



## Préparer un événement médiatique réussi

Un événement médiatique consiste à inviter les médias à une activité spécifique et/ou à une conférence de presse.

### À quoi devez-vous penser lorsque vous préparez un événement médiatique ?

- **Quoi** : dans l'idéal, vous présenterez quelque chose de nouveau (une recherche, le lancement d'un effort, etc.).
- **Quand** : le meilleur moment pendant lequel programmer un événement médiatique est à la mi-journée, dans l'idéal entre 10 h et 13 h, le mardi, mercredi ou jeudi.
- **Où** : veillez à choisir un site qui est pratique pour les médias, autant en termes de transport que de stationnement. Dans l'idéal, l'endroit sera pertinent. Par exemple, organiser une conférence de presse dans une université serait idéal pour présenter une recherche qui a été effectuée dans l'un de ces collèges universitaires. Si vous prévoyez d'organiser votre événement à l'extérieur, pensez aux conditions météorologiques. Par exemple, un chaud soleil d'été peut ne pas être l'idéal pour une conférence de presse.
- **Qui** : déterminez l'objet de votre événement, qu'il s'agisse d'une activité ou d'une personnalité importante. Vous pouvez aussi travailler avec d'autres groupes et agences pour faire montre d'un effort à l'échelle communautaire. Les médias montrent toujours un intérêt pour le côté humain d'un problème, cherchez donc un intervenant qui soit directement concerné par la question (c'est-à-dire, une personne dirigeant des programmes SMNE (santé de la mère, du nouveau né et de l'enfant) sur le terrain en Inde). Envisagez d'inviter des dirigeants communautaires, des professionnels de la santé ou des célébrités pour intervenir lors d'une conférence de presse.

### Comment devrait se dérouler l'événement ?

- **Panneaux** : utilisez la banderole de votre organisation ou coalition comme toile de fond de la conférence de presse. Mettez des affiches et des banderoles à l'endroit le plus visible possible. Les caméras voudront filmer une activité, et la banderole doit être dans le plan.
- **Actions et images** : recrutez des personnes pour faire passer le message et assister à votre événement. Il vous faut de nombreuses personnes et activités pour montrer que votre événement est une réussite. Vous voulez montrer aux médias que le problème importe à la communauté.

### Quel est le message principal de l'événement et qui doit le communiquer ?

- **Messages** : déterminez le message principal de votre événement. Quels sont les informations/statistiques/appels à l'action que vous voulez que les gens retiennent de votre événement ?
- **Porte-parole** : désignez un porte-parole ou deux qui communiqueront le message lors de l'événement. Assurez-vous que vos porte-parole ont été informés à l'avance. Ils doivent être présents pour répondre aux médias, transmettre le message et décrire les activités que votre groupe a planifiées. Si vous contactez les médias internationaux, envisagez de faire intervenir des porte-parole maîtrisant d'autres langues fréquemment parlées dans les pays concernés.