

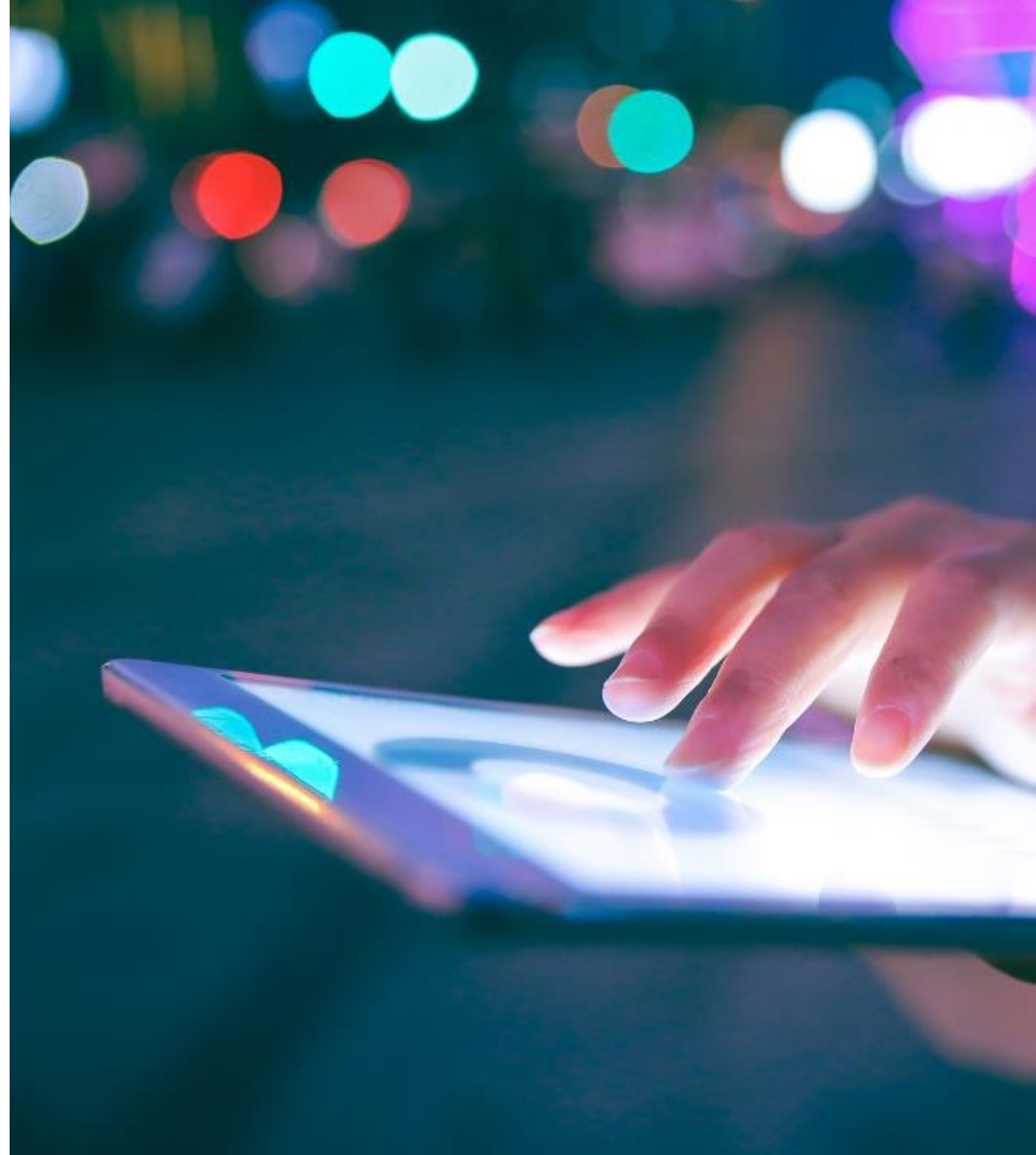
Onclusive



Questions climatiques et campagne présidentielle

Analyse de l'exposition médiatique

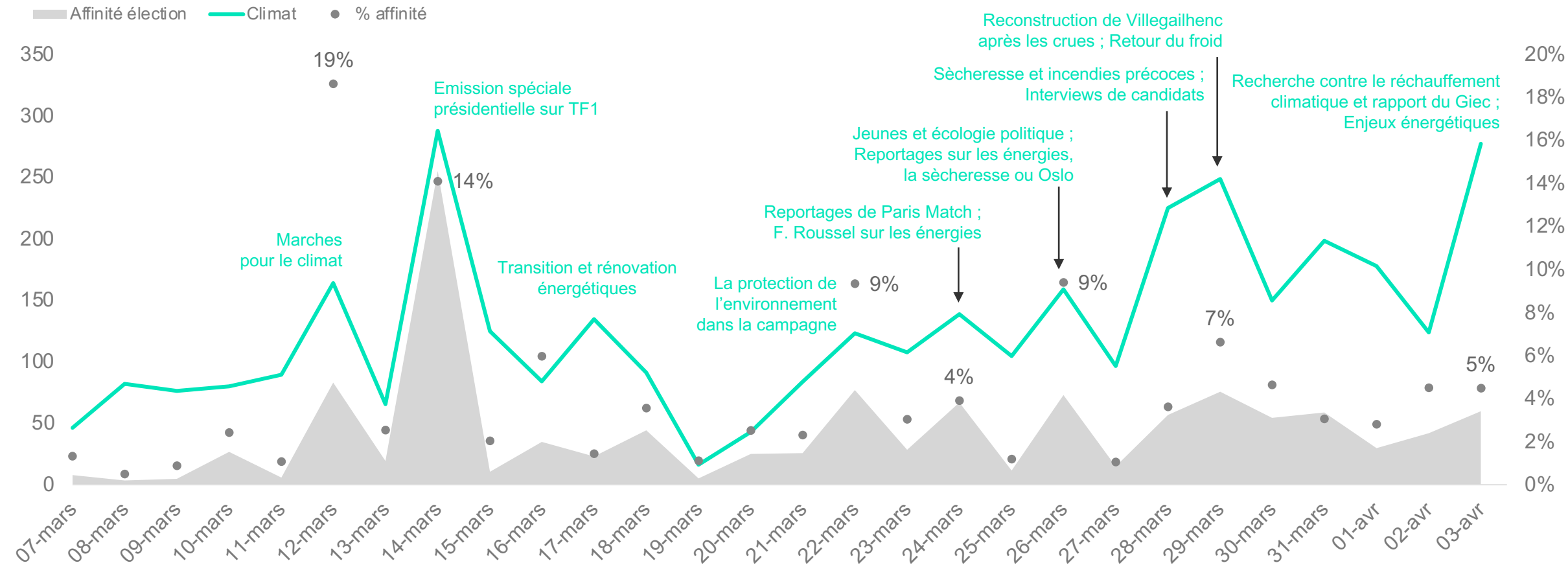
De 7 mars au 3 avril 2022



Evolution du bruit médiatique du climat

3 598 UBM entre le 7 mars et le 3 avril

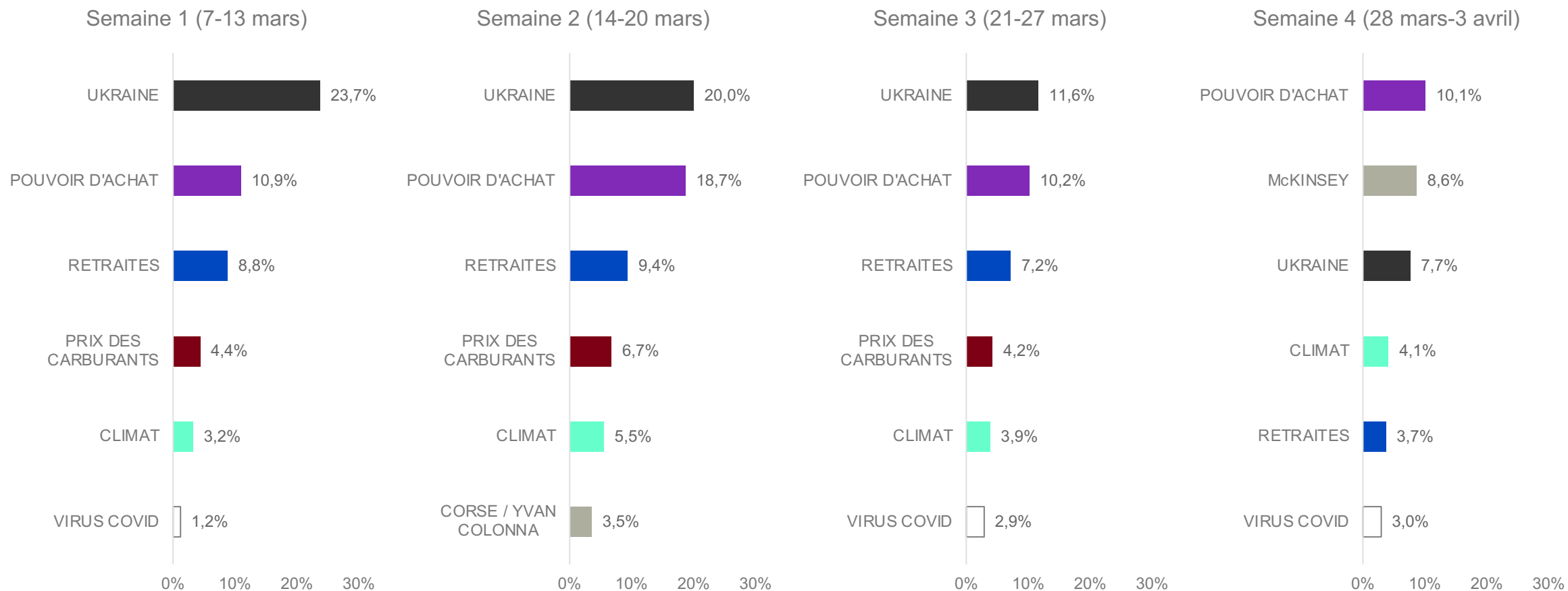
Soit 36 messages reçus par Français sur la période. Les marches pour le climat et l'émission *Face à la guerre* sur TF1 le 14 mars ont permis de mettre au premier plan les questions climatiques et énergétiques dans le cadre de la campagne électorale. La visibilité du climat s'accroît depuis fin mars, mais sans forcément participer aux débats sur la présidentielle : le bruit entre la première et la dernière semaine a plus que doublé (+132%, passant de 603 UBM du 7 au 13 mars à 1 400 UBM du 28 mars au 3 avril).



Comparatif du discours électoral

Ukraine et pouvoir d'achat sont les plus associés à la campagne présidentielle

Les écarts de visibilité se sont resserrés entre les thèmes à l'approche du scrutin, laissant notamment une place plus importante pour le climat qui atteint une moyenne de 4% des sujets abordés. Malgré une baisse, les retraites restent visibles tandis que des sujets plus éphémères émergent au gré de l'actualité (dont Corse et McKinsey).



Méthodologie et corpus



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

100 UBM = 100% des Français 15+ exposés = 54 millions de contacts

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

Tous les résultats de cette étude sont en UBM.



Media analysés

120 supports leaders en termes d'audience sur la cible grand public.

TELEVISION : 28 journaux et émissions TV (+ émissions spéciales Présidentielle).

RADIO : 29 journaux et émissions Radio.

PRESSE ECRITE : 43 supports

- 10 titres de Presse Quotidienne Nationale ;
- 16 titres de Presse Quotidienne Régionale ;
- 17 titres de Presse Magazine Nationale.

MEDIAS ONLINE : 20 sites web

- sites leaders en nombre de pages vues, en audience et en temps passé pour l'ensemble du news généraliste en langue française.