



COMMENT

RÉDIGER ET PUBLIER UNE LETTRE OUVERTE

Les lettres ouvertes sont un excellent outil de visibilité et de transmission d'un message. Même si chaque lettre ouverte est différente, on peut connaître quelques astuces qui permettront plus facilement leur publication par un journal.

PREMIÈREMENT, POURQUOI VOULOIR PUBLIER UNE LETTRE OUVERTE ?

Chaque outil de mobilisation a son propre objectif. Entre organiser une manifestation et rédiger une lettre ouverte, vous n'allez pas chercher les mêmes audiences et donc le résultat est différent. Une lettre ouverte se présente sous la forme d'un texte, relativement court (environ 500-600 mots), publié dans les pages "Idées", "Opinion" d'un média, de presse écrite ou en ligne (ex. Le Devoir, La Presse, Le Soleil, La Tribune) ou tout simplement dans un journal local ou de quartier. L'idée est que votre texte soit rendu public et soit lu par les personnes à qui vous souhaitez vous adresser. Si votre message concerne la mauvaise gestion des matières résiduelles dans votre municipalité, vous n'irez pas envoyer un texte à un média national. En revanche, si votre texte fait référence au plan de lutte contre les changements climatiques du gouvernement du Québec, un média d'envergure provinciale est la bonne cible.

L'objectif de la lettre ouverte est donc de transmettre un message, une idée, de façon simple et accessible au plus grand nombre. Il peut s'agir de faire connaître une campagne dans laquelle vous vous impliquez, de réagir à des propos/des mesures annoncés par la sphère politique, de transmettre un point de vue original sur un sujet, etc. **En publiant une lettre ouverte, on fait passer des propos de la sphère privée à la sphère publique.** Cette démarche conduit à mettre à l'agenda politique un nouveau problème public : plus on parle d'un sujet dans la sphère publique, plus il devient politique. L'exemple de la crise climatique en est un bon, lorsqu'on regarde l'augmentation et l'évolution de la couverture médiatique sur le sujet depuis les vingt dernières années. Aujourd'hui, il ne se passe pas une semaine sans qu'un-e expert-e, une personne militante, une personne dirigeante, s'exprime sur le sujet publiquement.

Avant de vous lancer dans la rédaction d'une lettre ouverte, demandez-vous en quoi votre message se démarque, est-ce qu'il a déjà été répété à de multiples reprises, est-il lié à l'actualité ? Les grands médias reçoivent un nombre considérable de lettres ouvertes par jour, et n'en sélectionnent que très peu. La vôtre doit donc se démarquer par son originalité, le style d'écriture, le lien avec l'actualité. Ces considérations sont à prendre en compte pour un journal local, même si le nombre de lettres ouvertes reçues est moindre.

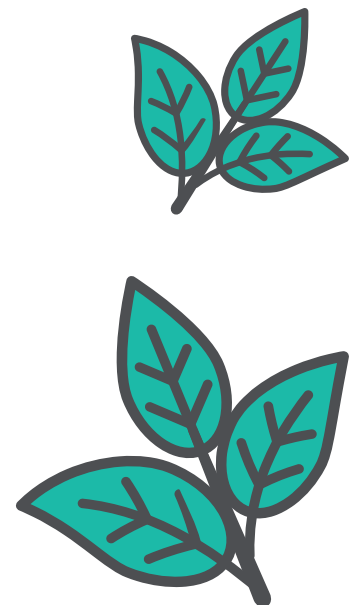
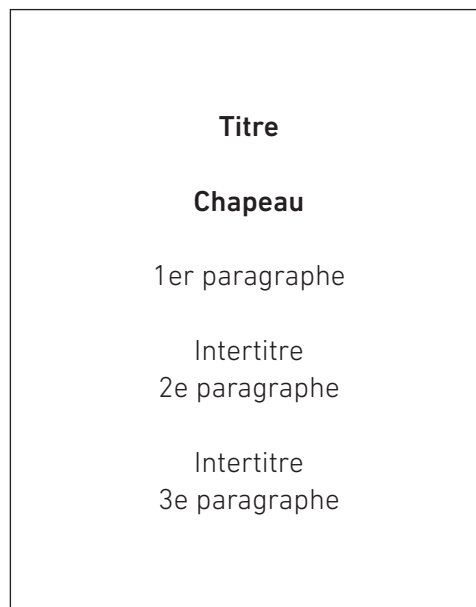
1. LA FORME DE LA LETTRE OUVERTE

Une lettre ouverte doit se présenter sous la forme d'un texte aéré, fluide, où l'on retrouve une idée par paragraphe. Première chose très importante : le titre. Il faut comprendre qu'un média ne vous rend pas uniquement service en publiant votre lettre, mais que vous lui rendez service aussi en lui amenant des lecteur-rice-s. C'est une relation à double sens. Pour qu'elle accepte de publier votre lettre, la personne responsable de la section "Idées" ou "Opinion" pense qu'elle va être lue. Et pour ça, il vous faut un titre accrocheur qui donnera envie aux lecteur-rice-s de cliquer sur l'article ou de continuer sa lecture s'il s'agit d'une publication écrite.

Vous pouvez commencer votre lettre par un chapeau, c'est-à-dire un maximum de deux phrases qui présentent le contenu de votre texte sans pour autant en dévoiler le cœur, l'idée phare. C'est une stratégie qui permettra aux lecteur-rice-s d'en apprendre davantage sur le sujet de la lettre et ainsi qui servira à capter leur attention.

Pour rendre votre message encore plus clair, il est bon d'ajouter des intertitres entre chacun de vos paragraphes, c'est-à-dire un titre à votre paragraphe. Trois paragraphes est le maximum pour éviter que le texte ne soit trop long.

Cela se présente sous cette forme :



2. LE FOND DE LA LETTRE OUVERTE

Comme indiqué précédemment, votre lettre transmet une idée/un point de vue original sur un sujet bien précis. Le ton doit être accessible, pas trop scientifique. Pensez à bien contextualiser vos propos, et à écrire comme si la personne qui vous lit ne connaissait rien au sujet en question.

À la fin de la lecture de votre texte, les lecteur-rice-s doivent repartir avec un message en tête. Il faut que celui-ci soit la ligne conductrice de votre lettre. Vous pouvez ajouter une revendication, bref quelque chose de plus avec lequel les lecteur-rice-s repartent et pourront discuter avec leur entourage afin de créer une discussion, un dialogue, sur l'enjeu en question. Créer un débat dans l'espace public est souvent l'objectif d'une lettre ouverte.



Voici un exemple de lettre ouverte rédigée par Marie-Eve Leclerc (Equiterre), Léa Ilardo (Fondation David Suzuki) et Diego Creimer (SNAP Québec) pour la Coalition Vire au Vert à la suite des élections municipales : **Nous avons viré au vert** ↗.

3. AMPLIFIER SON IMPACT

Si vous travaillez en coalition sur un certain dossier qui est le sujet de votre lettre ouverte, pensez à faire signer la lettre par vos partenaires, afin d'amplifier son impact, et rejoindre un plus grand auditoire.

4. L'ÉTAPE DE LA PUBLICATION

Une fois que votre lettre est prête, vous pouvez l'envoyer aux adresses courriel dédiées à la section "Idées" ou "Opinion" du journal que vous visez. C'est encore mieux si vous connaissez un-e journaliste à qui vous pouvez transmettre directement le document. Indiquez dans votre courriel si le média a l'exclusivité de la lettre, ainsi qu'une date avant laquelle vous attendez une réponse, auquel cas vous l'enverrez à un autre média. Inclure une mise en contexte sur la date de publication choisie pourrait aider à la faire publier à la date demandée (ex. Jour de la Terre, annonce publique attendue ce jour-ci, conférence de presse, etc.). Il est judicieux d'inclure le nom complet et le titre de l'auteur-rice ainsi que l'organisation qu'il ou elle représente. De plus, expliquer en une ou deux lignes la pertinence de votre lettre dans le corps du courriel est une bonne stratégie pour convaincre la personne responsable de publier votre lettre ouverte. Surveillez les articles publiés, parfois les médias publient les lettres ouvertes sans prévenir leur auteur-rice ! Si ça ne fonctionne pas, ne soyez pas déçu-e, les médias reçoivent tellement de propositions, ça fonctionnera la prochaine fois !

Sur ce, bonne rédaction !

