



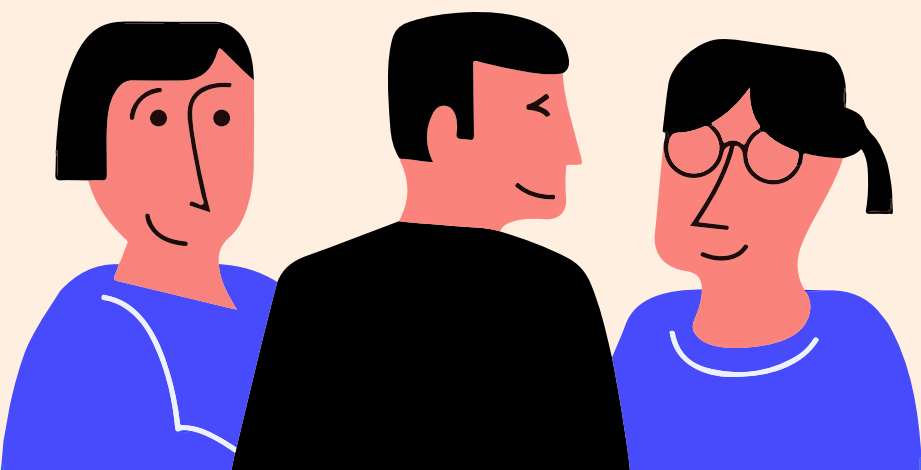
DOSSIER DE PRESSE

DES IMAGES ET DES ACTES :
QUELS VISUELS POUR PARLER DU CLIMAT ?

INVITATION À UN DÉJEUNER DE PRESSE

MERCREDI
6 SEPTEMBRE

RESTAURANT IMAGO
PARIS-9ème



Une étude menée par Place To B, d'après l'étude initiale
Climate Visuals lancée par notre partenaire Climate Outreach.
En partenariat avec l'ADEME, BVA Group, Mickaël Dupré,
Qu'est-ce qu'on fait?! et The Conversation France.



MICKAËL DUPRÉ





Participez à un déjeuner de presse et venez découvrir en avant première les résultats de l'étude "Des images et des actes : quels visuels pour parler du climat ?" le mercredi 6 septembre à midi.

Le changement climatique est un sujet traité fréquemment, et pourtant, si les manières d'en parler ont grandement évolué, les manières de l'illustrer sont restées fort statiques...

Depuis les années 80, l'ours polaire sur un bout de banquise à la dérive est devenu un symbole photographique pour la thématique, témoignant de la volonté de provoquer l'émotion chez les lecteurs.

ET SI CE N'ÉTAIT PAS LA MEILLEURE IMAGE POUR NOUS FAIRE AGIR ?

Telle est LA question qui a incité Place to B à enquêter sur les visuels utilisés pour parler du dérèglement climatique et, plus généralement, de la transition.

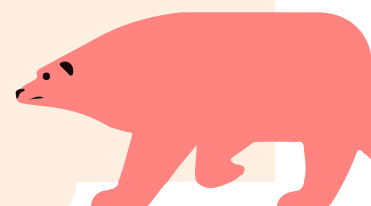
ADOPTER UNE APPROCHE FACTUELLE DES VISUELS CLIMATIQUES

Avec l'ADEME, la société d'études et conseil BVA Group et le psycho-sociologue Mickaël Dupré, Place to B a prolongé l'étude initialement menée par le laboratoire anglo-saxon Climate Outreach.

L'OBJECTIF ? Étudier les émotions véhiculées par certains types de photographie, et les incitations à l'action qu'elles peuvent engendrer.

1500 personnes ont répondu à une enquête en ligne menée par BVA Group. À cette démarche s'ajoutent des entretiens individuels et des interviews filmées d'experts du milieu académique, de journalistes et de professionnels de la communication et de l'image.

Après un an et demi de recherche, que ressort-il de l'étude ? Quels sont les types d'images les plus efficaces auprès du public ? Doit-on changer ou adapter nos habitudes "visuelles" pour avoir un impact plus important sur les lecteurs ?



LE MERCREDI 6 SEPTEMBRE, RENDEZ-VOUS AU RESTAURANT IMAGO DE GREENFLEX POUR DÉCOUVRIR LES RÉSULTATS EN AVANT-PREMIÈRE

En divulguant les résultats de la recherche sur la photographie climatique en France, Place to B souhaite apporter des ressources utiles aux porteurs de messages, aux narrateurs du climat, au réseau de professionnels de l'information pour mieux sensibiliser au changement climatique.

Après une première présentation le 24 mars dernier, les conclusions de l'étude seront dévoilées le 6 septembre, de 12h à 14h, lors d'un déjeuner de presse organisé autour du sujet au restaurant Imago, dans le 9ème arrondissement de Paris.

Ce temps se veut un moment d'échanges aux côtés des partenaires de l'étude et de présentation de la plateforme numérique desimagesetdesactes.fr réalisée par Qu'est-ce qu'on fait ?! qui recense les résultats et les images utilisées dans l'étude.

Merci de bien confirmer votre présence par retour de mail à thebaseline@placetob.org



Informations pratiques

Mercredi 6 septembre

de 12h à 14h30

Restaurant Imago

16 Boulevard Montmartre, 75009 Paris

Inscription obligatoire : thebaseline@placetob.org

Contact : Marie Brelet - 06.95.94.36.94



Le déjeuner se déroulera au Imago Resto, restaurant imaginé par les salariés de GreenFlex, designers de solutions durables



Place to B, c'est qui ?

L'histoire qui s'est écrite pendant les deux semaines de la COP21 continue ! Au croisement des médias, de l'écologie et des outils numériques et collaboratifs, le projet Place to B transmet, fédère et étudie les solutions de demain autour du changement climatique et de la transition. Son ambition ? Donner à chacun des clés de compréhension pour participer à l'écriture d'un récit positif et inclusif des transitions que vivent nos sociétés.

Au travers de son centre de ressources *The Baseline*, Place to B souhaite initier un pacte entre les scientifiques d'une part et les journalistes, médias et narrateurs d'autre part. Le tout permettant de traiter de la transition climatique de façon novatrice pour mieux comprendre les leviers de communication liés à ces sujets et amorcer un réel engagement citoyen.

Quatre partenaires nous apportent leur soutien financier et rendent possible jour après jour l'écriture d'un nouveau récit :



L'ÉTUDE EN BREF

Première étude menée par *The Baseline*, le centre de ressources de Place to B, l'étude sur les visuels climatiques se veut **une aide documentée et factuelle** pour tous les acteurs qui traitent des sujets liés au changement climatique. Les résultats permettent **une meilleure compréhension de l'impact des visuels** dans les prises de conscience et les changements de comportement des citoyens.

À L'ORIGINE DU PROJET

L'étude sur les visuels climatiques est directement inspirée du travail du laboratoire anglo-saxon Climate Outreach intitulé "**Climate Visuals**" et publié sous la forme d'une banque d'images en ligne. Réalisé en Allemagne, au Royaume-Uni et aux États-Unis, le projet propose une série de sept constatations clefs pour **aider les communicants à mieux utiliser les visuels climatiques** dans leur quotidien de professionnels.

Très enthousiastes à l'idée d'apporter des conseils à la communauté de narrateurs de la transition impulsé lors de la COP21, Place to B a travaillé en partenariat avec Climate Outreach pour prolonger et enrichir leur travail, mais aussi engager une nouvelle réflexion sur la même thématique des visuels climatiques.

QUELLE EST LA PLUS-VALUE DE CETTE ÉTUDE PAR RAPPORT À L'ÉTUDE ANGLO-SAXONNE ?

Nous avons amorcé une seconde étape de l'étude anglo-saxonne et axé l'enquête sur **l'impact émotionnel des images, et l'incitation à l'action** que la photographie est en mesure de produire. Nous nous sommes centrés sur un terrain francophone en interrogeant un échantillon représentatif de la société française de 1500 personnes. A l'occasion de sa présence sur des événements internationaux (Forum Social Mondial au Canada, COP22 au Maroc...) et des événements organisés en France, Place to B a sollicité des experts, des professionnels et des citoyens de ces différents pays pour collecter témoignages et données.

Notre travail fut mené avec la volonté de croiser les résultats des deux études et de mieux comprendre les potentielles différences culturelles liées aux visuels climatiques.

UNE RECHERCHE PLURI-DISCIPLINAIRE

Des chercheurs et experts issus de milieux différents ont accompagné Place to B tout au long de ce travail :

- Camille Cazanave et Alexandre Millet, du site d'informations Qu'est-ce qu'on fait ?!
- Camille Chedotal, Enseignante chercheuse en marketing à la Brest Business School
- Chantal Derkenne, Service Recherche et Technologies Avancées de l'ADEME
- Mickaël Dupré, Docteur en psychologie sociale de l'environnement
- Valérie Martin, Chef du service Mobilisation Grand Public, Presse et Institutionnel de l'ADEME
- Alain Mergier, Sémiologue et sociologue
- Régis Olagne, Directeur de BVA Group



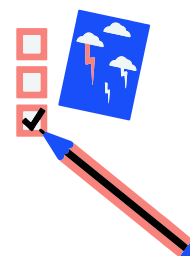
UNE COLLECTE DE DONNÉES RIGOUREUSE

L'étude a été menée à partir de données collectées au travers de différentes méthodes afin de croiser les résultats et obtenir des clefs de compréhension factuelles et exhaustives.

À partir de l'étude produite par Climate Outreach, intitulée « *Seven principles for visual climate change communication* », Place to B a agrégé de nombreux travaux scientifiques menés dans les domaines de la psychologie environnementale, l'écologie politique, les

sciences de la communication ou la psychologie sociale (Daniel Boy, Fabien Girandola et Karine Weiss, Susan Joy Hassol, Rachel Jouan, Emmanuel Bentejac et Claire Cao-Pesca, Annamaria Lammel, Gabriel Moser, Diane Pruneau, Mélanie Demers, Abdellatif Khattabi ou Kiyomitsu Yui).

Après avoir lancé un appel à contribution dans le but de collecter des photographies susceptibles de mobiliser les individus sur les questions liées aux changements climatiques, l'association et ses partenaires ont construit un questionnaire quantitatif utilisant ces ressources. Ce questionnaire a été administré par BVA Group, partenaire de l'étude, sous la forme d'une enquête en ligne.



ÉVÉNEMENTS ET MANIFESTATIONS

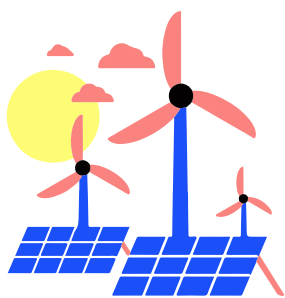
Depuis janvier 2017, Place to B et ses partenaires associés ont analysé les résultats obtenus avec attention. **Les premiers éléments d'analyse ont été présentés à diverses occasions :**

- 01 en mars dernier, sous la forme d'une matinée-atelier pour challenger les premières observations auprès d'un public de communicants professionnels, photographes, chercheurs, militants et de journalistes ;
- 02 devant les salariés du partenaire financier de Place To B Leboncoin, dans le cadre de la semaine du développement durable ;
- 03 auprès des membres du Club du Développement Durable d'Audiens, groupe de protection sociale dédié au monde de la culture, de la communication et des médias ;
- 04 lors du festival du journalisme vivant les Rendez-vous de Juillet, organisé par les revues XXI et 6Mois à Autun en Bourgogne ;
- 05 dans le cadre de la journée Énergies & Futur Durable organisée par MakeSense à La Terrasse Des Canaux à Paris.

Un rapport final complet reprend les résultats de l'étude, dont l'intégralité est mise en ligne sur la plateforme numérique desimagesetdesactes.fr réalisée par [Qu'est-ce qu'on fait ?!](#), partenaire de l'étude.

LA PLATEFORME DESIMAGESETDESACTES.FR

Les 36 images utilisées au cours de l'enquête réalisée par BVA Group sont recensées sur la plateforme desimagesetdesactes.fr. En plus du comité d'experts décrit précédemment dans le cadrage de la recherche, nous avons sollicité deux professionnels de l'image : Jean-Dominique Siegel, co-fondateur de la revue We Demain, et Gilles Crampes, photographe indépendant, pour nous aider à analyser chacune des 36 photographies utilisées. La plateforme virtuelle réalisée par [Qu'est-ce qu'on fait ?!](https://www.queestcequonfait.fr) permet à l'utilisateur d'effectuer une recherche par filtres. Il peut indiquer la nature de la structure pour laquelle il communique, est amené à se questionner sur le niveau d'engagement durable de son audience, et peut sélectionner une thématique de visuels ("Consommation", "Énergie", "Mobilité et transports", "Alimentation", "Qualité de l'air").



Une fois les filtres appliqués, les visuels que nous préconisons d'utiliser apparaissent à l'écran, accompagnés de la nature des émotions qu'ils ont suscité auprès des 1500 répondants. L'internaute est invité à lire une analyse qualitative en lien avec l'image résultant de sa recherche. Cette analyse est le fruit de la réflexion du comité d'experts, accompagnée des témoignages et recommandations fournies par Jean-Dominique Siegel et Gilles Crampes.

ILS EN PARLENT DÉJÀ

Découvrez les articles que certains médias ont publié au sujet de l'étude :

06.04.17 | Les Colibris - [Décrypter le pouvoir des images.](#)

04.17 | La Solidarité Climatique - [Climat et photographie : Comment mieux parler du climat grâce à la photographie ?](#)

04.17 | Demain le Monde - [Crise climatique : des images chic ou choc ?](#)

16.07.17 | National Geographic - [Quelles images pour sensibiliser à l'environnement ?](#)

27.08.17 | The Conversation France - [Quelles images pour sensibiliser aux enjeux du changement climatique ?](#)

LES PARTENAIRES DE L'ÉTUDE

Place to B a pu mener cette étude à bien grâce à l'aide indispensable de six partenaires :



Climate Outreach est le laboratoire anglo-saxon à l'origine de l'étude climatevisuals.org.

Présents à Place To B pendant la COP21, c'est en collaboration avec Jamie Clarke, directeur exécutif, et Adam Corner, directeur de recherche, que nous avons décidé de prolonger le travail de Climate Outreach en nous basant sur les résultats de leur étude publiée en novembre 2015.



En 2015, **BVA Group** avait réalisé pour Place To B une première étude sur les français et l'information sur le climat. BVA Group est une société d'études et conseil experte du comportement. Elle allie sciences humaines et data sciences au service de la performance de leurs clients. C'est donc naturellement que nous nous sommes à nouveau tournés vers ce partenaire afin de réaliser cette nouvelle étude sur les visuels climatiques.

Régis Olgne, directeur de BVA Earth, a apporté son expertise aux côtés d'autres membres de son équipe : Delphine Chamignon, Hervé Tranger et Guillaume Gomez.

BVA earth est un projet visant à accompagner les entreprises et institutions dans l'optimisation de leur démarche de développement durable.

BVA earth cherche à mettre le citoyen au coeur du dispositif pour renforcer l'efficacité de ses actions à travers 3 types de modules :

1. Analyse des tendances et évolutions sociétales
2. Evaluation des actions projetées ou engagées
3. Elaboration de solutions pour inciter au changement de comportements (Green Nudges).

Sélection des images, construction du questionnaire, analyse des résultats : BVA Group fut impliqué à de nombreux niveaux du processus de recherche.



L'ADEME

L'ADEME est l'un des partenaires financiers de l'association Place To B.

Dans le cadre de l'étude des visuels climatiques, Valérie Martin (Chef du service Mobilisation Grand Public, Presse et Institutionnel) et Chantal Derkenne (Service Recherche et Technologies Avancées) ont participé aux comités de pilotage et de suivi de l'étude.

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) participe à la mise en oeuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'agence met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide en outre au financement des projets, de la recherche à la mise en oeuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du Ministère de la transition écologique et solidaire et du Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche. www.ademe.fr



Mickaël Dupré

Mickaël Dupré, psycho-sociologue, a apporté son expertise de chercheur dans la conception des entretiens qualitatifs réalisés à Montréal, Paris et Marrakech ; ainsi que dans la sélection des visuels, la réalisation du questionnaire et l'analyse des résultats, aux côtés de l'équipe BVA.



Qu'est-ce qu'on fait ?!

Le site d'informations **Qu'est-ce qu'on fait ?!** a apporté son soutien dans le traitement des résultats.

Leur équipe a travaillé à nos côtés afin de faciliter la vulgarisation et la diffusion des résultats de la recherche, sous la forme d'une plateforme digitale associée à une banque d'images à utiliser.



The Conversation France

The Conversation France est partenaire média de Place To B. L'expertise académique de ce journal en ligne nous a permis d'identifier des profils de chercheurs que nous avons sollicités au cours de notre recherche : Mickaël Dupré était l'un d'entre eux.

Cette collaboration nous a également permis de sélectionner des contenus en lien avec l'étude et de les republier sur notre blog en creative commons. La chef de rubrique Environnement et Énergie Jennifer Gallé et la responsable des réseaux sociaux et de la rubrique Arts et Culture Sonia Zannad furent nos interlocutrices tout au long de ce travail.

INTERVIEWÉS

11 interviews de chercheurs, journalistes, professionnels de l'image et communicants furent réalisées en parallèle de l'enquête de terrain (interviews filmées à Montréal, Marrakech, Nantes et Paris). Les interviews sont à retrouver **sur la chaîne Youtube de Place To B.**

● Gildas Bonnel, président de l'agence de communication Sidièse

● Jamie Clarke, directeur exécutif et chercheur au sein du laboratoire Climate Outreach

● Thomas Dandres, chercheur au CIRAIG (Centre international de référence sur le cycle de vie des produits, procédés et services)

● Hugo Duchesne et Elsa Palito, chargés de photo et vidéo chez Greenpeace France

● Fabien Durif, Vice-doyen à la recherche et directeur de l'observatoire de la consommation responsable à l'UQAM (Université du Québec à Montréal)

● Flavie Halais, journaliste spécialisée dans les migrations économiques co-auteure du reportage photographique «RefugeeEconomics»

● Isabelle Kurata, co-fondatrice de «Act'Responsible» et «The Good Report»

● Alexandre Millet, consultant planning stratégique chez «Qu'est-ce qu'on fait ?!»

● Bénédicte Ramade, historienne de l'art spécialisée en art écologique américain et sur les rapports entre Art, Nature et Culture

● Nathalie Sédou, directrice adjointe et chargée de communication de la Maison Régionale de l'Environnement et des Solidarités de la Région Hauts-de-France, chargée du projet «Pour Une Poignée de Degrés»

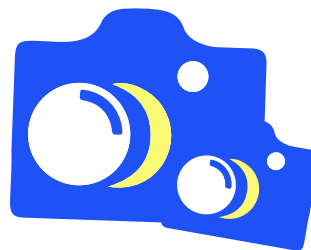
● Laurent Terrisse, co-fondateur et président de l'agence de communication Limite

● Mikaël Theimer, photographe français basé à Montréal

PHOTOGRAPHES

Huit photographes ont accepté de contribuer à notre travail en nous fournissant certaines de leurs photographies :

Julie Boileau
Antoine Bruy
Gilles Crampes
Arthur Enard
Fanny Legros
Yannick Monget
Valentin Prout
Antoine Repesse



CONTRIBUTEURS CROWD-SOURCING



Si cette étude fut menée avec différents experts et spécialistes du sujet, il nous tenait à coeur de travailler en adéquation avec l'une des constituantes essentielles de Place To B : la co-création. Nous avons donc réalisé un appel à contribution afin de collecter plus d'une centaine de photographies (112 exactement, envoyées par 21 contributeurs) susceptibles de mobiliser les individus sur les questions liées au changement climatique. **Merci à :**

Christophe Achte
Eloise Bajou
Mathieu Bastide
Julie Boileau
Antoinette Brouyaux
Marion Chusseau
Gilles Crampes
Sarah Du Vinage
Arthur Enard
Fanny Legros
Edouard Marchand
Xavier Parenteau
Michèle Poupaux
Valentin Prout
Clara Recordier
Yohann Reverdy
Tatiana Rinke
Thierry Roels
Nathalie Sedou
Maithe Thouvard



AIDEZ-NOUS À FAIRE DE CETTE ÉTUDE UN SUCCÈS ...
PARTAGEZ LE LIEN desimagesetdesactes.fr
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX !



POUR PLUS D'INFORMATIONS ET/OU
UNE DEMANDE D'INTERVIEW, CONTACTEZ-NOUS !
thebaseline@placetob.org



leboncoin

