

Guide : Comment médiatiser vos recherches ?



Médiatiser vos recherches

Si vous êtes sur le point de publier un article de recherche intéressant, que vous avez atteint une étape importante dans vos recherches, ou que vous avez juste une histoire passionnante à raconter, informez-nous-en ! Nous pourrions vous conseiller sur la meilleure façon de communiquer votre information, vous aider à préparer vos actions envers la presse et même vous proposer un plan média approprié.

Nous pouvons assurer la liaison entre vous, les médias, mais aussi vos autres tutelles - **CNRS, INSERM, INRA, CHU, autre université** - qu'il faut impérativement mettre dans la boucle. Si vous avez déjà sollicité d'autres services de communication pour vous aider ou si vous souhaitez que cela soit fait, merci de nous en informer afin que nous puissions nous coordonner avec eux.

Pourquoi communiquer ?

- Pour faire avancer la science
- Pour augmenter l'impact de vos travaux
- Pour nouer de nouveaux contacts et développer ainsi votre sphère d'influence, vos collaborations
- Pour obtenir des financements dans un milieu compétitif

**Contact : Service Communication,
Université de Limoges
Diane Daïan, Tél : 05 55 14 91 41,
Mél : com@unilim.fr**

Le bon timing

Essayez de nous transmettre le plus d'informations possibles : si vous publiez un article de recherche, informez-nous-en dès sa validation. Vous ne briserez pas l'embargo en nous en parlant à l'avance, l'idéal étant de nous prévenir deux semaines avant la publication de l'information pour que nous puissions préparer un communiqué de presse et briefer les journalistes. Il nous est en effet très difficile d'obtenir une couverture média pour une information qui a déjà été révélée : les journalistes n'aiment pas avoir l'impression de communiquer une information « périmée ».

Illustrer vos travaux

Avez-vous des images correspondant à votre recherche que l'on pourrait utiliser pour l'illustrer ? Les schémas ou diapos ne sont pas exploitables pour la presse écrite. Ils préféreront une photo illustrant vos travaux (expériences, manipulations, etc). Par ailleurs, ils ne peuvent exploiter que des photos en haute définition (au moins 1 Mo).

Médiatiser or not médiatiser ?

Toutes les informations ne sont pas faites pour passer dans la presse nationale ou pour être partagées sur notre site internet. Nous pourrions vous dire si nous pensons qu'il est approprié de faire une communication spécifique.





Qu'est-ce qui fait une bonne histoire ?

Il n'y a pas de règles strictes sur les critères faisant d'une information un scoop important, mais certains éléments peuvent nous donner des indices :

- Le timing : Est-ce que cela coïncide avec une annonce, l'actualité, un anniversaire ?
- Les superlatifs : Pouvez-vous utiliser des superlatifs ? « le premier », « le plus rapide », « l'unique »...
- L'identification : Les gens peuvent-ils s'identifier à cette histoire ?
- L'humain : Cela traite-t-il de patients ? Y-a-t-il une personnalité au cœur de l'histoire ?
- Le conflit : Le sujet porte-t-il à débat ?
- Le visuel : Image forte
- L'information change-t-elle notre compréhension du sujet en question ?
- L'information va-t-elle paraître dans une revue à fort impact ?

Qu'est-ce qu'un communiqué de presse ?

L'un des outils principal que l'on utilise pour communiquer avec les journalistes est le communiqué de presse. Il se lit comme une histoire, avec les informations clés en premier lieu et les informations moins importantes à la fin. Il doit être écrit en langage courant et les termes techniques doivent être expliqués clairement. Il ne doit pas contenir l'explication de votre recherche dans sa globalité mais seulement les points les plus importants. Le communiqué de presse parfait doit répondre à toutes les questions qu'un journaliste pourrait avoir, même s'il voudra toujours vous parler en personne pour entendre l'histoire avec vos propres mots.

Le service communication de l'Université de Limoges rédigera le communiqué de presse à partir des éléments que vous lui aurez fournis et le fera valider par les autres tutelles de votre laboratoire.

L'embargo

L'embargo représente la période durant laquelle l'information ne doit pas être révélée au public. Presque tous les journalistes respectent cette période, vous pouvez leur parler de l'information en amont sans risque. Cela dit, il faut toujours les informer de l'embargo quand il existe.

Et après ?

Une fois le communiqué de presse diffusé, vous pourrez être contacté par des journalistes souhaitant vous parler pour avoir plus de détails. Il est très important de nous informer de votre indisponibilité si tel est le cas, en particulier les deux jours suivant l'envoi du communiqué. Si vous ne pouvez pas répondre, désignez quelqu'un qui pourra répondre à votre place.

Donner son avis d'expert

Nous recevons régulièrement des coups de fil de journalistes recherchant des experts pour commenter l'actualité. Si vous souhaitez vous positionner en tant qu'expert sur certains sujets, faites-le nous savoir.

Gardez en tête que le mot « expert » ne signifie pas la même chose pour eux que pour vous. Vous pouvez ne pas vous considérer comme expert sur un sujet, mais en savoir tout de même beaucoup plus que la majorité des gens à ce propos.

Conseils pour parler aux médias

Toutes les interviews sont différentes, mais quelques conseils vous seront utiles dans toutes les situations :

• Se préparer pour l'interview :

- Imaginez comment vous expliqueriez votre recherche à un ami dans un cadre informel.
- Notez-vous 3 points importants que vous ne voulez pas oublier.
- Réfléchissez aux questions qui risquent de vous être posées et à comment y répondre. Quelle question ne souhaiteriez-vous pas qu'on vous pose ? Et comment y répondriez-vous ?
- Essayez d'utiliser des métaphores pour expliquer les points les plus complexes.
- Essayez d'être clair quand vous parlez de statistiques. Préférez dire « un sur trois » que 30% par exemple.
- Si vous pensez que cela est utile, sollicitez-nous afin de vous entraîner.

• Parler à la presse écrite :

- Si un journaliste vous appelle dans un moment inopportun, n'hésitez pas à lui demander de rappeler un peu plus tard, le temps pour vous de vous replonger dans votre sujet.
- Les journalistes ont souvent des timings très serrés, s'ils vous demandent de les rappeler, faites-le le plus rapidement possible – demain est bien souvent trop tard !
- N'attendez pas des journalistes qu'ils vous envoient une copie de leur article avant publication.
- Prenez garde aux questions commençant par « donc vous nous dites que... ». Reprenez avec vos propres mots.
- Ne laissez pas le journaliste vous emmener sur un terrain où vous ne vous sentez pas à l'aise.
- Ne faites pas de confiance en « off » aux journalistes. Rappelez-vous qu'ils notent tout et peuvent tout utiliser, même si leur cahier est fermé où leur dictaphone éteint.
- Pensez à leur demander de mentionner le fondateur du programme de recherche, cela lui fera plaisir ! (Mais ne soyez pas surpris s'ils ne le font pas...).





Faire des interviews enregistrées (radio ou TV)

Pensez à demander :

- A l'occasion de quel programme sera-t-elle diffusée ? Quel est son audience ?
- Quels sujets seront abordés ?
- Si quelqu'un d'autre sera présent pour être interviewé et si oui, qui ? S'agira-t-il d'un débat ? (N'acceptez jamais une interview en face à face sans savoir qui sera en face de vous).
- Combien de temps l'interview va-t-elle durer ?
- Est-ce enregistré ou est-ce du direct ?
- Où cela aura-t-il lieu ?

Pendant l'interview :

- Soyez calme, positif, courtois et enthousiaste.
- Même si la personne en face de vous vous défie ou devient agressif, restez calme – vous aurez une meilleure image pour le public.
- Gardez en tête que vous parlez la plupart du temps au grand public et non à vos pairs. Utilisez le langage courant et évitez le jargon et les acronymes.
- Essayez de répondre à toutes les questions. En évitant de donner l'impression que vous avez quelque chose à cacher.

- Si vous voulez changer de sujet, donnez une réponse très courte et reprenez le sujet initial avec une phrase de transition « et c'est pour quoi... ».
- Quand c'est possible, donnez des réponses complètes et de la matière au journaliste pour la question suivante.
- Si vous avez dit tout ce que vous souhaitez dire, ne vous laissez pas « avoir » par le silence du journaliste qui vous encourage à continuer de parler.
- Evitez les onomatopées.
- Buvez de l'eau avant l'interview – avoir la gorge sèche peut modifier votre voix.

Les interviews télé :

- Regardez le journaliste – pas les caméras.
- Asseyez-vous bien droit sur votre chaise, et ne vous balancez pas. Si vous êtes debout, mettez un pied devant l'autre, cela vous évitera de vous balancer de gauche à droite.
- Ne portez rien d'extravagant ou de trop voyant.
- Ne bougez pas tant qu'il ne vous a pas été explicitement dit que vous pouviez le faire, même si l'interview est terminée, la caméra pourrait toujours être en train de vous filmer.
- Si vous portez un micro, soyez attentif à vos paroles jusqu'à ce qu'il vous soit retiré.



**Université
de Limoges**

Service Communication
Université de Limoges
Diane Daïan
Tél. 05 55 14 91 41
Mél : com@unilim.fr

