

Répondre correctement aux journalistes

Bien répondre aux journalistes lorsque l'on est sollicité pour une interview ne s'improvise pas !



La relation qui unit les médias et les organisations est une relation gagnant/gagnant, les deux parties peuvent y trouver matière à satisfaire leurs attentes. Parfois, ce sont les médias qui sont demandeurs, parfois ce sont les organisations, entreprises ou institutions qui le sont. Dans cette seconde alternative, cela passe souvent par l'organisation d'une conférence de presse ou par l'envoi d'un communiqué de presse dont la prise en charge sera confiée à des professionnels des RP (Attaché de Presse, Chargé de Communication ou externalisation par une agence de Communication) afin d'optimiser leur impact auprès des médias et donc leur portée

vers le grand public. Dans le cas d'une démarche des médias, c'est à dire lorsque le journaliste est demandeur d'une interview sur un thème précis, il convient de lui fournir un interlocuteur opportun qui pourra répondre à ses questions. Qu'il s'agisse d'une conférence de presse, d'un retour sur communiqué de presse ou d'une démarche qui émane directement des médias, il y a cependant une constante : il faudra répondre aux questions de journalistes ! Cet exercice ne s'improvise pas, tout le monde n'est pas naturellement armé pour répondre correctement aux médias. Quelques éléments évidents nous permettent de dresser un **premier profil** de l'interlocuteur qui répondra aux journalistes; il doit :

- disposer d'une certaine éloquence, c'est à dire avoir la parole aisée et claire;
- être à l'aise face à une caméra et un micro;
- connaître le sujet sur lequel porte l'interview (ce n'est pas aussi évident que cela semble l'être !);
- être totalement disponible le temps de l'interview;
- être naturel, c'est à dire ne pas jouer un rôle pendant l'interview.

Ces cinq qualités premières ne constituent que la partie émergée de l'iceberg, en effet répondre de façon optimale à une interview repose sur des bases essentielles qui assurent la qualité du contenu fourni aux médias et contribue, au travers de ce contenu, à l'entretien de l'image de la personne qui répond mais aussi de celle l'organisation qu'il représente. C'est ce que nous allons voir dans les lignes qui suivent !

Quel est l'intérêt de répondre aux journalistes ?

Il y a d'abord une simple question de courtoisie, un professionnel sollicité pour donner son avis doit avoir, dans la mesure du possible, la politesse de répondre à cette sollicitation, voire de recommander un tiers pour répondre à sa place. Notre société fonctionne sur le principe de l'offre et de la demande, répondre à une interview n'est qu'une application de ce principe, cela a été dit en propos liminaires, en matière de relation avec les médias, l'entreprise est tantôt demandeuse tantôt offreuse. Lorsqu'elle est dans la position de l'offreur, qu'elle peut offrir son expertise sur un sujet dont le journaliste est demandeur, elle se doit de partager cette expertise en répondant à la demande. Le journaliste s'en souviendra assurément lorsque c'est lui qui sera en position d'offrir un relais vers le grand public à la demande de l'organisation. Jeu de l'offre et de la demande, dans lequel chacune des deux parties joue alternativement les deux rôles; il s'agit donc de trouver un équilibre qui satisfasse les médias et l'entreprise !

De manière plus terre-à-terre, l'on répond à une interview pour :

- donner une explication;
- donner un avis;
- participer à un débat;
- affirmer une vérité;
- (se) faire connaître.

C'est à dire **informer, témoigner et/ou argumenter !**

Les comportements à adopter

Avant l'interview

Distinguer le support : on ne répond pas de la même manière à un journaliste de la presse écrite qu'à un journaliste de la presse audiovisuelle. Leurs supports de diffusion sont différents (la presse écrite dispose de plus de "place" pour l'information, elle travaille pour le lendemain), leurs publics sont différents (le consommateur de presse écrite n'est pas forcément consommateur de radio, celui de télévision ne lit pas forcément un quotidien), leurs approches de l'actualité sont différentes et la perception de leur message est différente (possibilité de relire une information en tout ou en partie dans la presse écrite, une seule écoute en radio ou en télévision, concentration souvent perturbée par d'autres activités lors de l'écoute d'informations de radio ou de télévision). Il s'agit donc de tenir compte du support dans lequel sera diffusée l'interview et de s'y adapter.

Tenir comptes des réalités des médias : répondre à une interview n'est pas le cœur d'activité de la majorité des intervenants sollicités par les médias. Ils ont, évidemment, leur activité quotidienne à remplir et il s'agit d'intégrer l'interview dans un planning qui peut être chargé. Parfois la tentation de refuser est grande par manque de temps. Si cela est totalement inévitable, alors il convient de renseigner une autre personne qui pourra répondre aux questions du journaliste (ndlr une autre personne de l'organisation et non pas d'une autre organisation ! Il ne faut pas oublier qu'une bonne interview sert l'image de l'organisation, renforce son expertise sur un domaine donné. Envoyer le journaliste vers une autre organisation ou entreprise représente un réel manque à gagner en termes d'image pour l'organisation. Il était bon de le rappeler !). De façon globale, répondre à une interview de journaliste prend un quart d'heure à vingt minutes. En effet, le temps du journaliste est tout autant compté que celui de son intervenant; il est donc tout à fait possible d'intégrer une interview dans son planning, aussi chargé soit-il ! Ajoutons encore qu'un refus peut avoir des répercussions négatives lorsque l'organisation sera en position de demande médiatique.

Répondre à la sollicitation des journalistes est donc un must ! C'est même parfois une forme de reconnaissance car si le journaliste fait appel à un intervenant c'est qu'il considère qu'il est la personne la plus à même de répondre à ses questions, une référence somme toute. Les médias ont des obligations incontournables (heure de bouclage, directs télévisés, actualité...), il s'agit d'en tenir compte. Si l'intervenant a son travail à faire avec ses contraintes, le journaliste aussi ! L'interview se fera donc, de préférence, en milieu de matinée ou dans un créneau horaire négocié avec le journaliste afin de lui permettre d'avoir le temps de l'utiliser pour écrire son article ou monter son reportage en temps utile. Il faut aussi garder à l'esprit que cette interview n'est pas la seule que le journaliste devra probablement faire pour boucler son travail... **L'interview ne se fait pas à un moment forcément imposé par l'intervenant en fonction de ses obligations ou de ses envies, le créneau horaire doit satisfaire les deux parties.** Il convient de se rappeler que, dans la majorité des contextes, le journaliste n'est pas un adversaire mais bien un partenaire, un relais vers le grand public !

Se préparer : une demande d'interview peut être prévue longtemps à l'avance comme elle peut être urgente et inattendue, en fonction de l'actualité. Dans ce second cas, la préparation sera forcément limitée par manque de temps (ndlr parfois, le journaliste ne sait pas, une heure avant l'interview, qu'il va faire cette interview) et il conviendra de mettre à disposition du journaliste l'intervenant le plus opportun, celui qui répond au premier profil que nous avons dressé (voir plus haut). Dans le cas d'une interview prévue à l'avance, il s'agit de la préparer en cernant au mieux le sujet abordé afin de ne pas en déborder. Il n'est pas exclu de demander à l'avance au journaliste sa questions-list afin de préparer au mieux les réponses. Cependant, tous les journalistes n'acceptent pas de fournir les questions à l'avance car cela ôte toute spontanéité à l'interview, c'est plus souvent le cas pour des interviews pour la télévision ou la radio. Si le journaliste préfère ne pas fournir les questions à l'avance, il ne faut pas s'en formaliser, ce n'est pas forcément parce qu'il entend "piéger" son intervenant (ndlr combien de fois ai-je entendu cette idée reçue ?) mais bien parce qu'il entend garder davantage de naturel et de spontanéité à l'entrevue. Il part du principe normalement fondé que l'intervenant connaît et maîtrise la thématique de l'interview et doit donc pouvoir répondre à ses questions sans les connaître à l'avance.

Il n'est pas interdit d'avoir quelques notes aide-mémoire qui peuvent venir en soutien lors de l'interview afin d'éviter d'omettre un aspect, de donner une ligne de conduite à ses pensées ou, plus simplement, de se rassurer. Ces notes doivent être succinctes et discrètes (éviter la feuille A4 qui

donne l'impression qu'on lit ses réponses !). Elles doivent être préparées à l'avance et disponibles au moment de l'interview.

Une remarque essentielle : dans la préparation de l'interview l'important n'est pas de savoir ce que l'on va dire au journaliste mais bien de savoir ce que l'on veut qu'il retienne !

Prévoir les documents opportuns : il s'agit d'avoir à portée de main tous les éléments qui pourraient être utiles à l'interview. Cela peut être l'aide-mémoire que l'on s'est préparé, un document qui confirme une information donnée pendant l'interview, un support que l'on doit promouvoir pendant l'interview, l'objet de l'interview (ex. dans le cas de la présentation d'un livre ou d'un rapport annuel)... Il est désagréable de s'apercevoir, pendant l'entrevue, que le document utile est dans l'armoire derrière le caméraman et qu'il va tout falloir arrêter pour le récupérer. Ou encore que son aide-mémoire est resté dans le bureau, trois étages plus haut, alors que l'interview se fait devant le bâtiment... Ce genre de situation casse le rythme de l'interview et la rend moins efficace pour le journaliste et moins attractive pour le public.

Privilégier une tenue sobre : cette remarque porte surtout pour les interviews de télévision, il s'agit de préférer les couleurs unies et neutres plutôt que couleurs criardes qui détournent l'attention du discours. Pareillement, on évitera les vestes à lignes ou à carreaux qui peuvent créer un effet de moirage (déformation) à l'image. La veste pied-de-poule et la chemise à rayures horizontales sont le pire en la matière car elles se superposent à la trame de l'image créant une distorsion désagréable pour le téléspectateur. Lorsque l'interview est fixée à l'avance, il s'agit de prévoir une tenue adaptée. Lorsqu'elle est impromptue, il s'agit d'adapter sa tenue si elle n'est pas optimale. On peut, pour cela, enfiler une blouse de travail par dessus sa chemise (pour un médecin, par exemple), faire l'interview en bras de chemise si la veste n'est pas adéquate, emprunter une veste ou encore enlever une cravate qui pose problème. Les plus prévoyants ont parfois à disposition une "tenue d'interview" (chemise, cravate et veste sobres) dans leur bureau. Ils enfilent cette tenue au moment de passer devant la caméra pour répondre au journaliste.

Pendant l'interview

Le ton de l'interview doit être celui de la confiance, elle se mène idéalement dans un climat détendu dans lequel les deux intervenants - intervieweur et interviewé - sont sur un pied d'égalité (toujours ce principe de l'offre et de la demande). La cordialité et la qualité de l'échange reposent sur divers comportements du journaliste (il doit aussi avoir préparé son interview, mettre son intervenant à l'aise, guider la conversation, poser des questions pertinentes...) et de l'intervenant. Celui doit :

* **Etre factuel** : lorsqu'il réalise une interview, le journaliste cherche des faits, de l'information précise, un témoignage voire un sentiment ou une émotion. Pour réaliser son article/reportage, il dispose d'un espace limité (en temps ou en caractères selon le support) et n'a donc pas besoin d'informations inutiles. Il s'agit donc, lors des réponses, d'être concret, d'aller droit au but et de fournir une information pertinente. Dans le flot d'informations livrées, s'il faut en mettre une en évidence, on peut l'introduire par une formule toute faite (ex. *J'attire votre attention sur le fait que... Notez que...*) qui servira à attirer le journaliste sur l'information souhaitée, sur la partie que l'on souhaite mettre en lumière.

* **Etre clair** : à l'exception notoire d'une interview pour la presse spécialisée qui s'adresse souvent à des publics avertis, une interview s'adresse, à travers le journaliste et son média, au grand public. Il s'agit donc de vulgariser au maximum l'information que l'on donne afin de toucher le public le plus large possible. Pour cela, il s'agit de répondre en phrases courtes, d'éviter le jargon technique (ou de l'expliquer le cas échéant) et les approximations, de faire allusion à des situations inconnues du grand public (ex. *c'est un peu le même cas que celui que nous avons rencontré il y a dix ans...* Qui parmi les lecteurs ou les auditeurs se rappelle avec précision de ce cas ?) ou d'éviter les sigles méconnus (ex. *Selon l'UAPR, il y aurait... UAPR ???*).

* **Etre court** : surtout dans le cas d'interviews pour la radio ou la télévision, supports pour lesquels le timing est la contrainte majeure. Un reportage complet de télévision ou de radio varie, souvent, entre une et deux minutes. Le journaliste doit y concentrer l'information, faire émerger les messages les plus importants. Cela signifie donc qu'un intervenant aura un temps d'antenne de 20 à 30 secondes au maximum. Des réponses trop longues, trop chargées en informations (pas toujours pertinentes) ne seront donc pas pertinentes.

* **Etre franc et sincère** : il convient de bannir toute forme d'information erronée ou incomplète. Un bon journaliste cherchera toujours à recouper, à vérifier, son information. Des réponses erronées, mensongères ou inventées risquent fort de se retourner contre l'intervenant. En cas de doute, on peut toujours prendre quelques minutes pour vérifier la véracité de l'information que l'on s'apprête à donner.

* **Eviter toute allusion à la question ou à une autre question** : au montage ou à l'écriture, la plupart du temps la question du journaliste sera coupée (toujours dans un esprit de gain d'espace ou de temps). Le journaliste ne conserve que la réponse ou la partie de réponse qui l'intéresse. Il s'agit donc d'éviter les renvois vers la question posée ou même à une réponse précédente (ex. *Comme vous le dites justement dans votre question...* ou *Je l'ai dit dans une réponse précédente mais...*) ou pire encore à la préparation de l'interview (ex. *Comme je vous le disais lorsque nous avons préparé cette entrevue...*). Les questions du journaliste et la préparation de l'interview n'apparaîtront nulle part dans l'article ou le montage de l'interview, dès lors les allusions qui s'y rapportent peuvent perturber le lecteur ou l'auditeur si le journaliste les laisse dans son montage ou compliquer la tâche du journaliste s'il doit les couper au montage.

* **Adopter un débit correct et régulier** : pour le journaliste de presse écrite qui prend parfois des notes au vol, un débit trop rapide sera synonyme de perte d'informations qu'il n'aura pas forcément le temps de capter; pour un journaliste de presse audiovisuelle, un débit trop rapide posera le problème de la compréhension pour ses auditeurs. Le débit idéal est celui de la conversation, car après tout une interview n'est rien d'autre qu'une conversation entre deux personnes, une conversation que d'autres seront amenés à écouter ou à lire plus tard.

* **Lier ses réponses à une actualité** : le travail des médias consiste à rapporter l'actualité, dès lors l'interview sera liée à une actualité qu'il ne faut pas perdre de vue au moment de répondre.

* **Eviter toute forme de publicité** : la première obligation du journaliste est de faire la distinction entre l'information et la publicité. Déontologiquement, il ne peut relayer que de l'information. En plus d'être factuel, l'intervenant restera le plus neutre possible et évitera toute forme de partisanerie qui amènerait l'information donnée sur le terrain de la promotion pure. Pareillement, l'intervuë sera le plus neutre possible, ne se mettra pas en avant; **l'important est le contenu du message**, pas la personnalité du messenger.

* **Surveiller son non-verbal** : le verbal - les mots que l'on prononce - ne représente que 7% du processus de communication¹. Le reste est représenté par l'intonation (le ton donné au message) et le visuel (ce que les autres voient pendant la communication). Le non-verbal représente donc 93% du contenu de la communication, il conditionne forcément la bonne tenue de l'interview. Regarder sa montre pendant l'interview, grimacer à l'énoncé d'une question, jouer avec un stylo ou un trombone, soupirer,... sont des comportements non-verbaux qu'il faut proscrire au maximum car ils risquent de biaiser l'interview.

En synthèse

Répondre à une interview de journaliste

Profil de base :

- disposer d'une certaine éloquence
- être à l'aise face au micro ou à la caméra
- connaître le sujet abordé
- être disponible
- être naturel

Profil affiné :

- être factuel
- être clair
- être court
- être franc et sincère
- éviter toute allusion à une autre question
- adopter un débit correct et régulier
- lier ses réponses à une actualité
- éviter toute forme de publicité
- surveiller son non-verbal



© Communication, septembre 2013

¹ Règle **7-38-55** d'Albert Mehrabian, Professeur de psychologie à l'Université de Californie, à Berkeley, parfois aussi appelée règle des **3V** => toute communication repose sur **7%** de **V**erbal (message) - **38%** de **V**ocal (intonation et son de la voix) - **55%** de **V**isuel (gestes, postures, regards, tics,...)

Ces quelques conseils devraient permettre à une personne sollicitée par les médias de répondre correctement aux journalistes. Il convient de garder à l'esprit que le journaliste n'est pas un adversaire mais bien un partenaire momentané et que la relation entre l'organisation et les médias est une relation dans laquelle les deux parties sont tout à tour en demande ou en offre et qu'elles ont tout à gagner à ce que cette relation reste équilibrée et gagnante pour chacune d'entre elles.

Olivier Moch

© **Communication**, septembre 2013

