

# Sensibilisation

Dans le cadre de ses missions, Météo-France s'adresse à de nombreux publics (représentants de l'État, collectivités locales, entreprises, artisans, sportifs...) auxquels il est essentiel de transmettre des messages cohérents qui construisent l'image de l'établissement et le renforcent dans son rôle auprès des citoyens et des acteurs de l'économie.

Les efforts de communication et de sensibilisation du public menés par l'établissement en 2008 ont porté leurs fruits : en effet, l'enquête annuelle effectuée par le Credoc révèle que le taux de confiance dans les prévisions a poursuivi sa progression : 81 % des Français ont confiance dans les prévisions du lendemain et 77 % se sentent suffisamment informés en cas de danger météorologique dans leur région.

Dans ce contexte, l'image de l'établissement est particulièrement bonne : plus des trois quarts des personnes interrogées témoignent leur confiance à l'égard de Météo-France et cette note enregistre une progression de quatre points en comparaison de la mesure effectuée en 2007.

Par ailleurs, Météo-France est désormais considéré comme l'interlocuteur préféré des Français pour s'informer sur le changement climatique (31 %).

## Une nouvelle identité visuelle pour faire partager nos valeurs

Une nouvelle atmosphère graphique habille les supports de communication de l'établissement. Plaquettes, site Internet et supports publicitaires expriment en images et en mots les forces et les valeurs portées par ses personnels : la mobilisation, la réactivité, la technicité, l'innovation et l'engagement de Météo-France en matière de développement durable. Autre leitmotiv de cette nouvelle identité visuelle : rappeler à tous – citoyens, collectivités, organismes publics, grandes et petites entreprises, sportifs – que l'expertise météoro-

logique apporte une aide précieuse à la prise de décision au quotidien. Deux nouvelles « signatures » marquent ainsi les supports de communication : pour le grand public « *Vous savez, vous décidez* », pour les professionnels « *Investissez dans la bonne décision* ». 1



1



▲ Plaquettes de communication. ▶

## Changement climatique : expliquer toujours et encore...

Aller à la rencontre du public au travers d'expositions dans des lieux de culture et descendre dans la rue pour un dialogue direct et vivant est un exercice essentiel pour Météo-France. C'est au travers d'animations, d'objets innovants et ludiques pour les plus jeunes que l'établissement présente les méthodes et les résultats de ses recherches. Devant l'importance de l'enjeu, les prises de paroles sur le changement climatique ont été nombreuses, s'inscrivant dans le Grenelle Environnement : une exposition « sen-

sorielle » au Grand Palais sur les climats des villes européennes de demain, une collection d'affiches qui voyage dans toutes nos régions, une exposition itinérante « Avenir de la Terre : les dés sont-ils jetés ? » avec de nombreux partenaires dans nos grandes villes. Ces événements ont permis de raconter au public les évolutions du climat passé, d'expliquer les projections futures et de décrire les probables répercussions sur notre environnement et nos modes de vie. 2



2



▲ Affiches de l'exposition sur le changement climatique et ses conséquences.

▲ Le stand de Météo-France au Grand Palais à Paris, lors de l'exposition Ville européenne des sciences, en novembre 2008. (Météo-France, P. Taburet)

## Météo Le magazine

Mars 2008 a vu le lancement de la revue *Météo Le magazine*. Sa ligne éditoriale, tout en conservant une part technique assumée et revendiquée, se veut ouverte à un large lectorat de plus en plus sensibilisé aux enjeux météorologiques et climatiques. Dans un contexte d'optimisation des ressources, il y a eu fusion des moyens dédiés auparavant à l'édition de deux autres revues. Le nouveau magazine a obtenu un avis favorable du « Comité des publications » du Premier ministre avec félicitations pour l'impulsion donnée à la politique des publications de Météo-France.

3

## La Météorologie sur le Web

La revue *La Météorologie* de la Société météorologique de France, éditée en partenariat avec Météo-France, l'Institut national des sciences de l'univers (CNRS/Insu) et l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe), est maintenant accessible en ligne sur le site I-Revues de l'Institut de l'information scientifique et technique (<http://irevues.inist.fr/la-meteorologie>). Cette action, initiée en 2007 et pilotée par Météo-France, a reçu le soutien du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Les archives des années 2006 et 2007 sont en ligne, l'année 2006 étant en accès libre pour tous les internautes.

5

## Publications et données climatologiques en ligne

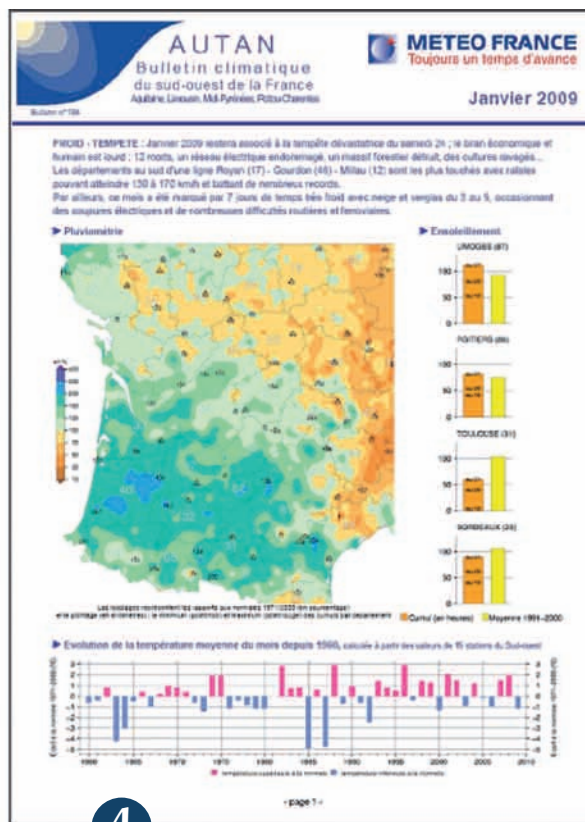
Météo-France publie régulièrement des synthèses climatologiques sous forme de bulletins imprimés et diffusés par courrier : des documents qui contribuent à la mission « mémoire du climat » dévolue à l'Établissement. Situations météorologiques et évolutions des principaux paramètres caractérisant l'état de l'atmosphère y sont décrits et consignés.

*Météo-Hebdo* et les *Bulletins climatiques mensuels* des départements sont désormais accessibles en ligne dans un format numérique apte à l'impression. Un effort conséquent est par ailleurs poursuivi pour numériser et mettre à disposition tous les anciens numéros.

Les données de base exhaustives numérisées sont conservées dans la Base de données climatologiques nationale, la BDCLim, et sont maintenant accessibles en ligne via la Climathèque (<http://climatheque.meteo.fr>). Toutes ces archives ont vocation à répondre à un large éventail de besoins allant des plus généraux aux plus précis et plus spécialisés.

4

► Une page du magazine Autan, le bulletin climatique du sud-ouest de la France.



4



▲ Couvertures des quatre numéros de *Météo Le magazine* publiés en 2008.

► Page du site Internet I-Revues de l'Inist où *La Météorologie* peut être consultée en ligne.



▼ Couvertures des quatre numéros de *La Météorologie* publiés en 2008.

