



➤ Prise de parole dans le débat public – outils/moyens à disposition

Atelier Com PEPR SVA – 09/03/2026

Cécile Bittoun, responsable du service Médias et opinion
Direction de la Communication

➤ Une mission d'information des publics



- Une mission de diffusion des connaissances et de participation au débat public pour tous

Extrait art. 2 : « Produit, publie et diffuse les connaissances scientifiques résultant de ses travaux de recherche et d'expertise / Participe aux débats qui portent sur la place de la science et de la technologie dans la société. »

- Attentes fortes et variées vis-à-vis des enjeux des activités menées au sein d'INRAE

Sollicitations croissantes des scientifiques d'INRAE pour communiquer sur leurs travaux, résultats, finalités de recherche et souvent demandes **d'expression d'opinion sur les enjeux.**

- De la part de nombreux acteurs : partenaires, collectivités, partis prenantes (ONG, partis politiques...) et **médias.**

➤ La prise de parole médiatique : de l'impact qui engage l'institut

Porosité des canaux (médias traditionnels, réseaux sociaux et toute communication partenaire public/privé...)

Issue d'une communication proactive (porter à connaissance vos résultats) : CP, DP, Dossiers Ressources, article web département/centre, etc...

OU en réponse à une actualité en fonction de votre périmètre (éclairer le débat)

Brut.

franceinfo:



➤ Prendre la parole dans les médias : comprendre les attentes des journalistes

Un constat : des attentes qui ne convergent pas nécessairement entre le temps de la science et le temps des médias

1. **Complexité des sujets**/ méthodologie recherche (controverses, analyses contradictoires – en interne ou à l'externe)
// **attente de réponses simples des médias** et de la société sur des formats de communication brefs
2. **Temporalité longue** de la recherche / **exigence réponses rapides** des médias et des politiques
3. **Indépendance** de la recherche/**nécessité de rendre des comptes** à la société civile

Face au journaliste : un rapport donnant-donnant

>**Préalable** : connaître leurs attentes et leurs impératifs / vos conditions : fixer le cadre, connaître son objectif

= Questionner et cadrer : angle/délais/format/durée/retours

➤ Prendre la parole dans le débat public : se préparer

■ Réflexion amont et se préparer

Des préalables

Prendre le temps de se poser les bonnes questions : Suis-je légitime? Suis-je pertinent? Suis-je prêt?

Faire le distinguo entre expression personnelle et expression issue de ses travaux

Faire état de ses liens d'intérêt – ex The Conversation

Qualifier la demande:

Nature de l'intervention (communication sur un résultat, une opinion, une synthèse d'une expertise collective/biblio...)

Statut du contenu scientifique (hypothèses, résultats, perspectives d'une avancée...), positionnement vis à vis de l'état de l'art (consensus sur le sujet, pluralité de visions, controverses sociétales,...)

Toujours se remémorer : d'où je parle?

Notre rôle : explorer les champs des possibles, quantifier les impacts, les modéliser, et éclairer la décision.

Pas une science exacte, prise de risque à mesurer.

➤ Ce qu'il faut retenir : un questionnement, des procédures, des outils



Des contacts

[>presse@inrae.fr](mailto:presse@inrae.fr)

- Notes de messages clés
- Contexte actu/instit
- Veille médias

[>Vos chargé\(e\)s de communication de centre et du PEPR SVA en proximité.](#)

<https://communication.intranet.inrae.fr/rubriques-verticales2/outils-de-communication/expression-publique>

<https://communication.intranet.inrae.fr/services/medias-et-opinion>

Des formations à la prise de parole (FTLV) : se rapprocher de son gestionnaire RH de proximité.

Merci de votre attention.

Des questions?