

3

La prise de parole 4 types de demandeurs

Que l'on prenne la parole pour répondre à un journaliste, à un partenaire économique, à un représentant d'un groupe ou d'une organisation défendant ses intérêts, à un acteur public ou au sein de sa propre institution, les points de préparation et de vigilance peuvent varier. En effet, les conditions et les formats de l'expression peuvent différer, ainsi que les attentes du demandeur. Les messages à passer devront être adaptés. Pour optimiser la prise de parole et avoir une diffusion pertinente du message, quelques recommandations ont été rassemblées dans cette fiche autour de 4 principaux types de demandeurs.

La demande provient d'un journaliste

-  Fiche ► N° 6 Boîte à outils
-  Réseau communication de centre
-  presse@inrae.fr
-  Mémo infographie

En tant qu'organisme de recherche public, la prise de parole des scientifiques d'INRAE implique une exigence en matière d'information, de responsabilité et de transparence. La recherche s'inscrit dans la durée, dans un processus non linéaire nourri par des connaissances générées dans le cadre d'une pluralité d'ap-proches. Doute, prudence et méthode lui sont indispensables. L'information, au contraire, donne le sentiment d'être dans l'instantané et sous la pression constante de l'actualité. Les temps de la recherche et de la circulation de l'information semblent souvent en cela incompatibles.

Les délais et le format sont des éléments clés à prendre en compte.

Les délais

Selon le sujet traité, si le sujet est « chaud » (un sujet qui fait l'actualité) ou « froid » (un sujet qui est traité par la rédaction du média sans réponse à une actualité immédiate), les délais de réponse ne seront pas les mêmes. La périodicité du support est également un élément pour comprendre les contraintes de délai.

Alerte Dans tous les cas, ne jamais répondre tout de suite. Convenir d'un rendez-vous, même 15 minutes après, pour avoir le temps de comprendre la demande et préparer ses messages.

Les formats

-  Fiche ► N° 5 Glossaire

- **Article presse papier** : plus contraint dans la taille (1/4 de page, 1/2 page ou pleine page) et le délai de parution.

Astuce Demander au journaliste de relire les citations qui vous sont attribuées pour « éviter les coquilles scientifiques ».

Prise de risque Réécriture des titres, intertitres, résumés et choix des exergues effectués par un secrétaire de rédaction, dont le journaliste n'a pas la maîtrise.

- **Article presse web** : moins contraint en termes de taille, même si des formats doivent être respectés. Ajout de liens interactifs pour accéder à des contenus complémentaires (textes, images, sons). Ne pas oublier que les textes sont encore modifiables après parution.

Astuce Demander à relire les citations qui vous sont attribuées pour éviter les « coquilles scientifiques » (sans obligation de la part du journaliste) et proposer vous-même des liens « pour en savoir plus » renvoyant vers vos propres contenus publiés. Ne pas hésiter à demander des rectifications de propos si cela ne respecte pas les propos tenus. Le service Médias et opinion ou votre chargé(e) de communication peut vous accompagner dans cette démarche.

Prise de risque Même possibilité de réécriture des titres, intertitres, résumés et choix des exergues du ressort du secrétaire de rédaction et non du journaliste. La permanence des contenus en ligne est un autre point à retenir. L'article en ligne est aussi plus souvent relayé sur les réseaux sociaux lorsque celui-ci n'est pas lisible sous abonnement.

• Interview radio / podcast :

- **Cela peut être enregistré** : une chronique avec ou sans son de l'interviewé, une interview avec son.

Astuce Lorsque les propos sont enregistrés, on doit préparer des phrases courtes avec sujet-verbe-complément, reprendre la question dans la réponse pour que vos propos aient le plus de chance d'être gardés au montage et que la réponse soit intacte. Par ex. : « Quel est le nom de l'espèce sur laquelle vous travaillez précisément ? Réponse : ne pas dire « l'esturgeon », mais dire : « L'espèce sur laquelle je travaille au sein de mon équipe de recherche est l'esturgeon ».

On peut insister auprès du journaliste pour retenir telle ou telle phrase qui semble majeure et bien explicitée. Dialoguer avec lui, toujours dans l'esprit « donnant-donnant ».

Prise de risque Pour toute interview enregistrée, on ne maîtrise jamais le montage final.

- **Cela peut être en direct** : sur un plateau radio ou à distance par téléphone, avec ou sans autres intervenants.

Astuce Éviter de participer à un débat sans connaître les autres intervenants et les thèmes. Prendre le temps de préparer le direct, pas d'improvisation ! Une grille de questions/sujets doit être donnée par le journaliste ou l'attaché(e) de production. > Préparer ses chiffres clés, et garder sa posture d'éclairage.

Prise de risque Le débat ou l'interview en direct peuvent s'écarter de ce qui avait été prévu. Le journaliste qui vous interroge en direct n'est souvent pas la personne (attaché(e) de production) avec qui vous avez préparé le sujet.

Garder en tête les idées à illustrer, sans s'éloigner des messages essentiels que l'on souhaite transmettre. On n'est pas tenu de répondre à une question si on ne le souhaite pas, et à l'inverse on peut insister sur une idée qui nous semble majeure. « Ce qui me semble important de retenir, c'est... ».

• Interview filmée (TV, vidéos en ligne)

Fiche  **N° 6 Boîte à outils (Formulaires)**

Même précaution d'usage qu'avec la radio, avec une difficulté supplémentaire : l'image et le son sont en simultané, avec une équipe de 2 minimum (le journaliste et le cadreur/son) voire 3 ou 4 personnes avec vous, sur site INRAE, à l'extérieur d'INRAE ou sur un plateau TV. L'audience peut être plus large, la technique prend plus de place (son, cadrage, longueur des plans). Cela peut donc être plus intimidant et fatigant, mais quoi qu'il en soit, ne pas se départir de son calme et des messages qu'on a préparés.

A retenir L'échange avec le journaliste ou l'attaché(e) de production est une des bases d'une bonne prise de parole. Cela doit être un échange « donnant-donnant ».

Toujours avoir en tête les conditions dans lesquelles votre parole va intervenir : quel est le contexte de la demande, l'angle du journaliste c'est-à-dire son « intention » (démontrer quelque chose, mettre en lumière une controverse, etc.) ? et demander les noms et fonctions des autres intervenants à vos côtés, s'ils sont déjà identifiés.

Tout ce qui peut éclairer votre prise de parole aidera toujours à maîtriser les messages et éviter ainsi les mauvaises surprises.

La demande provient d'un partenaire privé

Pour contribuer concrètement aux transitions agricole, alimentaire, écologique et énergétique, INRAE attache beaucoup d'importance à l'impact de ses résultats, notamment par une implication renforcée auprès des entreprises pour favoriser l'innovation. Cela se concrétise par des conventions de partenariat et de financement de diverses formes. Lors de toute sollicitation d'acteurs économiques, il est important de :

1. se référer au volet communication indiqué dans la convention qui lie INRAE au partenaire économique,
2. veiller à ce que la parole du chercheur ne soit pas instrumentalisée à des fins commerciales ou pour une communication institutionnelle (image) de l'entreprise.

Il faut ainsi s'assurer que la demande est basée sur une mise en avant des résultats de recherche communs produits par INRAE et issus de la collaboration avec le partenaire privé, et uniquement dans ce cadre. Il pourra aussi être fait mention chaque fois, sur un support vidéo, un article web ou toute autre écrit, du nom du ou des projets communs, objet(s) de l'accord liant le chercheur INRAE et le partenaire privé. Il est conseillé, au regard du partenariat terminé ou en cours pour lequel la participation du scientifique est pertinente, de faire mention de ses liens d'intérêts explicitement.

Le canal et le support de diffusion sont ici les éléments clés à prendre en compte.

Les formats

Cela peut prendre plusieurs formes : un colloque, un article dans un magazine interne/externe du partenaire ou sur le site web intranet ou internet du partenaire, une vidéo promotionnelle ou institutionnelle, un podcast produit par l'entreprise, une conférence de presse.

Les canaux de diffusion doivent être des points de questionnement pour bien cadrer son intervention : contenus pour les

salariés du partenaire ou ses cibles, TV ou web pour le grand public, colloque réservé aux professionnels d'une filière, conférence ouverte aux médias, etc.

Alerte Ne pas considérer que si le contenu produit est uniquement pour l'interne de l'entreprise, il ne sera jamais visible de l'extérieur. Tout contenu produit peut être exporté par négligence ou intentionnellement. S'assurer de l'autorisation d'utilisation de son image pour une seule production et un seul canal de diffusion pour se prémunir d'une mauvaise surprise.



Fiche N° 6 Boîte à outils
(Formulaire de cession de droits d'utilisation des images)

• Canal intranet/web externe/comptes réseaux sociaux de l'entreprise

Astuce Quel que soit le format (vidéo, podcast, texte), demander à valider les contenus avant toute diffusion (bon à tirer, bon à diffuser) pour s'assurer du respect des messages produits qui impliquent le scientifique et l'image d'INRAE. Même si la production du format est à l'initiative du partenaire et qu'il en assume la charge financière et organisationnelle, vous êtes l'égal du partenaire en vous associant à cette production. Même sans apport financier, vous donnez la matière première, donc vous avez un droit de regard sur le produit final.

Prise de risque Le produit final peut vivre au-delà de la simple diffusion à un temps T sur un canal donné, voire plusieurs années après la production. Veiller à faire stipuler sur un contrat les conditions de toute utilisation dans le temps de cette matière produite.

• Canal TV / YouTube (partenariat conclu avec une production TV pour pastille promotionnelle)

Le partenaire peut décider, dans le cadre d'une campagne marketing, commerciale ou institutionnelle, de conclure un accord de partenariat avec une société de production (ex. : agence de production TV) ou avec une société de médias en ligne (ex. : Brut, Konbini). Cette communication, très cadrée, peut alors vite être vécue comme imposée au scientifique. On valorise les résultats, pas le partenaire.

Astuces 1/ Quel que soit le sujet, le scientifique ne doit pas accepter de réciter un texte déjà écrit par un tiers et qui ne correspond pas à la réalité de ses travaux ou qui en dépasse largement le cadre. Ainsi, même s'il a une contrainte pour délivrer un propos vulgarisé, le scientifique doit veiller à l'exactitude de ses propos et à la teneur de ses résultats de recherche. Si la contrainte est trop forte et peut altérer possiblement son message, il peut refuser d'intervenir.

2/ Le scientifique doit éviter de donner de son temps pour une simple « figuration ».

Alerte Un scientifique ne s'associe pas systématiquement à un acteur qui le demande sous prétexte qu'il va mettre en avant ses résultats. Une mention systématique peut être demandée : « Le chercheur ou la chercheuse n'a reçu aucun financement de la part de ... pour participer à ce film... »

Prise de risque Le scientifique peut ressentir la pression du partenaire qui a investi un financement dans une campagne de communication. Mais en aucun cas, le contenu ne doit être influencé voire déformé par cet aspect financier. Le cahier des charges peut toujours être modifié. Le communicant doit maîtriser les règles du jeu et pouvoir les rectifier.

IMPORTANT : parler de vos résultats, de vos travaux issus de vos projets de recherche communs menés avec le partenaire et jamais de vos travaux pour une communication commerciale ou institutionnelle d'un acteur privé. Cela vous prémunira du danger de vous faire instrumentaliser.

Il est recommandé de mentionner vos liens d'intérêt avec le partenaire (projets financés, accords...) associés à la vidéo pour rester transparents vis-à-vis des lecteurs.

Exemples :

1. Pendant une interview : « Je tiens à préciser que j'ai contribué par le passé à des travaux avec XXX »;
2. À l'écrit : « Je déclare participer ou avoir participé à des recherches co-financées par des partenaires industriels concernés par la question scientifique abordée. » (préciser).

Demande d'une partie prenante qui a un intérêt (partis politiques, partenaires sociaux, associations, groupements d'intérêt économique et social)

Les associations, ONG, partis politiques, groupements d'intérêt économique et social ont par essence une mission : **convaincre**. La sollicitation des scientifiques se fait souvent à l'occasion de débats pour éclairer le ou les publics, mais aussi pour donner des preuves scientifiques du bien-fondé de leurs idées. Ainsi, la prise de parole d'une chercheuse ou d'un chercheur INRAE peut vite être utilisée à cette fin, même sans volonté de nuire. Pour garder la maîtrise de son propos et de son image, le scientifique devra veiller avant tout au sujet du débat – qui peut faire l'objet d'une controverse – dans lequel il intervient.

Les thèmes du débat et les idées portées par le demandeur sont les éléments clés à prendre en compte.

Les interventions peuvent prendre toutes les formes, même si les plus répandues sont des prises de parole lors de webinaires, de colloques thématiques, d'invitations privées d'un groupement.

Alerte En intervenant dans le contexte d'une organisation engagée, le scientifique crée un lien d'intérêt qui pourrait constituer un conflit d'intérêt par la suite dans le cadre d'autres missions. Il est donc essentiel de faire très attention aux liens ainsi créés et se poser la question de leur interférence avec des missions futures. Ceci est également à considérer dans le cas d'une intervention réalisée à la demande de partenaires privés. Le caractère public de l'intervention ou limité à un cercle restreint sera à prendre en compte, même si, dans les faits, toute intervention, même dans un cadre restreint (ex. : audition privée au sein d'un parti politique) peut être amenée à être diffusée vers la sphère publique (compte-rendu, captation interne vers l'externe, tweets des membres présents...). Une autorisation d'utilisation de l'image et de la présentation de l'intervenant doit être un prérequis.

Fiche • N° 6 Boîte à outils

Astuce Les interventions étant souvent, dans ce cas, en direct, la maîtrise de sa parole est plus aisée. S'il y a divergence de points de vue au sein de la recherche, et au sein même d'INRAE, l'indiquer autant que faire se peut en replaçant ses propres résultats dans un ensemble : « Ce n'est pas la parole de la recherche ou d'INRAE, mais bien la parole d'un scientifique expert de ce sujet sur cet angle... ». Dans ce cas, il est idéal de donner à voir les questionnements sur un même sujet de société, le temps long de la recherche et la manière dont elle se fait, pas à pas.

Prise de risque En réponse à un parti politique ou à une partie prenante qui défend une cause, on peut avoir l'impression de sortir de son devoir de réserve. Veiller à rester neutre par rapport aux idées défendues par le demandeur et se positionner comme « éclairateur » de débat. Éviter d'accepter une invitation pendant les périodes électorales ou bien mesurer la prise de risque.

prospective, conception, évaluation ou encore accompagnement de leur mise en place. La demande d'intervention adressée à un chercheur de la part d'un acteur public peut ainsi relever directement de ses activités d'appui aux politiques publiques ou de ses activités d'expertise formalisées dans des projets, accords et partenariats. Elle peut intervenir aussi du fait de la place qu'occupe INRAE dans le paysage de l'enseignement supérieur et de la recherche et de ses activités d'accompagnement des politiques publiques.

Le cadre de l'intervention est un élément clé à prendre en compte.

Alerte Quel que soit le format de l'intervention, il faudra s'attacher à distinguer ce qui relève de ses propres travaux, de ce qui relève des travaux des autres acteurs sur un même projet/sujet ou de décisions publiques prises par les autorités. Pour toute restitution de résultat, il faudra donner, autant que faire se peut, une vision complète du sujet (questions de recherches posées, méthodologies, résultats, questionnements à prolonger) en évitant une prise de position. INRAE produit des connaissances en appui aux politiques publiques, les met à disposition pour accompagner les transitions, mais il ne prend pas la place du législateur.

Fiche • N° 6 Boîte à outils

Astuce Exprimer un résultat toujours au regard des travaux précédents et d'une temporalité, et en réponse à une question, en explicitant les méthodologies, le périmètre de validité, en présentant les auteurs de l'étude et se référant aux autres rapports, publications, expertises résumant les travaux.

Fiche • N° 6 Boîte à outils

Fiche • Charte d'expression publique INRAE

Prise de risque Les travaux menés sur des sujets sensibles, de société, souvent complexes ou qui font débat, peuvent faire l'objet d'une communication raccourcie. Le scientifique doit s'assurer que les sources des travaux soient citées dans les communications publiques (ministères, partenaires académiques, collectivités...).

La demande d'un acteur public (partenaires académiques, ministères, collectivités...)

INRAE conduit des activités d'expertise ou d'appui aux politiques publiques. C'est le premier organisme de recherche à l'avoir inscrit dans l'organisation de sa Direction générale dès 2020, en couvrant ainsi tout le cycle de vie des politiques publiques :

L'expression à l'initiative de l'agent

Fiche • N° 4 Communication scientifique directe et nouveaux médias

Fiche ① La prise de parole, questions liminaires

Fiche ② La prise de parole : timing et points de vigilance

Fiche ④ Communication scientifique directe et nouveaux médias

Fiche ⑤ Glossaire, notions et définitions

Fiche ⑥ Boîte à outils