



## Outil 8 : Quelles sont les clés pour bien communiquer ?

**Objectif : Connaître les clés pour élaborer les bons messages sur l'adaptation au changement climatique.**

Les prises de parole sur l'adaptation au changement climatique, qu'elles soient à destination des décideurs ou du grand public, doivent tenir compte des recommandations suivantes :

**(1) Respecter la séquence suivante afin de connecter les impacts (souvent négatifs) à la capacité d'action et aux bénéfices de s'adapter (positifs) :**

- Le changement climatique, c'est ici et maintenant [*citer des impacts tangibles sur le territoire de la collectivité, connus de l'interlocuteur et repérés grâce à l'outil 2*] et il va se poursuivre.
- Ses impacts physiques ont déjà (et auront) des conséquences concrètes socio-économiques et environnementales pour le territoire [*collecter des données chiffrées et des photos à l'échelle du territoire, les montrer*].
- Il est possible d'agir ici et maintenant, il y a des solutions [*montrer aux décideurs des exemples d'actions portées dans d'autres territoires comparables (voir outil 9 : « vidéos pour sensibiliser sur l'adaptation et liens vers des actions en place sur les territoires »), présenter aux habitants les actions du plan local d'adaptation*].
- Il y a des bénéfices concrets à agir [*citer des bénéfices concrets qui parlent à l'interlocuteur, comme la réduction du coût des dommages pour le décideur ou un rafraîchissement de l'espace public pour les habitants*].

**(2) Eviter le jargon scientifique dans la communication**

Le jargon scientifique, les acronymes, les termes compliqués spécifiques au sujet « changement climatique » (par exemple exposition, sensibilité) seront évités car démobilisateurs dès qu'on s'adresse à un public non initié.

**(3) Equilibrer le message entre données scientifiques et émotionnelles**

Le juste équilibre sera recherché entre les données scientifiques (les graphiques, les tableaux, les chiffres... qui s'adressent au cerveau analytique) et des données tirées de l'expérience (les images, le paysage environnant, les questionnements, les petits gestes... qui s'adressent au cerveau émotionnel).

**Inspiré de :** « Etude sur une communication pour mobiliser dans la durée autour des questions d'adaptation au changement climatique ». ADEME Ile-de-France. 2013