

**Lettre ouverte aux médias locaux**

En lien avec la thématique « Engagés pour les familles » nous vous invitons à rédiger une lettre ouverte pour vos médias locaux ou régionaux pour faire valoir votre engagement envers les familles. Vous êtes des acteurs clés dans votre milieu et êtes très importants pour les familles. La Semaine québécoise des familles (SQF) est donc une occasion de choix pour réitérer publiquement votre soutien.

Nous avons listé ci-dessous quelques pistes de rédaction :

**INTRODUCTION**

* Faire état de la situation actuelle de votre organisation, plus de deux ans après le début de la crise
* Échos de votre communauté sur leurs problématiques, enjeux et inquiétudes
* Rappel bref de la thématique de cette année pour la SQF (voir ci-dessous)
* Dans le cadre de la Semaine québécoise des familles, énoncez de quelle façon vous démontrez et apportez du soutien à celles-ci (services, activités régulières, **activité(s) dans le cadre de la SQF**)

**CORPS DE LA LETTRE**

* Activité(s) dans le cadre de la SQF : précisez les informations concernant celle(s)-ci
* Plus de détails concernant vos activités, vos services dédiés aux familles
* Façons dont vous vous êtes adaptés
* Rappel de l’importance des familles dans la société et de votre rôle primordial de soutien à celles-ci

**CONCLUSION**

* Rappel de votre mission
* Informations clés concernant la Semaine québécoise des familles (voir ci-dessous)
* Information clés concernant votre évènement dans le cadre de la SQF

**Informations clés**

* Date : 9 au 15 mai 2022 (27e édition), le 15 mai étant la Journée internationale des familles et la Journée nationale des beaux-parents
* Objectif : Souligner l’importance des familles et mieux faire connaître les enjeux rencontrés par celles-ci et améliorer la capacité des organisations à adopter des politiques pour y faire face.
* Thématique : [Voir ici](https://www.quebecfamille.org/fr/campagne-2022)
* Site Web : [www.quebecfamille.org](https://www.quebecfamille.org/fr/)
* Contacts médias sociaux :
  + - Facebook : [@RQcFamille](https://www.facebook.com/RQcFamille)
    - LinkedIn : [Réseau pour un Québec Famille](https://www.linkedin.com/company/r%C3%A9seau-pour-un-qu%C3%A9bec-famille/)
    - #SQF2022 #engagéspourlesfamilles

**Conseils pour des relations de presse efficaces**

Pour les groupes et les organisations, les médias sont des canaux utilisés pour communiquer leurs messages à leur public. Ces messages sont d’abord élaborés par les organisations, mais seuls les médias ont le contrôle sur la manière dont les messages seront diffusés. En vertu de leur rôle, les médias doivent agir avec détachement au sujet des organisations et des événements qu’ils rapportent. Le rôle des journalistes est de diffuser l’information et de reconstituer les faits réels, en respectant des délais serrés, le tout dans un format limité.

Les médias ne disposent pas d’assez d’espace pour inclure à leur bulletin toutes les nouvelles qui surviennent dans le monde, ni même au Québec. Les annonces des groupes et des organisations subissent ainsi la concurrence de plusieurs autres événements.

Quelques facteurs déterminent la valeur médiatique d’une annonce. Une combinaison de **quatre éléments** importants fait en sorte qu’une nouvelle sera reprise par les médias, les voici :

* Nouveauté
* Signification et proximité pour le public auquel elle s’adresse
* Intérêt du public
* Aspect spectaculaire ou dramatique de l’annonce

Pour chaque nouvelle, le journaliste dispose de peu d’espace.

* Un topo à la radio : moins de 250 mots
* Un topo à la télévision : 250 mots
* Un clip télé : 10 secondes
* Un article de journal : généralement entre 500 et 1000 mots
* Un article de magazine : généralement moins de 2 500 mots