

Relations presse, santé social et handicap

Faire connaître les projets de vos clubs en faveur de l'inclusion

En 2021, la Fédération Française des Échecs a lancé sa commission Santé, Social et Handicap.

En lien avec les clubs, comités départementaux et ligues régionales, la commission a développé plusieurs programmes adaptés à des publics spécifiques, pour mettre les échecs au service de l'inclusion.

Ces dispositifs sont tous nés d'expérimentations de terrain, de l'intuition et de la volonté d'un club. Parce que ces actions méritent d'être connues et diffusées, l'agence AYA Communication a construit un dossier de presse présentant les principaux programmes de la Commission.

Ce document a vocation à être utilisé comme ressource par les clubs qui portent ou participent à un ou plusieurs programmes.

En complément du dossier, AYA Communication vous propose la note ci-dessous, pour valoriser votre engagement auprès des médias locaux, mais aussi des partenaires, des élus ou des collectivités.

1. Quelques questions / réponses

Pourquoi communiquer ?

Les médias locaux (presse quotidienne régionale, hebdomadaires, réseaux France Bleu et France 3...) sont un levier puissant pour valoriser les actions des clubs, renforcer leur visibilité et, in fine, attirer de nouveaux membres.

Notre action est modeste et locale, est-ce que ça peut intéresser la presse ?

Oui, justement la presse locale s'intéresse aux initiatives et expérimentations de terrain, humaines et incarnées. Pas de complexe à avoir !

Faut-il nécessairement organiser un événement pour communiquer ?

C'est un plus mais ce n'est pas nécessaire. Un atelier, un partenariat, une expérimentation sont suffisants pour communiquer. Ex : le club intervient une fois par mois dans une maison de quartier / le club a un partenariat avec une association de personnes sourdes et malentendantes / le club organise un tournoi pour personnes malvoyantes...

A qui dois-je m'adresser ?

En priorité à la presse locale. Si vous avez déjà un contact au sein de votre titre de presse régionale ou de radio locale, vous pouvez lui parler de votre projet.

En fonction de l'état d'avancée du projet, vous pouvez aussi envisager de contacter la presse nationale spécialisée. Ex : Handicap.fr sur les sujets handicap / Notre temps sur les sujets seniors, Carenews pour les projets sociaux...

Comment présenter mon projet ?

De la façon la plus naturelle et factuelle possible, en donnant tout de même un peu de contexte. Les journalistes seront généralement plus sensibles à l'impact humain et social du projet qu'à ses aspects techniques.

En termes d'outils, vous pouvez utiliser le dossier de presse de la commission SSH. Vous pouvez aussi rédiger votre propre communiqué pour annoncer une actualité ou un événement. N'hésitez pas à récupérer des textes dans le document, il est fait pour cela !

Ces outils peuvent-ils servir auprès d'autres publics que les journalistes ?

Oui, tout à fait. Les documents presse peuvent être diffusés auprès de partenaires ou d'élus, pas seulement aux journalistes.

2. Comment identifier les médias locaux ?

La première étape consiste à identifier les médias qui couvrent le territoire de votre club.

Prenons l'exemple d'un club basé à Nantes (Loire Atlantique).

- Presse quotidienne régionale (nationale pour cet exemple) : Ouest France (bureau de Nantes)
- Presse hebdomadaire : Presse Océan
- Radio locales : Ici Loire Océan (ex France bleu), Hit West
- TV locale : France 3 Loire Atlantique, Télé Nantes

Pour obtenir les adresses contacts ou le numéro du standard vous pouvez consulter les signatures d'articles, faire des recherches sur le site du média, contacter le siège de la rédaction en expliquant votre démarche... Vous pourrez ainsi récupérer un contact direct ou un numéro de téléphone. Cette étape ne doit être faite qu'une seule fois et vous permettra de construire une relation durable avec le média ciblé.

3. Rappels sur la manière dont aborder la presse

Objet de mail impactant : « Information Ouest France – Ateliers sport santé organisés par le club d'échecs de Nantes »

Contenu de mail (court) :

Bonjour XXX,

Je me permets de vous écrire afin de vous partager des informations sur un projet mené par le club d'échecs de Nantes dont je suis le président.

Depuis XXX, notre club organise des ateliers d'échecs dans plusieurs maisons Sport-Santé de la région. Ce programme « La Tête et les Jambes » a déjà permis d'initier plus de 300 personnes seniors, faisant des échecs un outil de prévention et de santé publique.

Vous trouverez le détail de ces informations dans le dossier de presse ci-joint (page 4). Nous serions heureux de vous présenter ce projet à l'occasion d'un reportage.

Bien cordialement,

Signature
Mail
Téléphone

4. Rédiger un communiqué de presse

Si un simple mail peut suffire à susciter l'intérêt d'un média vous pouvez, en cas d'information majeure, vous lancer dans la rédaction d'un communiqué de presse.

Quelques recommandations :

- Un titre accrocheur et une introduction claire
- Maximum une à deux pages
- Utilisation de chiffres clés (ex. 100 adhérents...)
- Mise en contexte
- Contact presse bien visible pour que le journaliste puisse vous joindre facilement

NB : Vous pouvez aussi envoyer les ressources presse de la FFE et notamment le dossier de presse de la commission SSH, qui donne un éclairage global. Votre communiqué de presse viendra compléter ces informations en mettant la focale sur vos projets.

5. Soutien et suivi avec AYA Communication

Antonin Violette, attaché de presse chez AYA Communication, accompagne la FFE depuis 2022 et est à votre disposition pour vous aider gratuitement sur :

- La rédaction de vos communiqués de presse
- L'identification de vos médias locaux
- Les conseils pour optimiser vos contacts presse et relance
- L'accès aux outils de communication fédéraux
- Toute information ou assistance qui vous seraient utiles

Contact AYA Communication

Antonin Violette / aviolette@aya-communication.fr / 06 47 48 63 25