Tout événement qui perturbe votre lieu de travail peut être d’intérêt public et donc attirer l’attention des médias. Or, bien des organisations sont prises au dépourvu lorsqu’elles reçoivent une demande média. Les lignes directrices ci-dessous peuvent vous aider à bien traiter ces demandes.

* **Renseignez-vous sur le ou la journaliste ou le média.** Il existe toutes sortes de personnes dans le milieu des médias, et l’une d’elles pourrait s’intéresser à votre organisation. La liste de journalistes ne cesse de s’allonger avec la multiplication des plateformes, comme les blogues, les balados, les réseaux sociaux (Facebook, X [anciennement Twitter], Instagram, TikTok, etc.). Si une personne communique avec votre organisation, commencez par recueillir certains renseignements sur ce qui suscite son intérêt. Expliquez-lui qu’on peut l’inscrire à une liste d’envoi servant à informer les membres des médias de l’évolution de la situation.
* **Établissez des règles de base.** Donnez aux membres des médias les coordonnées des porte-parole de votre organisation (numéros de téléphone cellulaire, numéros de poste et adresses courriel) et demandez-leur de communiquer avec ces personnes pour obtenir une réponse rapide et précise.
* **Formez les membres de votre personnel.** Apprenez à votre personnel à répondre aux demandes des médias. Demandez-leur d’orienter les médias vers les porte-parole de votre organisation plutôt que de s’abstenir de tout commentaire. Recommandez-leur de ne pas fournir de renseignements personnels, comme l’adresse résidentielle d’une personne impliquée dans une situation grave. Soulignez le fait que seules certaines personnes devraient participer à une entrevue afin de s’assurer que les médias obtiennent des renseignements précis, cohérents et complets.

En cas d’événement majeur, il peut être plus sage de communiquer de façon proactive avec les médias. Prenez le temps de préparer un message à transmettre dans un communiqué de presse ou à présenter lors d’une conférence de presse ou d’une entrevue. Suivez les sept règles d’un point de presse :

1. Commencez par exprimer votre sympathie pour les personnes touchées par l’événement.
2. Indiquez clairement et simplement ce qui s’est passé sans exagération.
3. Expliquez que votre organisation s’engage à découvrir la cause fondamentale de l’événement.
4. Discutez, en vous limitant aux faits, des conséquences de l’événement sur les activités, le personnel et la clientèle.
5. Décrivez la position de la direction par rapport aux conséquences à long terme de l’événement sur l’organisation, le cas échéant.
6. Expliquez comment joindre les porte-parole (moyen de communication, moment et lieu).
7. Indiquez à quel moment vous diffuserez de nouveaux renseignements.

En raison de la quantité de renseignements échangés sur Internet, vous devez tenir compte des éléments suivants :

* Mettez en place un système de suivi pour dresser une liste des demandes de renseignements et préciser leur heure d’arrivée, le mode de réception (appels téléphoniques, courriels,  etc.) et la manière d’y répondre.
* Demandez à la personne si elle a des délais à respecter et efforcez-vous de lui répondre à temps.
* Tentez de traiter les demandes en ordre d’arrivée et dans un délai maximum d’un jour ouvrable, sauf indication contraire.