

WEBCONFÉRENCE – TABLE RONDE

*Faire évoluer les opinions sur
les milieux humides grâce aux
médias*

Un évènement organisé par :



Programme

➔ Introduction

Valery LARAMEE de TANNENBERG, Président de l'Association des Journalistes de l'Environnement

➔ Les milieux humides dans les médias de 1945 à nos jours

Maxime FOUILLET, médiateur scientifique à l'Office international de l'eau

➔ Présentation du mini-guide « S'appuyer sur les médias pour communiquer sur les milieux humides »

Elisa BEZIER, Chargé de communication et médiation scientifique à l'Office international de l'eau

➔ Les clés d'une communication percutante en tant qu'expert(e) des milieux humides

Fanny POIRIER, Expertises Climat

➔ Echange avec une journaliste – Présentation et réaction – Questions du public

Julie HO HOA, Journaliste à La Montagne – Groupe Centre France

Maxime FOUILLET, médiateur scientifique à l'Office international de l'eau

➔ L'Observatoire de Médias sur l'Ecologie

Veronika Zagyi, Chargée de coordination, Plus de climat dans les médias / Observatoire des médias sur l'écologie

➔ Présentation des Pôle-Relais Zones Humides

Naomi LE BOURSICOT, Assistante de programmes et communication à la Fédération des Conservatoires Naturels et au Pôle Relais Zones Humides Tourbières

➔ Mot de conclusion

Valery LARAMEE de TANNENBERG, Président de l'Association des Journalistes de l'Environnement

Valéry LARAMÉE de TANNENBERG

*Président de l'Association des Journalistes de
l'Environnement*

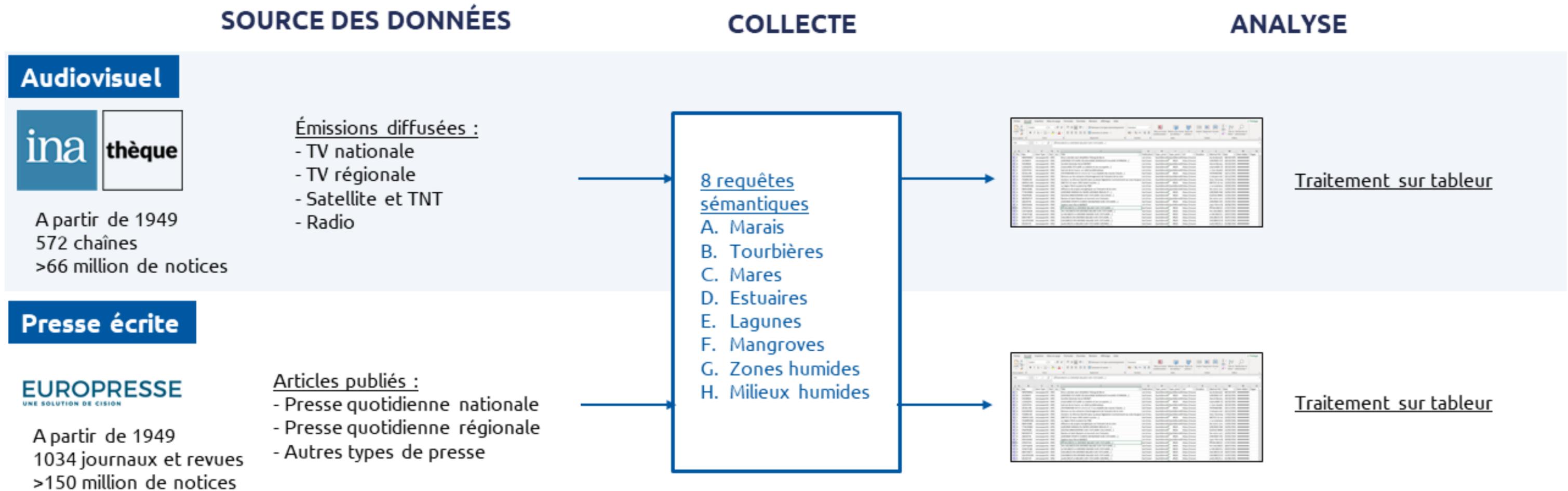


Les milieux humides dans les médias

Maxime Fouillet

22 avril 2025

Une étude de la couverture médiatique des milieux humides de 1949 à 2022



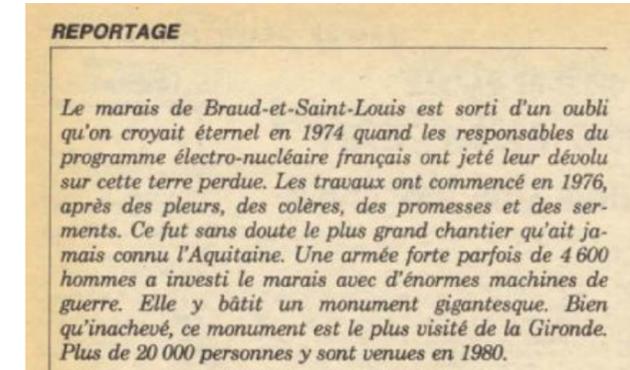
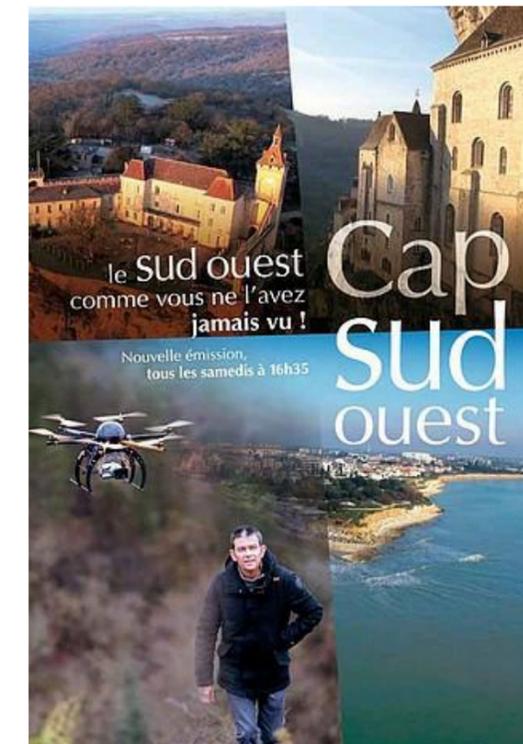
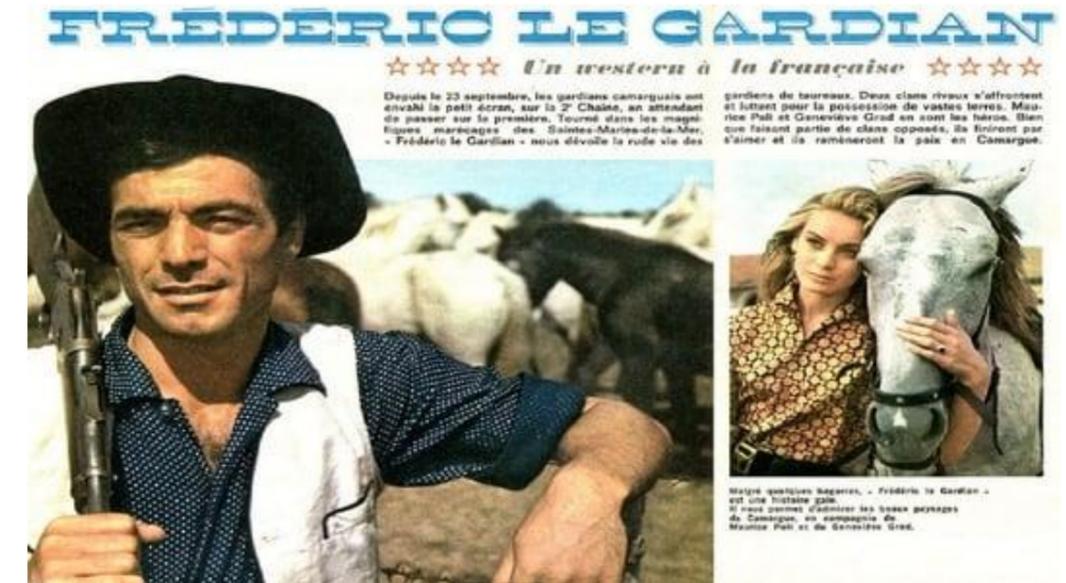
- Analyse quantitative
- Réseaux sociaux numériques exclus

✓ [OiEau, 2024](#). Les milieux humides dans les médias de 1949 à 2022. 62 pages.

La couverture médiatique : de quoi s'agit-il ?

La manière dont les milieux humides sont traités, cités, montrés ou évoqués dans les articles de presse, les émissions de radio et de télévision

- Émissions de radio et de télévision
 - environ 80 000 dont la notice contenait au moins 1 terme recherché (0,18% des émissions)
- Articles de presse :
 - 1,5 millions contenaient au moins 1 terme recherché (1% des articles)
 - dont environ 100 000 dans le titre ou le chapô (0,07% des articles)
=> objet de l'étude



Deux cas de figure s'observent

■ Articles et émissions qui traitent des milieux humides en tant qu'écosystèmes

- Sensibiliser le public sur l'existence des milieux humides et leur importance climatique, écologique, hydrologique mais aussi économique, sociale et culturelle
- Informer sur l'actualité
- Relayer un opinion

=> Cas minoritaire

Sauver les tourbières pour sauver le climat | **Arte**, 2018

Le gouvernement satisfait de la procédure communautaire contre le Marais poitevin | **Les Echos**, 1993

Agriculteurs du marais : la position de la FDSEA | **Ouest France**, 2005

■ Articles et émissions qui évoquent, citent ou montrent des milieux humides de manière indirecte (cas général)

- N'est pas le sujet central
- Sert à désigner un lieu ou un territoire, où à localiser l'action

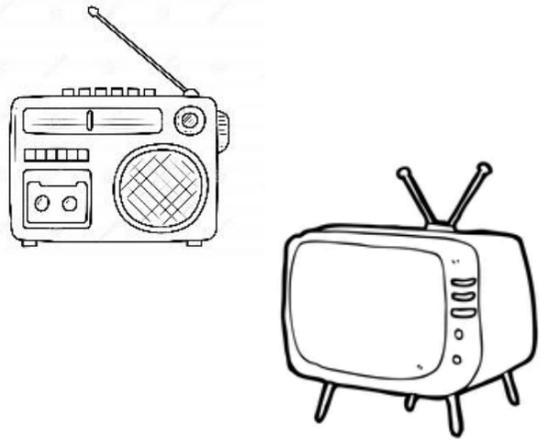
=> Cas majoritaire

L'auto-école des Marais s'installe dans le bourg | **Ouest France**, 2006

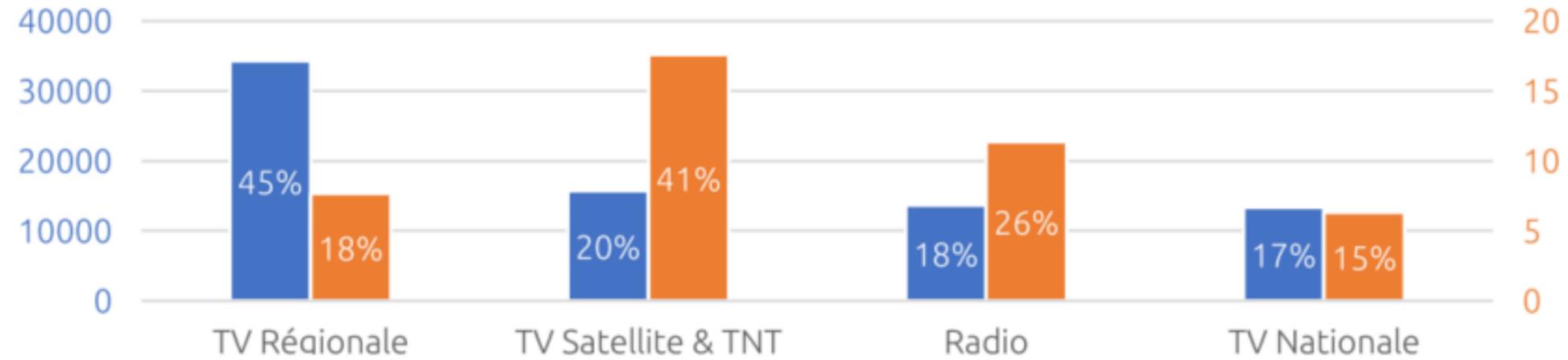
Pages locales « Plaines et Marais » | **La République du Centre**

L'estuaire de la Dives fête le nautisme | **Ouest France**, 2007

Le rôle prépondérant des médias locaux

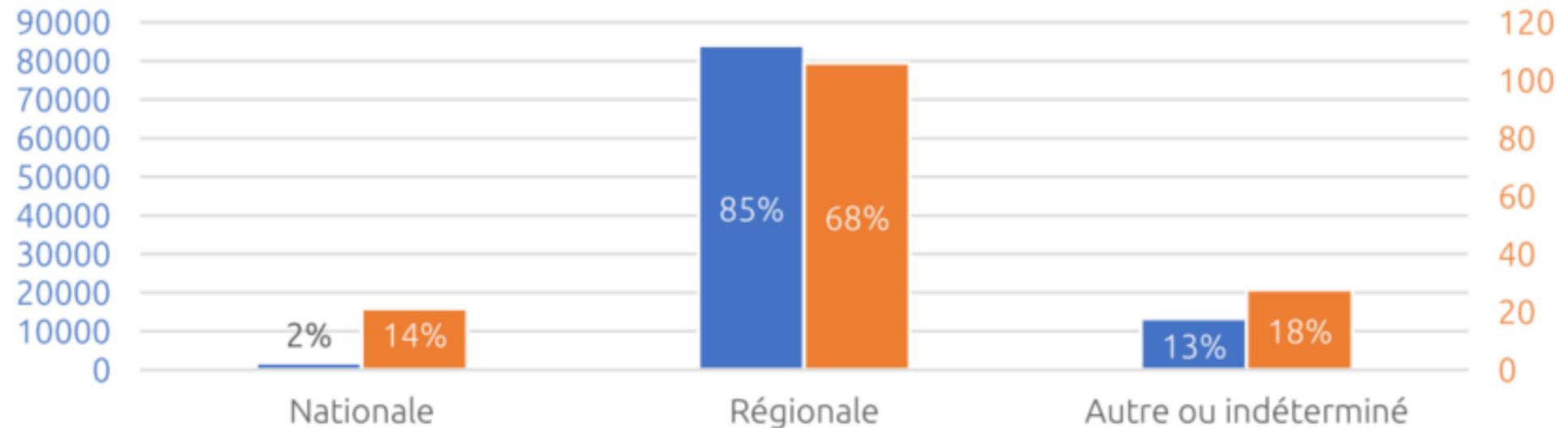


Émissions sur les milieux humides

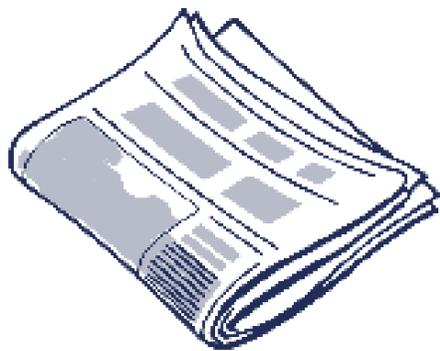


Production médiatique globale (millions)

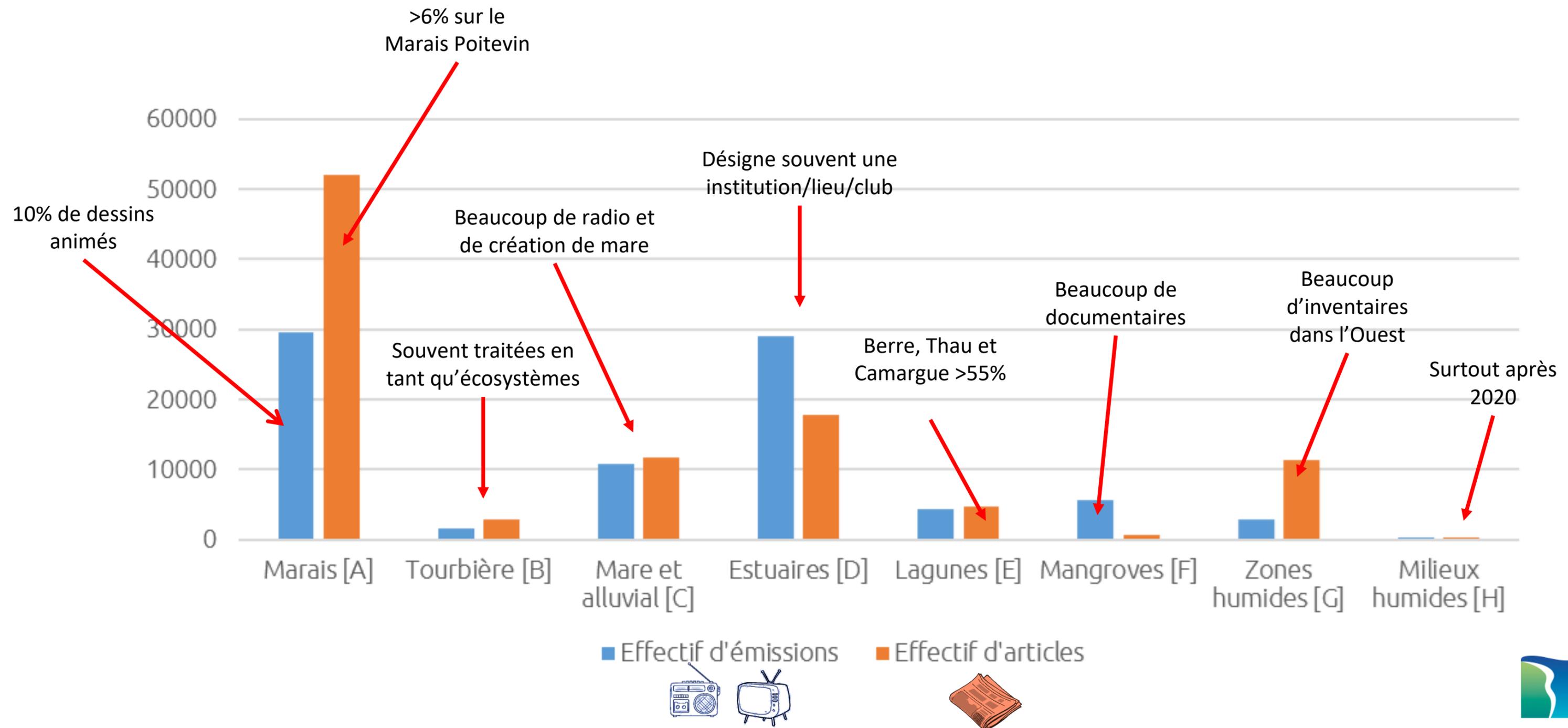
Articles sur les milieux humides



Production médiatique globale (millions)



Le traitement médiatique varie selon le type de milieu



Plusieurs constats intéressants

- Une couverture médiatique souvent indirecte
- Des « stéréotypes » médiatiques (ex : dessins animés et marais)
- Une utilisation récurrente pour désigner ou identifier un territoire, un lieu ou une structure (ex : CCI Estuaire, rue de la mare, 19 20 Édition Estuaire), surtout des grands milieux humides
- Des pics médiatiques : la JMZH, les tensions locales, certains événements nationaux ou locaux
- Le vocabulaire utilisé n'est pas celui des gestionnaires (ex : « lagune méditerranéenne » = 14 émissions)



Présentation du mini-guide

Elisa Bézier

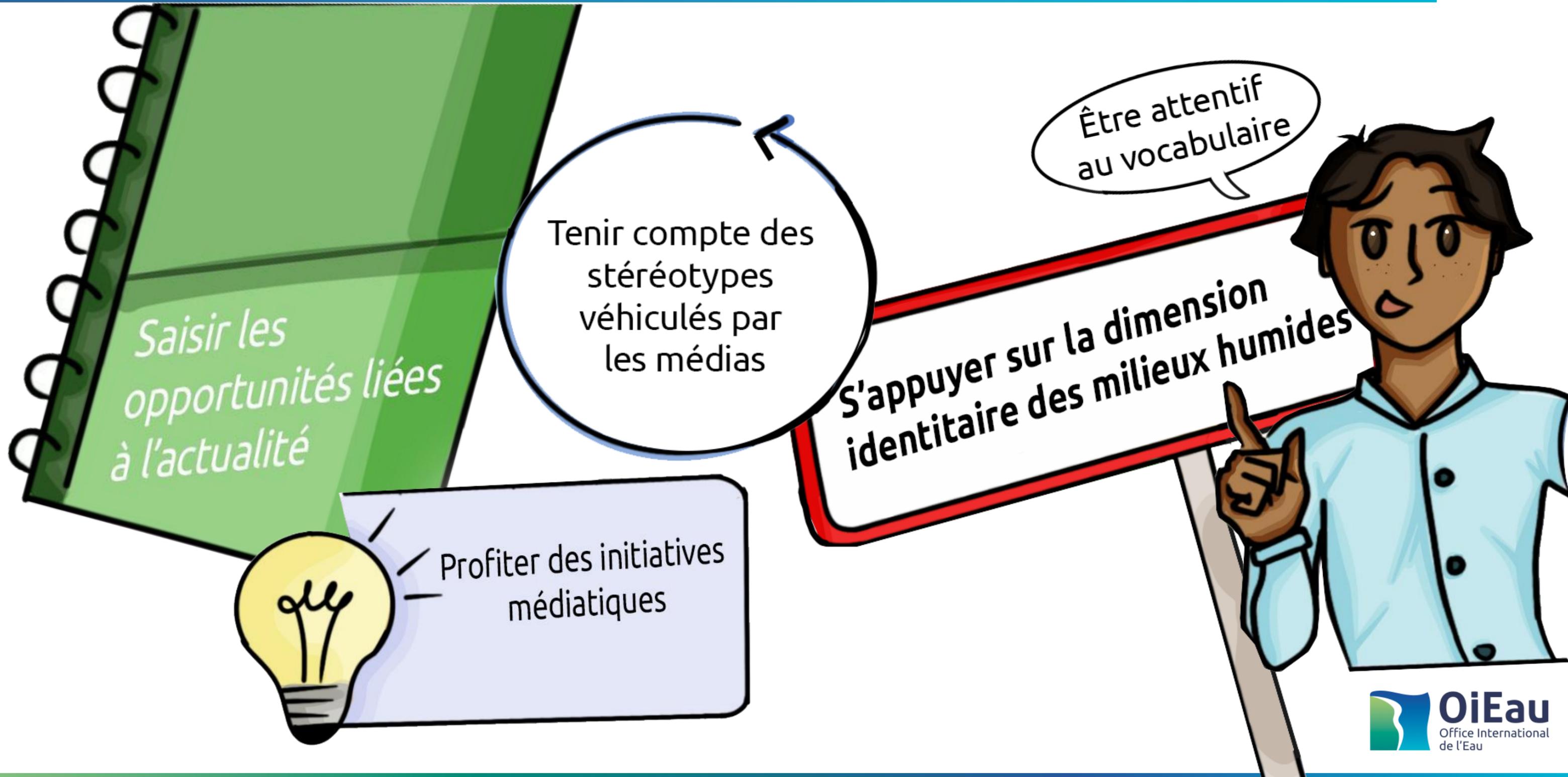
22 avril 2025

Pourquoi ce guide ?

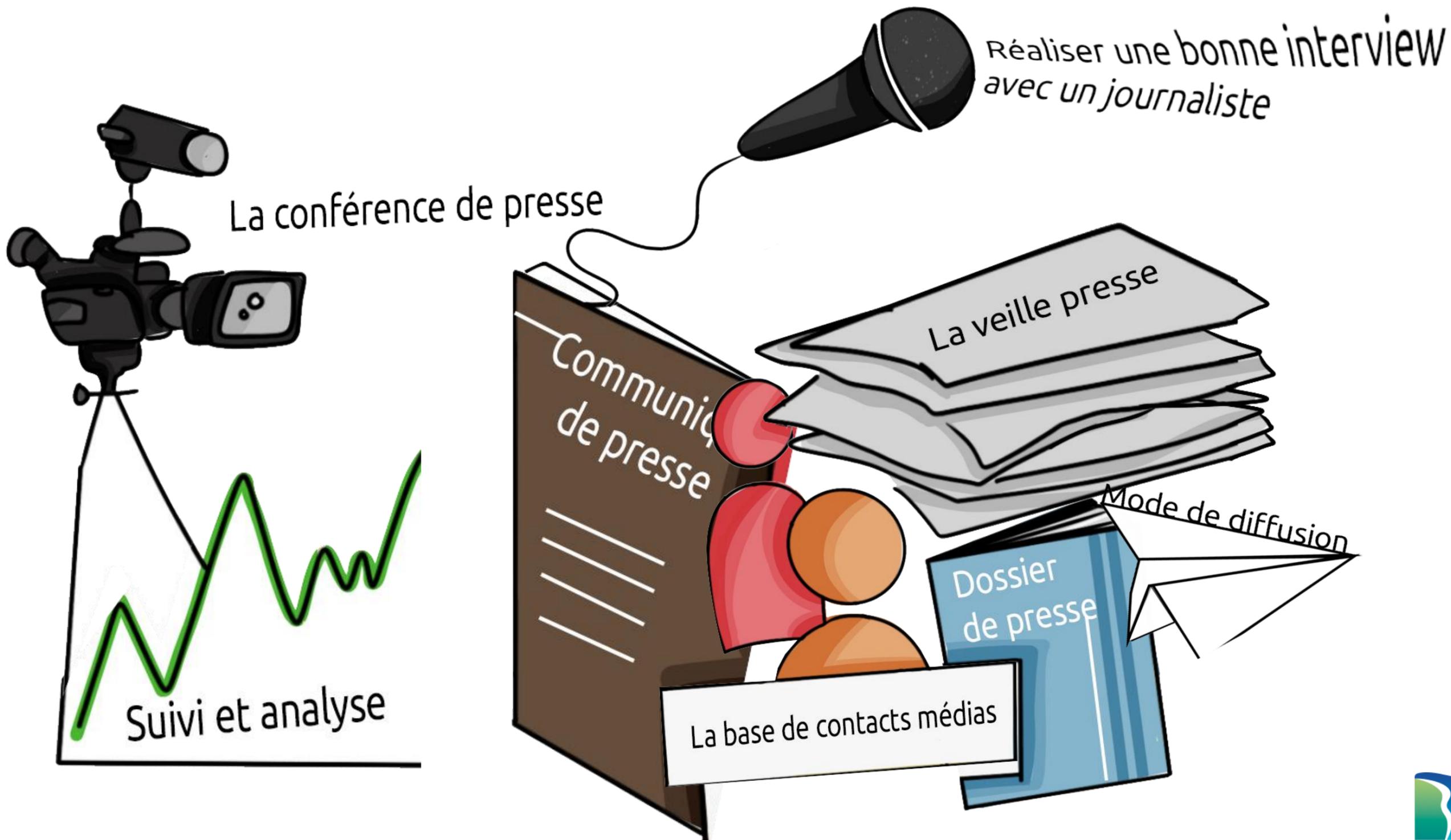


- Clefs de compréhension
- Facilitation du passage à l'action
- Centralisation des outils et conseils

Comment mieux communiquer sur les milieux humides grâce aux médias ?



Quels sont les outils de la relation presse ?



Le guide et autres ressources



- Cision. « Etude monde 2024 : Rapport sur l'État des médias ». Cision.
<https://www.cision.fr/ressources/livres-blancs/etude-2024-etat-des-medias-monde/>.
- OME. « Observatoire des Médias sur l'Ecologie ». Observatoire des Médias sur l'Ecologie.
<https://observatoiremediaecologie.fr/>.
- Vanderpooten G., Reporters d'espoirs, 2020. Imaginer le monde de demain - Le rôle positif des médias. 170p.



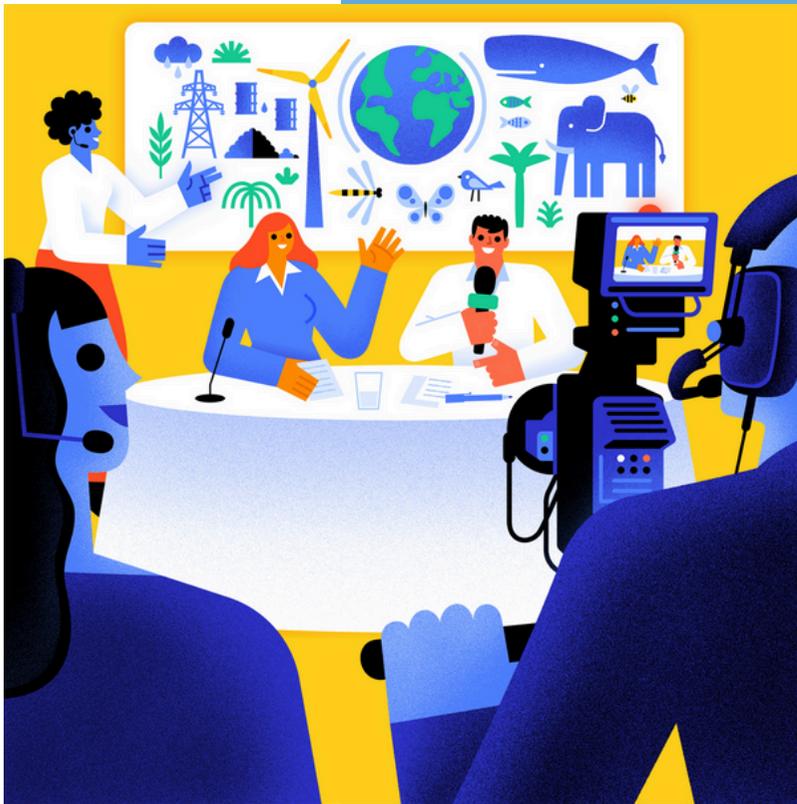
Les clés d'une communication percutante en tant qu'expert des milieux humides

**Table ronde "Faire évoluer l'opinion de nos concitoyens sur les milieux
humides grâce aux médias"**

Office International de l'Eau

SOMMAIRE

- 01 Définir ses messages-clés et structurer son propos**
- 02 Faciliter l'appropriation des messages**
- 03 Préparer son interview**
- 04 Anticiper les questions**



©Dume

Fondée en juillet 2022, Expertises Climat s'est donné pour mission de **créer des ponts entre la communauté scientifique et les médias** afin d'améliorer le traitement médiatique des enjeux environnementaux.

**Objectif : que l'audience
du média retienne les
éléments-clés de votre
intervention**



**Votre mission :
convaincre,
lui faciliter la tâche pour la
compréhension et la
mémorisation**



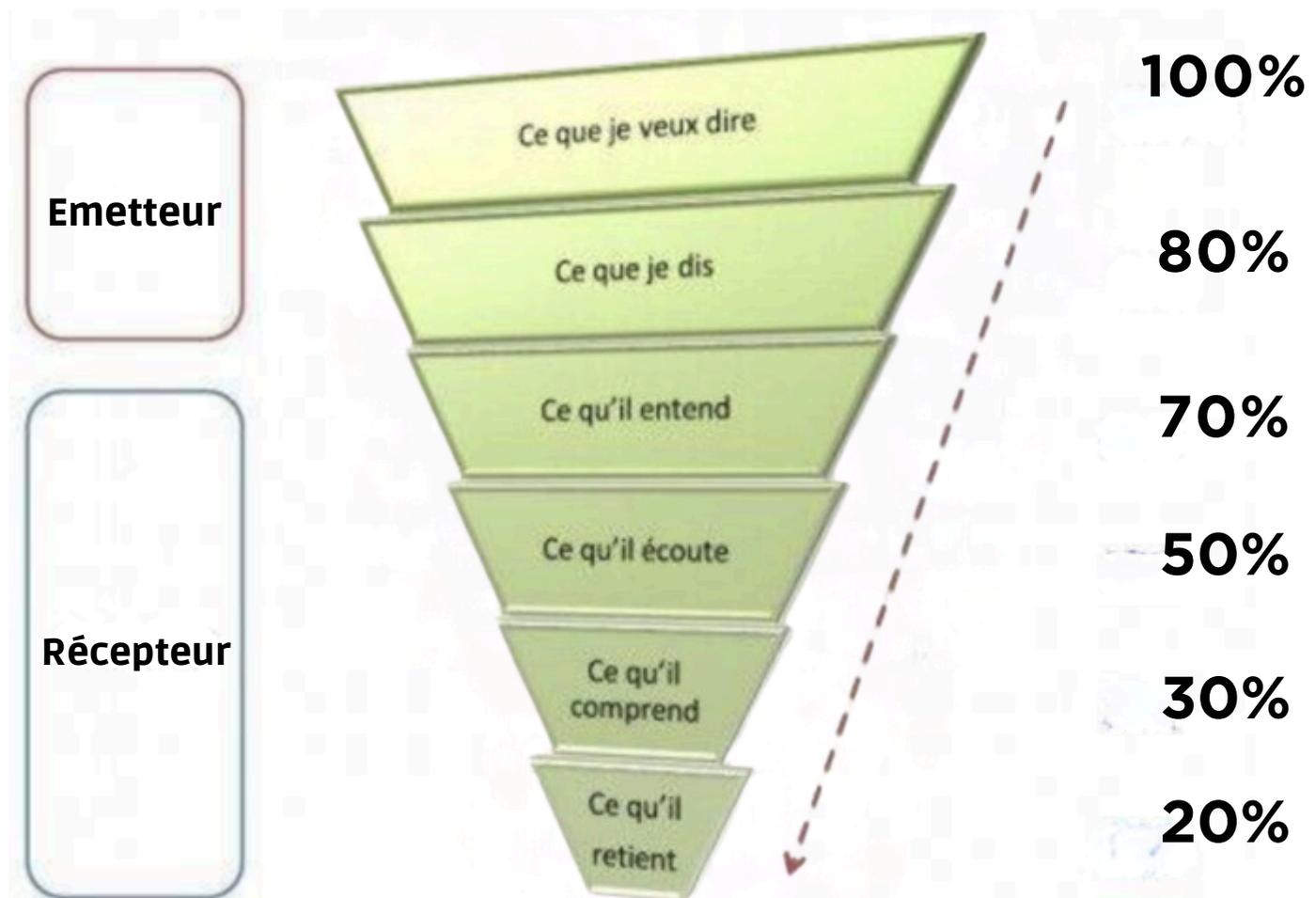
**Préparer un exercice de
communication avec des
messages-clés**

01

**Définir ses messages-
clés et structurer sa
démonstration**

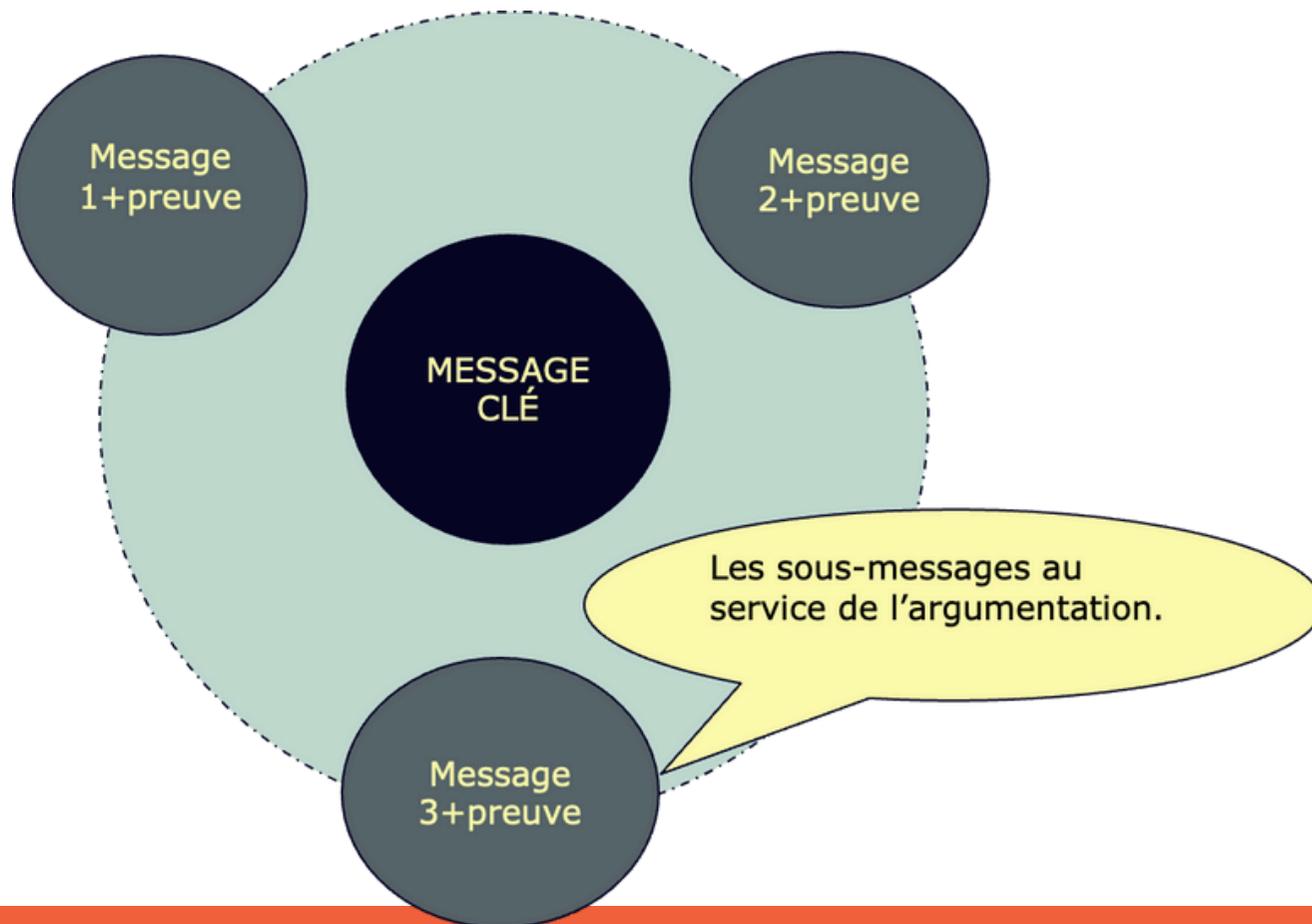
Ne pas chercher l'exhaustivité

- Définir ses **messages-clés** (1 à 2 messages principaux)



Préparer ses 1-2 messages clés

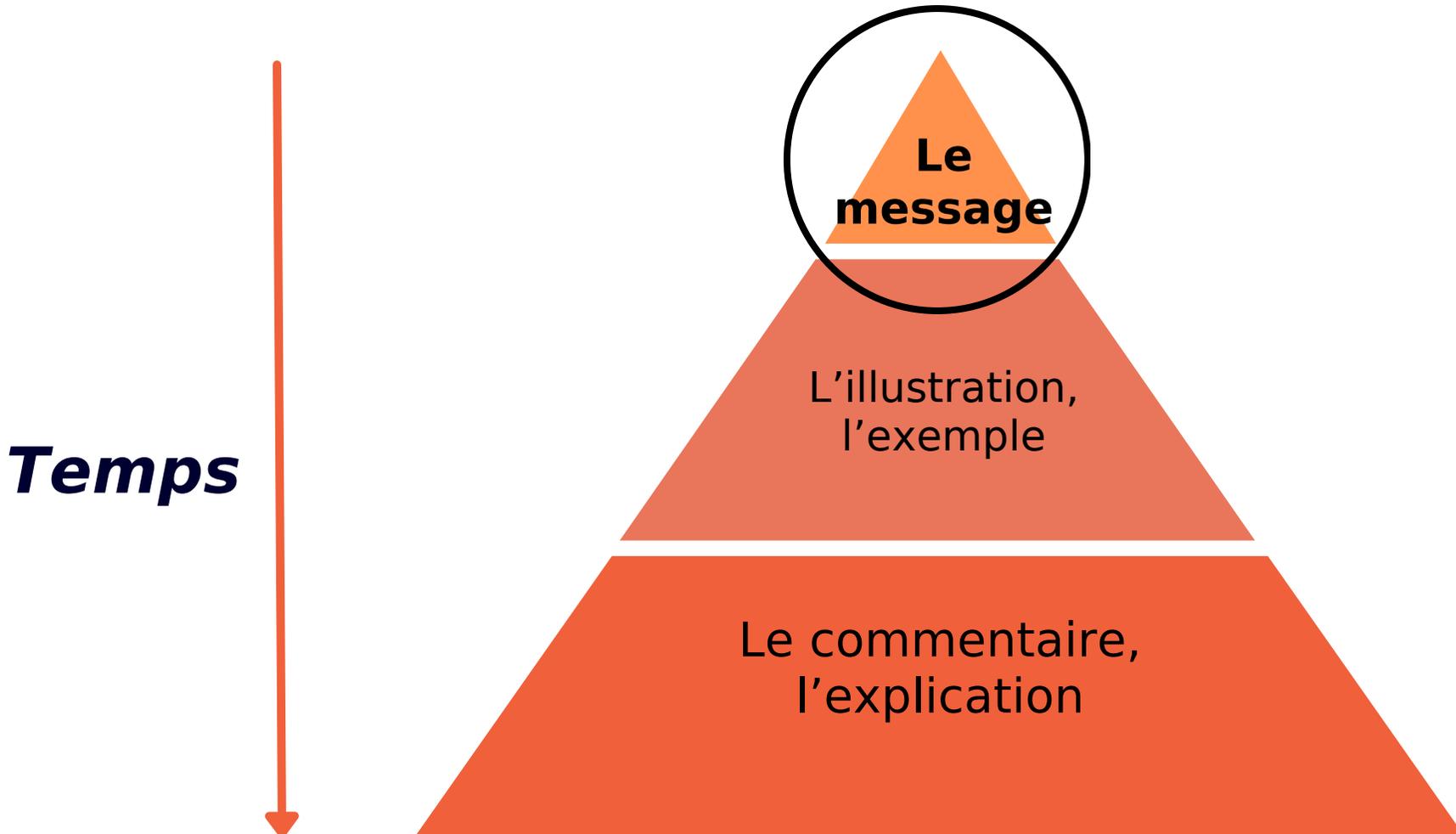
- **Structurer son argumentation** autour de ces messages-clés
- Les répéter plusieurs fois au cours de l'intervention, sous différentes formes (rationnelle, imagée, histoire...)



Commencer par le message

Expertises
CLIMAT

Communiquer implique d'**inverser le schéma de construction habituel**



02

Faciliter la compréhension et l'appropriation des messages

Susciter des émotions

Pour impliquer l'audience du média et l'aider à mémoriser les messages :

- Ne pas s'en tenir uniquement à des arguments rationnels
- **Anecdotes, humour**
- **Témoignages, références** à des situations humaines concrètes
- **Emerveillement**, proposer angle inédit, ce qui en tant qu'expert vous semble parlant

Bien choisir ses preuves



Limiter le nombre de chiffres : un bon chiffre vaut mieux que 2

Exprimer les chiffres et pourcentages de la manière la plus usuelle possible

- « **1 Français sur 3** » plutôt que 30% des Français

Avoir les bons ordres de grandeur (exemples) :

- 1/3 des milieux humides mondiaux ont disparu entre 1970 et 2015.
- Les zones humides disparaissent trois fois plus vite que les forêts.
- Les tourbières stockent deux fois plus que toutes les forêts du monde réunies.

La force des exemples



- **Des exemples concrets des impacts** du changement climatique et de l'effondrement de la biodiversité sur les milieux humides (et les services associés).
- Et des exemples locaux ! Des **initiatives locales**, qu'elles émanent des collectivités, des citoyens... Lier aux notions de **patrimoine naturel**, d'**habitudes culturelles**.

Faire un usage généreux des métaphores

- **Notre cerveau** est incarné : il privilégie le **concret, l'imagé, le sensible**. Il crée du sens à partir de l'expérience de nos corps

➔ **Expliquer les concepts abstraits en commençant par des images concrètes** (situations de vie, images, repères que nos cerveaux peuvent activer automatiquement)



“L’essence d’une métaphore est qu’elle permet de comprendre quelque chose (et d’en faire l’expérience) en termes de quelque chose d’autre”

G. Lakoff, linguiste, Université de Berkeley

Des exemples de métaphores

Exemple de métaphore :

Les curages inadaptés : métaphore des bouchons.

Le territoire en aval va recevoir beaucoup plus d'eau, beaucoup plus rapidement, cela peut créer un embouteillage, exactement de la même manière qu'augmenter la vitesse des voitures peut entraîner un blocage de la circulation un peu plus loin. Chacun veut évacuer l'eau rapidement et l'envoyer vers ses voisins, mais si tout le monde fait pareil, le risque d'inondation augmente pour tous.



Exemple de métaphore :

Expertises
CLIMAT

Le reméandrage : métaphore d'un toboggan.

“Si vous avez déjà glissé dans un toboggan-tunnel à la piscine, vous aurez peut-être remarqué qu’en allant tout droit, vous, et l’eau qui vous porte, prennent de la vitesse, tandis que les virages vous ralentissent.”



Exemple de métaphore :

Le curage d'une mare : métaphore d'un bol de lait avec des céréales.

“Imaginez votre bol de céréales rempli et laissé sur votre comptoir. Une fois revenu, vous discernez à peine le lait, tellement les céréales ont gonflé. C'est pareil avec les feuilles mortes qui tombent dans l'eau : il faut les retirer pour que la mare puisse de nouveau être en eau.”





Exemple de métaphore pour montrer les interactions entre les êtres vivants



- “La tour Eiffel de la biodiversité” : les boulons
- Les rivets d’un avion qui peut exploser en vol s’il les perd
- Les engrenages (pour illustrer les interactions au sein du monde vivant)
- “Les plantes, charpente du monde vivant actuel”

03 Préparer son interview

Quelques questions à poser au journaliste en amont :



- combien de **temps** ça dure ?
- quel **format** (journal, direct, débat...) ?
- y aura-t-il un ou plusieurs intervieweurs.ses ?
- y aura-t-il un ou plusieurs invités ?
- est-ce en **plateau**, en **studio** ou pour **tournage** extérieur ?
- de quel.s sujet.s / quel **angle** voulez-vous parler ?

Éventuellement :

- pouvez-vous m'envoyer vos questions en avance ?
- puis-je relire mes citations ? (presse écrite)

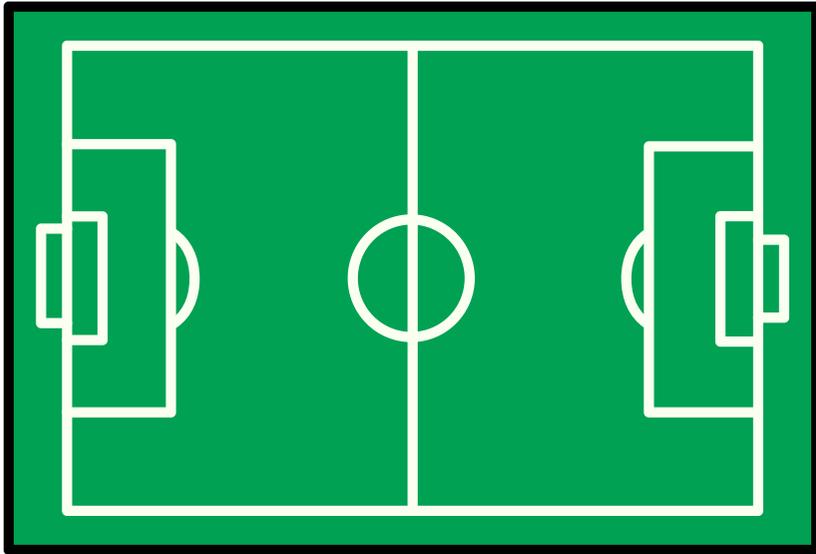
Et les questions à vous poser :



- Quel est le **public** du média ?
- Quelle est sa **ligne éditoriale** ?
- Qui est le **journaliste** ? Quelle est sa **spécialité** ?
- Quelle est l'**actualité** concernant les milieux humides ?
- Il y a t'il un **contexte de polémique** ?
- Sur quelle(s) **autre(s) actualité(s)** pourrait-il m'interroger ?
- **Ai-je mes messages en tête, et les bons chiffres ?**

04 Anticiper les questions

Comment répondre à des questions sur des polémiques ?



- Définir son **terrain** de jeu
- Prendre en compte les **enjeux sociaux**
- Revenir au **message** principal
- S'**éloigner** d'une forme de **polarisation**

Comment parler aux audiences moins réceptives ?

Répondre alternativement à leurs 3 types d'interrogations :

- lucidité sur le **constat** et les **difficultés**,
- explications sur les **solutions**,
- proposer des actions à **court terme**.

Mettre en avant les points qui les touchent tous :

- Un **avenir viable** pour leurs enfants,
- La **santé** (voire la sécurité dans le cas des inondations) et la **qualité de vie**,
- Insister sur les “**co-bénéfices**” des actions de gestion et de restauration écologique
- Les **coûts financiers évités** pour le territoire
- Faire ressortir les **services** auxquels les audiences ne pensent pas, notamment en imaginant une France à +4 °C.

Check-list



- Préparer **2 messages** (plutôt que de viser l'exhaustivité).
- Utiliser des **exemples**, des **métaphores**, des **histoires**, jouer sur l'**émotion** et les **souvenirs**.
- Toujours **desigler** ou expliquer ! LEMA, SAGE, SDAGE...
- Poser des **questions** aux journalistes.
- **Préparer** ses réponses aux questions sur des sujets polémiques.
- **Répéter** à l'oral et s'entraîner.



MERCI!

Observatoire des médias sur l'écologie

observatoiremediaecologie.fr

Un outil pour la société civile et les médias

The screenshot shows the OMÉ website homepage. At the top left is the OMÉ logo and the text 'Observatoire des Médias sur l'Écologie'. A navigation menu includes 'Méthodologie', 'Observatoire', 'Qui sommes-nous?', 'Actualités', 'FAQ', and a 'Nous contacter' button. The main content area features a dark green banner with the title 'L'Observatoire des Médias sur l'Écologie' and the subtitle 'Des données chiffrées sur le traitement médiatique des enjeux environnementaux dans les programmes d'information'. A large statistic is displayed: '3,7% en 2024' and '- 30% par rapport à 2023'. A small explanatory text at the bottom right of the banner reads: 'C'est le part du temps d'antenne consacré aux enjeux environnementaux dans les programmes d'information des médias audiovisuels français depuis un an'.

OMÉ Observatoire
des Médias
sur l'Écologie

Méthodologie Observatoire Qui sommes-nous? Actualités FAQ Nous contacter

L'Observatoire des Médias sur l'Écologie

Des données chiffrées sur le traitement médiatique des enjeux environnementaux dans les programmes d'information

3,7% en 2024

- 30% par rapport à 2023

C'est le part du temps d'antenne consacré aux enjeux environnementaux dans les programmes d'information des médias audiovisuels français depuis un an

Le consortium derrière le projet

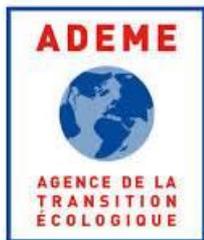
- 4 associations ayant une préoccupation en commun



- 2 entreprises apportant leurs solutions



- Soutenus par 2 organismes publics



Construire un commun pour répondre au besoin de données objectives et unifiées



Un traitement médiatique des enjeux environnementaux qui pourrait s'améliorer en **quantité** comme en **qualité**



Absence de **données unifiées, robustes et fiables** pour estimer combien et comment les médias parlent de ces enjeux



Manque de méthodes permettant de connaître la **répartition des différents sujets** thématiques au sein du traitement médiatique global

Mesurer le traitement des enjeux écologiques des programmes d'information réguliers

📺 Périmètre Télévision

Pour les chaînes d'information en continu : tranche horaire **6h-23h**.

Pour les chaînes historiques et anciennes TNT : Programmes d'information* sur la tranche horaire **6h-23h**.

*Selon la qualification Arcom

🎙️ Périmètre Radio

Sont retenues dans le périmètre les **radios privées de catégorie E** (radios généralistes à vocation nationale) et les **stations de radio généralistes** du service public. Sont analysés dans ce cadre les émissions d'information.

📰 Périmètre Presse écrite

Intégré au périmètre 2025

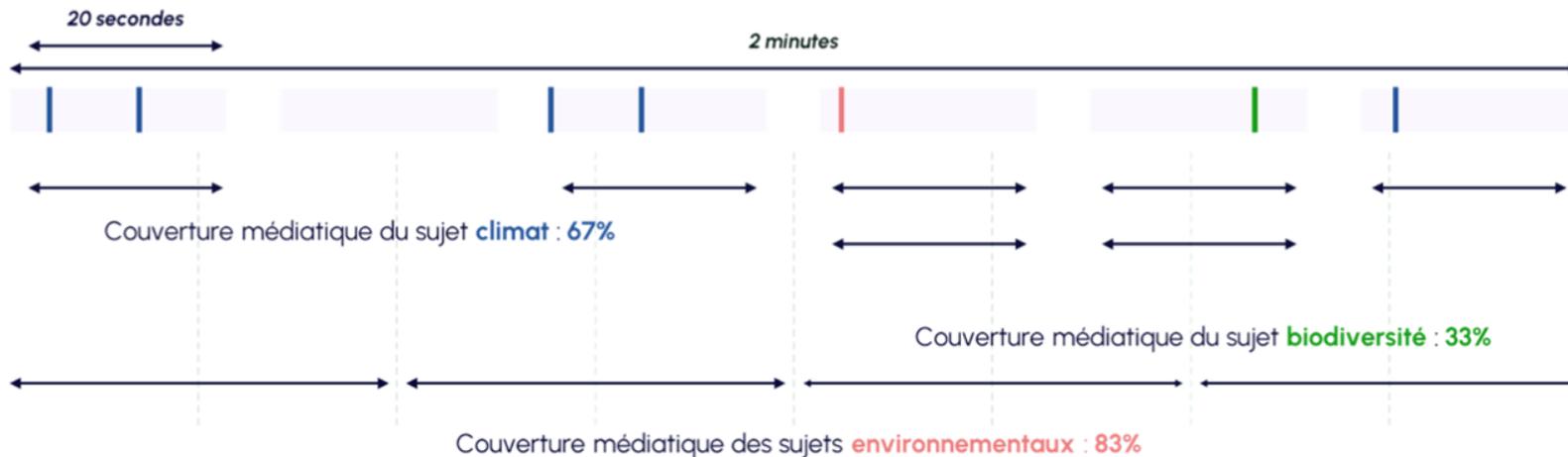


*A ce stade d'avancée méthodologique, la publicité est encore incluse dans le champ d'analyse. Nos efforts de R&D visent à enlever les séquences publicitaires du périmètre de l'analyse afin d'approcher au mieux la réalité du contenu diffusé

Méthode de mesure du temps d'antenne accordé aux enjeux environnementaux

Méthodo : période de **20 secondes** attribuée à chaque mot-clé, sans double comptage possible

Exemple :



| Occurrence d'un mot clé type
« Climat »

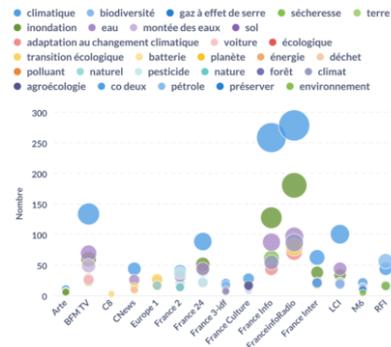
| Occurrence d'un mot clé type
« Biodiversité »

| Occurrence d'un mot clé type
« Climat » & « Biodiversité »

Fig.2 : Représentation schématique de la comptabilisation du temps d'antenne

Un dictionnaire de mots-clés sur les enjeux environnementaux

Un **dictionnaire** couvrant le **champ lexical** des enjeux environnementaux...



...reposant sur la **Formation des cadres supérieurs de l'Etat** sur la transition écologique ainsi que les indicateurs du **Secrétariat Général à la Planification Ecologique**...



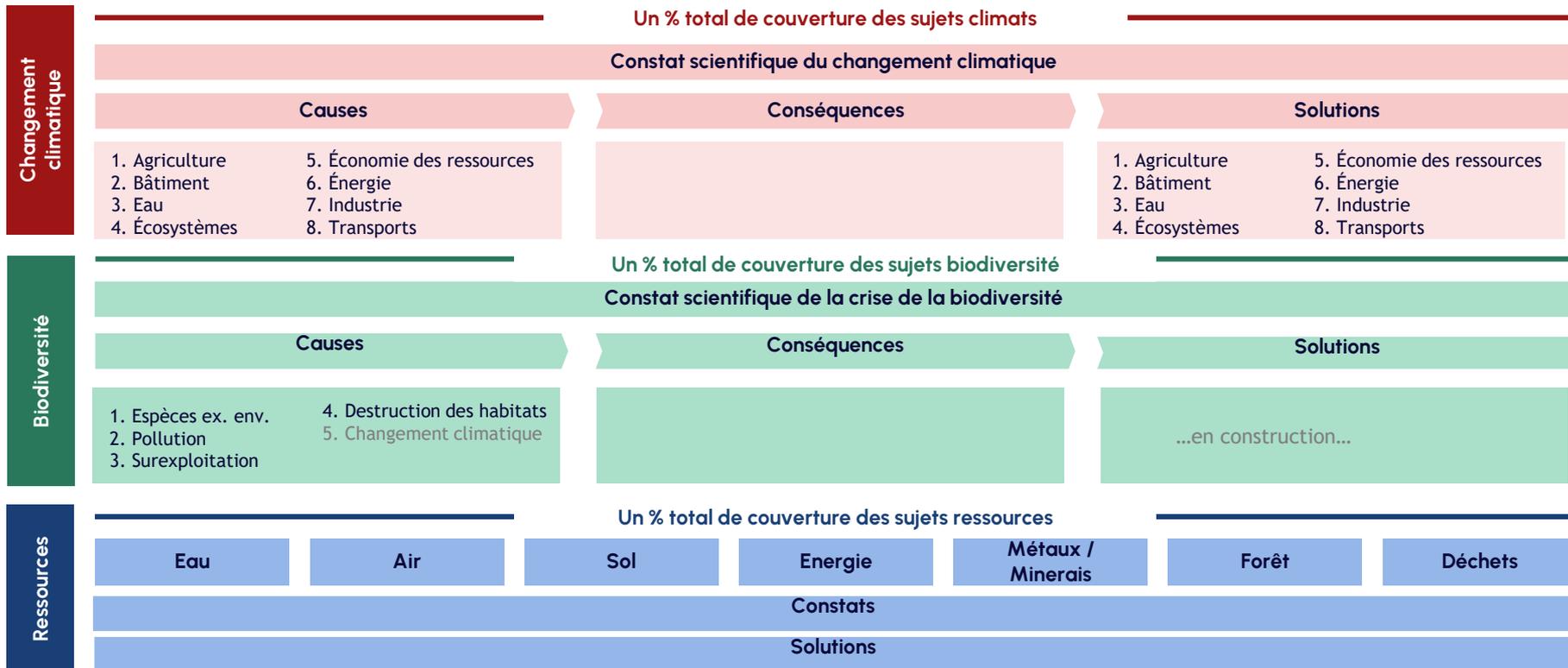
... enrichie de **ressources scientifiques** sectorielles complémentaires...



... enfin **testée et complétée à la main**, puis appuyée informatiquement afin d'assurer la **couverture sémantique** des sujets environnementaux.

L'architecture des catégories et sous-catégories thématiques

Un % total de couverture médiatique des enjeux environnementaux



Comparaison de l'évolution de la couverture médiatique des trois crises

avril 2023 - mars 2025

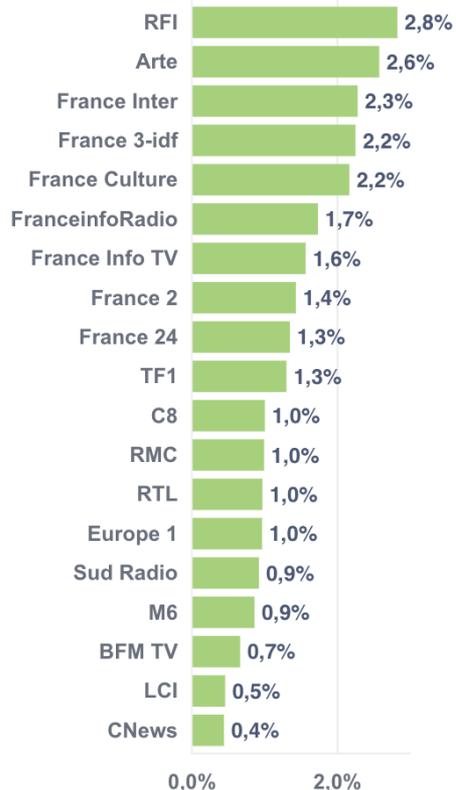
Part des contenus d'information dédiés aux 3 crises environnementales - v2

● Total environnement ● Climat ● Biodiversité ● Ressources

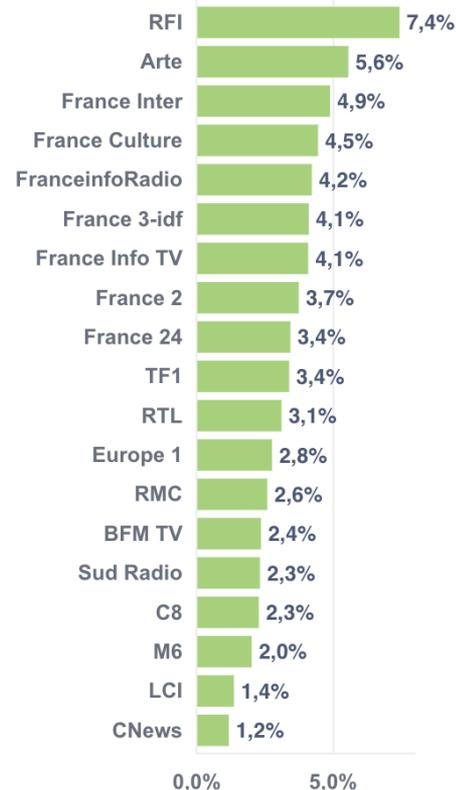


Comparaison des couvertures de **l'érosion de la biodiversité** et du **réchauffement climatique** par les principaux médias en 2 ans

Au sein de chaque média - v2 - Biodiversité



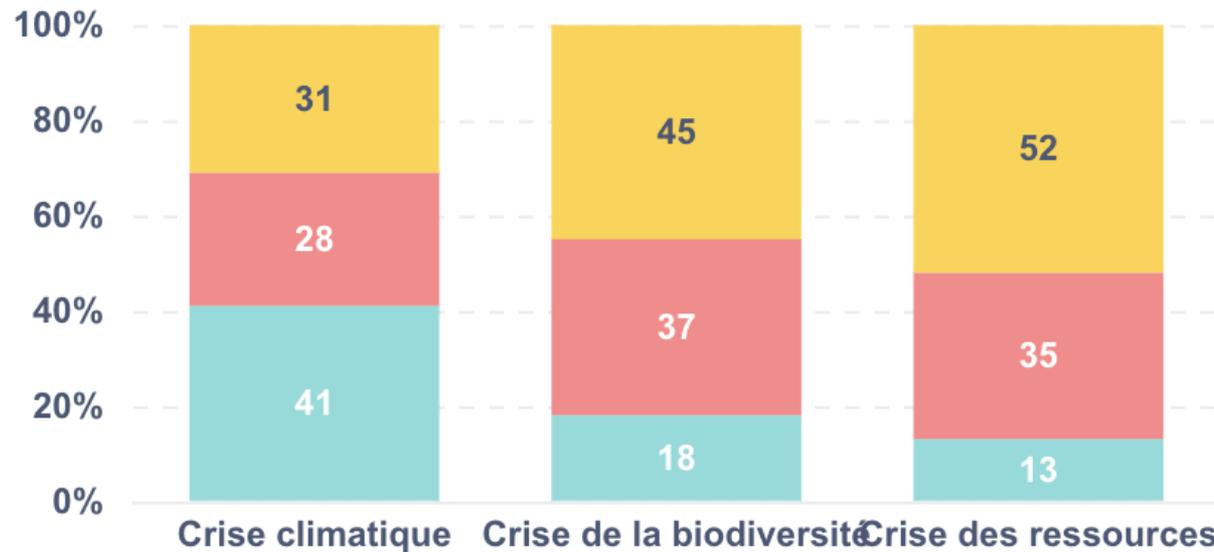
Au sein de chaque média - v2 - Climat



Part de vocabulaire spécifique aux trois crises avril 2024 – mars 2025

Distribution du vocabulaire partagé entre les crises - v2

● Vocabulaire transverser ● Vocabulaire commun à 2 cr ● Vocabulaire spécifique

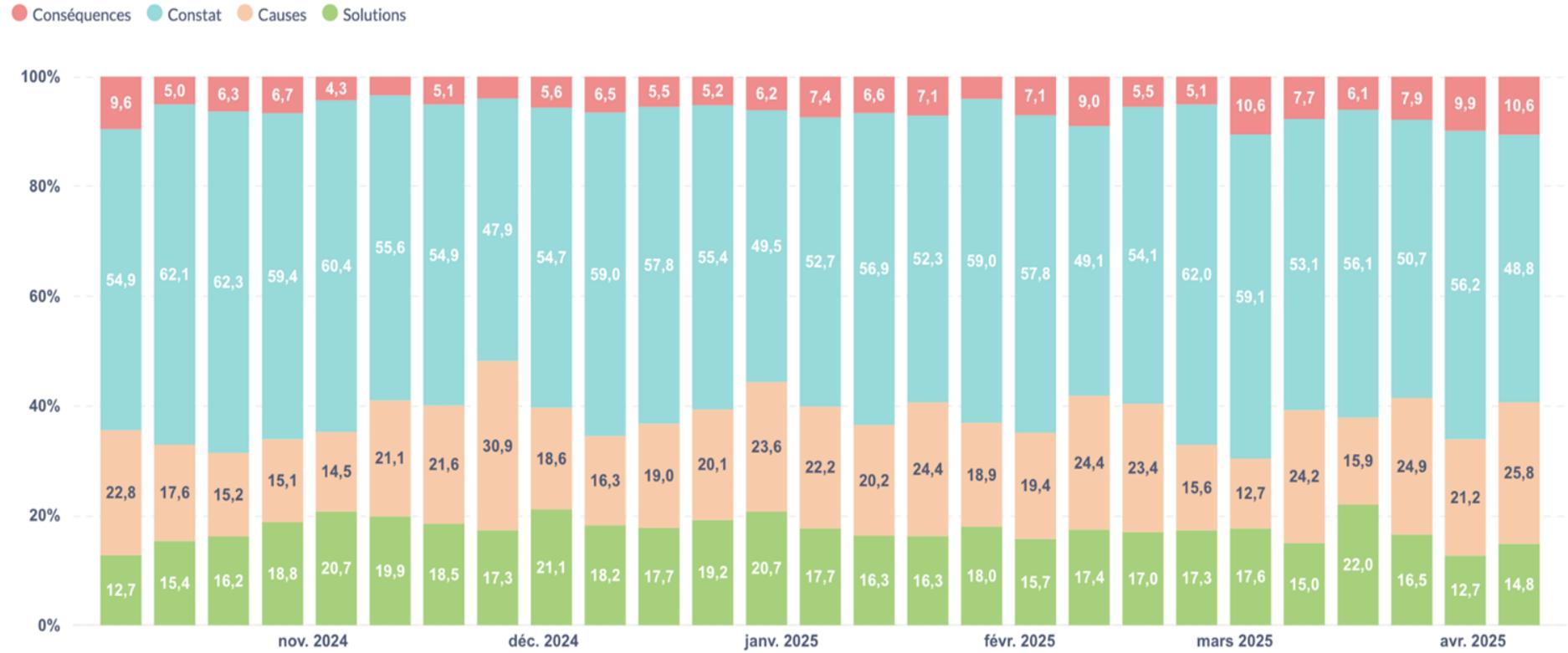


environnement	clim/biodiv/ress
zoonose	clim/biodiv
raréfaction de la ressource en eau	clim/ress
effet de serre	clim
hausse des températures	clim
disparition des espèces	biodiv
zones humides	biodiv
ressource en eau	ress
terre rare	ress

La couverture médiatique des quatre aspects de l'érosion de la biodiversité par semaine

7 octobre 2024 - 14 avril 2025

Comparaison du temps d'antenne consacré aux différents aspects de la crise de la biodiversité

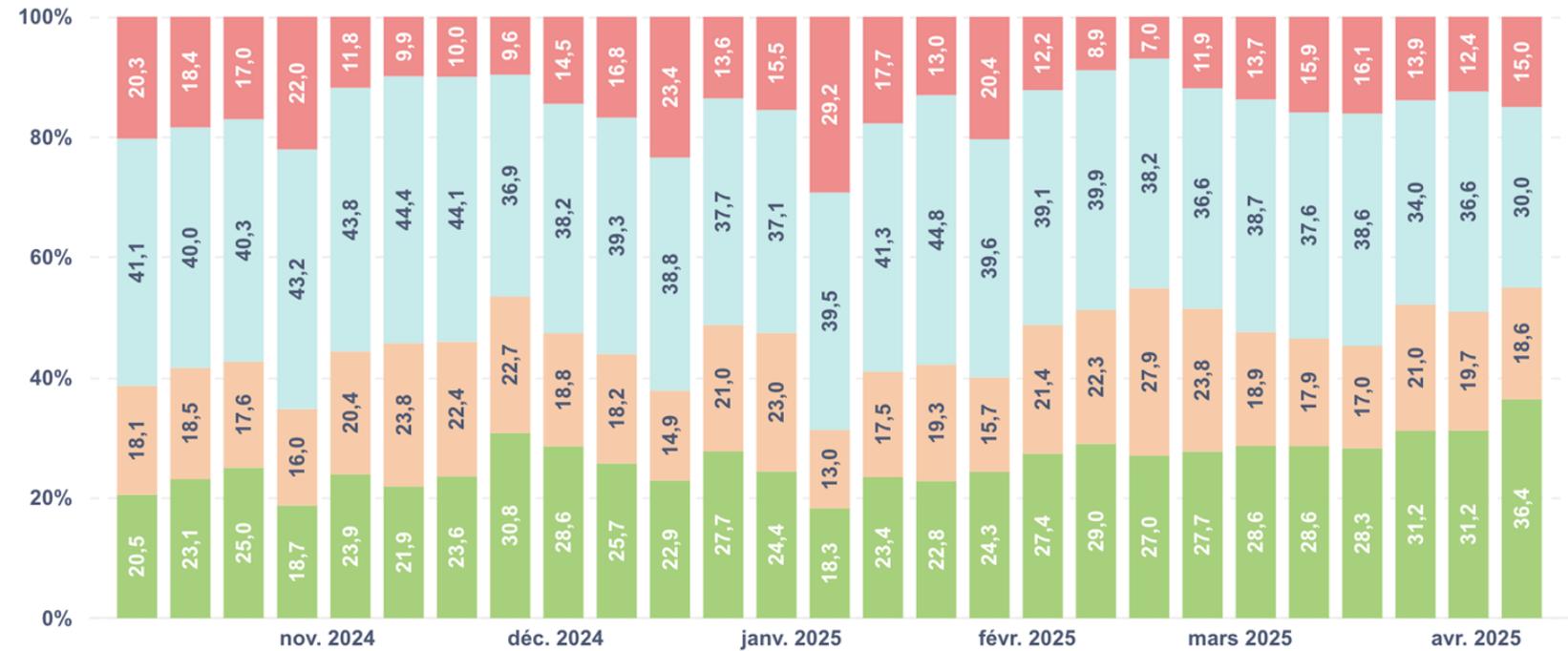


La couverture médiatique des quatre aspects du réchauffement climatique par semaine

7 octobre 2024 - 14 avril 2025

Comparaison du temps d'antenne consacré aux différents aspects de la crise climatique

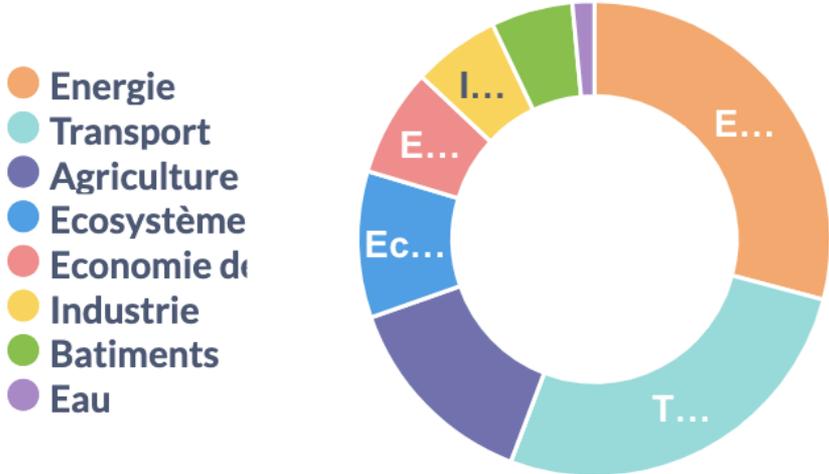
● Conséquences du changement climatique ● Constat ● Causes du changement climatique ● Solutions climatiques



Sous-catégories thématiques du réchauffement climatique (volets SGPE)

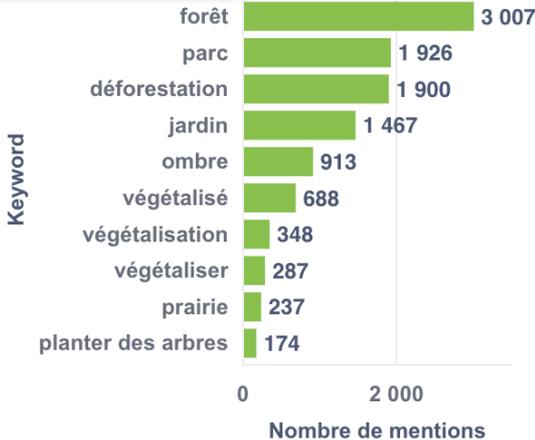
Nombre d'occurrences avril 2024-mars 2025

Vue par secteurs - v2 - Camembert



Category	Occurrences	Percentage
Energie	35 748	29.09 %
Transport	32 761	26.66 %
Agriculture	17 098	13.91 %
Ecosystème	12 232	9.95 %
Economie des ressources	9 015	7.34 %
Industrie	7 319	5.96 %
Batiments	6 859	5.58 %
Eau	1 848	1.50 %
Total	122 880	100 %

- Mots-clés

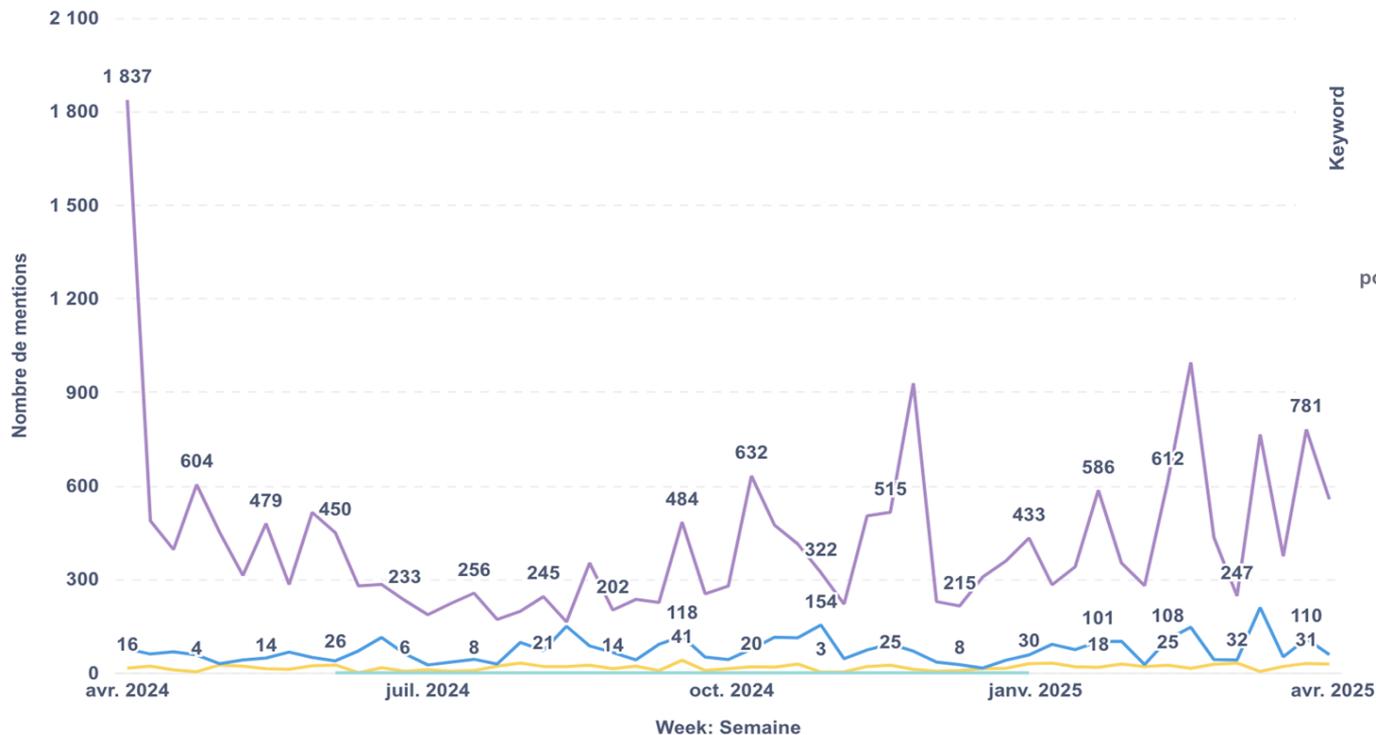


Sous-catégories thématiques de l'érosion de la biodiversité (facteurs d'érosion)

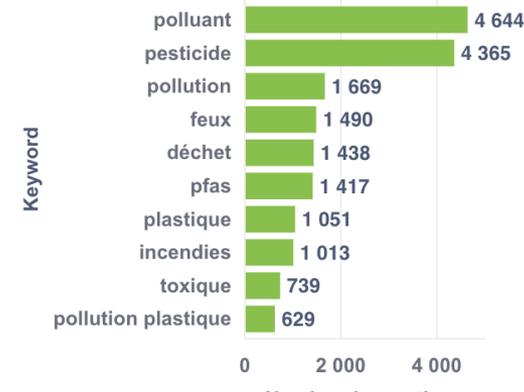
Nombre d'occurrences avril 2024-avril 2025

Vue par secteurs - v2 - Evolution

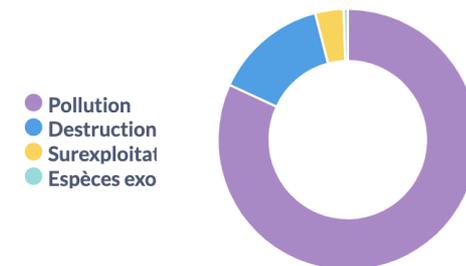
● Pollution ● Surexploitation des ressources ● Destruction des habitats ● Espèces exotiques envahissantes



Vue par secteurs - v2 - Mots-clés



Vue par secteurs - v2 - Camembert

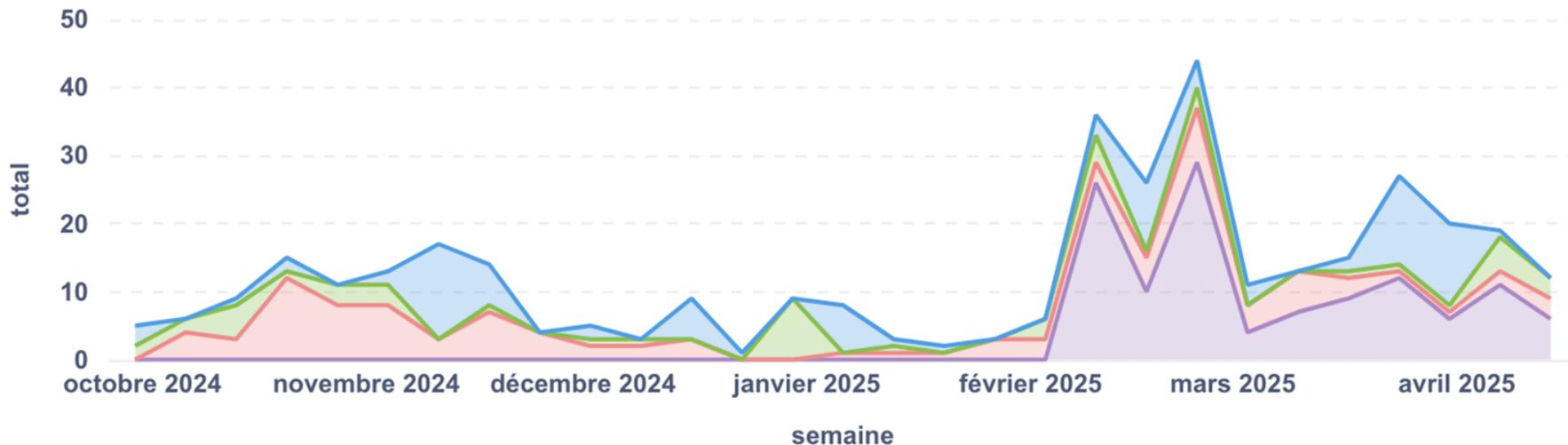


Comparaison du nombre d'occurrences "coraux" et "zones humides" sur les 6 derniers mois



Evolution Groupe de Mot Clé - Base

● récif corallien ● tourbières ● marais ● zone humide



Limites identifiées au fil du projet

