



DOSSIER DE PRESSE

ÉTUDE SUR LES VISUELS CLIMATIQUES AVANT-PREMIÈRE DES RÉSULTATS



VENDREDI 24 MARS
À L'ENTREPÔT,
PARIS-14E

Une étude menée par Place To B
en partenariat avec





Journalistes, communicants, narrateurs du changement : participez à l'enrichissement de l'étude sur l'impact des visuels climatiques le vendredi 24 mars de 8h30 à 12h

Le changement climatique est un sujet traité fréquemment, et pourtant, si les manières d'en parler ont grandement évolué, les façons 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 écologique et énergétique.



Adopter une approche factuelle des visuels climatiques

Avec l'ADEME, l'institut de sondage BVA et le psycho-sociologue Mickaël Dupré, Place to B a prolongé l'étude initialement produite par le laboratoire anglo-saxon Climate Outreach.

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

L'étude a été menée à partir d'une enquête en ligne construite avec BVA, d'entretiens individuels avec une vingtaine de répondants identifiés en fonction de variables diversifiées (âge, profession, CSP, lieu d'habitation...) et d'interviews d'experts du milieu académique, de journalistes et de professionnels de la communication et de l'image.

Après un an 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 24 mars, rendez-vous à l'Entrepôt à Paris pour découvrir et compléter les premiers résultats

En enrichissant la recherche sur le sujet des visuels climatiques 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.

- Quel visuel incite à l'action ? Une belle image ? Une image choc ? Un visuel décalé ?
- Quelles émotions suscitent les visuels représentant les causes ou les conséquences du changement climatique ? Que se passe-t-il avec les images dites « inspirantes », porteuses de solutions ?
- Les émotions ainsi créées mènent-elles à l'action ? Sommes nous tous sensibles aux même types de visuels ?
- Existe-t-il des visuels plus impactants que d'autres ?

Aux vues des premiers résultats, voici quelques unes des questions auxquelles nous vous proposons d'apporter votre regard et votre expertise le 24 mars matin, de 8h30 à 12h, à l'Entrepôt dans le 14ème arrondissement de Paris.

Ce temps se veut un moment d'échange et de retours d'expérience pour que chacun puisse enrichir et mettre en perspective cette question stratégique : Quelle image utiliser pour agir sur les prises de conscience ou les mobilisations citoyennes ? Les contributions permettront d'affiner les résultats de l'étude, dont l'intégralité sera disponible en avril sur une plateforme numérique réalisée en partenariat avec **Qu'est-ce qu'on fait ?!**

La matinée sera ouverte par un petit-déjeuner offert par Place to B.

Toutes les personnes intéressées par le sujet peuvent s'inscrire dès maintenant sur la **billetterie en ligne Hello Asso**.



INFORMATIONS PRATIQUES

24 mars de 8h30 à 12h
L'entrepôt - Lieu des Cultures
7/9 rue Francis de Pressensé - 75014 Paris
placetobcop21@gmail.com
Entrée libre - inscription conseillée :
Billetterie Hello Asso / GRATUIT

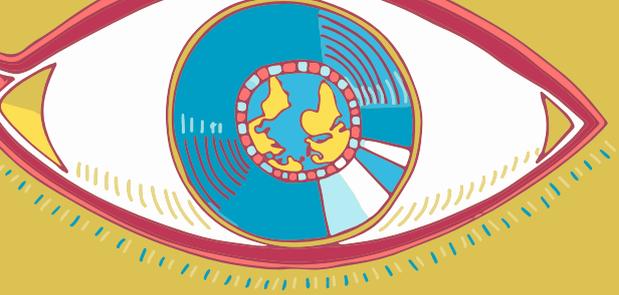


Place to B, c'est qui ?

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.





L'ÉTUDE EN BREF

L'étude sur les visuels climatiques est la première étude menée par *The Baseline*, le centre de ressources de Place to B. Elle se veut une aide documentée et factuelle pour tous les acteurs qui traitent des sujets liés au changement climatique. Les résultats permettront 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 leurs pratiques professionnelles.

Très enthousiaste à l'idée d'apporter des conseils à la communauté de narrateurs de la transition, impulsée 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

Une démarche internationale

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 des témoignages sur le sujet. Nous avons également réalisé de nombreux entretiens qualitatifs afin de construire et recenser des données et d'orienter le questionnaire qualitatif produit par BVA dans un second temps.

Une recherche pluri-disciplinaire

Des chercheurs et experts issus de milieux différents ont accompagné Place to B à différentes phases ce travail :

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

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 "[Climate Visuals](#)", Place to B a agrégé de nombreux travaux scientifiques produits dans les domaines de la psychologie environnementale, de l'écologie politique, des sciences de la communication ou de 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).

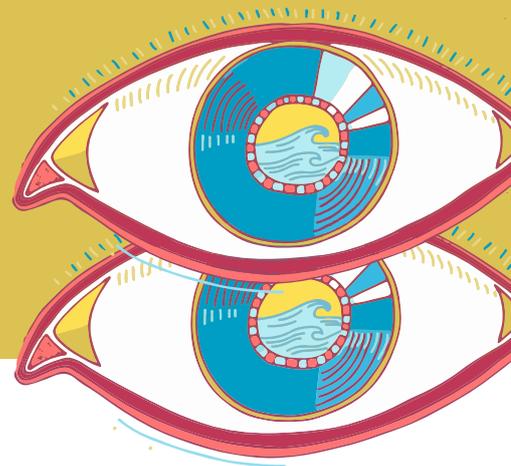
Après avoir lancé un appel à contribution dans le but de collecter des photographies susceptibles de mobiliser les individus sur les questions liées aux changements climatiques, l'association et ses partenaires ont construit un questionnaire quantitatif utilisant ces ressources. Ce questionnaire a été diffusé par [BVA](#), partenaire de l'étude, auprès d'un échantillon représentatif de la société française (1500 participants).

Depuis janvier 2017, Place to B et ses partenaires associés ont analysé les résultats obtenus avec attention. Leur richesse est telle que l'association souhaite en partager les premières conclusions avec un maximum d'acteurs variés afin d'en challenger la teneur.

Les premières conclusions seront dévoilées **le 24 mars**, à l'occasion d'une matinée consacrée au sujet des visuels climatiques de 8h30 à 12h. Ce temps fort sera aussi l'occasion d'échanger et de partager des expériences entre "narrateurs", journalistes, communicants et scientifiques.

Un document académique complet sera disponible en avril 2017 et les résultats seront mis en ligne sous la forme d'une plateforme réalisée par [Qu'est-ce qu'on fait ?!](#), partenaire de l'étude.

UNE ÉTUDE CO-CONSTRUITE



Place to B a pu mener cette étude à bien grâce à des partenaires indispensables et à de nombreux contributeurs.

Les partenaires de l'étude



Climate Outreach

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

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



BVA

En 2015, BVA avait réalisé pour Place To B un premier sondage sur les français et l'information sur le climat.

C'est donc naturellement que Place To B s'est à nouveau tourné vers l'institut de sondage afin de réaliser cette 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, chargée d'études, Hervé Tranger, directeur Méthodes & Process ainsi que Guillaume Gomez, assistant chargé d'études.

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 cœur 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 fut impliqué à de nombreux niveaux du processus de recherche.



ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie)

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 au Comité 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 œuvre 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 de projets, de la recherche à la mise en œuvre 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 l'environnement, de l'énergie et de la mer et du ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche. www.ademe.fr

Mickaël Dupré

www.mickaeldupre.com

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 l'étude : Mickaël Dupré était l'un d'entre eux.

Cette collaboration a également permis de sélectionner des contenus en lien avec l'étude et de les re-publier sur le blog de Place to B 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.



Les contributeurs de l'étude

Interviewés

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

Julie Boileau

Antoine Bruy

Gilles Crampes

Arthur Enard

Fanny Legros

Yannick Monget

Valentin Prout

Antoine Repesse

Contributeurs crowd-sourcing

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



Les partenaires officiels de Place to B



leboncoin



Anne-Sophie Novel

06 60 26 16 77

annesophie@placetob.org - asnovel@gmail.com

AIDEZ-NOUS À FAIRE DE CETTE ÉTUDE UN SUCCÈS ...
PARTAGEZ L'INFORMATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX !



- > L'événement Facebook
- > Sur le site Place to B
- > La **billetterie en ligne** pour s'inscrire à l'événement (gratuit)
- > Vous pouvez aussi télécharger le **kit de communication**.



*Pour plus d'informations et/ou une demande d'interview,
contactez-nous sur placetobcop21@gmail.com*

