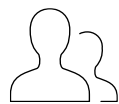


Baromètre médiatique du climat

1^{er} juin – 31 août 2022



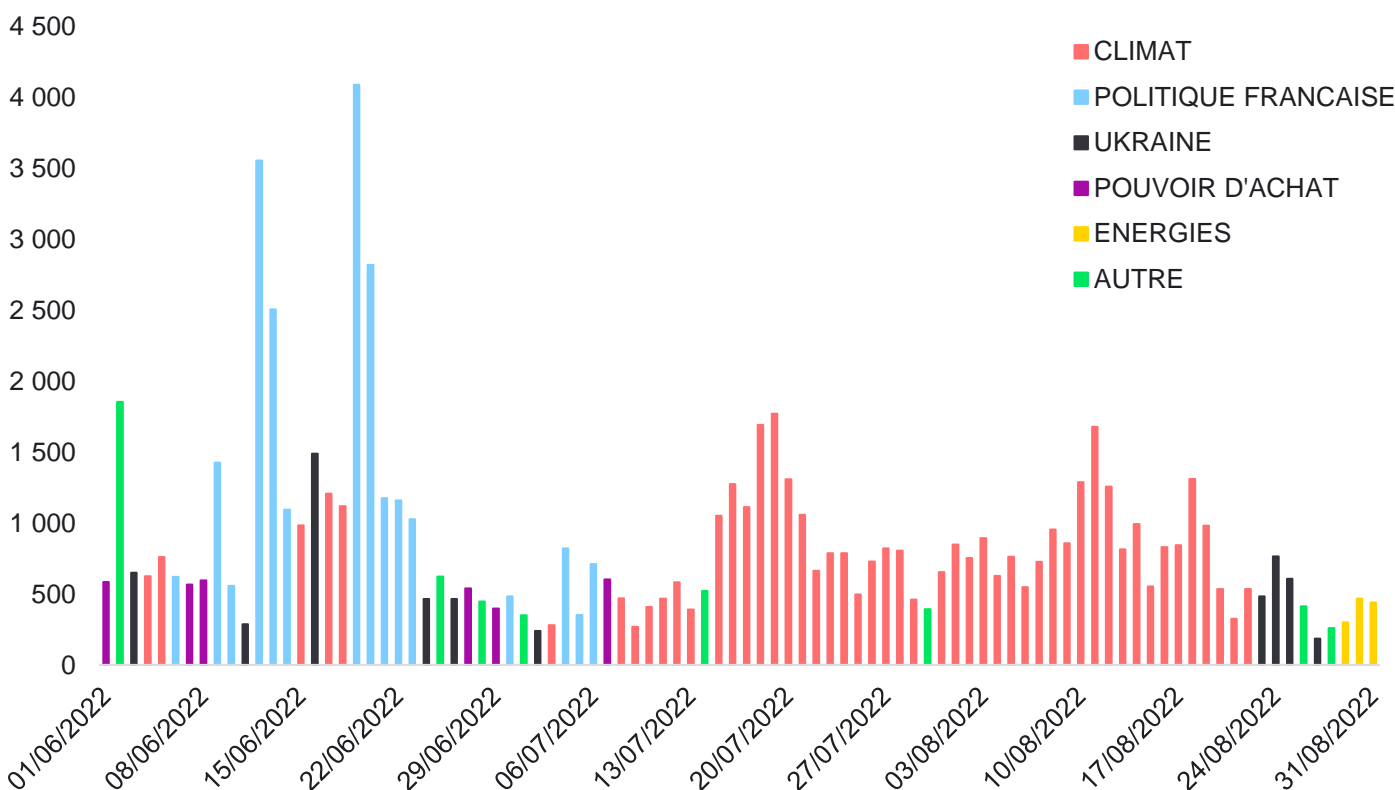
+237%

L'évolution de la visibilité médiatique du climat par rapport au trimestre précédent

Le climat parmi les sujets les plus médiatisés du trimestre

- Entre le 1^{er} juin et le 31 août, chaque Français a été **exposé 573 fois** au climat, soit près de 6 messages par jour, contre 170 fois de mars à mai.
- Le climat s'impose parmi les sujets les plus médiatisés du trimestre : il est en tête **50 jours sur 92**, c'est plus de la moitié du temps. Les événements climatiques se font une place **dès le mois de juin, au milieu d'une séquence politique intense** (élections législatives, remaniement et discours de politique générale).
- Néanmoins, **le suivi des événements sur le terrain en pleine période estivale** et le traitement émotionnel **éloigne le discours médiatique des enjeux plus généraux sur la transition écologique et le changement climatique**. Ceux-ci sont en revanche bien identifiés concernant les intempéries et canicule du mois de juin mais aussi autour de la crise énergétique et de la sobriété abordées fin août.

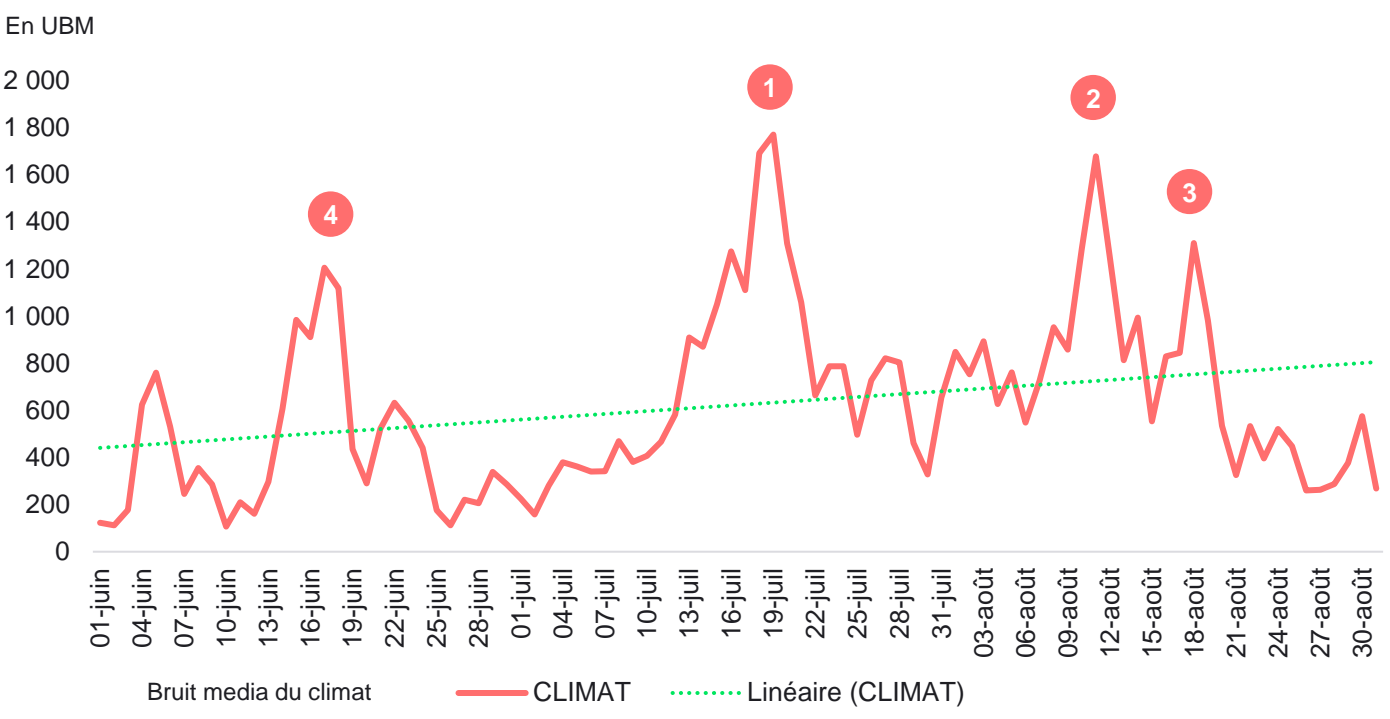
En UBM





Les faits marquants des évènements climatiques

- | | |
|--|--|
| <p>1 19 juillet 1 771 UBM</p> <p>Le combat contre les flammes en Gironde est intense et les incendies se multiplient sur le territoire (Bouches-du-Rhône, Var, Bretagne...) tandis que la canicule fait tomber de nouveaux records.</p> | <p>2 11 août 1 679 UBM</p> <p>Les incendies continuent de sévir, les autorités appellent à la mobilisation pour libérer les pompiers volontaires en entreprise et à la solidarité européenne. Autre sujet de préoccupation autour de la sécheresse.</p> |
| <p>3 18 août 1 311 UBM</p> <p>Des intempéries provoquent des dégâts, la Corse est particulièrement touchée et déplore des victimes. Incendies, sécheresse et conséquences sur les cultures et les prix restent évoqués.</p> | <p>4 17 juin 1 206 UBM</p> <p>Déclenchant l'alerte rouge, une vague de chaleur s'abat sur le pays. La précocité de cet épisode ne manque pas d'être soulignée par les médias et interpelle les Français.</p> |



- Malgré des épisodes météorologiques déjà exceptionnels, le mois de juin ne représente que le quart de la visibilité médiatique trimestrielle, avec une moyenne de 4 messages par jour et par Français.
- Avec une couverture quasi similaire, **juillet et août se partagent les trois quarts du bruit médiatique restant**. Chaque Français est alors exposé en moyenne à **7 messages par jour**.
- L'attention médiatique portée sur le climat connaît une progression tout au long du trimestre : **hausse de 70% entre le mois de juin et ceux de juillet et d'août**.

Méthodologie :

L'UBM est un indicateur global d'impact médiatique offline et online. Le calcul d'impact sur les médias traditionnels est basé sur l'espace rédactionnel occupé par l'information, en pages ou en seconde, à partir d'un corpus de 120 supports leaders en termes d'audience sur la cible grand public.

Cette mesure de visibilité est pondérée par l'audience moyenne du média qui véhicule l'information auprès de la cible grand public (15 ans et plus).

Pour la presse écrite et le web, seuls les mots-clés présents dans la titrairie ou l'iconographie des articles sont retenus.

100 UBM = 100% des Français 15+ exposés = 55 millions de contacts