce qui n'est pas nécessaire**

N'en dites pas plus que nécessaire. Ne présentez pas des détails inutiles, ne vous concentrez pas sur des affaires secondaires et ne prenez pas trop de petits chemins de traverse.

#### **4.10 Ne répondez pas par oui ou non**

La presse écrite peut mettre des mots dans votre bouche ou vous suggérer des réponses avec lesquelles vous n'êtes pas du tout d'accord.

#### **4.11 Relire l'article**

Veillez toujours à ce que vous puissiez relire l'article avant qu'il ne soit publié ! Discutez-en éventuellement à l'avance. Toutefois limitez-vous aux erreurs concernant le contenu.

#### **4.12 Sélectionnez consciencieusement le médium**

Etudiez soigneusement le média que vous allez approcher. Observez, écoutez et lisez les médias, les programmes et les journaux que vous souhaitez approcher.

### **5 Pour finir**

- La patience est une jolie vertu : entre un premier contact et une publication il peut se passer pas mal de temps. Et un contact qui est établi et qui ne donne pas un résultat immédiatement, peut se révéler très utile à un autre moment.
- Rentabilisez votre travail : Entrez les résultats obtenus (nom, numéro de téléphone, date butoir pour les publications...) sans attendre dans votre ordinateur : ainsi vous bâtissez en même temps une intéressante base de données.
- Le monde des médias est volatile donc ... mettez complètement à jour votre base de données au moins une fois par an !

### **Source**

<http://www.ethicom.be/content.aspx?l=004.003&lang=1> : astuces pour investir la presse.

<http://handiwatch.grip-vzw.be:80/?q=node/37> : astuces pour les interviews.

'**L'attaché de presse est un paysan**' explique comment établir et entretenir des relations avec la presse. L'auteur est **Koen Van den Broeck**, consultant à l'agence de communication Ethicom.

'**Construire des relations avec la presse**' est un mode d'emploi pour les porte-parole. Cet article (écrit par **Koen van den Broeck**) est paru dans **Ad Rem**, 2002/6, Un magazine pour la communication d'affaires, éditions Kluwer.

Les astuces ont été fournies par **Annemis T'Seyen**, journaliste médicale.

