

Atelier 3

Comment dialoguer avec la société et la sensibiliser à la question de l'adaptation des forêts au changement climatique ?



Colloque AFORCE 2019
2 & 3 avril, Montpellier

Animation:



Marielle BRUNETTE (INRA), membre de la CAP du RMT AFORCE

Invitées:

- Adeline FAVREL (France Nature Environnement)
- Christine FARCY (UC Louvain)



Origine du questionnaire

- Evaluation du réseau par un de ses financeurs en 2017.

=> Constat: lacunes et incohérences dans la stratégie de communication.

- La stratégie du réseau est révisée (cellule « communication » + cabinet de Conseil).

=> Résultat: nouveau logo, nouvelle charte graphique, nouveau site internet, etc.

- Questions/constats apparaissent durant la construction de la nouvelle stratégie:

- Quel est le **public cible** du réseau ? A qui s'adresse t'on ?
- Quels **supports** doivent être privilégiés ?
- Comment éviter des réactions parfois vives sur les questionnements, les résultats et la stratégie du réseau ?
- Réseau très peu orienté vers la communication avec la société.

=> Un exemple « Une ballade en forêt en 2050 », Rapport ONERC « L'arbre et la forêt à l'épreuve d'un climat qui change », 2015.

=> Pourquoi ?



Questionnement de cet Atelier

Origine du questionnement = question de communication entre le réseau et le public cible.

⇒ Généralisation de la problématique au dialogue avec la société et à sa sensibilisation:

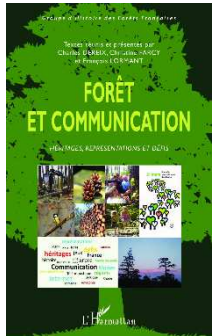
Comment dialoguer avec la société et la sensibiliser à la question de l'adaptation des forêts au changement climatique ?

Trois questionnements principaux: enjeux, moyens, acteurs.



Sortie LEF, PNR du Ballon des Vosges, juin 2018

Enjeux du dialogue et de la sensibilisation



Dereix, C., Farcy, C.,
Lormant, F. (Eds.), 2016.
Forêt et Communication.
Paris, L'Harmattan.

Le RMT AFORCE en région, Atelier PEI à Metz



- **Enjeu informatif** : faire circuler l'information entre les acteurs, confronter des idées, partager des bonnes pratiques.
 - L'information circule t'elle toujours dans les deux sens ?
 - Trop d'information ne tue t'elle pas l'information ?
 - L'information « simplifiée (trop?) » n'engendre t'elle pas une mauvaise compréhension ?
- **Enjeu relationnel** : créer ou consolider une relation.
 - Comment sensibiliser sans effrayer ? Notamment les plus jeunes...
 - Comment établir une relation de confiance? Crédibilité de l'information...
- **Enjeu d'influence** : agir sur les autres pour changer leurs idées ou leurs comportements.
 - Comment ne pas être trop intrusif ou trop directif ? Acceptabilité, ne pas effrayer...



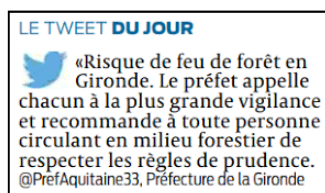


Moyens de dialoguer et sensibiliser



- **Ecrits:** journal, plaquette d'information, poster, site internet, campagne de pub, etc.
- **Oraux:** interview radio, réunion d'information, séance de formation, intervention en milieu scolaire, conférence, etc.

- Quels moyens permettent de susciter la mobilisation et l'adhésion des acteurs ?
- De quelle manière instaure t'on un dialogue, une communication ?
- Comment impliquer les acteurs et inscrire les actions dans la durée ?
- Comment le public peut-il s'exprimer ? Lieu d'échanges...
- Faut-il multiplier les moyens pour toucher le plus grand nombre ?
- Quel rôle pour les réseaux sociaux ?



10 juillet 2018



Farcy et al. (2017). In: *Forêt Nature* 142: 14-21.

AFORCE
RMT Adaptation des forêts
au changement climatique

Acteurs du dialogue et de la sensibilisation

- **Acteurs sont multiples** concernant l'adaptation des forêts au CC: collectivités, élus, associations, professionnels de la forêt, représentant de la filière, scientifiques, enseignement, etc.
 - **La société ? Le grand public ?** Promeneurs, classe d'élèves, propriétaires, associations, club de sport, etc.
- Quels acteurs pour quel dialogue ?
 - Comment favoriser la compréhension mutuelle?
 - Qui doit communiquer sur ces aspects d'adaptation ?
 - Doit-on communiquer sur l'adaptation séparément du reste de la problématique ?
 - Quelle place pour le RMT AFORCE dans cette communication ?



Jardin botanique, Freiburg, ALL, 2016



Le Grand Nancy communique auprès du public



ONF communique auprès du public



Colloque AFORCE 2019

Atelier de prospective 3

Comment dialoguer avec la société et la sensibiliser sur la question de l'adaptation des forêts au changement climatique?

Montpellier, 3 avril 2019

 UCLouvain

Christine Farcy
Université de Louvain (UCLouvain)



Avec le soutien du Ministre wallon
ayant les forêts dans ses attributions



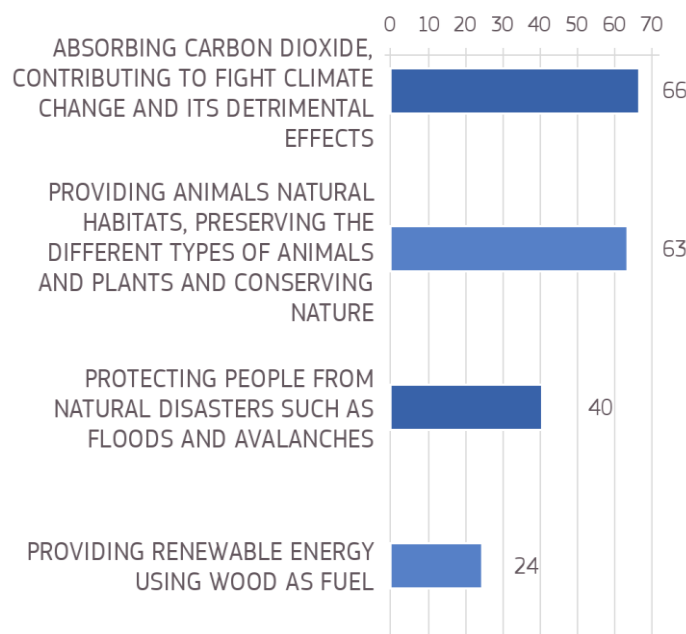
Représentation sociale

Eurobaromètre 2015 - http://ec.europa.eu/agriculture/survey/index_en.htm

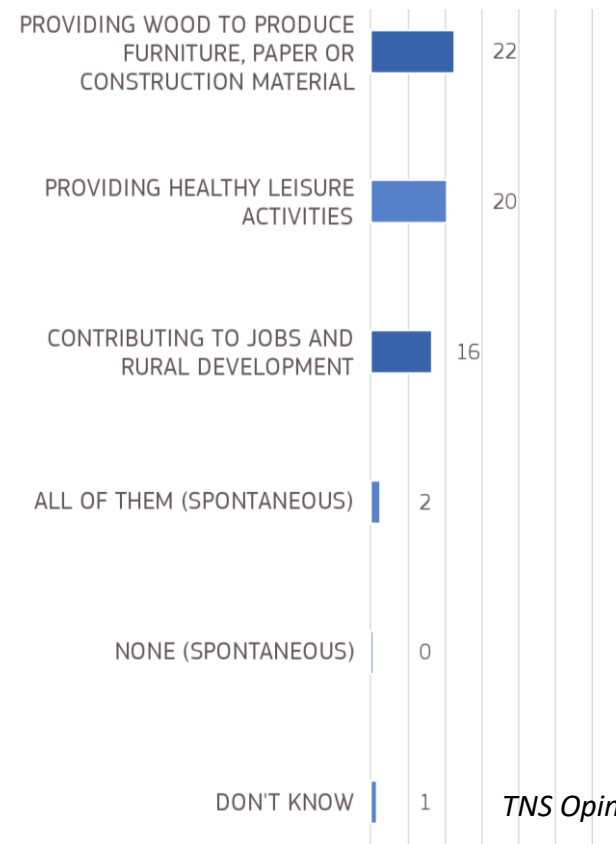
QC13 What do you think are the most important benefits provided by forests? (MAX. 3 ANSWERS)

(Tous pays confondus)

(% - EU)



28 États Membres de l'UE
27 822 personnes interviewées
Octobre 2015

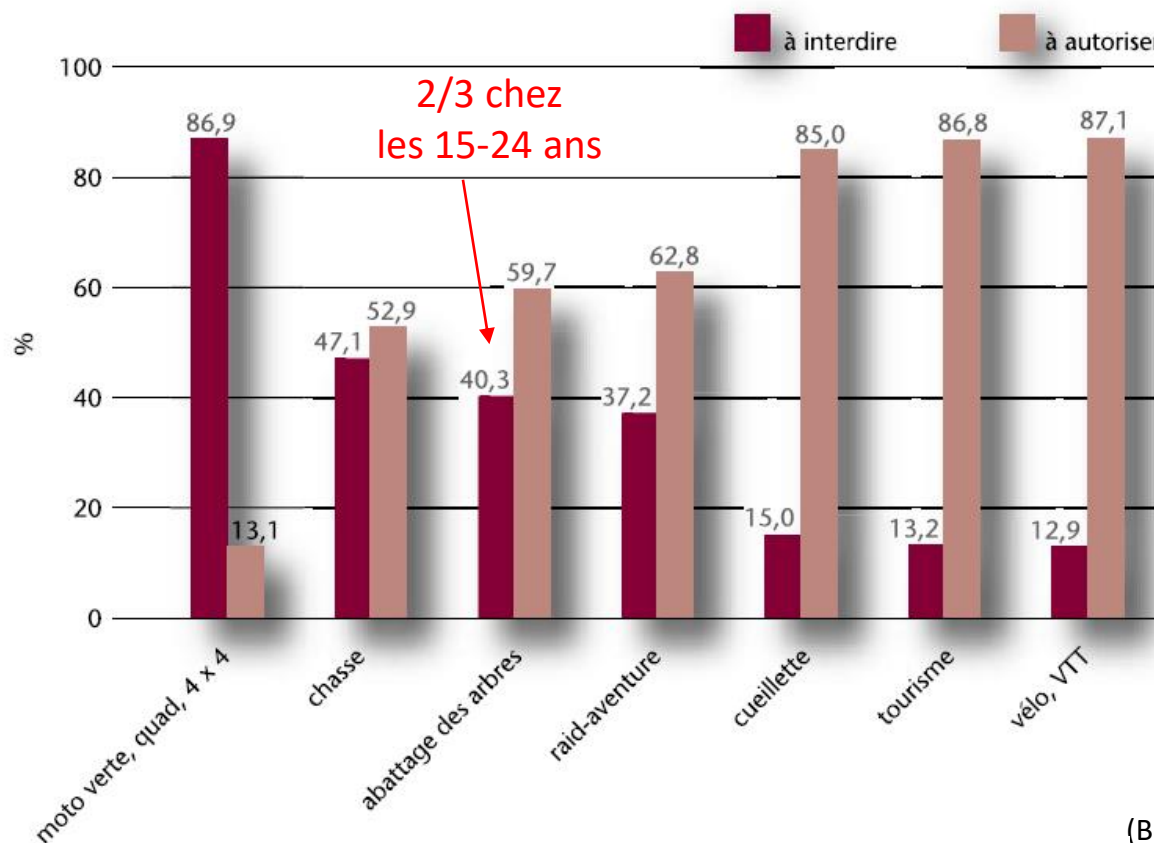


TNS Opinion, 2016

Représentation sociale

« Comprendre les perceptions, les usages et les significations de la forêt en 2005 »

Activités à autoriser ou à interdire (liste) (Wallonie et Bruxelles 1038 individus)



(Bodson, 2005)



Bain médiatique

- La connaissance forestière du public se forme via les **médias**
 - Les médias de masse mettent en avant l'**extraordinaire**
 - Société de surinformation : le modèle de communication dominant = modèle publicitaire (communication persuasive)
 - Les médias de masse s'appuient sur les représentations sociales dominantes et les renforcent
- > Manque de cadres cognitifs suffisants pour saisir toutes les dimensions de la réalité complexe

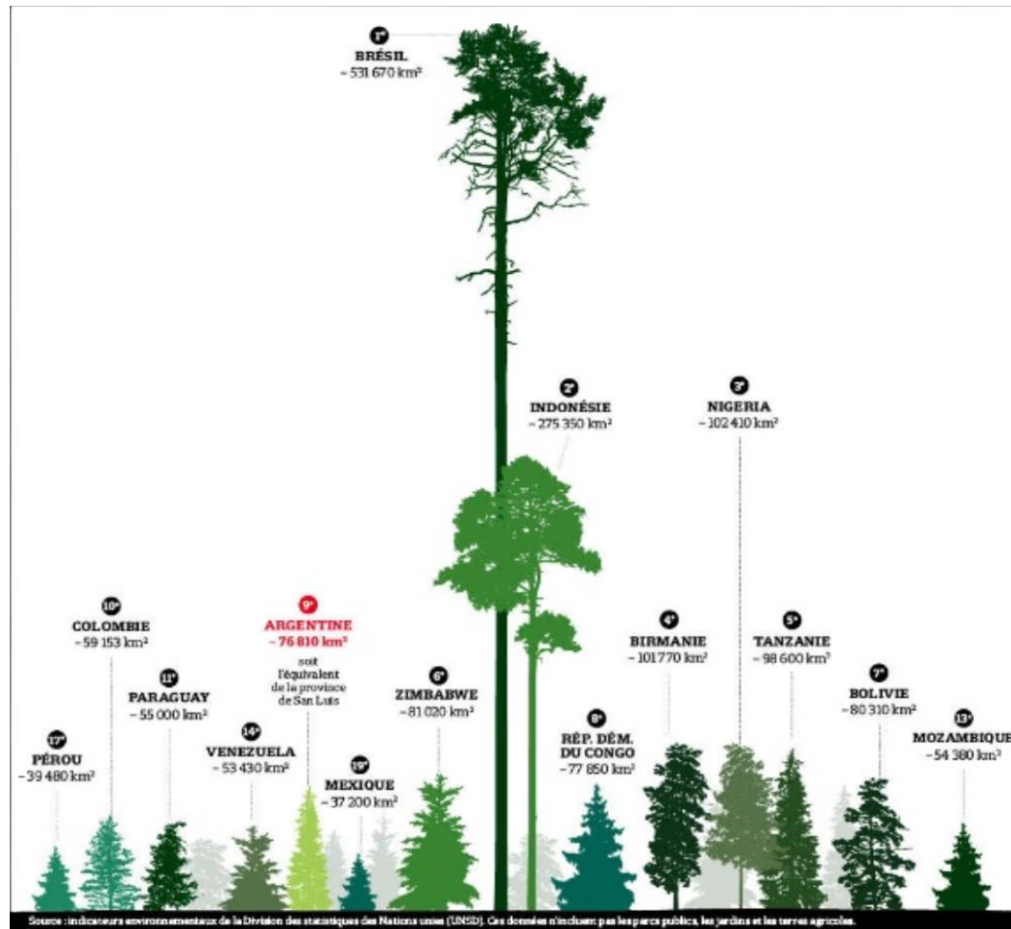


Bain médiatique

- La connaissance forestière du public se forme via les **médias**
- Les médias de masse mettent en avant l'**extraordinaire**
- Société de surinformation : le modèle de communication dominant = modèle publicitaire (communication persuasive)
- Les médias de masse s'appuient sur les représentations sociales dominantes et les renforcent
- Manque de cadres cognitifs suffisants pour saisir toutes les dimensions de la réalité complexe



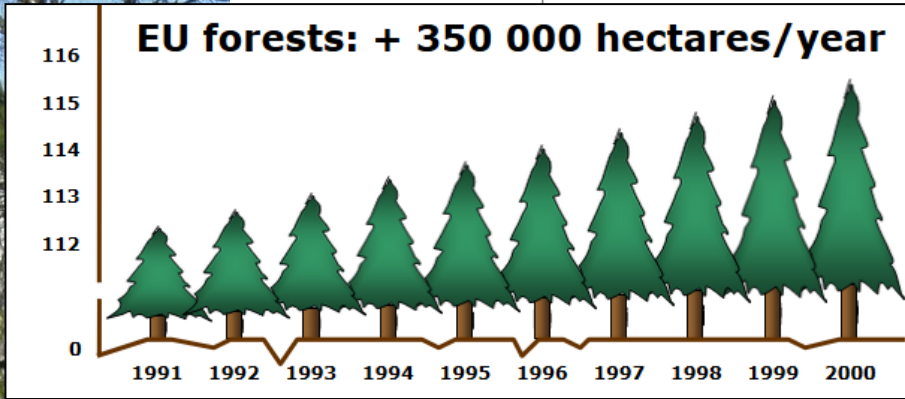
Bain médiatique



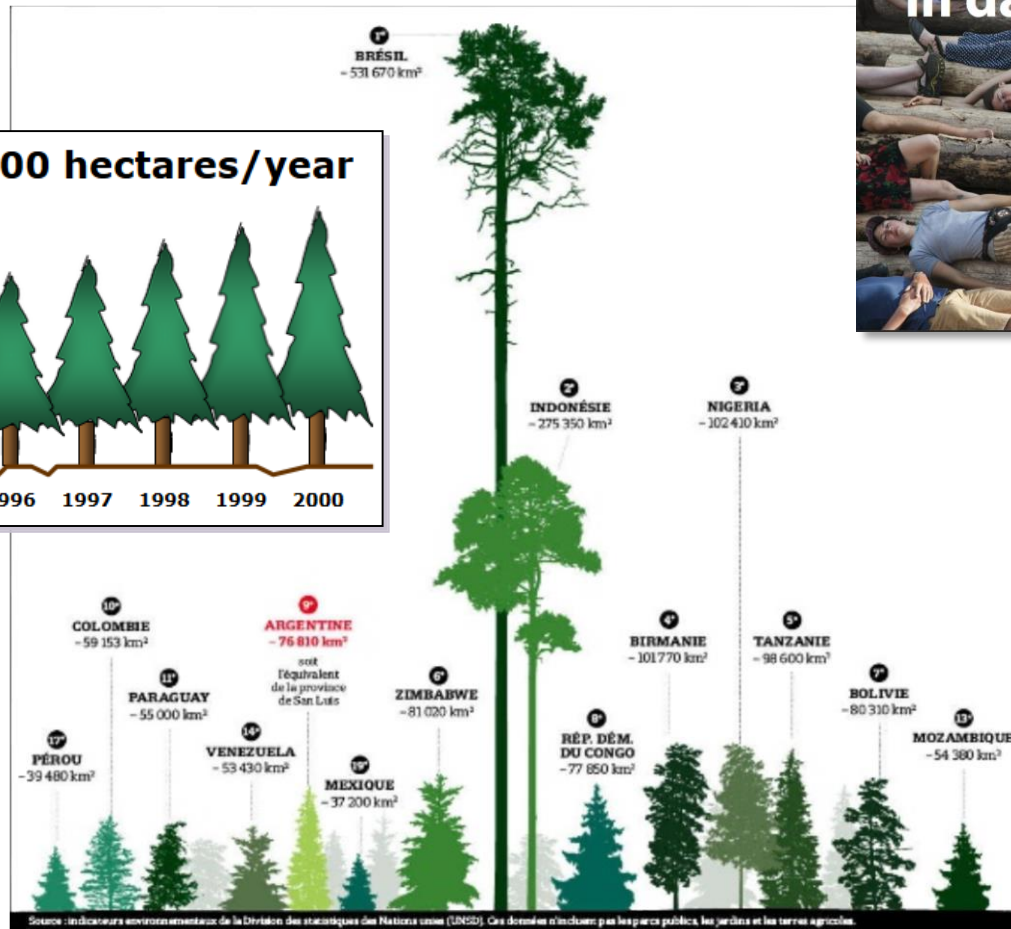
Courrier International, 10 avril 2017

Bain médiatique

Etendue
(millions
d'ha)



155 millions
d'ha
en 2015



Courrier International, 10 avril 2017





Bain médiatique

- La connaissance forestière du public se forme via les **médias**
- Les médias de masse mettent en avant l'**extraordinaire**
- **Société de surinformation : le modèle de communication dominant = modèle publicitaire (communication persuasive)**
- Les médias de masse s'appuient sur les représentations sociales dominantes et les renforcent
- Manque de cadres cognitifs suffisants pour saisir toutes les dimensions de la réalité complexe

Modèle médiatique

Exemple d'affiches conçues sur le modèle médiatique dominant: **balistique**



- **Messages simples**, le plus souvent **décontextualisés**, **visuels** et **émotionnels**
- Le public est conçu comme une **cible massive et passive** qui réagit de façon similaire aux messages et qui doit être impactée **de façon répétée**
- Focus sur l'impact
- Inappropriés pour la bonne compréhension de problématiques complexes

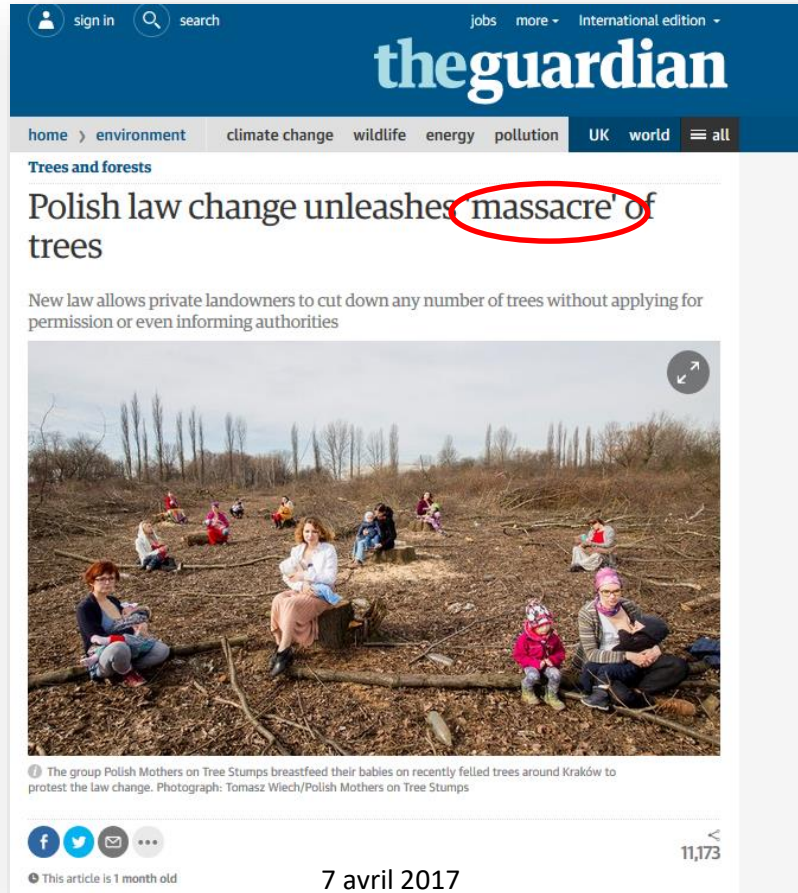


Bain médiatique

- La connaissance forestière du public se forme via les **médias**
- Les médias de masse mettent en avant l'**extraordinaire**
- Société de surinformation : le modèle de communication dominant = modèle publicitaire (communication persuasive)
- Les médias de masse s'appuient sur les représentations sociales dominantes et les renforcent
- Manque de cadres cognitifs suffisants pour saisir toutes les dimensions de la réalité complexe

Bain médiatique

Illustration d'une réaction à une nouvelle loi en Pologne



Bain médiatique

Les actes de décès ne tueront plus la planète

MIS EN LIGNE LE 31/03/2019 À 17:52 / PAR MARC METDEPEERHINGEN



La numérisation des actes de l'état civil est d'application dès ce lundi. Sa justification devient aussi... climatique



Selon Koen Geens, la numérisation des actes de l'état civil permettra de sauver plus de 850 arbres par an ! © Belga.

Les généalogistes peuvent être rassurés. La constitution d'un arbre généalogique ne sera plus entachée de la complicité au sacrifice de centaines d'arbres. Le ministre de la Justice Koen Geens (CD&V) l'a annoncé samedi, lors d'une conférence à Louvain : dès ce lundi, « les actes de naissance ou de mariage en papier feront définitivement partie des livres d'histoire. Ils seront remplacés par l'acte numérique, sauvegardé dans une banque de données centrale. »



Bain médiatique

- La connaissance forestière du public se forme via les **médias**
 - Les médias de masse mettent en avant l'**extraordinaire**
 - Société de surinformation : le modèle de communication dominant = modèle publicitaire (communication persuasive)
 - Les médias de masse s'appuient sur les représentations sociales dominantes et les renforcent
- > Manque de cadres cognitifs suffisants pour saisir toutes les dimensions de la réalité complexe



🏠 » ACTU » VOUS » TÉMOIGNAGES

La petite forêt née d'un crowdfunding est menacée: "On m'avait parlé de lapins mais pas de chevreuils"

Pierre Fagnart , publié le 27 septembre 2018 à 06h04 |



La plantation de la forêt, en avril 2018

"1000 arbres plantés au cœur d'un zoning industriel", "une forêt primitive à Péruwelz", "une zone tampon pour absorber le bruit",... Fin avril, la plantation annoncée de plusieurs centaines d'arbres dans une parcelle appartenant à l'intercommunale IDETA avait fait les gros titres de plusieurs médias. Tout le monde s'accordait pour saluer la portée écologique d'un projet novateur. Cinq mois plus tard, la forêt en croissance est devenue le garde-manger de chevreuils et si personne n'intervient, elle aura disparu avant la fin de l'année.

