

the good wave

RÉSEAU POUR
UNE ACTION
CLIMATIQUE
IMPACTANTE

STORYTELLING

10 CONSEILS
pour des récits efficaces



POURQUOI CES CONSEILS?

Les Sciences Humaines et Sociales fournissent de nombreuses connaissances et informations afin que vos actions et communications climatiques gagnent en efficacité. Nous vous présentons 10 conseils – étayés scientifiquement – sur le storytelling, tout en nous concentrant sur leur impact tangible sur le monde.

1 PRIORITÉ AU LOCAL

Évoquez les défis liés au changement climatique auxquels les individus sont directement confrontés dans leur environnement afin de les rapprocher de la réalité. Vous pouvez parler d'évènements récents comme les inondations en Belgique et les incendies en France. Cela amène les individus à se sentir plus personnellement concernés par ces questions et donc, à s'engager plus activement dans l'action climatique.

2 PERSONNALISEZ VOTRE MESSAGE

Les récits personnels résonnent mieux auprès des individus, car ils peuvent davantage s'y identifier qu'avec une énumération de faits et de chiffres. Comme ils n'ont pas souvent tendance à contredire ou à réfuter les récits, les individus acceptent plus facilement le message transmis et sont plus enclins à passer à l'action.





3 DIFFUSEZ DES RÉCITS PARLANTS

Présentez des récits parlants et des témoignages. Le storytelling vous permet alors de présenter des informations sur le changement climatique d'une manière plus compréhensible. Par exemple, nous mémorisons beaucoup plus rapidement la manière dont notre voisin recycle, plutôt que les spécificités techniques des différents types de plastique.

4 PLACE AUX CERTITUDES

Le changement climatique est une réalité et la communauté scientifique s'accorde à dire que nos activités humaines en sont la cause. Un message sûr est plus rapidement accepté. C'est pourquoi il importe également de raconter des récits sur des personnes que nous connaissons ou auxquelles nous pouvons nous identifier. Les individus réagissent avec plus d'émotions et sont plus susceptibles d'agir lorsqu'il est question d'une victime spécifique, réelle et identifiable. Les victimes statistiques sont vues comme probables et incitent moins à l'action.



5 INSUFFLEZ DE LA POSITIVITÉ

Les informations sur le changement climatique sont souvent négatives et fatalistes. Incendies, inondations, déclin imminent : ces faits peuvent susciter des émotions qui paralysent l'action climatique. Insistez donc sur les changements positifs découlant d'actions personnelles ou collectives. Associez l'action climatique à un mode de vie heureux qui ne compromet pas le confort. Un storytelling bien bâti peut vous permettre de présenter un futur écologique agréable et accessible créant une implication émotionnelle.

6 AUGMENTEZ LE SENTIMENT D'EFFICACITÉ

Vous pouvez renforcer le sentiment d'efficacité personnelle en informant sur les changements positifs obtenus grâce aux efforts d'autres individus ou groupes. Si certaines personnes peuvent faire la différence, votre public le pourra également. Les individus se sentent aussi moins seuls lorsqu'ils voient que les actions d'autres personnes fournissent des résultats positifs. Ils perçoivent leurs actions comme faisant partie d'un mouvement plus large dont l'impact est considérable et positif.

7 INSISTEZ SUR LES PERTES

Les individus sont deux fois plus sensibles aux pertes qu'aux gains. Lorsque vous évoquez le changement climatique, il est donc préférable de mettre l'accent sur les pertes possibles plutôt que sur les gains. Par exemple, « isoler votre maison vous permettra d'économiser 50 euros par jour » a moins d'impact que de dire « en l'état actuel et sans isolation, votre maison vous fait perdre 50 euros par jour ».

8 SIMPLIFIEZ GRÂCE À DES EXEMPLES SIMPLES

Les termes employés pour parler des causes, des conséquences et des solutions éventuelles en lien avec le changement climatique sont souvent compliqués. Utilisez donc des exemples simples pour rendre les chiffres, concepts et idées compréhensibles. Ou optez pour des représentations visuelles. Montrez par exemple le nombre de baignoires remplies du kérosène nécessaire par passager pour un vol longue distance.

9 FAITES APPEL AUX BONS MESSAGERS

La personne qui diffuse les informations peut faire la différence. Les individus écoutent souvent les experts, mais les proches et même les enfants peuvent avoir une influence positive sur les actions climatiques. Fait assez surprenant : les animaux qui souffrent du changement climatique peuvent être d'excellents messagers. L'attribution de caractéristiques humaines à des animaux (ou « anthropomorphisme ») a déjà fait ses preuves à plusieurs reprises en termes de sensibilisation.

10 COMMUNIQUEZ AU BON MOMENT

Les individus sont plus réceptifs et ouverts au changement lorsqu'ils reçoivent l'information au bon moment. Les habitudes qui contribuent au changement climatique peuvent évoluer plus rapidement si les individus reçoivent l'information ou le stimulus à des moments charnières de leur vie. Il est donc judicieux de cibler une population qui vit un changement majeur, comme c'est le cas des jeunes parents. Communiquez avec eux via des canaux auxquels ils ont accès : hôpitaux, magasins d'équipements pour bébés ou ateliers pour jeunes parents.



ENVIE D'EN SAVOIR PLUS

Découvrez également
les conseils sur les autres thèmes:

[polarisation](#)

[création de contexte](#)

[éco-émotion](#)

[fake news](#)

[impact](#)

[tout le monde à bord](#)

www.thegoodwave.be

**the
good
wave**

Voulez-vous faire réellement la différence en matière d'action climatique ? Dans ce cas, vous n'êtes pas seul. The Good Wave – une initiative de la Fondation Roi Baudouin – est un réseau de professionnels ayant en commun la volonté de mettre en mouvement les personnes, de manière positive. The Good Wave souhaite inspirer et rassembler les différents acteurs de l'action climatique pour les mettre en réseau et assurer ainsi un échange de connaissances. Et si vous nous rejoigniez ?