

Fiche pratique n°7 : Gérer ses relations avec la presse

Les Journées Nationales de la Réparation sont accompagnées par une **agence de relations presse**, **THE DESK**, qui coordonne la médiatisation de l'événement au niveau national et régional. Celle-ci se charge de rédiger les communiqués de presse, de les diffuser aux médias (presse/radio/TV) et de faire des relances pour optimiser la visibilité des JNR dans son ensemble, en s'appuyant sur vous, les organisateur-ices d'évènement.

Dans le cadre de votre stratégie de communication (cf **fiche n°4**), il est bien entendu recommandé d'être « **ouvert-e** » à la **médiatisation avec la presse locale**. Car vous êtes les mieux placés pour raconter ce qu'il se passe concrètement sur le terrain, faire connaître votre événement et montrer l'impact de la réparation dans votre ville, votre quartier ou votre territoire.



Pourquoi parler à la presse ?

Être visible dans les médias locaux permet de :

- **Faire connaître votre événement ;**
- **Attirer du public ;**
- **Valoriser votre structure** et vos actions ;
- Montrer que des **solutions concrètes de réparation existent** près de chez soi ;
- **Contribuer au rayonnement national** des JNR.

Participer à une interview ne demande pas d'être un expert : il suffit d'être préparé-e, clair-e et concret-e.



Les informations clés à partager :

- Le nom de ma structure
- Le nom de mon événement et son programme
- La date, l'heure et l'adresse de mon événement
- Un moyen de prise de contact : site, compte réseaux sociaux, etc.
- Quelques informations locales : nombre de bénévoles, objets réparés, participant-es attendu-es, ancienneté de la structure, partenaires mobilisés.



Les messages à privilégier sur les JNR :

Les JNR, portées par l'association [Halte à l'Obsolescence Programmée et Make.org Foundation](#), reviennent pour une 4ème édition, du jeudi 15 au dimanche 18 octobre 2026, partout en France.

Leur objectif : faire de la réparation un **réflexe simple, concret et accessible**.

Ces journées visent à :

- Encourager le prolongement de la durée de vie des objets.
- Faciliter le transfert de compétences entre citoyen·nes.
- Valoriser les structures locales engagées dans la réparation (acteur·rices de l'ESS, associations, entreprises, chercheur·euses et collectivités).

C'est l'occasion pour chacun·e de découvrir comment intégrer la réparation dans son quotidien. Les JNR renversent les idées reçues sur la réparation et nous souhaitons aller plus loin : faire de la réparation un réflexe simple, concret et accessible. En effet, si 91 % des Français·es ont une bonne image de la réparation, seulement 27 % déclarent y recourir spontanément ([Radioscopie ecosystem x ELABE 2025](#)).

En 2025, les JNR ont rassemblé **49 000 participant·es** autour de **1 504 événements**. **66 % d'entre eux ont découvert au moins une structure de réparation** près de chez eux et **80 %** ont pris conscience que réparer était moins coûteux qu'ils ne l'imaginaient.

Retrouver tous les événements sur le site : <https://journeesreparation.fr/>



Le message 2026 : réparer, un réflexe malin

Pour cette édition, vous pouvez retenir un message simple : **réparer est un réflexe malin : bon pour la planète, bon pour la porte-monnaie et bon pour les territoires**.

Le prix reste l'un des principaux freins à la réparation. Pourtant, les JNR montrent que réparer peut être plus accessible qu'on ne le pense, grâce aux ateliers, aux structures locales, aux réparateur·ices et aux dispositifs existants comme le Bonus Réparation.

Réparer, c'est aussi soutenir des savoir-faire, créer du lien et valoriser des métiers utiles aujourd'hui comme demain.

10 règles d'or pour réussir une interview

- 1. Préparer 3 messages clés** simples, clairs, illustrés d'exemples.
- 2. Connaître votre journaliste & son média** : attentes, ton, format (radio, TV, presse écrite, web).
- 3. Ne jamais répondre « à chaud »** : prenez le temps de rappeler, préparez vos éléments.
- 4. Commencer par la conclusion** : le message principal d'abord, les détails ensuite.
- 5. Être claire et pédagogique** : parler comme à quelqu'un qui ne connaît pas du tout la réparation, évitez le jargon, les acronymes et les anglicismes.
- 6. Utiliser des exemples concrets et humains** : chiffres simples, anecdotes locales, histoires vraies.
- 7. Maîtriser votre posture et votre voix** : regard franc, débit calme, phrases courtes, éviter les tics de langage.
- 8. Ne pas subir les questions** : reformuler, orienter vers vos messages. Chaque question = une opportunité de faire passer un message.
- 9. Attention aux pièges** : « off » qui n'en est pas un, questions politiques ou sensibles → recentrez poliment.
- 10. Valoriser le positif et l'humain** : montrez l'impact concret de vos actions, parlez avec conviction et simplicité.

L'agence THE DESK est là pour vous guider.

Si vous avez un doute sur une demande média ou besoin d'un conseil, notamment dans le cadre d'interviews radio ou TV, vous pouvez leur envoyer un mail : stephanie@agencethedesk.com et marie@agencethedesk.com, elles sont réactives !