

VISIBILITÉ DU GIEC ET DE L'ENVIRONNEMENT DANS LES MÉDIAS

(Presse écrite, en ligne, TV et radios)



tagaday

Communiqué de presse

Paris, le 21 avril 2022 – La prise de conscience des enjeux liés au dérèglement climatique est de plus en plus forte et, plus globalement, l'environnement est identifié dans différentes études d'opinion comme une des préoccupations majeures des Français dans le cadre de l'élection présidentielle.

Pourtant, de l'avis de nombreux commentateurs, le sujet n'a pas obtenu la place qu'il méritait dans le débat électoral. Pis, listant les conséquences apocalyptiques de l'inaction puis évoquant les solutions encore possibles dans les trois années à venir pour éviter un monde invivable, les deux derniers volets du GIEC, publiés respectivement les 28 février et 4 avril, n'auraient pas trouvé un écho médiatique à la hauteur du défi existentiel auquel nous devons faire face.

Qu'en est-il réellement ? Quel est le poids de l'environnement d'une façon générale dans les médias français (presse écrite, en ligne, TV et radios) ces dernières semaines et celui du GIEC en particulier ? Est-ce que la guerre en Ukraine et ses conséquences ont « tout emporté » ? Quelle place pour la thématique « environnement » dans les sujets dédiés à l'élection présidentielle ?

Ci-après les enseignements de l'étude [Tagaday](#), plateforme n°1 des médias français.

| GIEC 2022 : 1 article ou sujet sur 500 du 1^{er} février au 11 avril

Poids du GIEC dans les médias du 1^{er} février au 11 avril 2022



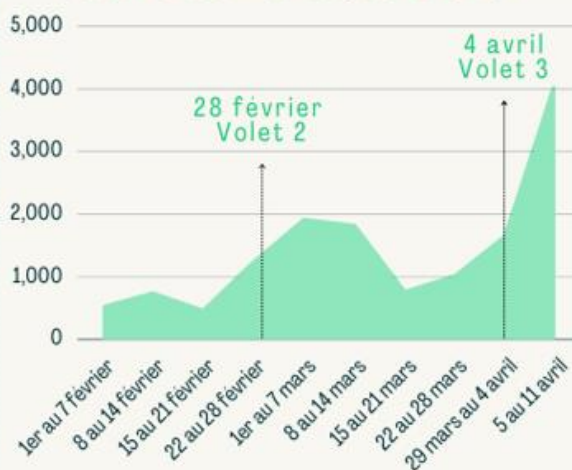
14 029 citations, soit :

7%

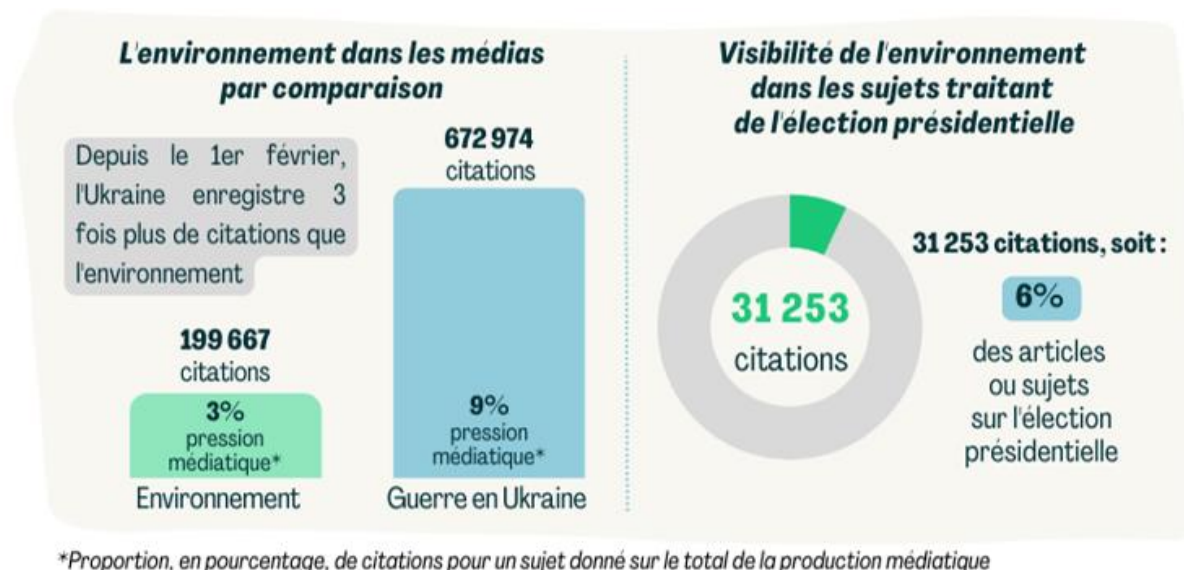
des sujets
sur l'environnement

Le sujet du GIEC a été abordé dans **0,2%** de l'ensemble de la production journalistique sur la période soit **1 article ou sujet sur 500**

Occurences médiatiques du GIEC



| Quelle visibilité médiatique pour la thématique environnement ?



Méthodologie : cette étude Tagaday, plateforme n°1 des médias français, a été réalisée entre le 1^{er} février et le 11 avril 2022 à partir d'un échantillon de 3 000 titres de la presse française et sites du web éditorial et de 397 chaînes et stations TV/radio (plus de 5 400 programmes différents pour 2 000 heures par jour indexés en temps réel). Les articles paraissant dans plusieurs éditions de publications print régionales ne sont comptabilisés qu'une fois.

A propos de Aday

Aday indexe et archive en continu toute la presse écrite, Web ou papier, la télévision et la radio. La plateforme Tagaday analyse et restitue à une clientèle de décideurs et de communicants les contenus pertinents et toutes les retombées médias de leurs alertes : veille de crise, de la concurrence, de la réputation... Revues de presse, panoramas et bilans, analyses quanti et quali, recherches d'archives : tous les services Tagaday rémunèrent les éditeurs par un prélèvement à la source s'appuyant sur un marquage numérique traçant chaque contenu et chaque usage de chaque client.

Avec toute l'intelligence artificielle nécessaire et ce qu'il faut d'esprit, Tagaday sert le marché de la veille et de l'analyse des médias avec une précision, une largeur de couverture et une rapidité inégalées.

Au fil de son développement, Aday a déployé des solutions techniques originales en matière de marquage des contenus texte, marquage des contenus image et traitement automatisé de la parole.

En savoir plus sur Aday et Tagaday, la 1^{ère} plateforme de services de veille des médias : www.aday.fr



Contacts presse

Agence Dakota Communication

Christèle Solis, Cécile Chapron & Thomas Saint-Jean

aday@dakota.fr – 01 55 32 10 43