



## L'entrevue

---

### Pourquoi est-il important de bien préparer une entrevue?

Généralement, on accorde une entrevue aux journalistes à la suite d'un communiqué de presse ou parce qu'un journaliste désire obtenir de l'information. On peut aussi les contacter pour réagir à une nouvelle.

Une préparation minutieuse est primordiale pour donner des informations précises, factuelles, véridiques et adaptées aux publics visés par les médias rencontrés. Le but de l'entrevue est de transmettre une information le plus à jour possible. Quand les journalistes ont reçu l'information, il n'est plus possible de la modifier.

### Avant l'entrevue

- Vérifier le sujet exact de l'entrevue
- S'assurer de la présentation : noms, organismes, référence à un regroupement ou un réseau, si pertinent
- Confirmer les aspects du dossier qui seront privilégiés ainsi que l'angle de l'entrevue
- Connaître à fond la nouvelle, ses détails, l'organisation et son contexte - se présenter comme expert-e ou spécialiste d'un dossier et ne pas être en mesure de répondre à une ou plusieurs questions est à éviter
- Ne pas révéler aux journalistes ses statistiques ou toutes autres informations croustillantes. Cela évitera que les journalistes se les approprient et qu'ils se positionnent comme des experts. Les experts sur ce sujet, c'est vous!

### Pendant l'entrevue : À quoi penser?

- La **concision** :  
Réponses précises, phrases claires et courtes ;  
Illustrer ses propos à l'aide d'exemples ;  
Faire des références ;  
Vulgariser, utiliser de images ;
- Avoir une **idée maîtresse** :  
Se résume en une seule phrase ;

Phrase clé, facile à retenir pour le-la porte-parole et l'auditoire ; Si on sent que l'on perd le fil, l'idée maîtresse peut nous "sauver" et nous ramener vers le sujet initial relié à l'entrevue.

- Les **sous-idées** :  
Viennent supporter l'idée maîtresse  
Préparer une fiche par sujet (noms exacts, données techniques, etc.)
- Être attentif-ve à ses **interlocuteurs** :  
Attentif aux subtilités des questions ;  
Importance de l'opinion des médias ;  
Tenter par la suite de garder contact avec le-la journaliste et ainsi entretenir une bonne relation d'affaire (être stratégique)
- Être attentif à son **langage** para verbal:  
Ne pas exagérer ses mouvements ;  
Porter des vêtements confortables et soigné, pas trop de motifs (si télévisé), miser sur des vêtements sobres ;  
Attention aux mots répétitifs et expressions parasites (*eh bien, euh, comment dire, etc.*)
- Vous devez savoir que vous avez le droit de **ne pas répondre** à certaines questions.  
Advenant le cas où vous ne répondez pas à une question, il est impératif que vous gardiez votre calme, et que vous expliquiez pourquoi vous n'y répondez pas. Par exemple, on signifie que la question est hors sujet ou bien qu'elle vous force à adhérer à une position que vous n'endosse pas.
- Placer l'adresse de **vos sites web** et de vos médias sociaux.

## Après l'entrevue

- Demander l'heure et la date de la diffusion si ce n'est pas un direct ;
- Il est toujours pertinent de réécouter l'entrevue une fois celle-ci terminée pour établir ses points forts et ses points à améliorer ;
- Le RQGE encourage ses membres à conserver le lien de l'entrevue et à l'envoyer à l'équipe du bureau ([info@rqge.qc.ca](mailto:info@rqge.qc.ca)) pour la diffusion dans les Brèves.

## À noter :

- Pour vaincre le trac : la connaissance du dossier permet d'acquérir l'aisance nécessaire pour le vaincre ;
- Ne jamais se fier à la discrétion des journalistes. Ce qui est dit en entrevue peut être rendu public ;

- Ne jamais parler en son propre nom, harder en tête sa position de représentant-e ;
- À noter que dans le cas d'une entrevue téléphonique, que votre voix sera amplifiée par votre téléphone. Il faut donc bien faire attention de ne pas parler trop fort inutilement au risque de paraître en colère.

## | Pourquoi s'identifier comme membre du RQGE?

Il est toujours pertinent d'énumérer tous les chapeaux que vous portez (du moins les plus pertinents au sujet), même si l'entrevue vous est accordée à titre de représentant de votre organisme (à moins que le sujet de celle-ci ne soit "votre organisme"). L'union faisant la force, cela donnera du poids à vos propos, sans toutefois signifier que ce soit les propos de l'ensemble des autres organisations desquelles vous faites parties.