



6

Boîte à outils

Cette fiche rassemble des contacts, documents ou ressources utiles pour votre prise de parole publique.

Pour vous accompagner : services et personnes ressources

Direction de la Communication

Des conseils peuvent être donnés par les différents services composant la direction de la Communication d'INRAE (médias et opinion, planning stratégique et réseaux sociaux, images et événements, studio, communication interne...). Ne pas hésiter à les solliciter, ils mettront leur expertise au service de votre communication.

@staff@inrae.fr

 Consulter l'organigramme

Service Médias et opinion

L'équipe du service Médias et opinion d'INRAE accompagne les scientifiques dans leurs relations avec les journalistes pour élaborer leur message, en fonction du public visé et pour fournir des éléments de contexte institutionnel INRAE, si nécessaire.

@presse@inrae.fr

Service Planning stratégique et réseaux sociaux

Le service Planning stratégique d'INRAE coordonne la valorisation des contenus au service de la notoriété et de l'image de l'institut (page d'accueil inrae.fr, lignes éditoriales réseaux sociaux...).

@planning-strategique@inrae.fr

Service Communication interne

Le service Communication interne INRAE a pour mission de valoriser les résultats des recherches menées à INRAE.

Il est responsable du portail intranet national. En lien avec les autres services de la direction, il anime le réseau de chargés de communication des centres et départements.

@com-interne@inrae.fr

Service Images et événements

Le service Images a en charge la production, la gestion, la conservation et la mise à disposition de contenus photos et vidéos de l'institut, en particulier celles utiles à la communication et la médiation scientifique.

@mediatheque@inrae.fr

Service Studio création

Le service studio création est chargé de la conception et de la réalisation de différents supports de communication aussi bien pour un public interne qu'externe (print, web, événementiel), tout en respectant l'identité visuelle et une image cohérente de l'institut.

@studio.pao@inrae.fr

Services Éditorial institutionnel et grand public

Les services Éditorial institutionnel et Éditorial grand public assurent la mise en œuvre de la stratégie éditoriale, la production de contenus, y compris pour les réseaux sociaux en lien avec les community manager et l'ensemble des services de la direction.

@edito-institut@inrae.fr

@edito-grand-public@inrae.fr

**Pour vous protéger :
droits et devoirs****Formulaires**

- **Pour les autorisations de tournage TV**, délivrées par le service Médias et opinion, le premier interlocuteur reste le chargé ou la chargée de communication de centre.

Pour toute question relative aux autorisations de **tournage vidéo, reportages photographiques ou de droit à l'image**, l'interlocuteur à privilégier est le chargé ou la chargée de communication de centre.

Textes relatifs à la liberté de la presse

- **Liberté de la presse** : loi du 29 juillet 1881



Légifrance



La Constitution et la liberté de la presse

Principaux interlocuteurs

- **Direction des affaires juridiques**

Si vous vous posez des questions juridiques relatives à des questions de responsabilité, d'utilisation ou de réutilisation de vos propos lors d'une expression publique.



@daj@inrae.fr

- **Référents déontologues**

Si vous vous posez des questions relatives à la déontologie ou aux liens d'intérêts lors d'une expression publique :



@Delegue-deontologie@inrae.fr



@Referent-deontologue@inrae.fr

**Pour vous informer :
documentation, ouvrages**

- **Information pratiques**



Infographie « que faire quand on est sollicité par un média »
(infographie mise à jour en août 2021)

- **Quelques ouvrages, compléments de formation**

- *L'art de la parole*. Cyril Delhay. Éditions Dalloz, 2^e édition
- *Tous orateurs, convaincre, négocier, s'affirmer au quotidien*.
Hervé Biju-Duval et Cyril Delahy. Éditions Eyrolles
- *Parler en public, principes et méthodes*. Cyril Delhay.
Éditions Dalloz
- *Les 100 mots de l'éloquence*. Éric Lobest.
Éditions Que sais-je ?

- **Quelques ouvrages de réflexion**

- *Ce que parler veut dire, économie des échanges linguistiques*. Pierre Bourdieu. Édition Fayard
- *Dialogue de sourds, traité de rhétorique antilogique*.
Marc Angenot. Éditions Mille et Une Nuits

- *L'empire rhétorique, rhétorique et argumentation*.
Chaim Perelman. Éditions Vrin
- *La science et le débat public*. Éditions Actes Sud / IHEST.
- *Science et communication : pour le meilleur et pour le pire*.
Michel Claessens. Éditions Quæ

**Pour vous entraîner :
formations, MOOC**

Il existe plusieurs formations accessibles : pour connaître l'offre de formation disponible, se rapprocher de la Formation locale permanente de votre centre ou de votre chargé(e) de communication.

Plusieurs formations peuvent être demandées pour sécuriser ses prises de parole. Voici quelques descriptifs ci-dessous (non exhaustifs).

- **Savoir répondre aux médias**

Il s'agit de mieux comprendre le fonctionnement des médias, leurs contraintes, mais aussi leurs capacités d'adaptation afin de permettre au scientifique de préparer sa rencontre avec le journaliste avec confiance et méthode. Cette formation permet de préparer une interview en presse écrite, radio ou TV : préparation des messages, diction et attitudes, exercices pratiques devant micro et caméra, situation de crise.

- **Participer à des débats publics et médiatiques**

Il s'agit d'aider le scientifique à rester lui-même face à des publics hétérogènes ou dans des situations déstabilisantes, savoir capter l'attention de l'auditoire, exprimer sa pensée librement quand la pression d'un public et/ou la présence d'une caméra se font sentir.

- **Savoir prendre la parole en public dans des colloques et congrès scientifiques**

Comment mettre en valeur un résultat scientifique, enjeu essentiel de la vie des chercheurs et de ceux qui les soutiennent, acquérir les moyens d'une parole efficace, s'assurer d'une pratique susceptible de créer l'attention, l'intérêt et la mémorisation de l'auditoire : tels sont les enjeux de ce module.



MOOC Cultivons l'information (8 h)

**Petites phrases :
trucs et astuces**

- Conservez la ligne que vous vous êtes fixée lors de votre préparation.
- Gardez votre message en vue et préparez-le en amont avec quelques points clés et exemples. N'utilisez pas de sigles,

abréviations, jargon... : l'utilisation d'un jargon introduit un filtre que le journaliste devra éclaircir. Cela peut être source d'erreur, de modification, d'interprétation.

- Les dix commandements de l'interview :
 - savoir ce qu'on veut ;
 - prendre le bon chemin ;
 - se préparer ;
 - jouer le jeu des médias ;
 - s'en tenir à sa préparation ;
 - être clair et bref ;
 - rester soi-même ;
 - évaluer calmement sa préparation ;
 - faire contre mauvaise fortune bon cœur ;
 - et y trouver du plaisir.

Mémo « C'EST DIT »

CALME et **C**COURTOISIE - Gage de respect

ESSENTIEL - Allez à l'essentiel - Gage d'efficacité

SIMPLICITE - Gage de compréhension

TERMINOLOGIE accessible - Juste maîtrise du langage

DROIT au but et **C**ONCISION - Meilleure diffusion de votre communication

INFORMATIONS hiérarchisée - Gage de clarté

Se **T**AIRE, si nécessaire - Gage de précaution



Fiche ① La prise de parole, questions liminaires

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

Fiche ③ La prise de parole: 4 types de demandeurs

Fiche ④ Communication scientifique directe et nouveaux médias

Fiche ⑤ Glossaire, notions et définitions