

#DemainLaPresse

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 5 avril 2023

MÉDIAS ET CLIMAT : LE RÔLE DES MÉDIAS FACE À L'URGENCE CLIMATIQUE

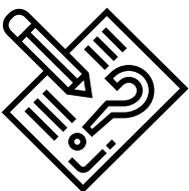


L'ACPM et CSA ont présenté le 5 avril 2023, la nouvelle étude #DemainLaPresse "Médias & Climat : le rôle des Médias face à l'urgence climatique" dans les locaux d'Havas.

Cette étude analyse le ressenti et les attentes des Français sur le traitement des questions environnementales et climatiques par les médias.

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

L'ACPM et CSA ont interrogé 1 004 Français (18 ans et +, représentatifs de la population française) en janvier 2023 via un questionnaire en ligne de 15 minutes.



L'étude cherche à montrer :

- Comment les Français perçoivent le traitement de l'information sur le climat dans les médias ? Et qu'en attendent-ils ?
- Les initiatives des médias en la matière sont-elles efficaces ?
- Quels sont les atouts/faiblesses des différents types de médias sur le sujet ?

#DemainLaPresse

AU COEUR DES PRÉOCCUPATIONS DES FRANÇAIS

Suite aux analyses de l'étude, 4 points clés ont été clairement identifiés.

OPTIMISTES ET ENGAGÉS, LES FRANÇAIS APPELLENT NÉANMOINS À UNE ACTION URGENTE FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE



9 Français sur 10 jugent qu'il est urgent d'agir pour l'avenir de la planète et autant sont prêts à faire des sacrifices pour assurer l'avenir des générations futures.

LES MÉDIAS ENDOSSENT LA RESPONSABILITÉ DE MIEUX INFORMER LES FRANÇAIS SUR CE SUJET AU CŒUR DE LEURS PRÉOCCUPATIONS

Près d'un tiers des Français estime ne pas être bien informé sur le réchauffement climatique et ses conséquences. Ils sont en demande de sujets qui éveillent les consciences, et de solutions concrètes qui mobilisent.

LA PRESSE JOUE UN RÔLE PRIMORDIAL

La presse est perçue comme le média qui informe le mieux les Français sur le réchauffement climatique, avec une bonne perception de la quantité d'informations traitées, sans générer de sentiment de saturation.

Elle est également le 1er média de confiance sur le sujet et celui qui participe le mieux à la prise de conscience et à l'envie d'agir, grâce à ses bénéfices de clarté, de valeurs pédagogiques et à sa capacité d'approfondissement.

UNE NÉCESSITÉ DE RENOUVELER L'ANGLE D'APPROCHE ET LE TON

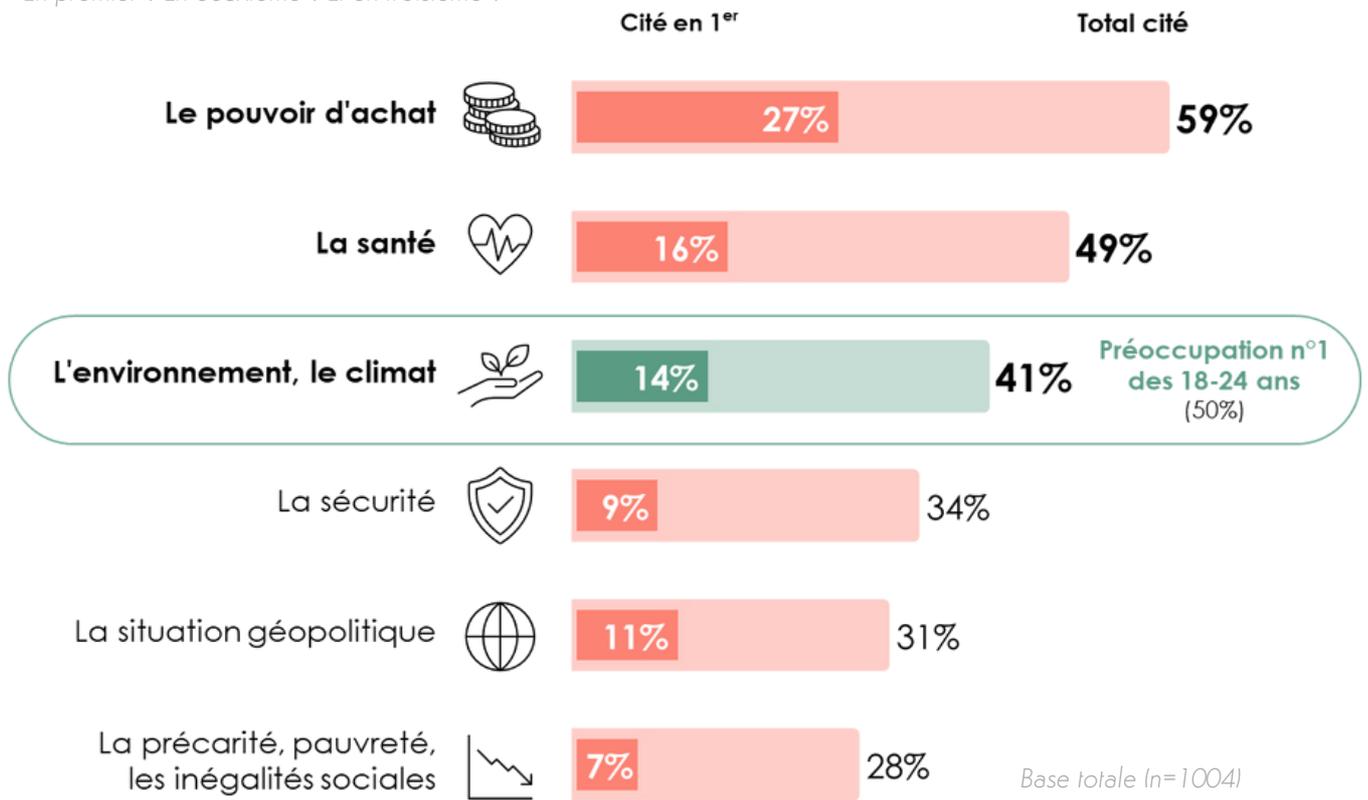
Pour inspirer les citoyens et leur donner les moyens d'agir, les médias doivent repenser leur angle d'approche et le ton des contenus proposés → un territoire à préempter demain : celui d'une information approfondie, experte, scientifique, constructive, incitative et motivante.

#DemainLaPresse

PRINCIPAUX SUJETS DE PRÉOCCUPATION DES FRANÇAIS

L'environnement et le climat : au cœur des préoccupations des Français, et surtout des plus jeunes.

Parmi les sujets suivants, quels sont les 3 sujets qui vous préoccupent le plus personnellement... ?
En premier ? En deuxième ? Et en troisième ?



Quand on parle de l'environnement et du climat, les deux sources de préoccupation majeures des Français sont : le réchauffement climatique à 55% (1^{ère} source d'inquiétude quel que soit l'âge, le sexe ou la CSP) et les catastrophes naturelles qu'il engendre à 35%.

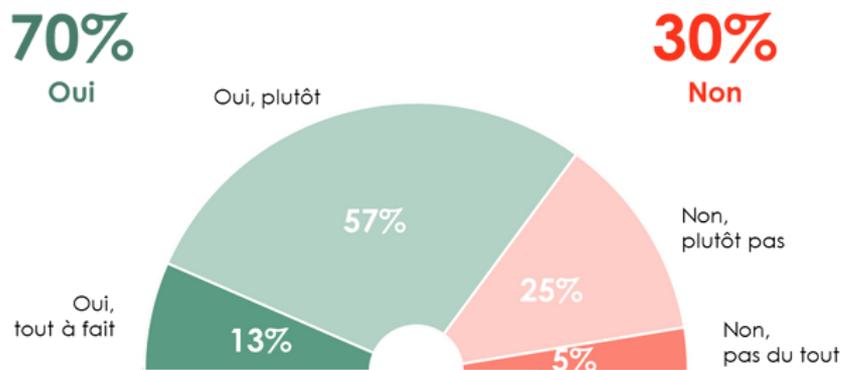
À l'égard de la crise climatique, les Français sont engagés dans le changement, et plutôt optimistes, mais ils appellent néanmoins à une action urgente...

Ainsi, pour 93% des répondants, il est urgent d'agir pour l'avenir de la planète et pour les générations futures et 89% ont déjà mis en place certaines actions pour réduire leur impact sur l'environnement.

#DemainLaPresse

SENTIMENT D'ÊTRE BIEN INFORMÉ SUR LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE ET SES CONSÉQUENCES

De manière générale, avez-vous le sentiment d'être bien informé sur le réchauffement climatique et ses conséquences ?



Le manque d'informations sur le sujet touche tous les profils

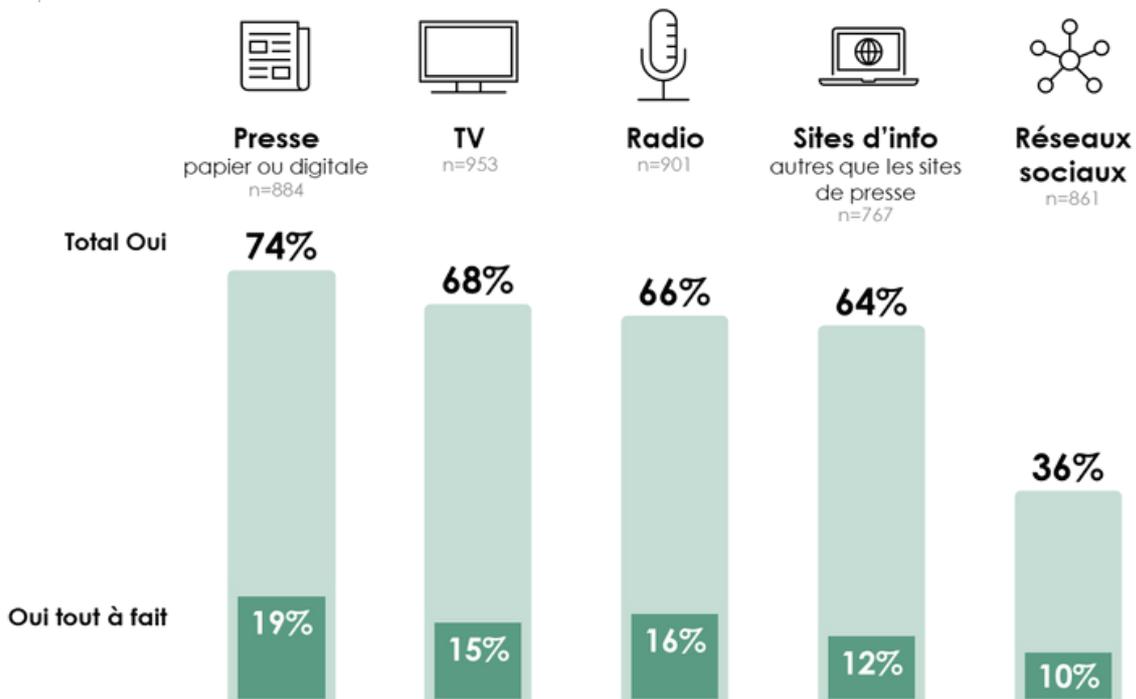
Leur point commun : ils sont très utilisateurs des réseaux sociaux mais moins utilisateurs des autres médias que la moyenne.

Base totale (n=1004)

CAPACITÉ DES MÉDIAS À BIEN INFORMER SUR LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE ET SES CONSÉQUENCES

La presse est le média qui informe le mieux les Français sur le réchauffement climatique...

Et dans le détail, diriez-vous que les médias suivants vous informent bien sur le réchauffement climatique et ses conséquences ?



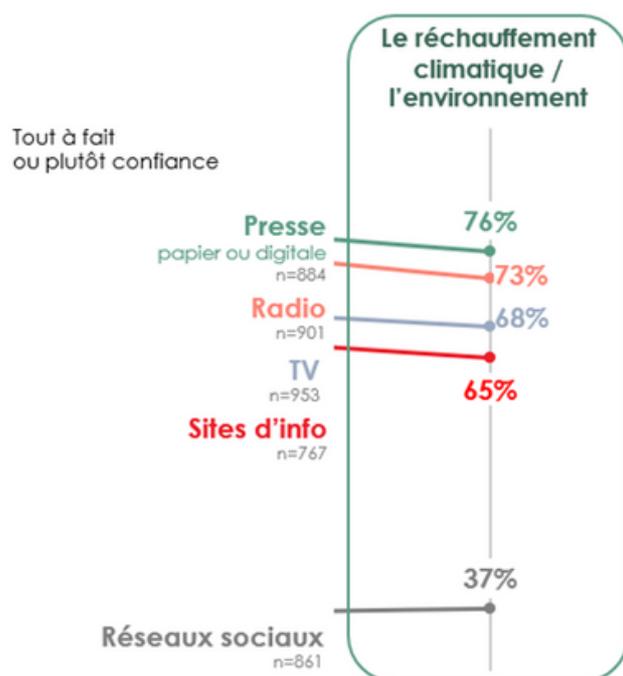
Base utilisateurs de chaque média

#DemainLaPresse

■ CONFIANCE À L'ÉGARD DES INFORMATIONS DANS LES MÉDIAS

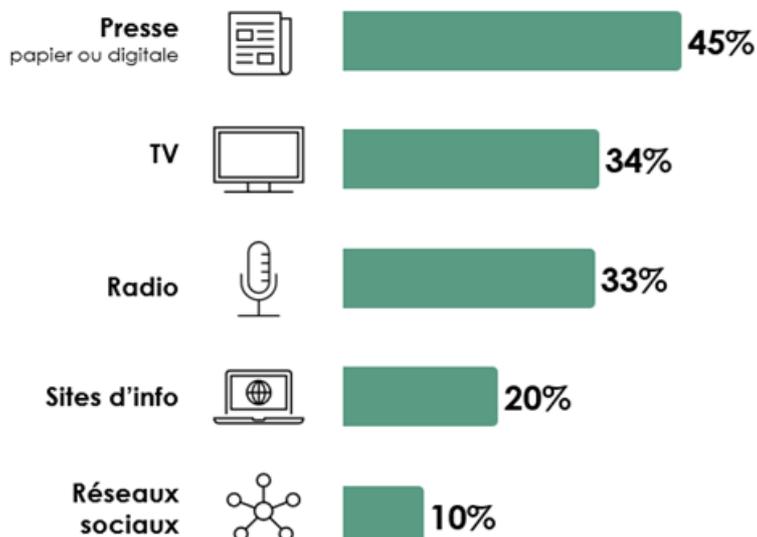
La presse est le 1er média de confiance sur le sujet du climat...

Lorsque vous voyez/lisez des informations sur les sujets suivants dans [...], avez-vous généralement confiance dans ces informations ?



Mais également pour **rediffuser des infos sur le climat, quel que soit l'âge**

En quels médias avez-vous suffisamment confiance pour relayer leurs informations sur le réchauffement climatique à votre entourage ?



Base totale (n=1004) / Plusieurs réponses possibles

#DemainLaPresse

■ SUJETS SUR LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE QUI INTÉRESSENT LE PLUS

Les Français veulent des sujets qui éveillent les consciences et qui mobilisent (notamment à l'échelle locale)

Lorsque l'on parle du réchauffement climatique dans les médias, généralement les sujets suivants vous intéressent-ils beaucoup, un peu, pas vraiment ou pas du tout ? Vous avez indiqué que [...] ne parle pas suffisamment du réchauffement climatique et de ses conséquences. Quels types de sujets sur le réchauffement climatique aimeriez-vous trouver davantage dans [...] ?

Base totale (n=1004)



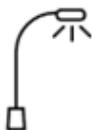
Les sujets sur les **conséquences du réchauffement climatique** dans les années à venir

44% très intéressés



Les sujets qui proposent des **solutions, conseils, petits gestes** pour réduire son impact sur l'environnement

44% très intéressés



Les sujets qui mettent en avant **des initiatives concrètes mises en place par des collectivités** pour réduire leur impact sur l'environnement

42% très intéressés

Les Français aimeraient trouver davantage ces 3 types de sujets à la TV, dans la Presse et à la Radio



Tous les formats sont les bienvenus pour s'emparer du sujet, en particulier les formats courts appuyés par une caution scientifique : à 81% des sujets courts et simples, à 78% des informations chiffrées et scientifiques.

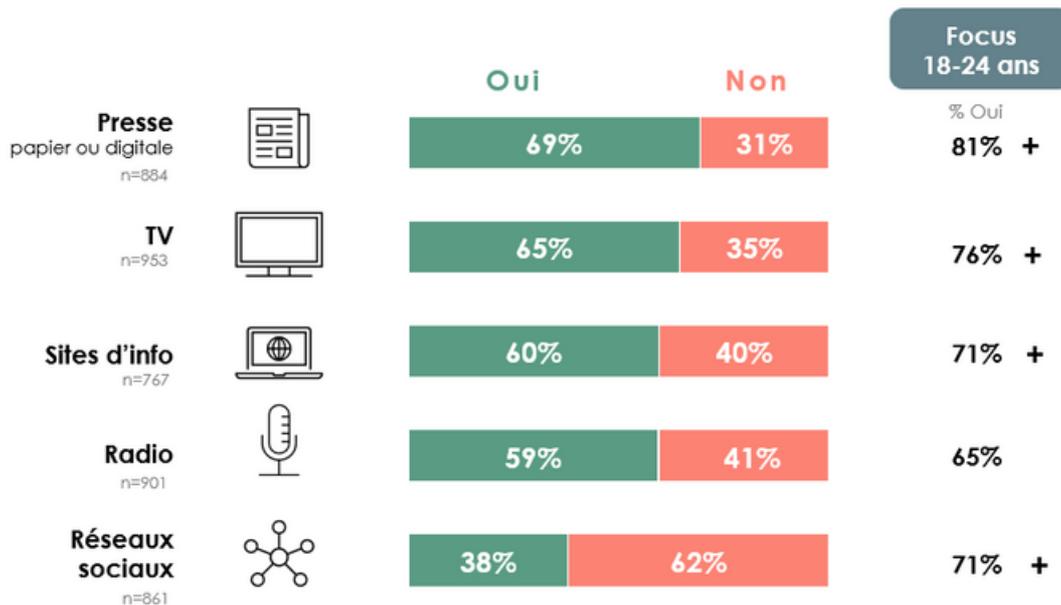
#DemainLaPresse

IMPACT DES INFORMATIONS SUR LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE DANS LES MÉDIAS

La presse est le média qui participe le mieux à la prise de conscience... **et à l'envie d'agir**

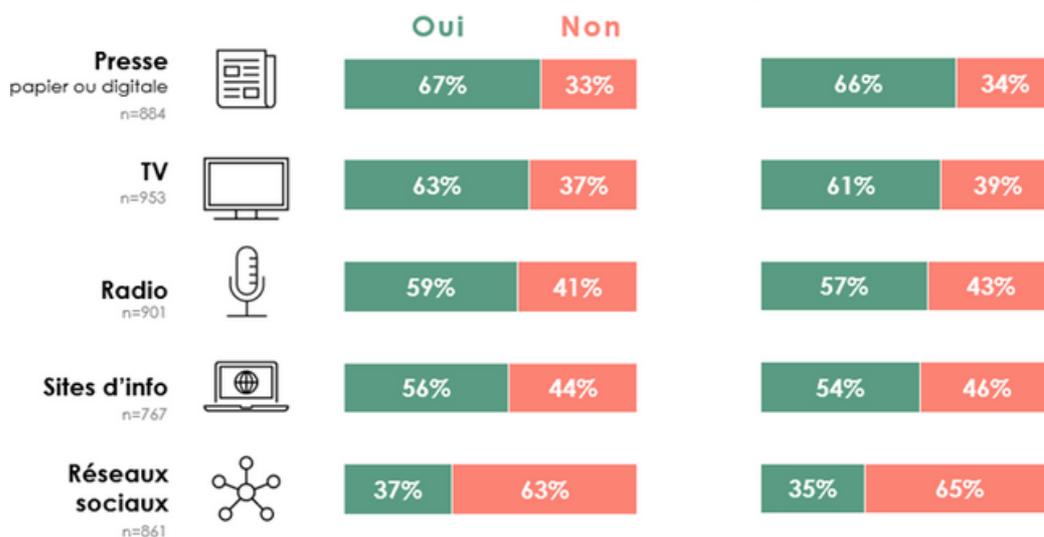
Des informations sur le réchauffement climatique que vous auriez lues dans [...] vous ont-elles déjà... ?

A déjà fait **prendre conscience** de l'ampleur du réchauffement climatique et de ses conséquences



A déjà **donné envie d'agir** pour réduire l'impact sur l'environnement

A déjà **fait changer des choses dans le quotidien** pour réduire l'impact sur l'environnement



Base totale (n=1004)

#DemainLaPresse

A PROPOS DE #DEMAINLAPRESSE, L'ACPM ET LE CSA :

#DemainLaPresse est le mouvement de tous les éditeurs de Presse pour mettre en valeur leurs marques, leurs forces, leurs transformations et leurs innovations auprès du monde de la communication composé des agences et des annonceurs.

La mission de l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est d'être le tiers certificateur des médias. L'ACPM est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (ABC français, fondateur de l'IFABC) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la presse). Depuis les années 2000, l'ACPM a élargi sa mission et contrôle désormais un univers médiatique plus large : les certifications et labels, la diffusion de la presse écrite, l'enquête sur le lectorat de la presse écrite, les statistiques des sites web et des applications, le streaming de la radio numérique, la certification de l'exposition DOOH, la certification de la mesure des Podcasts. Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur très concurrentiel des médias. La certification de la diffusion d'un titre ou de l'utilisation d'un site est un gage de fiabilité. La mesure d'audience est une référence sur le marché des médias. Adhérer à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur intérêt à se comparer aux autres.

CONTACT ACPM & #DEMAINLAPRESSE :

Marie Stoffel - Responsable Communication | marie.stoffel@acpm.fr
demainlapresse.fr | demainlapresse@acpm.fr

Amélie Benisty - Directrice ACPM Audience & Relations Adhérents | audience@acpm.fr
89 rue de Monceau 75008 Paris | acpm.fr

CONTACT CSA :

Jessy Gottardis Abdallah - Chargée de mission | jessy.gottardis@csa.eu

Luna Muguet - Chargée de Communication | luna.muguet@csa.eu

2 bis rue Godefroy 92800 Puteaux | csa.eu