



changement climatique : « Chaque fraction de degré compte. Chaque année compte. Chaque choix compte. » Toutes les voix et toutes les actions ont leur importance, notamment les campagnes lancées sur les réseaux sociaux. Depuis maintenant plusieurs années, les présentateurs météo ont d'ailleurs une véritable influence sur les réseaux sociaux, certains d'entre eux étant suivis par plus de 500 000 personnes. Leur engagement facilite l'accès à l'information et fait partie intégrante de leur mission de sensibilisation.

Le rôle des présentateurs météo dans la communication sur le changement climatique

Si le métier de présentateur météo est appelé à évoluer avec l'essor d'Internet et des réseaux sociaux, son rôle de vulgarisateur de l'information scientifique auprès du public reste incontestable. Le média-workshop a donné la parole à quatre d'entre eux à l'occasion d'une table ronde animée par Karine Durand, journaliste spécialisée en environnement : « L'objectif de cette table ronde était de croiser les expériences, points de vue et conseils de quatre présentateurs météo internationaux sur les meilleures méthodes pour communiquer sur le changement climatique dans les médias (TV, web et réseaux sociaux).

Ada Monzon (WKAQ, Porto Rico), Anika de Beer (Restore Africa Funds, Afrique du Sud), Alex Deakin (Met Office, Royaume-Uni) et Anju Singh (Doordarshan, Inde) se sont penchés sur la question : « Comment susciter l'intérêt du public, l'inciter à agir et éviter une réaction de rejet face aux discours sur le réchauffement climatique ? » Malgré les différences inhérentes aux médias pour lesquels chacun travaille (chaîne d'info, organisme gouvernemental, média spécialisé agriculture...), les intervenants se sont accordés sur les grandes lignes d'une bonne communication sur le climat :



Les intervenants de la session « Communiquer sur le changement climatique – Feuille de route et bonnes pratiques dans les médias ». © FIM.



Les intervenants de la session « Communiquer sur le changement climatique – Partage d'expériences avec ECMWF Copernicus et ses partenaires média CNN & Euronews ». © FIM.

ne pas parler uniquement de la menace climatique, mais aussi des solutions qui s'offrent à nous, connaître les besoins de son public, éviter un message trop global et privilégier un message local, être honnête sur les zones d'incertitude et éviter les termes trop techniques pour une compréhension de tous. La synthèse de cette discussion, qui a été présentée par le journaliste danois Jesper Theilgaard, a rappelé que les présentateurs météo étaient avant tout un « lien » entre les scientifiques et le grand public, et qu'ils devaient de ce fait jouer un rôle de messagers entre ces deux catégories de la population, tout en gardant une attitude positive face aux défis que le changement climatique nous demande de relever.

Au cours d'une session proposée par le service Copernicus sur le changement climatique du CEPMMT, les participants ont pu également découvrir comment CNN et Euronews (partenaires média du Centre européen) informent leurs téléspectateurs sur le changement

climatique. Les intervenants, Brandon Miller et Jeremy Wilks, ont présenté les éléments clés de la transmission d'informations scientifiques sur le climat, notamment celles du service Copernicus sur le changement climatique qui sont mises à disposition des journalistes pour alimenter leurs reportages.

Les systèmes d'observation de la Terre, en tant qu'outils de communication sur l'urgence climatique

L'Agence spatiale européenne (ESA) a proposé une session dédiée à l'observation de la Terre. En introduction, Robert Meisner (ESA) a dressé un panorama des ressources disponibles