

**SYNTHÈSE**  
PREMIER SEMESTRE  
**2025**

**PRESSE**

# **BILAN** **1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2025**

Une couverture médiatique des enjeux environnementaux  
en hausse, dans un contexte de reculs environnementaux

---

## ENSEIGNEMENTS-CLÉS



**4,5 % DE TEMPS D'ANTENNE** ont été dédiés aux crises environnementales au premier semestre 2025, **porté par un mois de juin en forte hausse :**

- **7,6 % en juin 2025, un niveau jamais atteint depuis les premières mesures de l'Observatoire en avril 2023.**
- La vague de chaleur du mois de juin 2025 a été fortement couverte, avec un pic de 13,9 % de temps d'antenne dédié à l'environnement le 30 juin.



**POUR LA PREMIÈRE FOIS,** la couverture des enjeux relatifs à la biodiversité a dépassé sur une courte période celle relative au climat, fin mai-début juin. En cause : l'adoption de la proposition de loi Duplomb et l'approche de l'UNOC.



**FRANCEINFO (4,5%) EST LA CHAÎNE D'INFORMATION en continu ayant le plus traité des enjeux environnementaux** sur

le semestre écoulé. La chaîne devance BFM TV (3,0 %), LCI (1,9 %) et CNews (1,6 %). Si certaines n'ont pas saisi le momentum UNOC (comme LCI et CNews), toutes ont doublé voire quadruplé leur couverture à partir de la mi-juin pour couvrir la vague de chaleur.



**LES CHAÎNES D'INFORMATION PARLANT LE MOINS DE CLIMAT sont celles parlant le plus des solutions :**

CNews et LCI accordent une partie importante (entre 40 et 50 %) de leur faible temps d'antenne

dédié aux crises environnementales pour parler des solutions à la crise climatique - souvent pour mettre en doute leur pertinence, à l'image des énergies renouvelables.



**LA PART ACCORDÉE AU TRAITEMENT MÉDIATIQUE**

des solutions climatiques est faible (**environ 1 % entre janvier et mars**), et les solutions les plus couvertes concernent la réduction des émissions de gaz à effet de serre - quatre fois plus abordées que les solutions d'adaptation au changement climatique. Cette couverture des solutions a été **multipliée par deux** début juin du fait de l'actualité politique (UNOC, programmation pluriannuelle de l'énergie, loi Duplomb) et **multipliée par trois** fin juin, pendant la canicule.



**LES TEMPS D'ANTENNE VARIENT EN FONCTION DES TYPES DE MÉDIAS :**

- **Les médias généralistes** (5,0 %) couvrent davantage les crises environnementales que les chaînes d'information en continu (3,7 %).
- **Les chaînes publiques** (5,7 %) couvrent davantage ces sujets que les chaînes privées (3,4 %), TF1 fait figure d'exception parmi les chaînes privées (4,6 %).
- **Les médias radio** (4,9 %) couvrent davantage les crises environnementales que les médias télé (4,2 %).



**L'OBSERVATOIRE DES MÉDIAS SUR L'ÉCOLOGIE** poursuit son

analyse du traitement médiatique des enjeux environnementaux, **avec plusieurs chantiers en cours :** extension à la presse écrite et à la publicité audiovisuelle, analyses de la transversalité et de la désinformation climatique.

## 4,5% DE TEMPS D'ANTENNE DÉDIÉ AUX CRISES ENVIRONNEMENTALES AU PREMIER SEMESTRE 2025, ET UN MOIS DE JUIN EN FORTE HAUSSE

Au premier semestre 2025, **4,5 % des contenus des programmes d'information audiovisuels ont été dédiés aux crises environnementales**. Un chiffre supérieur au premier semestre de 2024 (3,9 %).

Jusqu'à mai 2025, la couverture des enjeux environnementaux était similaire à celle du premier semestre de 2024. Une couverture faible, dans un **contexte de nombreux reculs environnementaux depuis le début de l'année** (43 en six mois, selon un rapport du Réseau Action Climat).

Au mois de juin 2025, la couverture a presque doublé, pour atteindre **7,6 %**. Un **chiffre inédit** depuis le lancement de l'Observatoire, dépassant le précédent record de l'été 2023 (7,0 %), marqué par des incendies et des canicules.

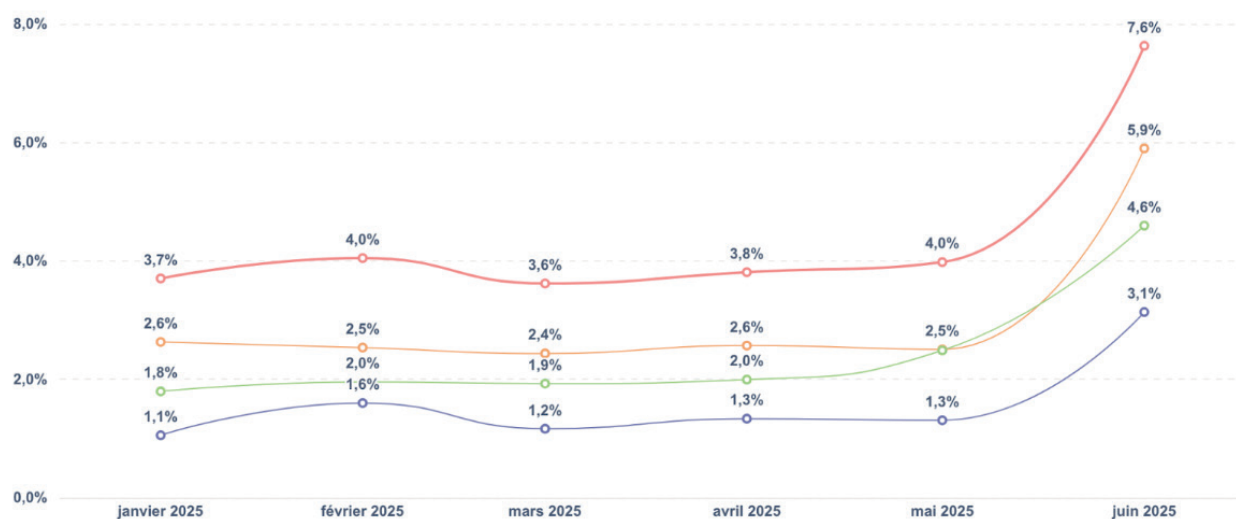
**Le changement climatique est la crise la plus traitée sur le semestre**, en moyenne à hauteur de 3,2 %. Le climat a été deux fois plus couvert sur la période que la crise des ressources naturelles (1,6 % en moyenne). Se situant entre les deux, la biodiversité a été abordée en moyenne à hauteur de 2,5 % du temps en moyenne.

À retenir : **pour la première fois, la couverture des enjeux relatifs à la biodiversité a dépassé sur une courte période celle relative au climat** (fin mai-début juin). En cause : l'adoption de la proposition de loi Duplomb et l'approche de l'UNOC.

**Fig. 1 : Évolution du temps d'antenne global et des trois crises environnementales entre janvier et juin 2025, vue mensuelle.** Depuis le lancement de l'Observatoire, jamais les crises environnementales dans les programmes d'information audiovisuels n'avaient été autant abordées sur un mois (7,6 %).

Part des contenus d'information dédiés aux 3 crises environnementales - v2

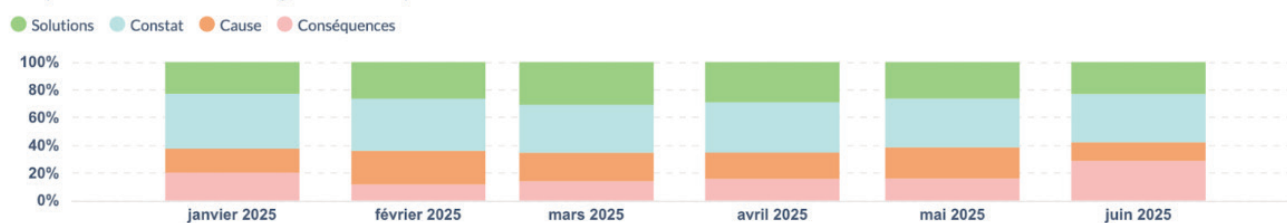
● Total environnement ● Climat ● Biodiversité ● Ressources



## CLIMAT : UNE FAIBLE PART DU TRAITEMENT MÉDIATIQUE ACCORDÉE AUX SOLUTIONS, CENTRÉE SUR LES CONSTATS ET LES CONSÉQUENCES

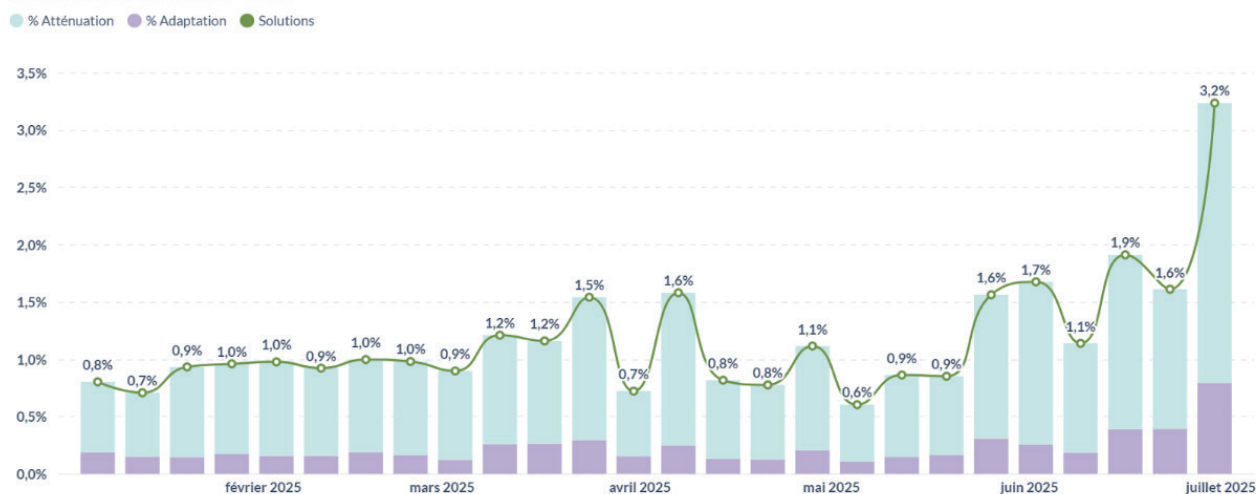
**Fig. 2 :** Représentation des différents maillons de la chaîne causale du changement climatique dans les programmes d'information audiovisuels entre janvier et juin 2025, vue mensuelle.

Comparaison chaîne causale changement climatique - v2



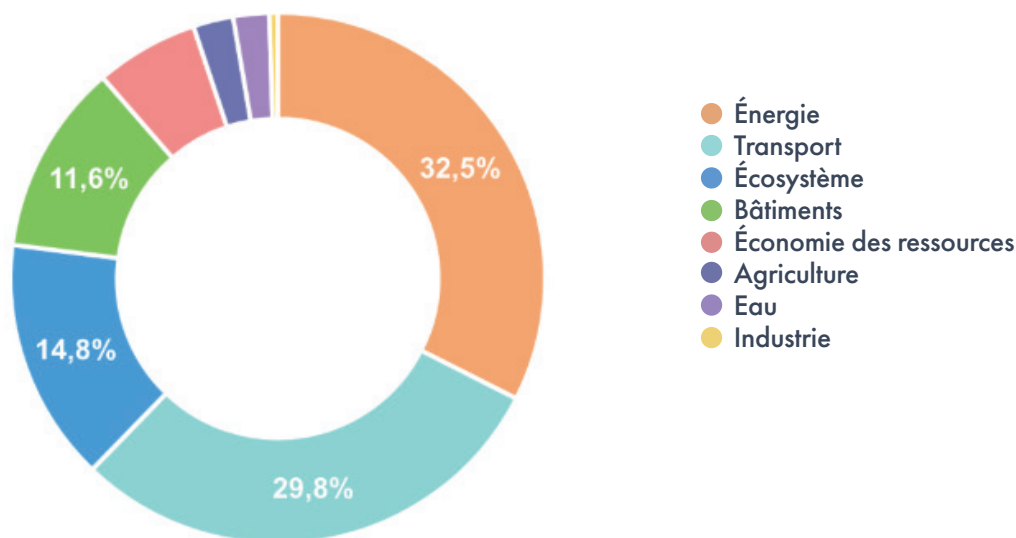
**Fig. 3 :** Évolution du temps d'antenne dédiée aux solutions à la crise du changement climatique entre janvier et juin 2025, vue hebdomadaire.

Part des contenus aux solutions - Climat



**Fig. 4 : Vue par secteurs des contenus dédiés aux solutions à la crise climatique entre janvier et juin 2025.**

Vue par secteurs - v2 - Camembert - Solutions - Climat



En moyenne, **plus du tiers des sujets liés au climat relèvent du constat.**

Peu couvertes en 2024 par rapport à 2023 (baisse de 30 %), **la couverture des solutions à la crise climatique représente environ 1 %** du temps d'antenne sur le semestre écoulé. En revanche, sur le mois de **juin 2025, cette couverture a été multipliée par deux**, notamment à la faveur des solutions relatives aux océans et à la vague de chaleur (figure 3).

**Les solutions portant sur la réduction des émissions de gaz à effet de serre sont, sur la période, quatre fois plus traitées que les solutions d'adaptation au changement climatique.** Cette asymétrie trouve exception lors du traitement médiatique des vagues de chaleur, avec une part relative aux solutions d'adaptation **dépassant les 25 %** au mois de juin, notamment à la faveur des discussions sur la climatisation.

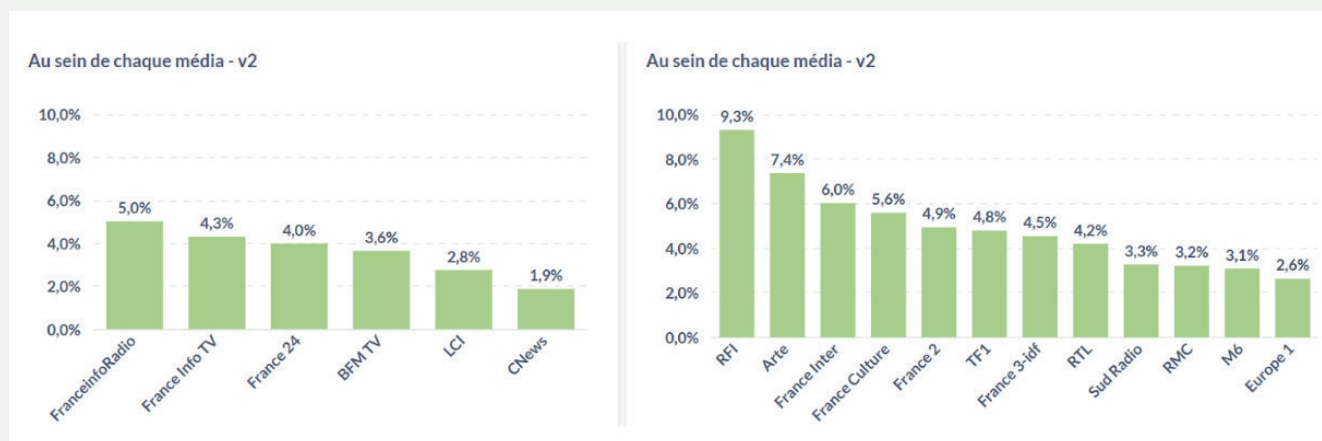
## UNE COUVERTURE MÉDIATIQUE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX DIFFÉRENCIÉE SELON LE TYPE DE MÉDIAS

Sur le semestre écoulé, RFI est le média audiovisuel ayant le plus traité des enjeux environnementaux (9,2 %), devant Arte (7,5 %), France Inter (6,1 %), France Culture (5,7 %) et France 2 et franceinfo, à égalité (5,1 %).

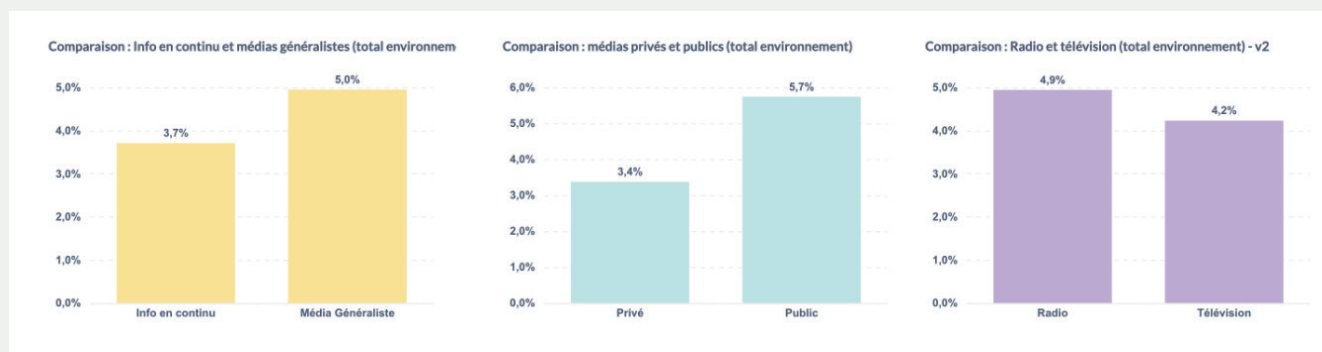
TF1 (4,6 %) et RTL (3,9 %) sont les médias audiovisuels privés ayant le plus traité des enjeux environnementaux dans leurs programmes d'information.

M6 (2,8 %), LCI (1,9 %) et CNews (1,6 %) sont les médias les ayant le moins abordés.

**Fig. 5 : Classement média du temps d'antenne dédiée aux crises environnementales entre janvier et juin 2025.**



**Fig. 6 : Comparaisons par types de médias entre janvier et juin 2025.**

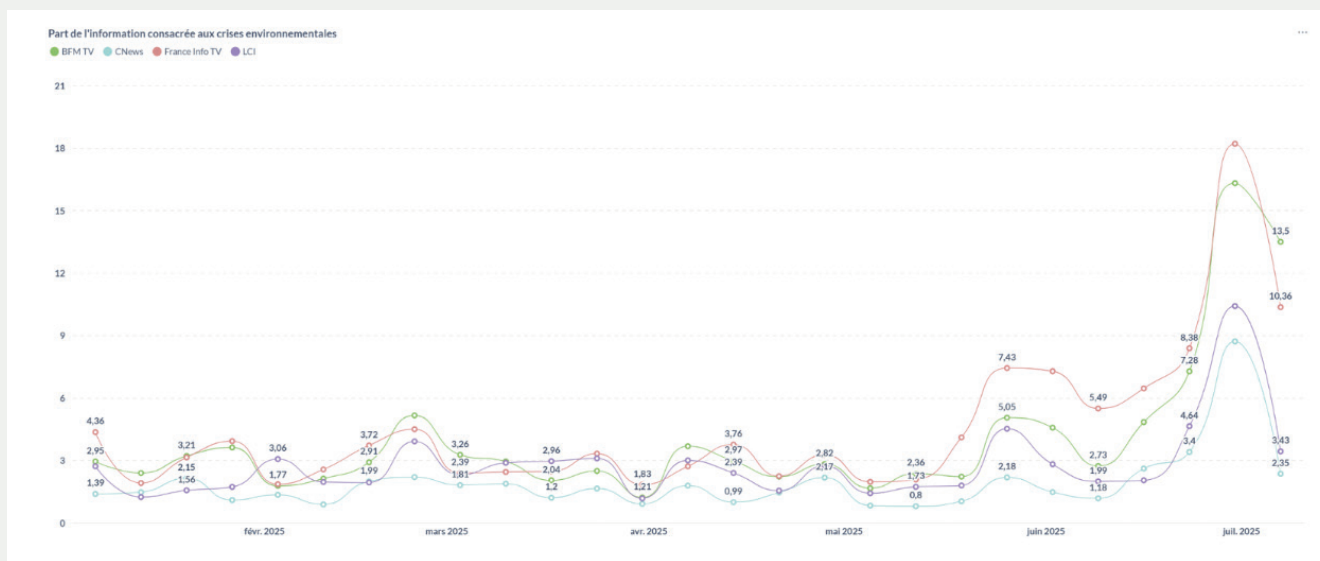


Ce classement révèle par ailleurs une couverture des enjeux environnementaux différenciée selon le type de médias :

1. Les **médias généralistes** (5,0%) couvrent davantage les crises environnementales que les chaînes d'information en continu (3,7%).
2. Les **chaînes publiques** (5,7%) couvrent davantage ces sujets que les chaînes privées (3,4%).
3. Les **médias radio** (4,9%) couvrent davantage les crises environnementales que les médias télé (4,2%).

## FOCUS : CHEZ LES CHAÎNES D'INFO EN CONTINU, UN TRAITEMENT GLOBAL PORTÉ PAR LES VAGUES DE CHALEUR. FRANCEINFO A SAISI LE MOMENTUM UNOC

**Fig. 7 : Évolution du temps d'antenne dédiée aux solutions à la crise du changement climatique entre janvier et juin 2025 sur les quatre chaînes d'information en continu, vue hebdomadaire.**



En moyenne sur le semestre écoulé, **Franceinfo (4,5%) est la chaîne d'information en continu ayant le plus traité des enjeux environnementaux**. La chaîne devance BFM TV (3,0%), LCI (1,9%) et CNews (1,6%).

**En comparaison du mois de mai, Franceinfo a triplé** sa couverture des crises environnementales en juin 2025 par rapport à mai 2025 (10,37% contre 3,89%), BFM TV l'a quadruplé (8,01% contre 2,82%), CNews l'a doublé (4,96% contre 2,82%), LCI l'a triplé (3,82% contre 1,21%).

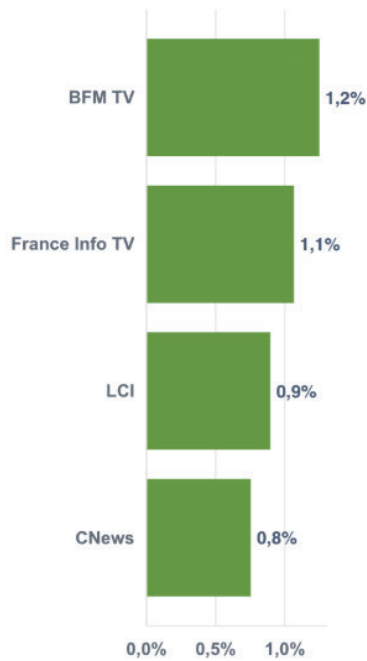
Par ailleurs, BFMTV (13,5%) et Franceinfo (10,4%) ont **conservé une couverture importante la semaine suivant la canicule**, tandis que CNews et LCI sont revenus à leur niveau pré-canicule.

Une analyse plus fine par semaine (figure 6) montre que Franceinfo a augmenté son traitement médiatique début juin pour couvrir l'UNOC, à l'inverse de **CNews**, qui voit par exemple un traitement des crises environnementales en baisse fin mai-début juin, et dépasse LCI fin juin, lors de la couverture de la vague de chaleur.

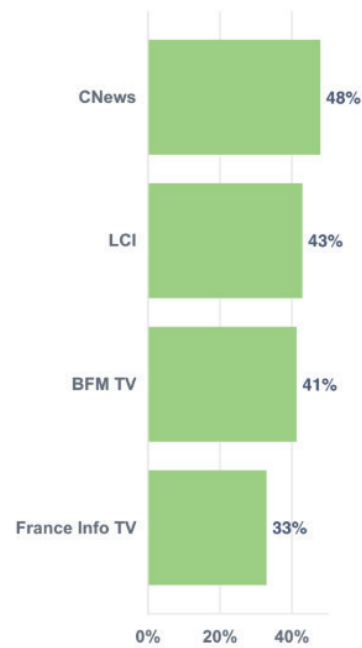
Le traitement des solutions climatiques révèle par ailleurs des disparités selon les chaînes : **les chaînes d'info parlant le moins de climat sont celles parlant le plus des solutions** (figure 8). CNews et LCI accordent une grande part de leurs contenus aux solutions (respectivement 48% et 43%), alors que moins d'1% de leur antenne est dédiée à la couverture des solutions à la crise climatique - **souvent pour mettre en doute leur intérêt**, à l'image des énergies renouvelables.

**Fig. 8 :** Part d'antenne dédiée aux solutions à la crise climatique (à gauche) et part des contenus liés aux solutions parmi les contenus Climat (à droite) par chaîne d'information en continu entre janvier et juin 2025.

% d'antenne lié aux solutions



% de contenus liés au solution parmi les cont

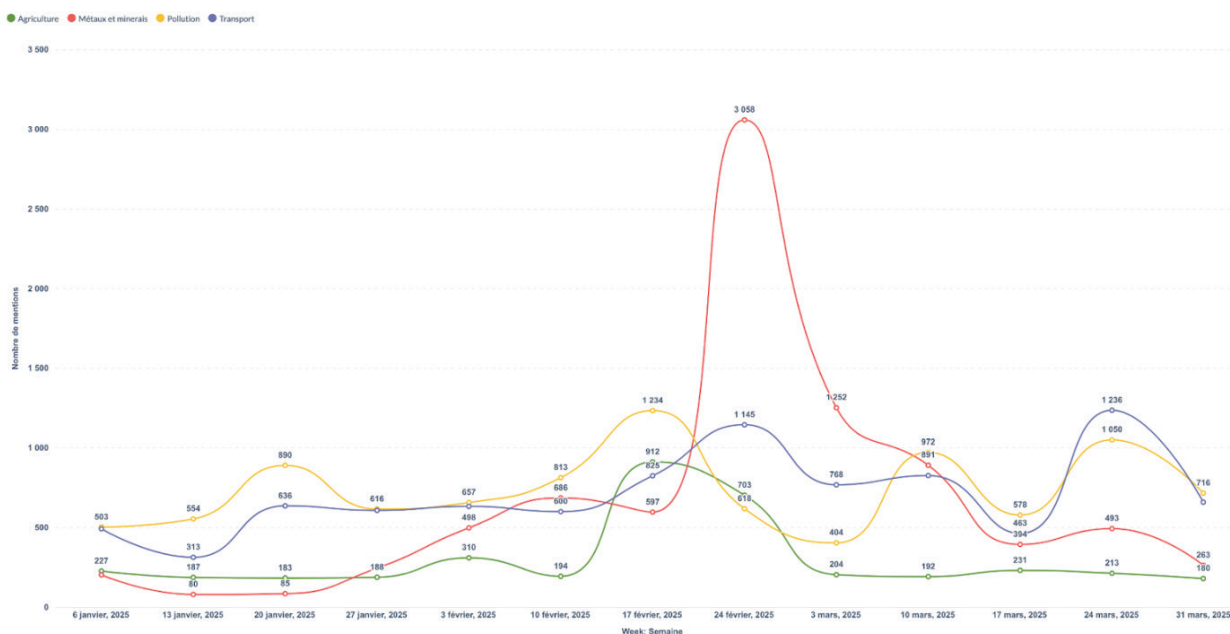


À noter que sur CNews, la thématique de l'énergie est la plus traitée (43,5%) - soit 10 points de plus par rapport à la moyenne globale sur le semestre, laissant percevoir un **tropisme accru** sur cette thématique.

## AU-DELÀ DE L'UNOC, 7 TEMPS MÉDIATIKES CLÉS

**Fig. 8 :** Part d'antenne dédiée aux solutions à la crise climatique (à gauche) et part des contenus liés aux solutions parmi les contenus Climat (à droite) par chaîne d'information en continu entre janvier et juin 2025.

### Janvier-mars 2025 : Terres rares, Salon de l'Agriculture et ZFE



Au premier trimestre 2025, quatre thématiques environnementales ont été particulièrement couvertes par les programmes d'information audiovisuels :

- **Énergie** (12 698 occurrences)
- **Pollution** (9 605 occurrences)
- **Transport** (9 204 occurrences)
- **Métaux et minéraux** (8 745 occurrences)

Si les **enjeux agricoles** ne figurent pas parmi les plus abordées du trimestre<sup>1</sup>, le Salon de l'Agriculture a offert un rehaussement de la couverture de cette thématique : sur les 3 924 occurrences du trimestre, **près de la moitié sont concentrées autour de la tenue du Salon**, entre le 22 février et le 2 mars 2025.

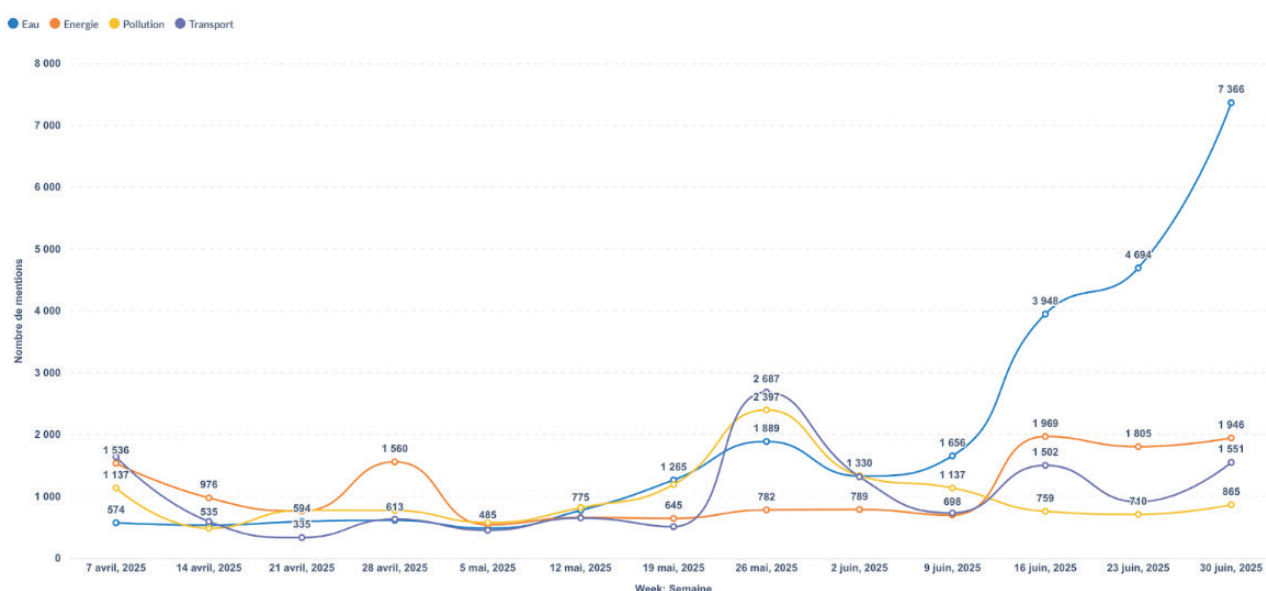
Similairement, la possibilité d'un accord d'aide entre les États-Unis et l'Ukraine via un accès aux **minerais stratégiques ukrainiens** constitue un autre temps fort du trimestre : **49 % des occurrences** relatives à la thématique des métaux et minéraux se concentrent sur la période des discussions, fin février-début mars (4 310 occurrences sur 8 745).

1. Nota bene : le vocabulaire liés aux engrais/pesticides est comptabilisé dans la thématique Pollution et non dans Agriculture.

Enfin, l'attention médiatique portée aux transports coïncide avec l'examen au Parlement de la **suppression des zones à faible émission (ZFE)**, avec deux pics fin février et fin mars, représentant chacun **environ 13 %** des occurrences sur l'ensemble du trimestre - un intérêt récurrent au deuxième trimestre, avec la suppression effective actée en juin.

**Fig. 10 : Vue hebdomadaire par secteurs évoqués dans la couverture des crises environnementales, en nombre de mentions, entre avril et juin 2025 dans les programmes d'information audiovisuels. Les données de juin 2025 sont en cours de consolidation.**

#### Avril-juin 2025 : Proposition de loi Duplomb, ZFE, UNOC et vague de chaleur



Au deuxième trimestre 2025, quatre thématiques environnementales ont été particulièrement couvertes par les programmes d'information audiovisuels :

- **Eau** (25 724 occurrences)
- **Énergie** (14 469 occurrences)
- **Transport** (13 524 occurrences)
- **Pollution** (12 960 occurrences)

L'OMÉ l'a précédemment documenté : l'UNOC a été un moment médiatique inédit pour la couverture médiatique dédiée aux enjeux environnementaux. La tenue de l'UNOC confirme le rôle des événements politiques et diplomatiques (crise agricole, COP) sur la mise à l'agenda médiatique des enjeux environnementaux.

La tenue de l'UNOC a permis **un traitement médiatique supérieur à celui des COP 29 (5,1 %) et COP 28 (5,8 %)**. Un signal favorable, dans un contexte de baisse de la couverture médiatique des **enjeux environnementaux et de backlash normatif grandissant**.

> Retrouvez [ici](#) notre analyse spécifique sur le traitement médiatique de l'UNOC

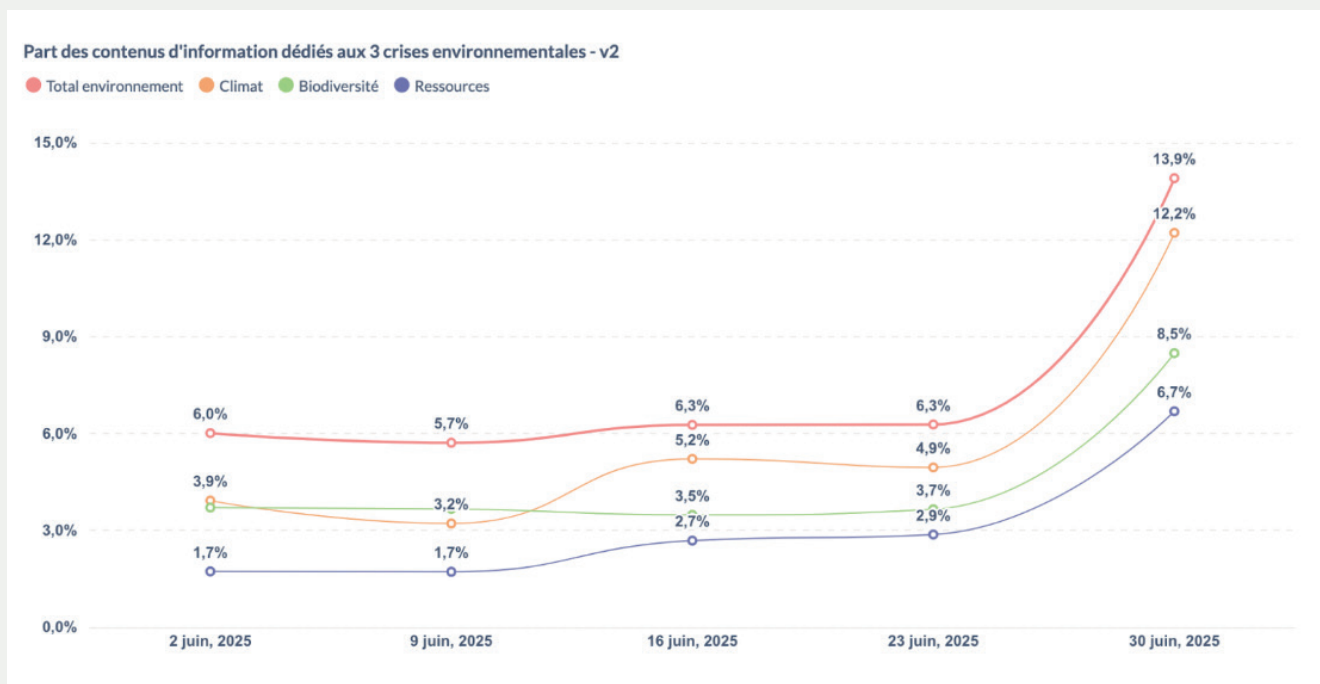
Hors UNOC, trois propositions législatives ont particulièrement été sous la lumière médiatique, soulignant l'alignement des agendas politiques et médiatiques :

- La **proposition de loi Duplomb** relative aux enjeux agricoles,
- L'examen de la **proposition de loi Gremillet**, visant à assurer le futur de la programmation énergétique en France, à la mi-juin,
- Le **projet de loi "Simplification"**, adopté le 17 juin dernier. Le texte, qui comporte notamment la suppression des zones à faible émission (ZFE), a suscité un pic d'attention médiatique s'agissant de la thématique transport et pollution.

Enfin, la question de la ressource en eau a explosé dans la deuxième moitié du mois de juin, lors de la couverture de la **canicule**.

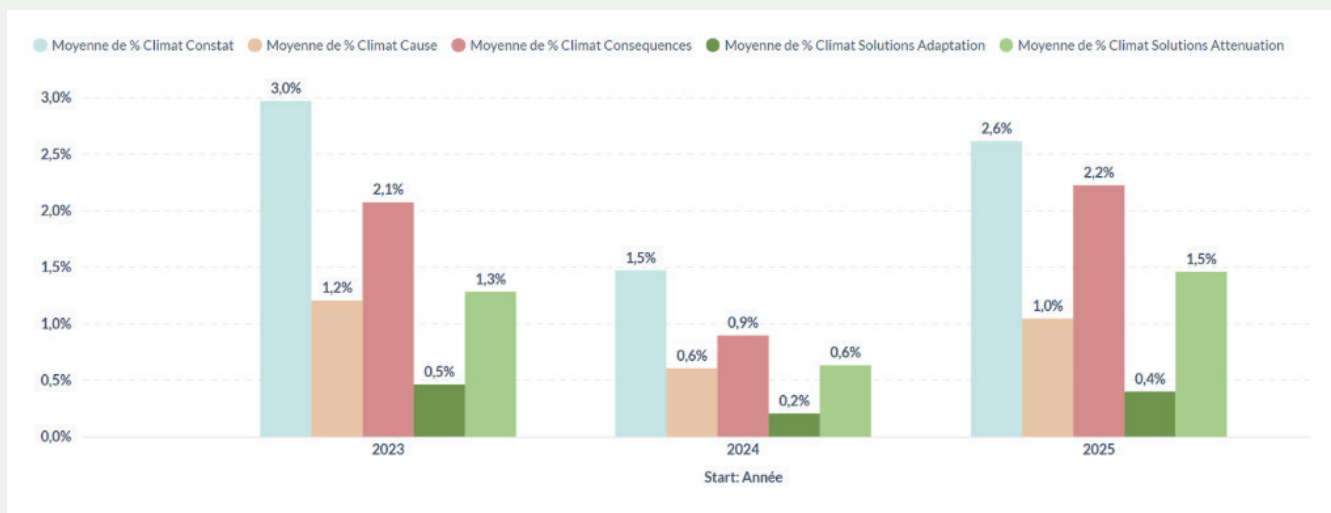
Les enjeux environnementaux ont été couverts à hauteur de **13,9% du temps d'antenne la semaine du 30 juin 2025**. Cet événement climatique extrême confirme la propension des médias audiovisuels à couvrir les enjeux au moment des crises, mais aussi la difficulté à adopter des stratégies d'anticipation du risque.

**Fig. 11 : Part des contenus d'information dédiée aux crises environnementales au mois de juin 2025.**

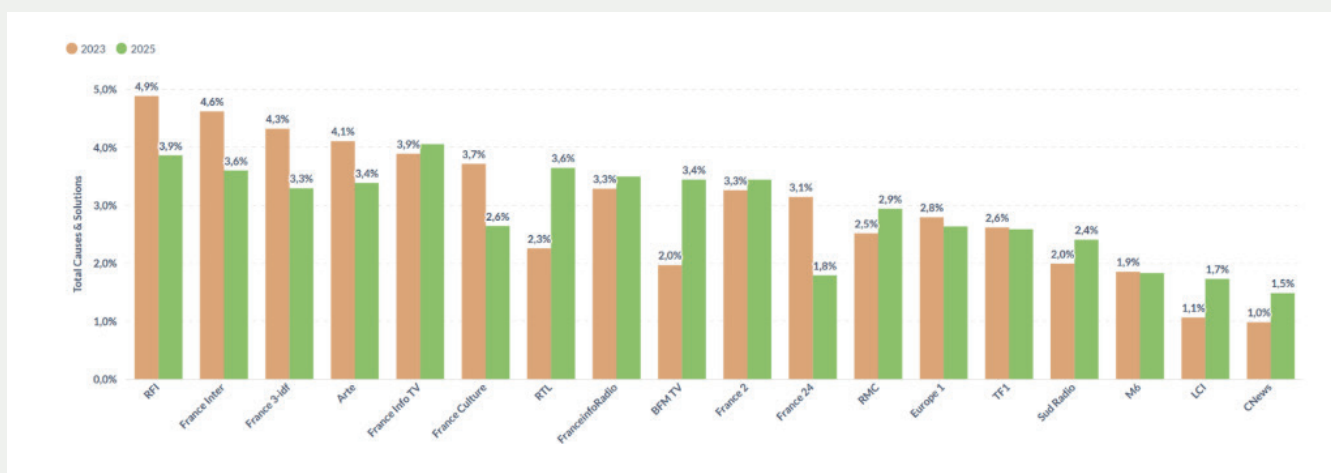


Enfin, cette couverture est très similaire à celle des vagues caniculaires de 2023 (environ 8% de couverture). La répartition des sujets reste largement à la faveur du constat général et des conséquences, tandis que la couverture des causes du changement climatique, ainsi que des solutions restent proportionnellement assez faibles.

**Fig. 12 : Répartition des couvertures de la chaîne causale du changement pour la période estivale juin - août entre 2023, 2024 et 2025**



**Fig. 13 : Évolution de la couverture par média de l'ensemble "Causes" & "Solutions"**



## CETTE PREMIÈRE ANALYSE SEMESTRIELLE EST LA PREMIÈRE RÉALISÉE PAR L'OMÉ

L'Observatoire des Médias sur l'Écologie renforce également son travail avec de nouvelles pistes d'analyse :

- Un rapport complet sur la désinformation climatique
- Un élargissement du périmètre d'analyse à la presse écrite
- Une étude thématique dédiée à l'agriculture et aux transports
- Une analyse de la transversalité des sujets environnementaux

Lancé en novembre 2024, l'**Observatoire des Médias sur l'Écologie (OMÉ)** analyse le traitement médiatique des enjeux environnementaux dans les programmes d'information audiovisuels. Il est coordonné par un **consortium d'acteurs associatifs et privés** (Data for Good, Éclaircies, Eleven strategy, Expertises Climat, Mediatree, Plus de climat dans les médias et QuotaClimat) et **soutenu par l'Ademe**.

L'Observatoire des Médias sur l'Écologie est également une opération soutenue par l'État dans le cadre du dispositif « **Soutenir les alternatives vertes 2** » de France 2030, opéré par la Banque des territoires (Caisse des Dépôts).



<https://observatoiremediaecologie.fr/>



### CONTACTS PRESSE

#### ➤ EXPERTISES CLIMAT

Célia GAUTIER,  
[celia.gautier@expertisesclimat.fr](mailto:celia.gautier@expertisesclimat.fr)  
+33 6 72 34 00 27

#### ➤ PLUS DE CLIMAT DANS LES MÉDIAS

Claire MORVAN,  
[bonjour@climatmedias.org](mailto:bonjour@climatmedias.org)  
+33 6 14 65 09 40

#### ➤ QUOTACLIMAT

Jean SAUVIGNON,  
[jean.sauvignon@quotaclimat.org](mailto:jean.sauvignon@quotaclimat.org)  
+33 6 35 51 61 32

**OMÉ** Observatoire  
des Médias  
sur l'Écologie



BANQUE des  
**TERRITOIRES**



**RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE**

Liberté  
Égalité  
Fraternité

