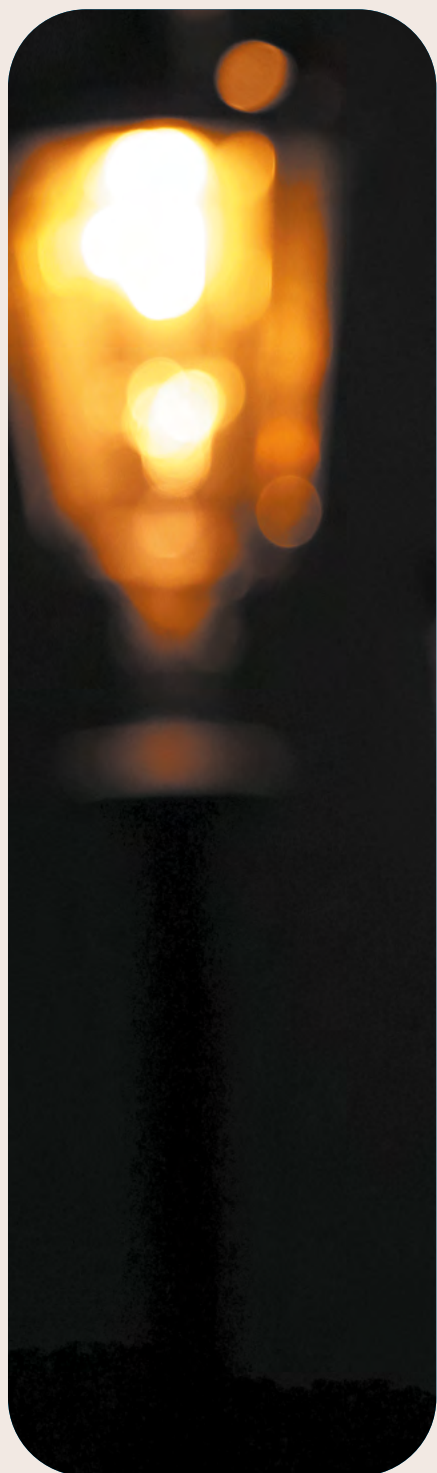


MÉDIASCOPIE D'UN PAYS

Décryptage
de l'année
médiatique
2024



MÉDIASCOPIE D'UN PAYS

Décryptage de l'année
médiatique 2024

SOMMAIRE

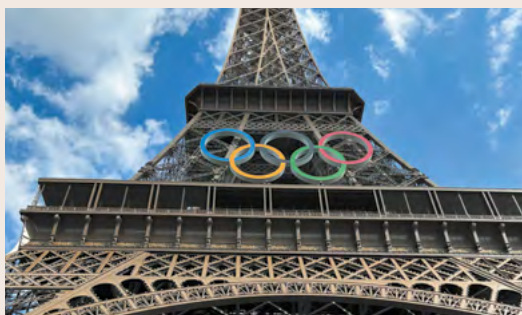
05

ÉDITO

06

**JO, NOTRE-DAME, D-DAY...
La France rayonne !**

avec le témoignage de Laurence de Nervaux,
directrice du think tank Destin Commun



12

**L'EXODE INFORMATIONNEL
Un nouveau défi pour nos
démocraties ?**

avec le témoignage de Guénaëlle Gault,
directrice générale de L'ObSoCo

18

Interview de Patrick Eveno,
historien des médias et professeur à
l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne

20

NARCOTRAFFIC

Le langage se durcit, la réalité aussi
avec les témoignages d'Élodie Mielczareck,
sémiologue, et de Bertrand Monnet,
professeur à l'EDHEC Business School et
spécialiste de l'économie du crime

24

**« POUR QUE LA HONTE CHANGE
DE CAMP »**

**Le procès Mazan, nouvelle déflagration
dans le mouvement #MeToo**

30

CONSOMMATION

**Entre Shein et Vinted,
mon cœur balance**

33

Interview de Benoît Heilbrun,
philosophe et professeur à l'ESCP Business
School

34

**LES MÉDIAS FACE AU
« BACKLASH ÉCOLO »**

Entre mobilisation et polarisation
avec le témoignage de Valérie Masson-
Delmotte, paléoclimatologue et ancienne
coprésidente du groupe 1 du GIEC



38

MAYOTTE, VALENCE...

**Face aux catastrophes climatiques,
l'urgence de l'adaptation**

avec le témoignage de Michel Lussault,
géographe, auteur de *Cohabitions, pour une
nouvelle urbanité terrestre* (Seuil, 2024)

44

2024

**Un an de crise agricole dans
les médias français**

50

DANS NOS RADARS POUR 2025

Ce dont on a parlé en 2024, mais dont
on parlera encore en 2025



UBM : Produit par Onclusive, l'indicateur « unité de bruit médiatique » permet d'analyser la médiatisation d'un sujet, en combinant l'espace rédactionnel y étant consacré (en pages ou en secondes) et l'audience moyenne du média en question. Il s'agit du nombre de fois où chaque Français a été, en moyenne, exposé au sujet par le biais des médias : « 100 UBM » signifie ainsi que chaque Français de 15 ans et plus a été exposé une fois à un sujet.



ÉDITO



MICHAËL NATHAN

Directeur du Service d'information
du Gouvernement

Les médias sont-ils le reflet des préoccupations qui travaillent en profondeur notre pays ? Cette question, loin d'être anodine, se pose avec une acuité particulière à l'ère de la grande « désintermédiation ».

Depuis 2004, le Service d'information du Gouvernement (SIG) édite « *L'année médiatique* », une analyse détaillée qui décrypte les grands sujets qui ont rythmé notre actualité. Plus qu'un simple recensement, il s'agit d'une plongée dans le détail du traitement médiatique de l'année écoulée, permettant d'identifier les lignes de force qui participent à impacter la perception de l'opinion.

L'exercice repose sur une méthodologie éprouvée : l'analyse des unités de bruit médiatique (UBM). Cette mesure permet de quantifier la présence d'un sujet dans le paysage informationnel global (presse nationale et locale, médias audiovisuels, réseaux sociaux et plateformes numériques). Véritable sismographe de l'attention collective, elle révèle les pics d'intérêt, mais également les angles morts de la couverture médiatique. Car le silence est parfois aussi révélateur que le vacarme.

Si le SIG a fait de cette expertise l'un de ses piliers stratégiques, c'est parce qu'elle constitue un précieux outil d'aide à la décision. Comprendre comment se structure le débat public, identifier les tendances émergentes, anticiper les évolutions de l'écosystème médiatique : autant d'éléments essentiels pour élaborer une communication de l'État pertinente et efficace.

Cette édition 2024 a été réalisée en partenariat avec *L'ADN*, média spécialiste du repérage

des tendances à venir et de l'analyse des mutations de notre société. L'objectif ? Établir, grâce aux UBM et à un corpus d'études, sondages et entretiens, un panorama des grands récits qui ont façonné l'année. L'approche qui fait aussi l'originalité de ce nouvel opus, ancrée dans l'observation fine des signaux faibles, permet d'éclairer à la fois ce qui a fait la Une, et ce qui, dans les marges, préfigure les tendances de demain.

Ce travail repose sur l'articulation de trois dimensions : la couverture des médias traditionnels (nationaux comme locaux), l'émergence de nouveaux formats d'information, et la circulation des récits sur les plateformes numériques et sociales. Cette triangulation permet de saisir les phénomènes de polarisation qui traversent notre espace public, mais également d'identifier les passerelles qui continuent de relier ces univers parfois clivés.

À travers les pages qui suivent, vous découvrirez notamment comment les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 ont créé un moment de fierté nationale partagée ou encore en quoi le décrochage informationnel de nombreux Françaises et Français révèle une crise de confiance profonde.

En vous invitant à plonger dans l'année médiatique 2024, nous espérons contribuer à une compréhension plus fine des mécanismes qui structurent notre perception collective de la réalité. Car c'est aussi en comprenant comment les récits médiatiques se construisent que nous pouvons, collectivement, exercer notre citoyenneté de manière plus éclairée. Et, ce faisant, rendre notre démocratie plus robuste ●

JO, NOTRE-DAME, D-DAY...

La France rayonne !



avec le témoignage de
LAURENCE DE NERVAUX,
directrice du think tank Destin Commun

Cérémonie d'ouverture mémorable, exploits sportifs à foison, organisation fluide : Paris 2024 a été un succès. Quelques mois plus tard, Notre-Dame rouvre ses portes, tandis que sur les plages de Normandie on commémore l'Histoire. De quoi réveiller un sentiment de fierté pour les Françaises et les Français.

La fierté : voilà le sentiment qui domine au sortir de ces JO. Une étude menée par Destin Commun s'est penchée sur la principale émotion ressentie pendant les Jeux : «La fierté arrive en tête, de très loin et au sein de tous les électors», présente Laurence de Nervaux, directrice du think tank.

Ce sentiment partagé par le peuple se retrouve en Une des journaux. «JO Paris 2024 : deux semaines grandioses de “fierté retrouvée”», titre *Sud Ouest*. La fierté se décline aussi dans les régions : «Une “fierté” nantaise : d'où venait le cheval articulé qui a remonté la Seine durant la cérémonie d'ouverture des JO?», angle *Le Figaro*; Ici Hérault recueille le témoignage de fierté des pompiers héraultais qui ont participé au dispositif de sécurité; quand Guadeloupe la 1^{ère} célèbre «la fierté guadeloupéenne» après la mise en avant d'athlètes, d'artistes et d'un couturier guadeloupéens lors de la cérémonie d'ouverture.

L'enthousiasme se reflète aussi sur les audiences : selon l'Arcom, les Français ont passé en moyenne 23 heures devant les Jeux olympiques et 59,4 millions de téléspectateurs ont été en contact avec des images des JO à la télévision.

LA DÉFAITE DU DÉFAITISME

S'ils sont unanimes, c'est d'abord grâce à la réussite «matérielle et logistique» sans équivoque de l'évènement, explique Laurence de Nervaux. Les mois qui précèdent l'évènement, les doutes et les polémiques envahissent l'espace public – des critiques qui «prévalaient aussi à Londres, à Rio et à Tokyo», rappelle *Le Monde*. On s'inquiète de l'aspect sécuritaire – «Ingérences étrangères,



7

terrorisme, cyberattaques : les JO de Paris sous étroite surveillance», détaille France 24 –, mais aussi de la qualité de l’eau de la Seine, où se déroulent les épreuves nautiques, et des punaises de lit, devenues ennemi public numéro 1 dans une psychose «artificiellement amplifiée» par la Russie, selon Jean-Noël Barrot, ministre français délégué à l’Europe, qui s’appuie sur le travail de Viginum, service chargé de la vigilance et de la protection contre les ingérences numériques étrangères. Les pouvoirs publics se veulent néanmoins rassurants : «Tout est prêt», assurent-ils dans *Ouest-France* à la veille de la cérémonie d’ouverture.

Plus de peur que de mal : les JO se déroulent sans encombre. «Un succès sportif, populaire et d’infrastructures», célèbre France 24. «Un succès éclatant qui dément le déclinisme français», estime le politologue Eddy Fougier dans *Le JDD*. «Ces JO qui ont redonné le sourire à la France», se réjouit *Les Echos*. «Cette dimension a été vécue comme un immense soulagement», analyse Laurence de Nervaux. «Il y avait un sentiment d’angoisse généralisée et on a l’impression d’avoir déjoué l’adversité.»

LE SPORT, CAUSE NATIONALE

Deuxième élément de fierté : la réussite sportive avec un palmarès record et «la surprise de s’être passionné pour des disciplines dont on n’avait jamais entendu parler auparavant», partage la directrice du think tank. Avec 16 médailles d’or olympiques et une place dans le Top 5, «les Bleus font mieux qu’aux Jeux d’Atlanta en 1996», se réjouit *Le Figaro*. Les athlètes paralympiques ont quant à eux rapporté 75 médailles, dont 19 d’or, offrant à la France la huitième place.



CRÉDIT • SIG

L’évènement fait naître ses héros. Peuvent être cités, entre autres : Léon Marchand, quadruple champion olympique, «l’athlète tricolore qui a le plus impressionné les Français», selon un sondage Odoxa mené en septembre, rapporte *Ouest-France*; Frédéric Villeroix, le «Messi du cécifoot», selon BFM TV, qui remporte l’or face à l’Argentine; les escrimeuses Sara Balzer et Manon Apithy-Brunet, pour une «finale 100 % française en sabre» (Eurosport); Aurélie Aubert, médaillée d’or de boccia et première médaille de la France dans cette discipline paralympique; les frères Lebrun, avec leurs médailles de bronze et la «LebrunMania» qui rejailit sur la Fédération française de tennis de table (FFTT), laquelle «se prépare à une ruée de licenciés», annonce *Le Monde* dès le mois d’août.

C’est bien l’enjeu : passer de l’inspiration à la concrétisation. En 2024, le Président de la République a décrété la promotion de l’activité physique et sportive Grande Cause nationale. Une grande cause soutenue par la campagne gouvernementale Bouge 30 minutes chaque jour!, dont l’objectif est de favoriser l’activité physique des Françaises et des Français. Et ça marche! En 2024, «pratiquer



Paris 2024 : 101 513 UBM

une activité physique ou sportive» arrivait en tête des résolutions des Français, selon le Baromètre sport santé réalisé par Ipsos, et ils sont désormais plus de 2 sur 3 à le faire, soit une augmentation de 14 points en douze ans. Selon l’Institut national de la jeunesse et de l’éducation populaire, le nombre de licences annuelles délivrées par 45 des principales fédérations sportives aurait augmenté d’environ 5% à la rentrée 2024. Des disparités sont à noter, certaines fédérations ayant particulièrement bénéficié de «l’effet JO» : «Les fédérations de tennis de table (+23%) et de badminton (+19%) apparaissent comme les principales bénéficiaires des Jeux.» Elles gagneraient un nombre de licenciés «comparable à celui de fédérations de taille bien supérieure comme le football, le tennis, ou le judo.» Dans les établissements scolaires, le label Génération 2024 permet le partenariat entre écoles et

institutions sportives et d'obtenir des formations pour le personnel enseignant, du prêt de matériel ou encore d'organiser des sorties. Le ministère de l'Éducation nationale promeut également la pratique de 30 minutes d'activité physique par jour et met à disposition des écoles des ressources pour proposer des activités faciles à lancer.

LE PATRIMOINE FRANÇAIS EN INVITÉ D'HONNEUR

La fierté éprouvée réside aussi dans une beauté retrouvée. «Les Français se sont laissé surprendre par la splendeur de leur capitale, de leur patrimoine, et ils en ont été extrêmement fiers», retrace Laurence de Nervaux.

«De l'élégance à l'exubérance française», résume *Ouest-France* à propos de la cérémonie d'ouverture; «grandiose, émouvant et historique malgré la pluie», s'enthousiasme *L'Équipe*. «Jamais le sport ne s'était trouvé plus bel écrin», juge *Le Parisien*. À l'étranger aussi, on célèbre l'audace des Jeux. «Paris est magique, féerique, olympique», estime *La Tribune de Genève*. «Il n'y a qu'un seul Paris où l'art et le sport peuvent cohabiter en toute harmonie», s'émerveille le *Washington Post*.

Les JO à peine clôturés, les spectateurs du monde entier peuvent à nouveau admirer la beauté du patrimoine français dès décembre 2024, avec la réouverture de Notre-Dame, après cinq ans et demi de travaux. «Un tour de force salué mondialement», recense *Courrier international*. «Beaucoup saluent le travail effectué par les artisans et techniciens venus de partout, et d'autres trouvent l'édifice tellement beau qu'ils sont même tentés de se convertir», rapporte le média. Un nouveau motif de

La France en mode Tudum...

Il y a Emily in Paris, qui déambule dans une capitale en forme d'image d'Épinal de la Ville Lumière. Il y a aussi Lupin, qui s'introduit dans le musée du Louvre par des portes dérobées ou part à la recherche de son fils en Normandie. Ou encore Daniel Sauveur, incarné dans *Cash* par Raphaël Quenard, qui aimerait bien admirer la cathédrale de Chartres depuis son jardin. Vue par la petite lucarne, la France est vaste et ne manque pas de couleurs. L'agence de développement touristique Atout France l'a bien compris et a uni ses forces à celles du géant du streaming Netflix pour lancer en février 2024 une campagne publicitaire et une collection de guides touristiques pour visiter la France sur les traces de nos héros favoris.

... OU EN MODE ICONIQUE

Dans un autre registre, la campagne Make it Iconic. Choose France met elle aussi la France et ses richesses à l'honneur. Du sport (Victor Wembanyama, Marie-Amélie Le Fur...) à la science (Thomas Pesquet, Yasmine Belkaid...), en passant par la gastronomie (Anne-Sophie Pic, Mory Sacko, Nina Métayer, mais également des lieux signatures comme la Cité du Vin), la France promeut ses nombreux talents... pour attirer les prochains ●



CRÉDIT ● Matoo Studio

« Les Français se sont laissé
surprendre par la splendeur
de leur capitale, de leur
patrimoine, et ils en ont été
extrêmement fiers. »

fierté pour plus de 4 Français sur 10, selon un sondage Vérian pour *La Croix*.

Le patrimoine de la France se célèbre aussi dans son histoire. 2024 a marqué les 80 ans du débarquement, « l'une des plus grandes opérations militaires de tous les temps », souligne Radio France, lorsque 150 000 soldats alliés débarquaient sur les plages de Normandie pour libérer la France, puis l'Europe, du joug nazi. À cette occasion, 25 chefs d'État se rendent à l'hommage international organisé à Omaha Beach, et environ 200 vétérans sont présents et mis à l'honneur. « Un travail de mémoire » et « un anniversaire charnière », estime *Les Echos*, alors que la guerre est de retour en Europe depuis plus de deux ans. Aucun représentant de la Russie n'a d'ailleurs été convié.

LES FRANÇAIS EN QUÊTE D'APAISEMENT

En mettant son patrimoine et son histoire à l'honneur, le pays s'autorise à faire une pause collective dans le flux de l'actualité. « Les Français ont envie d'apaisement, cela transparaît systématiquement dans nos enquêtes, souligne Laurence de Nervaux. Neuf Français sur 10 considèrent que le débat public est trop agressif et que l'information est trop anxiogène. Le problème est que cela a un effet performatif : ça induit un sentiment de peur de l'autre, de défaitisme qui nous empêche d'entreprendre des rapprochements. »

Le sport, populaire et transpartisan, permet de se réapproprier une « représentation collective de nous-mêmes », détaille Laurence

de Nervaux. On ne défend pas un parti ou un programme mais notre fierté de ce qu'est notre pays, de ce qu'il représente dans le monde ». Au lendemain des JO, les Français souhaitent d'ailleurs renouer avec les symboles de la nation, remarque-t-elle. « C'est unanime, il y a une demande de réappropriation et de revalorisation. 78% estiment que le drapeau est un symbole d'unité et qu'il devrait être valorisé au-delà de temps forts sportifs, et 77% le pensent de *la Marseillaise*. [...] Ces jeux ont démontré qu'il est possible de raviver une fierté qui soit patriote sans être nationaliste. » ●

La flamme : la PQR se passe le relais

8 mai, Marseille. Soleil radieux et vent modéré, la cité phocéenne embrasse ses airs de carte postale. « Historique ! », s'exclame le 9 mai *La Provence*, une photo de Jul, flamme en main devant le *Belem*. C'est parti pour près de deux mois de relais à travers 65 villes de France, jusqu'au 26 juillet, date de l'arrivée de la flamme à Paris.

Véritable tournant médiatique, ce tour de France de la flamme propulse les JO au cœur de l'actualité, malgré un contexte politique dense. Selon une étude menée par Aday pour *Ouest-France*, la flamme devient la thématique olympique la plus médiatisée avec plus de 150 000 contenus produits depuis le début de l'année, dont 27 000 pour la seule semaine de son arrivée en France. « L'île déclare sa flamme », proclame *Corse Matin* le 15 mai. « Vivre ça une fois dans sa vie ! », vibre le 28 mai *La Nouvelle République du Centre-Ouest*. « Jeux olympiques : la Manche tout feu tout Flamme », parade *Ouest-France* le 31 mai. La presse quotidienne régionale, avec ses 17 millions de lecteurs quotidiens, joue un rôle clé dans ce maillage territorial de l'évènement. « La flamme olympique a brillé sur le toit du Finistère », relate le 8 juin *Le Télégramme* depuis le mont Saint-Michel de Brasparts, après une « petite randonnée de 1,7 km ». « Joie et ferveur à Besançon, l'apogée d'une journée fabuleuse », exulte le 26 juin *L'Est Républicain*, qui raconte « un moment de communion entre les porteurs et le public qui, visiblement, fait du bien à tout le monde ».

À mesure que l'évènement approche, l'enthousiasme médiatique s'intensifie encore : « C'est enfin le grand jour », s'impatiente *Le Parisien* le 18 juillet au passage de la flamme dans l'Oise. Ce même *Parisien* qui parlera d'« Un hymne à la France » le 27 juillet à propos de la cérémonie d'ouverture. Le début d'une grande histoire d'amour entre Françaises et Français et la flamme, dont le symbole restera la vasque, allumée par Marie-José Pérec et Teddy Riner. « Magique », titre *RMC Sport*. Et pour l'éternité. ●

L'EXODE INFORMATIONNEL

Un nouveau défi pour nos démocraties ?



avec le témoignage de
GUÉNAËLLE GAULT,
directrice générale de L'ObSoCo

Les Français décrochent massivement de l'information traditionnelle. Selon une nouvelle étude de la Fondation Jean-Jaurès, plus de la moitié d'entre eux se disent « fatigués » par l'actualité, au point de s'en détourner complètement. Un « exode informationnel » qui profite aux théories du complot et fragilise notre démocratie.

« **M**esdames et messieurs, bonsoir. » Si cette formule résonne encore religieusement dans des millions de foyers français, la grand-messe du 20h a perdu de sa centralité. Certains l'ont peut-être oublié, mais dans les années 2000, les journaux télévisés de 20h attiraient des audiences très importantes. À l'époque des débuts de Claire Chazal, ce qu'on appelle dans le langage courant un JT pouvait rassembler jusqu'à 17 millions de téléspectateurs. Au fil des années et des révolutions du paysage médiatique, les chiffres ont considérablement diminué. En 2024, les deux premières chaînes comptent en moyenne 10 millions de téléspectateurs à elles deux. Il faut dire que les audiences vieillissent : le téléspectateur moyen du JT a aujourd'hui 55,9 ans chez TF1 et 61,5 ans du côté France 2. Et chez les 15-30 ans, seuls 37% déclarent encore suivre régulièrement les journaux télévisés traditionnels. Si, selon les chiffres issus d'une étude menée par l'Arcom, 94% des Français disent s'intéresser à l'information, les « comportements d'évitement » concernent 61% d'entre eux.

Mais quelles formes revêt précisément cette désaffection pour l'info ? Et quelles conséquences pour l'écosystème médiatique et nos démocraties ?

LE GRAND DÉCROCHAGE : CES MILLIONS DE FRANÇAIS QUI FUIENT L'INFORMATION

Alors que les chaînes d'info en continu se sont multipliées ces dernières années, le constat est sans appel : selon l'étude de la Fondation Jean-Jaurès intitulée « L'exode informationnel » et consacrée au sujet, 54% des Français se disent



fatigués par l'information. Plus préoccupant encore, 85% d'entre eux ont la sensation d'un trop-plein des mêmes informations, un sentiment qui pousse aujourd'hui plus de la moitié des citoyens (57%) à se désengager complètement de l'actualité.

«Au fil des années, différents termes ont été employés pour décrire la saturation informationnelle : fatigue, infobésité, surcharge cognitive, explique Guénaëlle Gault, directrice générale de l'ObSoCo et coautrice de l'étude. Aujourd'hui, nous observons un nouveau phénomène : un retrait massif des Françaises et des Français face à l'information, ce qui nous a amenés à parler d'exode.»

**INFORMATION « TOXIQUE » :
LE COCKTAIL DE LA DÉFIANCE**

Comment expliquer ce décrochage massif? D'abord, par la nature des informations. L'année 2024, particulièrement dense en événements politiques amenant leur lot de bouleversements avec la dissolution de l'Assemblée nationale, les élections européennes et la prise de conscience de la crise budgétaire, illustre de façon chimiquement pure ce qui peut pousser certains à s'exiler des territoires de l'info. Sans même parler de la persistance de la guerre en Ukraine et du niveau de violence atteint par le conflit entre Israël et le Hamas.



**Élections
européennes :
30 503 UBM**

Pour autant, selon Guénaëlle Gault, l'«effet de saturation causé par la surabondance de nouvelles négatives» n'est pas la seule raison de cet exode. «C'est aussi la manière dont l'information est traitée : un flux continu d'évènements dramatiques sans mise en contexte, une polarisation excessive qui donne l'impression d'une société extrêmement divisée alors que nos études montrent que la plupart des Français sont bien plus nuancés.» Le monde serait plus complexe que le miroir déformant de l'info le laisse penser. Médias et politiques ont donc leur responsabilité dans ce mouvement de retrait loin de l'agitation du monde.

**QUAND LA DÉSINFORMATION
NOURRIT LES POPULISMES**

Face à cette déferlante d'informations «toxiques», la fuite massive ne se traduit pas par un simple changement d'habitudes mais par un véritable repli. «Nous constatons

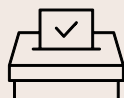


**Situation
des comptes
publics :
41 737 UBM**

une baisse du nombre de canaux utilisés pour s'informer, aussi bien quotidiennement que de façon hebdomadaire, à l'exception des réseaux sociaux, poursuit la sociologue. Et même sur ces plateformes, les comportements actifs d'information reculent : discussion autour de l'actualité, interactions avec les journalistes, partages et commentaires de contenus..., toutes ces modalités perdent du terrain au profit du divertissement pur.»



CRÉDIT ● Spenser Sembrat



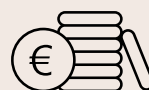
Dissolution / élections législatives : 70 003 UBM

Problème : le décrochage massif face à l'information traditionnelle menace l'équilibre fragile nécessaire pour faire société. Car quand une société ne s'entend plus sur ce qui constitue un fait que l'on peut soumettre à débat, sa fabrique est fragilisée. «Nous avons identifié trois territoires de repli, abonde Guénaëlle Gault. L'information alternative, vers laquelle se tournent un quart des Français, souvent associée à des théories du complot; le divertissement pur, notamment *via* le “binge scrolling” qui capte massivement l'attention des jeunes; et enfin le repli sur la vie personnelle, particulièrement marqué chez les 35-50 ans, qui abandonnent une actualité jugée trop anxiogène, notamment par celles et ceux qui ont des enfants.»

En s'informant moins, ou de façon plus aléatoire, citoyennes et citoyens constituent des cibles

pour les tentatives de désinformation de toutes sortes. L'étude de la Fondation Jean-Jaurès révèle ainsi que 27% des Français sont désormais enclins à croire aux théories du complot, qui satisfont une recherche d'explications alternatives semblant combler un vide laissé par la perte des repères informationnels classiques.

«C'est ce que le sociologue Gérald Bronner qualifie de démagogie cognitive, explique la directrice générale de l'ObSoCo, un phénomène où la captation de l'attention prime sur la qualité du débat public, conduisant à une perte de repères et à une fragmentation accrue des opinions.» On le voit notamment dans la tendance à confondre corrélation et causalité : certains discours s'empressent par exemple d'établir des liens simplistes entre des phénomènes complexes, préférant les explications spectaculaires à l'analyse des faits.



Budget 2025 : 18 296 UBM

UNE INFO FIABLE POUR UNE DÉMOCRATIE FORTE

Cette défiance informationnelle nourrit un cercle vicieux qui fragilise les démocraties européennes. Moins ou mal informés, citoyennes et citoyens se sentent aussi plus éloignés des centres de décision.

Cette fragmentation se manifeste notamment dans l'abstention aux élections européennes, alors que 60% des Français, 58% des Italiens, 56% des Allemands et 59% des Polonais se méfient de



Censure : 9 245 UBM

l'UE elle-même. Un déficit démocratique qui remonte à loin, mais qui semble aujourd'hui creusé par la désinformation à échelle industrielle. Face à ce fossé informationnel, le risque est grand pour nos sociétés démocratiques de le voir se creuser. D'autant que cette crise de confiance s'inscrit dans un contexte plus large : selon le dernier baromètre du CEVIPOF, près de 70% des Français et des Italiens considèrent que leur démocratie ne fonctionne pas bien, tandis qu'une majorité écrasante dans les quatre plus grands pays de l'UE estime que leurs responsables politiques sont déconnectés de la réalité et ne servent que leurs propres intérêts.

POUR UNE ÉCOLOGIE DE L'ATTENTION

Face à ces enjeux vitaux, des solutions émergent. «Chaque acteur de l'écosystème a une part de responsabilité, souligne Guénaëlle Gault. Les individus peuvent prendre conscience de leur consommation d'information, en s'imposant des garde-fous comme on le fait avec l'alimentation. Les journalistes et les médias peuvent de leur côté réinventer leurs formats pour offrir plus de contexte et de profondeur.» Certains médias ont déjà entamé cette mue. Arte, par exemple, a su capitaliser sur la prise de recul et des formats pédagogiques pour attirer un nouveau public, en misant notamment sur des contenus en accès

libre sur YouTube et en refusant de déployer les fameux algorithmes de recommandation sur sa plateforme. Des formats comme les newsletters ou les podcasts, qui privilégient l'analyse approfondie sur la course au temps réel, parviennent à s'ancrer dans le quotidien des Françaises et des Français. (voir encadré)

Au niveau institutionnel, la régulation des plateformes numériques apparaît comme un levier essentiel. Il s'agit, selon l'expression de Guénaëlle Gault, d'«instaurer une "écologie de l'attention" pour limiter l'exploitation commerciale du temps de cerveau disponible». Certains parlent même déjà d'écologie de l'information. En France, la loi sur la régulation de l'espace informationnel numérique pourrait ainsi constituer une première réponse.

L'enjeu est crucial : restaurer une information qui informe véritablement, sans saturer ni manipuler. Car c'est bien de la vitalité de notre écosystème informationnel que dépend, *in fine*, celle de nos démocraties ●

Les nouveaux territoires de l'info

La dernière édition du baromètre La Croix-Vérian de la confiance des Français dans les médias confirme la tendance, lourde : seuls 32 % des Français déclarent avoir confiance dans ce que disent les médias sur les grands sujets d'actualité. Cette crise de confiance pousse le secteur à se réinventer. Face à la mutation des plateformes sociales, une révolution silencieuse s'opère ainsi dans la distribution des contenus.

- Sur X et Meta, la parole journalistique, ou celle portée par les institutions, n'a désormais qu'une place réduite, reléguée au rang de bouteille à la mer par des algorithmes de moins en moins favorables. Les messages postés atteignent rarement leurs cibles, contraignant médias et institutions à se réinventer.

- Dans ce contexte, newsletters et podcasts permettent aux journalistes de reprendre le contrôle de leur distribution en créant un lien plus direct avec leur audience. Des émissions comme « Clique+ » (Canal) ou « Quotidien » (TMC) ont ainsi lancé leurs newsletters cette année.

- En témoigne aussi l'essor de plateformes comme Substack, qui donnent aux créateurs et créatrices de contenu une plus grande liberté éditoriale. Véritable refuge pour journalistes stars aux États-Unis, la plateforme, qui permet d'éditer et d'envoyer simplement sa lettre d'information, revendique 35 millions d'abonnements, dont quatre millions payants à l'échelle mondiale. Et se transforme depuis quelques semaines en réseau social alternatif, qui rappelle l'âge d'or des blogs.

- La newsletter fait aussi des émules en France. Kessel, lancée à l'été 2022, abrite déjà des milliers d'infolettres, parmi lesquelles Point Gouv et Gouv X. Un format qui donne la possibilité de développer des analyses approfondies tout en construisant des communautés engagées autour de thématiques spécifiques : politique, tech, climat, culture et finance y tiennent le haut du pavé !

Si cette évolution comporte certains risques – comme l'a montré l'utilisation stratégique des podcasts par Donald Trump durant sa campagne 2024 –, elle répond aussi à une demande croissante du public pour des formats plus longs, plus personnels et plus analytiques. Cette tendance s'accompagne d'une adaptation toujours plus fine aux différents publics : France Info propose ainsi des podcasts spécifiquement conçus pour les 7-11 ans avec *Salut l'info !*, illustrant cette volonté de toucher les audiences de manière de plus en plus granulaire. Les institutions publiques elles-mêmes s'approprient ces nouveaux formats : le Gouvernement a lancé plusieurs séries de podcasts traitant d'enjeux sociétaux majeurs : *Tu sers à rien* plonge ainsi l'auditeur dans la cruelle réalité du harcèlement scolaire, tandis que *13,9 %* a pour ambition de dévoiler les inégalités salariales femmes-hommes au travail.

Dans un contexte de fatigue informationnelle, ces nouveaux territoires de l'info permettent de renouveler la relation avec les publics en préférant la profondeur à l'immédiateté, et l'intime à une neutralité journalistique de plus en plus critiquée. Cette tendance à privilégier l'engagement émotionnel sans sacrifier la qualité de l'information se retrouve jusque dans la communication gouvernementale. L'expérience sociale sur le harcèlement scolaire, lancée en septembre 2024, en est un exemple emblématique : en plaçant des adultes au cœur d'une expérience immersive filmée, la campagne a réussi à sensibiliser le public à la réalité du harcèlement tout en générant un engagement massif (plus de 145 millions de vues). Le succès de cette approche – 89 % des Français déclarant une prise de conscience de la violence du phénomène à la suite du visionnage – démontre qu'il est possible de créer des contenus à la fois substantiels et engageants ●

« Nous allons vers un monde de l'information à deux vitesses »



Interview de

PATRICK EVENO,

historien des médias et professeur à l'université Paris I Panthéon-Sorbonne

Historien des médias et professeur à l'université Paris I Panthéon-Sorbonne, Patrick Eveno analyse les transformations du paysage médiatique de la presse française et leurs répercussions sur l'information. Décryptage.

EN QUOI LE PHÉNOMÈNE DE CONCENTRATION DES MÉDIAS QUE NOUS OBSERVONS AUJOURD'HUI EST-IL SPÉCIFIQUE DANS L'HISTOIRE DES MÉDIAS FRANÇAIS ?

PATRICK EVENO

Il faut d'abord faire une distinction fondamentale entre concentration et propriété des médias. La concentration est un phénomène économique qu'on retrouve dans tous les secteurs, alors que la propriété des médias touche à la question de l'influence politique.

La concentration des médias est un phénomène cyclique, qui existe depuis le XIX^e siècle. Il s'est manifesté pour la

première fois quand on est passé de la presse destinée aux élites dans les années 1830 à la presse de masse sous le Second Empire et la III^e République. On a observé un autre moment de concentration dans l'entre-deux-guerres, qui prend fin avec les ordonnances de 1944 interdisant à un même patron de presse d'être aux commandes de plusieurs titres.

Dans les décennies suivantes, on a vu émerger successivement plusieurs groupes de presse : Hersant (*Le Figaro*, *Midi Libre...*), Lagardère (*Paris Match*, *Le Journal du dimanche*, Europe 1, La Cinq) et Vivendi (Canal +). Des empires médiatiques qui se délitent au tournant des années 2000. Ainsi, Dassault a racheté le groupe Hersant mais a tout revendu sauf *Le Figaro*, ce qui relève plus de la déconcentration que de la concentration. De même, le fils Lagardère a vendu par morceaux l'empire de son père.

Si les grands industriels peuvent aujourd'hui racheter des médias à bon prix en raison de la perte de valeur de la presse papier, ces acquisitions ne sont souvent pas rentables. Bernard Arnault a par exemple payé 300 millions d'euros pour *Les Échos*, un investissement qu'il mettra des décennies à amortir. Si c'est le cas un jour.

L'INFLUENCE DES PROPRIÉTAIRES SUR LES MÉDIAS EST DEVENUE UN SUJET DE PRÉOCCUPATION MAJEUR. POURQUOI ?

PE

Ce qui pose problème aujourd'hui, ce sont les projets politiques de certains propriétaires de médias. Prenez Vincent Bolloré : si on ne considère que les médias d'information, il a un groupe relativement petit (CNews, Europe 1, *Le Journal du Dimanche*), représentant

moins de 10 % de l'audience totale de l'information en France. Ce n'est donc pas tant une question de concentration que de projet idéologique.

L'influence des propriétaires varie considérablement. Xavier Niel, par exemple, n'intervient jamais dans la ligne éditoriale du *Monde*, même lorsque des affaires concernant ses entreprises sont traitées. Son unique intervention notable portait sur des questions de développement numérique, en l'occurrence une idée de newsletter envoyée au format PDF, relevant plus du management que de la ligne éditoriale.

D'autres, comme Bernard Arnault, sont très sensibles aux reproches. À l'époque, quand *Le Nouvel Observateur* avait publié un article critique sur ses investissements, il avait sanctionné le journal en supprimant toute campagne publicitaire de ses pages. Une décision qui avait conduit Claude Perdiel, le patron du titre, à brader les espaces publicitaires aux concurrents. Signe que les journalistes peuvent toujours résister aux pressions financières.

Il n'en reste pas moins que posséder des médias confère de l'influence. Xavier Niel l'a reconnu : avant d'acheter *Le Monde*, il n'avait pas accès au président de la République. Une semaine après l'acquisition, il obtenait un rendez-vous.

FACE À LA MONTÉE EN PUISSANCE DES PLATEFORMES NUMÉRIQUES, QUELLES PERSPECTIVES VOYEZ-VOUS POUR L'AVENIR DE L'INFORMATION ?

PE Je suis assez pessimiste. Les nouveaux médias indépendants en ligne connaissent des fortunes diverses. Mediapart est une réussite

incontestable, mais combien d'autres ont réussi ? Des sites comme StreetPress ou Les Jours vivent difficilement, avec des équipes réduites, et sont incapables de faire de l'information généraliste sur l'ensemble des sujets.

Le vrai problème vient des plateformes et réseaux sociaux qui captent l'attention et la publicité. Pour les consommateurs, s'abonner au *Monde* ou à *Libération* plutôt qu'à Netflix n'est pas un choix évident. Et ce ne sont pas seulement les jeunes qui préfèrent les réseaux sociaux : les plus âgés y sont aussi et sont parfois plus enclins à croire les fausses informations.

L'intelligence artificielle représente un autre défi majeur. Les investissements dans ce domaine se comptent en milliards, des sommes que les médias traditionnels ne peuvent pas mobiliser.

Je crois que nous allons vers un monde de l'information à deux vitesses : d'un côté, celles et ceux qui n'auront accès qu'à l'information des plateformes et réseaux sociaux ; de l'autre, celles et ceux qui auront également une information plus fiable. Le paradoxe, c'est qu'en multipliant les canaux d'information, on a créé des bulles informationnelles, favorisées par les algorithmes. Ces bulles ont toujours existé, mais elles sont désormais renforcées par la technologie.

Notre espoir réside dans la régulation européenne, notamment avec l'European Media Freedom Act adopté l'année dernière. C'est un bras de fer entre l'Europe et les États-Unis sur le contrôle des algorithmes, et celui-ci n'est pas gagné d'avance ●

NARCO-TRAFIC

Le langage se durcit, la réalité aussi

avec les témoignages de



ÉLODIE MIELCZARECK,
sémiologue



BERTRAND MONNET,
professeur à l'EDHEC Business School
et spécialiste de l'économie du crime

Dans les médias, le discours se muscle. Le « trafic de drogue » devient « narcotrafic » ; les politiques évoquent une « cartellisation ». La société craint un « ensauvagement », et les opérations de police promettent de faire « place nette ». Que traduit ce changement sémantique, et correspond-il à la réalité ? Réponse avec Élodie Mielczareck, sémiologue, et Bertrand Monnet, professeur à l'Edhec et spécialiste de l'économie du crime.

C'est un glissement sémantique qui en dit long : dans les médias, journalistes et politiques ne disent plus « trafic de drogue » mais « narcotrafic ». Selon Google Trends, les premiers soubresauts de cette pirouette lexicale interviennent en décembre 2023, alors que la commission d'enquête lancée par le Sénat en octobre 2023 commençait ses auditions. Les recherches décollent début mars 2024, quand des magistrats marseillais déclarent, devant la commission sénatoriale, « nous sommes en train de perdre la

guerre », évoquant la cité phocéenne comme une « narcoville ».

« Soit il y a une mobilisation générale pour ce long combat [contre le narcotrafic] qui prendra des années – mais on le gagnera –, soit il y a la “mexicanisation” du pays », affirme le 1^{er} novembre Bruno Retailleau, lors d'un déplacement à Rennes. Un vocabulaire auquel le ministre de l'Intérieur ajoute les néologismes « narcoracailles » ou « narco-enclaves », souligne TF1, ou même « narcoterrorisme ». Didier Migaud, alors ministre de la Justice, évoque

davantage que des « narcoracailles » des « narcocriminels » et n'hésite pas, lui non plus, à parler de « mexicanisation ». Un terme déjà utilisé par les services de police, selon France Info, tout comme la notion de « sicario », en français « sicaire », référence aux tueurs à gages qui opèrent pour les cartels d'Amérique latine.

« DU PARRAIN À GRISELDA »

Pour Élodie Mielczareck, « si “narcotrafic” s'est imposé dans le langage politique, c'est parce que le terme est efficace pour désigner une réalité nouvelle. “Trafic de drogue” pouvait désigner de petits circuits mafieux, limités à une économie souterraine sans violence excessive. “Narcotrafic”, lui, renvoie à une criminalité industrialisée, militarisée, qui infiltre les États, possède ses propres armées, ses routes internationales, et se dote même d'un imaginaire politique ». En important les mots d'outre-Atlantique, on convoque aussi son esthétique. « On passe du *Parrain* à *Griselda* », résume la sémiologue, référence à la série sortie sur Netflix en 2024 sur Griselda Blanco, « reine de la coca » colombienne.

Voilà pour l'imaginaire. Sur le terrain, les choses sont plus nuancées, observe Bertrand Monnet. Professeur à l'Edhec spécialiste de l'économie du crime, il a plongé pendant deux ans au cœur d'un cartel mexicain et en a tiré la série « Narco Business » pour *Le Monde*. Il a aussi été auditionné à l'Assemblée nationale dans le cadre du projet de loi pour lutter contre le narcotrafic présenté début 2025. « Le terme de “cartellisation” est très exagéré. Je travaille sur plusieurs organisations qu'on peut qualifier de mafias – les cartels mexicains, des organisations au Brésil, en Colombie. Une mafia est une entité criminelle qui fait de l'illicite en utilisant la violence et la corruption. Elle est reliée



Insécurité : 46 845 UBM

à des entités légales, notamment des entreprises qu'elle possède, de manière profonde et pérenne. La mafia valorise cette empreinte économique en un rayonnement social, qu'elle convertit dans les démocraties en contrôle du politique et des autorités administratives. Je ne pense pas qu'il existe en France des entreprises de grande taille au capital desquelles on trouve une organisation mafieuse. Bien sûr qu'il y a des cas de corruption, mais ça reste très marginal et non endémique», décrypte-t-il.

L'HYMNE DE NOS CAMPAGNES

Malgré tout, le trafic de drogue s'étend en dehors des grandes métropoles... Il est porté par une démocratisation des usages : l'Observatoire français des drogues et des tendances addictives (OFDT) relève ainsi «une plus grande variété de types de consommation : festives, mais aussi dans des métiers où la pénibilité est forte (cadences intensives, métiers physiques...)». Avec plus d'un million d'usagers de cocaïne en 2023, la demande n'a jamais été si forte. L'expérimentation, mais également la consommation régulière de toutes les autres drogues (ecstasy, héroïne...), s'inscrit, elle aussi, en hausse, ces substances étant désormais disponibles partout en France.

Sur le terrain, services de police et édiles s'inquiètent du phénomène – les médias s'en font l'écho. «Âgés de 15 à 49 ans, ils tenaient un trafic de drogue familial dans un village près

de Marseille», titre *Ouest-France*. «À Cavaillon, la France profonde submergée par le trafic de drogue», prévient *Challenges*. Le phénomène intéresse jusqu'en outre-Atlantique : début 2025, le *New York Times* publiait une enquête depuis Morlaix, symbole de ces petites villes «nouveau territoire» du trafic de drogue.

Les rapporteurs de la commission d'enquête du Sénat ont eux aussi noté cette extension du trafic aux villes moyennes et aux zones rurales. «Si la campagne connaissait bien la tournée du livreur de lait ou de pain, elle connaît aujourd'hui la tournée du dealer», écrivent les parlementaires. Un vocabulaire qui convoque l'image d'Épinal d'une campagne qui n'existe plus depuis longtemps. «Il est commun dans les discours politiques

d'opposer une vision mythologique passée à un présent dégradé et décadent, analyse Élodie Mielczareck. On peut aussi lire la mythologie du livreur de lait comme le repère d'une époque où l'économie locale était encore structurée autour de services de proximité. Il s'agit donc moins d'un fantasme bucolique que d'une réalité socio-économique : là où il y avait une activité commerciale formelle et structurante, il y a aujourd'hui un repli sur des économies parallèles et informelles, dont le trafic de drogue fait partie.»

« PLACE NETTE » ET « ENSAUVAGEMENT »

2023 a été marquée par des procès mettant en lumière l'insoutenable violence des trafics de drogues.



CRÉDIT • CDC

C'est le cas notamment de celui de Mathieu*, 16 ans, torturé et brûlé pour avoir vendu quelques grammes de cocaïne et de cannabis sans l'autorisation des gérants du « point de deal ». « Une affaire emblématique de la violence des dealers marseillais et du recours à une main-d'œuvre venue d'ailleurs, particulièrement vulnérable », écrivait *Le Monde* fin 2023. Les auteurs ont écopé de peines allant jusqu'à vingt-cinq ans de prison, pour « acte de torture et barbarie ». En 2024, la violence continue : un jeune de 15 ans a été frappé d'une cinquantaine de coups de couteau avant d'être brûlé vif, tandis qu'un jeune de 14 ans était écroué, « devenant possiblement le plus jeune tueur à gages de l'histoire récente », selon *Le Monde*. En tout, le narcotrafic a causé 110 morts en 2024, relève le ministère de l'Intérieur, et 341 blessés – des chiffres en baisse par rapport à 2023, année record (139 morts, dont au moins quatre victimes collatérales, et 413 blessés). Fait marquant : en mai, l'évasion du narcotrafiquant Mohamed Amra lors d'un transfert avait coûté la vie à deux agents pénitentiaires – le fugitif a été arrêté en février 2025. « Il y a une violence qui n'existait pas avant, sans limites », estime Bertrand Monnet. « Même au sein du crime organisé, cela choque, rapporte-t-il. Quand on en parle à des membres de la Camorra (la mafia napolitaine, NDLR), ils ne comprennent pas pourquoi on utilise une telle violence qui attire la police et les journalistes, alors qu'elle n'est pas nécessaire. » Le spécialiste apporte deux explications : d'abord, les trafiquants consomment beaucoup eux-mêmes et peuvent ne pas être dans leur état psychique normal. Ensuite, il existe une « volonté des jeunes de singer les organisations mexicaines, qui utilisent la torture et la mise en scène à des fins de dissuasion et de terreur ».

Face à cette ultraviolence, le terme « ensauvagement », réapparu en 2020 dans la bouche du ministre de l'Intérieur Gérard Darmanin, reste en toile de fond dans le débat public, en particulier sous l'impulsion des partis de droite et d'extrême droite. Des propos qui font écho au malaise de l'opinion publique. En novembre 2024, Ipsos publie pour la douzième année consécutive l'enquête « Fractures françaises » : 92% des personnes interrogées disent avoir le sentiment de vivre dans une société violente, et 89% estiment que la violence augmente dans la société française.

« La notion d'ensauvagement permet de marquer une rupture dans le “contrat social” [...], analyse Élodie Mielczarek. Le mot est symptomatique d'un “vivre ensemble” qui ne semble plus envisageable en dualisant deux visions irrémédiables, et en posant au fond cette question sans réponse : quelles moralités et citoyennetés communes entre les citoyens sans casier judiciaire et les criminels barbares ? »

L'État affiche sa détermination avec l'opération « place nette » dans tous les territoires marqués par le narcotrafic ; à Marseille, l'opération est même « place nette XXL ».

LES PETITES MAINS DU TRAFIC

Dans la lutte contre le narcotrafic, tout n'est pas noir ou blanc – dans les journaux, les enquêtes se multiplient pour comprendre les rouages de cette économie criminelle complexe. Les organisations criminelles recrutent des jeunes désœuvrés, parfois loin de leur lieu de vie. « Même s'ils sont happés par le trafic de drogue, ce sont aussi des victimes. Ils sont séquestrés, torturés, endoctrinés. La DZ fonctionne comme une secte, avec ses codes, ses règles,

ses valeurs, son propre langage. Les gamins sont totalement déstructurés, souvent déscolarisés, en rupture familiale », raconte ainsi sur France Culture Jean-Michel Décugis, grand reporter police/justice au *Parisien*. Dans une longue enquête, *Le Monde* parle de « jeunes clandestins, petits soldats jetables du trafic de drogue dans les grandes villes de France ». Après les jeunes locaux puis ceux venus de toute la France, une nouvelle main-d'œuvre est apparue sur les points de deal, expliquent les journalistes : « des migrants en situation irrégulière, encore plus facilement exploitables par les réseaux ». « De la chair à canon parfaite », souffle un enquêteur nantais.

Dans son livre *Cramés : Les Enfants du Monstre* (Julliard, 2024), le journaliste Philippe Pujol, lauréat du prix Albert-Londres pour sa série d'articles « Quartiers shit » sur les quartiers nord de Marseille, part à la rencontre de ceux qui s'appellent entre eux les « cramés » : « guetteurs, prostituées, main-d'œuvre exploitée et plongée dans la violence et la misère », écrit le journaliste. Exit le mythe de l'argent facile, il raconte ces travailleurs du bas de l'échelle et les méthodes des caïds pour organiser l'endettement de ces jeunes recrues et les embrigader : trous dans la caisse, saisie de police... Il évoque aussi, pour la première fois peut-être, les troubles de santé mentale chez ces jeunes dealers.

Loin de l'imaginaire des cartels, l'observation se veut au plus près du terrain. Ce retour à un vocabulaire « démagnétisé d'une terminologie “agressive” » est utile, estime Bertrand Monnet, « à la condition que ça n'aille pas vers une excuse et une normalisation ». « Le narcotrafic est une économie. Si on veut le comprendre et le combattre, il faut nommer les choses telles qu'elles sont. » ●

Uber Shit et Haribeuh : le narcotrafic à l'ère du marketing

« Il faut garder en tête la nature profondément économique du trafic de drogue », martèle le spécialiste de l'économie du crime Bertrand Monnet. Pour faire main basse sur ce marché dont la rentabilité peut aller jusqu'à 6 000 %, les dealers innovent. Nés du confinement, les services de livraison fleurissent sur les réseaux. « "Uber shit" et "Uber coke" : la livraison de drogues à domicile ronge les grandes villes », relate *Challenges*.

Jusqu'ici adeptes de discrétion, les trafiquants s'affichent sur les réseaux, où ils vendent et recrutent. Sur *Mediavivant*, on raconte les « djobeurs », pris dans l'ubérisation du trafic et qui trouvent leurs missions sur Snapchat, Telegram ou TikTok, où « sont publiées des petites annonces dans des chaînes de discussions aux noms évocateurs : "Actu djobeur" ou "la Cité Emploi" ».

Les trafiquants font aussi preuve de créativité dans le packaging, note la presse. « Nuttelhash, Haribeuh, cocaïne rose... L'inquiétante "marketisation" du trafic de drogue », alerte *Le Figaro*. Une quinzaine de marques françaises ont attaqué en contrefaçon la « société marketing » des trafiquants, sans existence légale mais baptisée « Pochette Surprise ». « Je voudrais souligner l'ingéniosité des prévenus », a plaidé l'avocat de Haribo.

Enfin, les organisations criminelles élargissent leurs activités. Sur France Culture, Jean-Michel Décugis, grand reporter police/justice au *Parisien*, analyse les agissements de la DZ Mafia, l'un des principaux groupes de narcotrafic marseillais : « Ils emploient les méthodes des cartels mexicains ou des clans camorristes du sud de l'Italie. Ils se transforment en groupe mafieux en diversifiant leurs activités, en rackettant des rappeurs connus, des chefs d'entreprise liés de près ou de loin au trafic de drogue, des établissements de nuit et des restaurants. C'est un nouveau phénomène. » Pour le procureur de la République de Marseille Nicolas Bessone, ces affaires démontrent que les narcotrafiquants « étendent désormais leur action aux secteurs d'activité du milieu traditionnel » de la mafia, et nouent de nouvelles alliances, ici avec le milieu du crime organisé corse ●

« POUR QUE LA HONTE CHANGE DE CAMP »

Le procès Mazan,
nouvelle déflagration
dans le mouvement
#MeToo

Lunettes rondes, cheveux courts, tête haute... À travers le monde, Gisèle Pélicot est devenue une icône féministe. En rendant son procès public, la Française a forcé la société à regarder ce qu'elle ne voulait pas voir. Une déclaration éminemment politique, nouvelle déflagration dans un mouvement #MeToo qui n'en finit pas de rebattre les cartes.

L'affaire est aussi sordide que Gisèle Pélicot est digne. Pendant près de dix ans, entre 2010 et 2020, Dominique Pélicot, désormais ex-mari de la victime, l'a droguée, violée et fait violer par des hommes qu'il recrutait sur Internet. 51 individus ont été jugés et condamnés. Le tremblement de terre est total et secoue le mouvement féministe, ses partisans, ses opposants, et ceux qui, jusque-là, pensaient n'avoir rien à en dire.

UNE ICÔNE QUI DÉPASSE LES FRONTIÈRES

L'affaire aurait pu être privée; Gisèle Pélicot en a décidé autrement. Le 2 septembre 2024, alors que ce procès hors norme s'ouvre pour onze semaines éprouvantes, elle refuse le huis clos. «La honte doit changer de camp», clame son avocat Stéphane Babonneau, offrant résonance à une revendication féministe de longue date. Rendue publique, l'affaire de Mazan n'est plus un fait divers mais un fait de société.

La déferlante est immédiate et dépasse de loin les frontières de l'Hexagone. «Le visage du courage», titre le *New York Times* à la clôture d'un procès qui marque un «tournant collectif», estime la journaliste. «La nouvelle icône de la France», abonde le quotidien allemand *Die Zeit*, pour qui le courage de Gisèle Pélicot a conduit la France à «un changement d'époque». «No More Shame» (plus de honte), affiche *Vogue Germany* dans une Une de sa version numérique où s'affiche le portrait de la Française, hommage «à son courage et à sa force». Au Royaume-Uni, la BBC place Gisèle Pélicot parmi les 100 femmes inspirantes et influentes de l'année aux côtés de la lauréate du prix Nobel de la Paix Nadia Murad ou de la militante pour le climat Adenike



Oladosu, tandis que le *Financial Times* l'inscrit parmi les 25 femmes les plus influentes de 2024, aux côtés de Taylor Swift et de Kamala Harris.

Lorsque les médias n'érigent pas Gisèle Pélicot en icône, les internautes s'en chargent pour eux. Alors que le *Times* a élu Trump pour sa fameuse couverture «Person of the Year» (pour la seconde fois de son histoire), c'est une autre Une qui fait le tour des réseaux : un montage où Gisèle Pélicot a pris sa place.

Face à ce fort soutien pour la victime sur les réseaux sociaux, les avocats de la défense tentent de reprendre la main sur le narratif. Sur Instagram et TikTok, à raison d'une dizaine de posts par jour, l'avocate Nadia El Bouroumi reprend les codes des influenceurs et se met en scène dans des vidéos à vocation humoristique et provocatrice. Ses vidéos sont virales mais provoquent de nombreuses et virulentes critiques. «L'avocate Nadia El Bouroumi peut-elle tout dire sur ses réseaux sociaux?», interroge-t-on sur France Culture.

« PAS TOUS LES HOMMES » (MAIS TOUJOURS UN HOMME)

Si l'affaire de Mazan a un tel retentissement, c'est bien sûr grâce au charisme et au courage de Gisèle Pélicot. Mais c'est aussi en dépit d'elle, parce



**Violences
faites aux
femmes :
31 247 UBM**

que les profils de ses agresseurs sont si variés et banals que chacun peut y voir un potentiel miroir. Au fil des onze semaines de procès, les journalistes dressent le portrait des 51 accusés. Certains sont marqués par une histoire personnelle et familiale difficile, faite d'abandon, de violences et d'addiction. D'autres en revanche ont un parcours apparemment sans embûche, un métier, une famille, sont intégrés dans la société. Des «Monsieur Tout-le-monde», répète-t-on au fil des colonnes, âgés de 26 à 73 ans. Pompiers, journalistes, infirmiers, gardiens de prison, retraités... Alors que certains hommes se défendent d'une essentialisation à travers un NotAllMen (pas tous les hommes), cette argumentation vacille. Pas tous les hommes, bien sûr, mais toujours un homme.

«C'est peut-être le premier grand procès de la masculinité où on prend

collectivement conscience que notre façon d'être des hommes dans ce pays depuis des siècles a des conséquences. J'ai mal au bide en tant qu'homme», partage Karim Rissouli sur le plateau de «C ce soir» sur France 5, dans une émission baptisée «Mazan : le procès des "bons pères de famille"». Le «bon père de famille» est à la barre, de *Télérama* à France Culture, où l'on invite la militante Rose Lamy, autrice de *En bons pères de famille* (JC Lattès, 2023). Au fil des pages,



**L'IVG :
3 132 UBM**

(dont constitutionnalisation
semaine du 04-03-24 : 1 475 UBM)

8 mars 2024 : l'IVG entre dans la Constitution française

Le droit à l'interruption volontaire de grossesse (IVG) est fragile. En Pologne, l'avortement est presque totalement interdit depuis 2020. Aux États-Unis, la Cour suprême a annulé en 2022 l'arrêt *Roe v. Wade* qui garantissait le droit à l'avortement, laissant les États libres de l'interdire ou non. La France réaffirme son attachement à ce droit, et, en 2024, le fait entrer dans la Constitution. Une protection supplémentaire pour les femmes, un acte fort et une première mondiale •

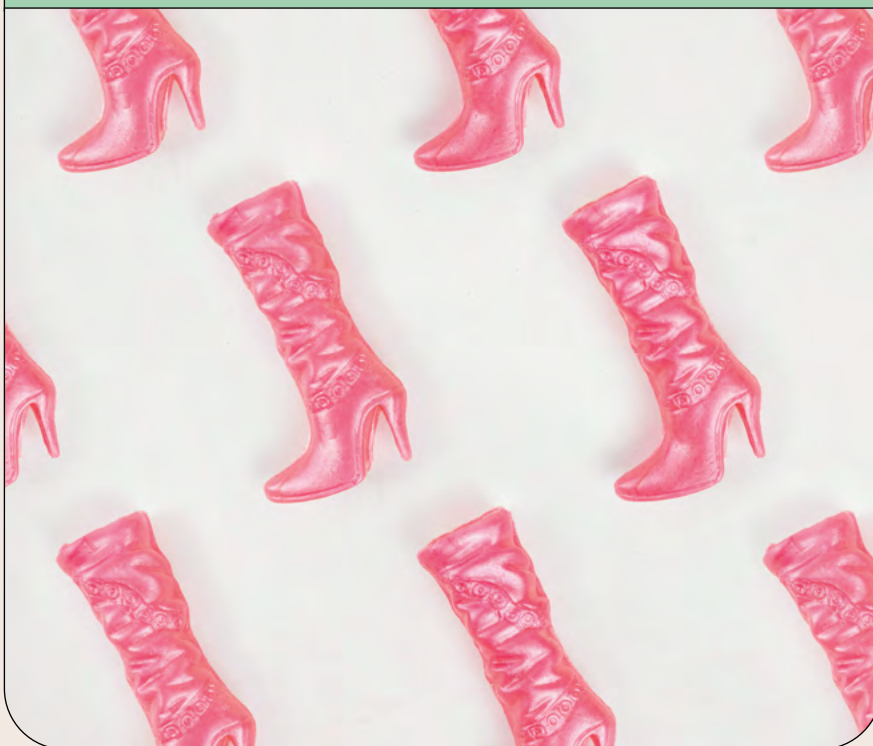
juristes, sociologues, journalistes, philosophes, historiennes, députés, décryptent l'affaire dans toute sa complexité. Sur le terrain, on donne aussi la parole aux citoyens. Dans une enquête pour *Le Monde*, la journaliste Victoire Radenne part à la rencontre de ces hommes qui se remettent en question; ou qui, au contraire, rejettent cette présomption de culpabilité. «Est-ce que je fais partie du problème?», se demandent les uns. «Je réfute cette assignation à l'autoflagellation», se défendent les autres. Dans *Libération*, 200 hommes signent une feuille de route pour contrer la domination masculine, établie par le thérapeute et auteur spécialiste des questions de genre Morgan N. Lucas. Au menu : s'assurer du consentement de sa partenaire, désapprendre les a priori sur la masculinité, s'éduquer, écouter, faire sa juste part du travail...

LE PROCÈS DE LA « CULTURE DU VIOL »

Abandonner la figure du monstre, c'est accepter que les violences sexuelles ne relèvent pas du fait divers, mais du fait de société. Ainsi, le procès Mazan devient celui de la «culture du viol». France Info, *Le Monde*, *Ouest-France*, *Mediapart*, *Alternatives Économiques*, *Le Nouvel Obs...*, tous reprennent cette notion. Un «terme choc» qui englobe «tous les comportements que la domination masculine autorise, banalise et excuse», définit la chercheuse et historienne du féminisme Christelle Taraud dans le journal *Sud Ouest*. Au centre, «le viol comme pratique emblématique de la domination des femmes dans le système patriarcal», complète-t-elle. Dans *Le Figaro*, en revanche, «il n'y a pas de culture du viol», pour Claude Habib, essayiste et professeure émérite de littérature. D'ailleurs, la juriste Louise El Yafi estime dans ce même journal que «considérer que

Masculinisme vs Tanaland : l'écart se creuse, notamment chez les plus jeunes

D'un côté, des influenceurs masculinistes qui propagent des idées misogynes auprès de millions de jeunes ; de l'autre, des femmes qui imaginent en ligne un monde fictionnel et utopique exclusivement féminin, appelé Tanaland. L'affrontement culturel est révélateur d'une polarisation croissante entre femmes et hommes. Début 2025, le Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes (HCE) publie une étude allant en ce sens : « Les femmes sont plus féministes, et les hommes, plus masculinistes, surtout les jeunes », conclut Bérangère Couillard, présidente du HCE •



CRÉDIT • Girl With Red Hat

CRÉDIT • P. Tille



le viol n'est qu'une construction sociale revient à l'excuser».

Nouveauté rhétorique au procès, également : si les agresseurs ne réfutent pas les faits – après tout, ils ont été filmés –, ils en nient l'intention. Le mari les ayant invités dans l'intimité de leur chambre maritale, les accusés ont présumé du consentement de sa femme, disent-ils en substance. Ils seraient donc victimes de la manipulation de Dominique Pélicot. «Il y a viol et viol», assène quant à lui Guillaume de Palma, avocat de six des 51 accusés, dans une défense qui a largement choqué l'opinion publique. Le 19 décembre, dans son verdict, le président de la Cour criminelle du Vaucluse Roger Arata rejette finalement l'idée d'un «consentement par procuration» ou de «présomption de consentement de la part d'une victime totalement inconsciente».

LE CONSENTEMENT DANS LA LOI ?

Le consentement est au cœur des débats, et le magazine *Elle* mène

un sondage en partenariat avec OpinionWay. «Résultat : des paroles, peu d'actes», estime le magazine. 58% des répondants, tous des hommes, considèrent comme «acceptable» d'insister après s'être vu opposer un refus, estimant que leur partenaire peut changer d'avis. 57% déclarent interpréter l'absence d'un «non» comme le feu vert à une relation sexuelle. Pourtant, 67% d'entre eux souhaitent l'inscription du principe de consentement affirmatif dans la loi. Dans un sondage mené en février 2024 par YouGov pour l'application de rencontre Bumble auprès des 18-25 ans, on apprenait que, si 92% des répondants affirment que le consentement est clé pour une relation saine, ils sont aussi 63% à craindre de dire non ou de décevoir leur partenaire dans l'intimité.

Faut-il, ou non, inscrire le consentement, ou son absence, dans la loi? Des propositions de loi ont été faites en ce sens, et un rapport de l'Assemblée nationale du 21 janvier 2025 sur la définition pénale du viol examine ces notions. Du



Procès des viols de Mazan : 6 156 UBM

parlement aux sphères féministes, les débats font rage. Pour les partisans d'une modification de la loi, cela introduirait un changement symbolique qui reflète davantage nos exigences de société. Pour ses détracteurs, cela inverserait la charge de la preuve : tandis qu'aujourd'hui c'est à l'accusation de démontrer le crime ou le délit, il appartiendrait alors à l'accusé, donc à l'agresseur présumé, de démontrer qu'il a reçu le consentement de la victime présumée. Cela risque également de mettre la focale sur le comportement de la victime plus encore que ce n'est le cas aujourd'hui. Sans compter que la notion même de consentement peut poser problème : on peut par exemple consentir pour avoir la paix ou parce qu'on veut garder son travail. La question, épineuse, n'est pas tranchée. En droit français, le viol est toujours défini comme «tout acte de pénétration sexuelle, de quelque nature qu'il soit, ou tout acte bucco-génital commis sur la personne d'autrui ou sur la personne de l'auteur par violence, contrainte, menace ou surprise». (article 222-23 du Code pénal)

LE MOUVEMENT #METOO CONTINUE SON CHEMIN

Sept ans après l'avènement du mouvement #MeToo aux États-Unis, les scandales successifs

continuent d'ébranler une société qui a longtemps fermé les yeux sur les violences faites aux femmes et aux enfants. Début 2024, Judith Godrèche dénonce l'emprise et l'entreprise de prédation de Benoît Jacquot. Sa relation avec le réalisateur alors qu'elle n'était qu'une adolescente de 15 ans était, bien qu'illégale, connue de tous. En juillet 2024, on apprend, dans un rapport commandé par Emmaüs, que l'Abbé Pierre a agressé sexuellement au moins 24 femmes, dont une mineure. L'Église catholique et Emmaüs étaient au courant de ses agissements depuis au moins les années 1950.

On pourrait aussi évoquer le #MeToo des armées à partir de mars 2024 avec l'annonce par le ministre des Armées Sébastien Lecornu d'une mission de protection des victimes et de sanction des agresseurs; le #MeToo à l'hôpital avec l'annonce en septembre 2024 d'une enquête pour mesurer l'ampleur des agressions sexuelles au sein de l'institution; et bien d'autres encore. Un inventaire à la Prévert qui rappelle que, si les agressions sexuelles sont toujours légion, les victimes n'ont plus peur de se faire entendre.

Dans un sondage mené par l'IFOP pour le magazine *Elle*, l'institut observe que près de 8 Français sur 10 disent éprouver de l'empathie pour les femmes qui dénoncent les violences sexuelles infligées par les hommes de pouvoir. «Ce soutien du grand public aux victimes semble marquer un début de libération de l'écoute, dans le sillage d'une libération de la parole», concluent les responsables de l'enquête. Parce qu'enfin, peut-être, la honte a changé de camp ●

« Toutes et tous égaux » : quand la nation se mobilise pour l'égalité entre les femmes et les hommes

Pour lutter contre les inégalités entre les femmes et les hommes, le Gouvernement a renforcé son engagement avec le plan « Toutes et tous égaux ». Cette initiative, qui s'inscrit dans la grande cause du quinquennat, s'articule autour de quatre piliers : l'action contre les violences faites aux femmes, la santé des femmes, l'égalité professionnelle et la culture de l'égalité. Ce plan vise à sensibiliser le grand public et à accompagner les femmes à travers un réseau d'acteurs institutionnels et associatifs. Dans la lutte contre les violences faites aux femmes, après avoir traité plusieurs sujets ces dernières années (valorisation du dispositif d'écoute et d'aide 3919, campagne de sensibilisation à destination des témoins de violences, ou encore mise en avant des professionnels accompagnant les victimes), le Gouvernement a mené en 2024, à l'occasion de la Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes, le 25 novembre, une campagne pour sensibiliser sur l'outrage sexiste, afin de dénoncer le mal à la racine. Un appel à projets a également été conduit pour soutenir en gracieux les communications de plusieurs associations qui accompagnent les femmes victimes de violences. Quatre applications visant à « prévenir et lutter contre les violences sexistes et sexuelles » ont ainsi été désignées lauréates de cet AAP : App-Elles, UMay, Ti3rs et Mémo de vie. Si le chemin vers l'égalité reste long, cette mobilisation collective entre pouvoirs publics et société civile témoigne d'une volonté d'agir concrètement pour que la libération de la parole s'accompagne de changements structurels durables ●

CONSOM- MATION

Entre Shein et Vinted, mon cœur balance

Dans le budget des Français, Shein, géant de la mode ultrarapide, a détrôné Vinted, roi de la seconde main. Le duel est symbolique, à l'image de ces deux tendances de consommation qui cohabitent, non sans remous ni couverture médiatique.

En 2024, la marque de *fast fashion* Shein est devenue l'enseigne dans laquelle les Français ont le plus dépensé. Depuis 2020, c'est la plateforme lituanienne de seconde main Vinted qui était sur la plus haute marche de ce podium. Voilà les enseignements d'une étude menée par l'application de *cashback* Joko et publiée début 2025. On y apprend que Shein a connu une croissance de 58%, contre 12% pour Vinted, et que la plateforme chinoise Temu, arrivée en France en 2023 et qui commercialise toutes sortes d'objets à bas prix, a explosé avec une croissance de 178%. Fait intéressant : plus de la moitié des clients de Vinted (58%) sont également

clients de Shein – preuve que dans la consommation, pratiques vertueuses et désirs d'hyperconsommation peuvent cohabiter.

SHEIN : PETITS PRIX...

Boostée par le confinement puis par l'inflation, Shein s'impose depuis 2020 dans le quotidien des Français autant que dans le paysage médiatique. Alors que l'enseigne se déployait habituellement uniquement sur Internet, elle fait désormais quelques incursions dans le monde physique. Après un premier pop-up store à Paris en 2023, elle arrive en 2024 pour une semaine sur le Vieux-Port de Marseille – non sans faire «grincer des dents», relève *Capital*.

Face à cette offensive de la mode «jetable», de ses 7 000 nouveaux vêtements mis en ligne chaque jour et de ses prix chocs, le prêt-à-porter traditionnel fait grise mine et la presse économique fait les comptes. Après une année funeste en 2023, d'après Europe 1, «la spirale infernale continue pour le secteur de l'habillement en France», déplore *La Dépêche*. En février, IKKS a annoncé un plan de sauvegarde, tandis qu'en mai le groupe Esprit a déposé le bilan. Les Français dépensent tout simplement de moins en moins pour s'habiller et «quand la taille d'un gâteau se réduit, et que de nouveaux convives (les acteurs numériques) prennent quelques parts, la situation des acteurs historiques est mécaniquement difficile», relève *Alternatives Economiques*, s'appuyant sur une note de l'INSEE qui explore cette tendance de fond. «Tout n'est pas noir», nuance tout de même le directeur de l'Observatoire de l'Institut français de la mode sur France Info. Il observe des «signaux positifs», notamment sur des «segments un peu plus premium». Par exemple, la stratégie de Zara, nous apprend *Le Figaro* : «Face à l'ultrafast fashion, Zara monte en gamme (avec succès).»

Parmi ce segment premium, certaines marques françaises tirent leur épingle du jeu, notamment grâce à une image «parisienne chic» et à une communauté fidèle : Sézane (4,8 millions de *followers* sur Instagram), Rouje (1 million de *followers*), Balzac (567k *followers*) ou encore Polène (2,5 millions de *followers*).

... GRAND DÉSASTRE ÉCOLOGIQUE

Si Shein et son cousin généraliste sont montrés du doigt, c'est aussi, et surtout, pour leur impact écologique désastreux. Un rapport parlementaire pointe les conséquences de la *fast fashion* : «En l'espace de deux



décennies, le prix moyen des vêtements a diminué de 30%. En parallèle, les quantités achetées ont doublé. On constate aujourd'hui qu'un milliard de plus de vêtements sont mis sur le marché par rapport à ce qu'il se faisait il y a dix ans. [...] Cet emballement, décorrélé de toute dynamique démographique, conduit les vêtements à être moins portés, plus rapidement relégués, et à être plus vite jetés. Les chiffres sont frappants : on estime qu'un tiers seulement des vêtements en fin de vie le sont compte tenu de leur usure ou de leur détérioration.»

«Les avions cargo du monde suffisent à peine pour transporter tout ce que vous commandez sur Temu ou Shein», titre *Géo*, faisant état de «9 000 tonnes transportées par avion par jour, soit l'équivalent de 88 Boeing 777». Dans son rapport annuel RSE publié en août 2024, Shein annonçait avoir émis 16,7 millions de tonnes de dioxyde de carbone contre 9,17 millions en 2022. L'empreinte est titanesque, la qualité médiocre, voire dangereuse. «Shein : des substances toxiques trouvées dans des produits pour enfants», alertait par exemple *Le Figaro* en mai 2024.

Côté social, les choses ne sont pas plus reluisantes. En 2021, l'ONG suisse Public Eye révélait, dans une enquête largement reprise par les médias internationaux, des conditions de travail illégales dans les usines chinoises, avec notamment des semaines de 75 heures. En 2024, l'association retourne sur le terrain et constate que, malgré les promesses, la situation n'a pas changé. «Comme en 2021, le personnel interrogé raconte travailler en moyenne 12 heures par jour – après déduction des pauses pour les repas de midi et du soir –, et ce au moins six jours par semaine, le plus souvent même sept.» Dans son rapport 2024, «Shein reconnaît l'exploitation d'enfants chez deux de ses fournisseurs», relève le média *ANCRÉ*.

VERS UNE LOI « ANTI-FAST FASHION »

La classe politique réagit. Sur Internet, elle détourne les armes de son adversaire et organise des *haul*, ces grands déballages par lesquels les influenceurs exhibent leurs achats. «Je commence avec des chaussures



Pouvoir d'achat : 40 491 UBM

trop canon, trop classe, présente le député Antoine Vermorel sur TikTok, en reprenant le vocabulaire en vigueur dans ce type de vidéo. Elles ont été traitées au phtalate, un perturbateur endocrinien qui peut nous rendre stériles.» La vidéo fait parler, avec plus de 1 million de vues, mais est une goutte d'eau : selon la plateforme d'influence marketing sur les réseaux sociaux Kolsquare, Shein domine largement le TikTok européen avec 90 millions d'euros d'Earned Media Value (EMV), soit la visibilité gratuite offerte par ses consommateurs ou les influenceurs. Juste derrière, Primark, H&M et Zara, représentants eux aussi de la *fast fashion*, ne récoltent que la moitié de cette EMV (44,7 millions en moyenne).

Surtout, les parlementaires ripostent à l'Assemblée nationale. Le 14 mars 2024, ils adoptent à l'unanimité une proposition de loi visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile. Baptisée loi «anti-fast fashion», le texte propose d'interdire toute publicité liée à la *fast fashion* et d'imposer un malus environnemental à ces produits pour les rendre moins attractifs. Une loi «historique», se félicite sur France Info Julia Faure, créatrice de mode et cofondatrice de l'association En mode climat. La loi doit encore être examinée au Sénat avant d'entrer en vigueur. Parmi les autres actions conduites par le Gouvernement pour encourager des pratiques vertueuses

en matière d'habillement et lutter contre la mode jetable, il éten-
dait, en novembre 2023, le bonus
réparation – en vigueur pour les
produits électroménagers depuis
2022 – aux textiles et chaussures.
Un an plus tard, c'est un «succès»,
se félicite-t-on dans les médias,
de *Reporterre* à TF1. «En un an,
826 000 réparations réalisées», pré-
cise BFM TV.

ACTION, LIDL..., QUAND LE DISCOUNT DEVIENT COOL

L'inflation est passée par là. Si en 2024
elle atteint une «quasi-stabilité»
en France, selon l'INSEE, c'est «la
grande panne de la consommation»,
titre *Le Monde*. Et pour cause : «Dans
les grandes surfaces alimentaires, les
prix restent encore plus de 20% plus
élevés qu'en 2021», rappelle au quo-
tidien du soir Emily Mayer, directrice
des études de l'institut Circana, qui
récupère les données de caisse trans-
mises par les enseignes. Résultat,
les Français sont «de plus en plus
accros au discount», conclut le ma-
gazine de la consommation LSA. En
réponse à cette hype, les enseignes
d'ultra-discount se multiplient sur le
sol français, à l'instar de Wibra, une
entreprise familiale néerlandaise qui
s'est implantée en octobre, ou encore
de Atacadao, enseigne brésilienne de
grande distribution appartenant au
groupe Carrefour, arrivée au prin-
temps. Chaque nouvelle arrivée fait
l'objet d'un décryptage minutieux de
la part des journalistes qui analysent
les stratégies marketing pour attirer
les consommateurs et leur redonner
une sensation de pouvoir d'achat.

Selon une étude réalisée par Havas
Commerce, 82% des Français fré-
quentent des enseignes de discount.
Lidl, enseigne la plus appréciée par
les répondants de cette étude, avait
déjà commencé sa mue pour devenir
«cool». Sur *BIBA*, on s'enthousiasme

de «ces baskets Lidl ultra ten-
dances». Action s'inscrit dans la
même lignée. «J'ai connu Action il
y a six mois, confie face à sa caméra
le comédien Jeremy Lorca. Ma vie a
radicalement changé.» Avec humour,
il raconte comment l'enseigne vous
happe avec des objets pas chers que
vous n'aviez pas prévu d'acheter. «J'y
suis allé pour un sécateur, je suis
sorti avec 70 euros de déco de Noël.»
Sur France Inter, Benoît Heilbrunn
explique la manœuvre : «Quand on
achète des babioles à 1, 2, 3 euros,
on en achète 5 et on n'a pas l'im-
pression d'acheter quelque chose à
15 euros.» Manifestement, Lorca n'est
pas seul : en 2024, pour la deuxième
année consécutive, Action s'est hissée
en tête des enseignes préférées des
Français, selon une étude réalisée par
le bureau en stratégie EY-Parthenon.
Consécration suprême : après Shein,
Action a aussi ses *haul* sur TikTok.

LA SECONDE MAIN, UN SUCCÈS... ET UN RETOUR DE BÂTON ?

Les Français font attention à leur
portefeuille, mais n'en ont pas ou-
blié la planète. «Consommation res-
ponsable : la sobriété commence à
s'imposer», annonce Novethic en
août 2024, alors que l'Agence de la
transition écologique et Greenflex
publient la vingtième édition de leur
baromètre sur la consommation res-
ponsable. Selon l'étude, 4 Français
sur 5 pensent que la crise clima-
tique nous oblige à revoir nos modes
de vie et de consommation. 55%
limitent leurs achats de produits
neufs – d'abord par nécessité éco-
nomique (58%) mais aussi, pour bon
nombre d'entre eux, par conviction
écologique et sociale (42%).

Symbole de cette seconde main de-
venue désirable, le groupe Vinted est
bénéficiaire pour la première fois
en 2023 avec un chiffre d'affaires

de 596,3 millions d'euros – soit une
hausse de 61% par rapport à l'année
précédente. Côté consommateurs,
le réflexe responsable est quasi irré-
pressible. «Comment je suis deve-
nue accro à Vinted (et comment j'ai
décroché)», raconte sur *Philosophie
magazine* une «vendeuse compul-
sive repentie». «Est-ce exagéré de
dire que Vinted hante mes nuits? Pas
du tout», confesse une autre utili-
satrice à *L'ADN*. «Je ressens un pic
d'hormones quand je tombe sur une
bonne affaire», partage un dénicheur
de bons plans dans *Marie Claire*.

Un amour de la fripe qui n'est pour-
tant pas sans conséquences environ-
nementales. Dans «Very bad fripes»,
Envoyé Spécial part à la rencontre
des «petites mains de la fripe du
bout du monde, et explore l'impact
écologique souvent méconnu de cette
industrie». «En 2023, 180 000 tonnes
de vêtements d'occasion ont été ex-
portées, la plupart vers l'Afrique, qui
reçoit 37% de nos vieux habits, sui-
vie par l'Europe, 33%. Dix-sept pour
cent de nos exportations prennent
le chemin de l'Asie, notamment de
l'Inde», détaille France Info. Sur nos
territoires, ça se voit : «Les bennes
de collecte de vêtements débordent»,
remarque France 3 Bretagne, qui
évoque une crise de la filière de ré-
cupération et recyclage. De son côté,
Ouest-France prévient : «Ben-
nes qui débordent, centres de tri fermés : la
collecte de vêtements sature.»

La seconde main, avec modération?
C'est mal parti. En 2024, Shein
lance son service de seconde main.
«Éthique ou culotté?», interroge
France Culture, avant de trancher :
«l'ultra-fast fashion entendant «fa-
voriser l'économie circulaire» est un
marchand d'armes entendant favo-
riser la paix.» Cardigans en polyes-
ter, crop tops en nylon et pantalons
stretch..., les bennes sont pleines,
n'en jetez plus! ●

Le pouvoir d'achat, un mythe français



Interview de
BENOÎT HEILBRUNN,
philosophe et professeur à l'ESCP
Business School

Pour le philosophe Benoît Heilbrunn, le pouvoir d'achat est une passion française et un dogme qu'il faut déboulonner d'urgence. Dans son essai *Ce que nous cache le mythe du pouvoir d'achat* (l'aube, 2024), ce spécialiste de la consommation plaide pour redonner du sens aux mots, de la substance au capitalisme et du pouvoir aux citoyens.

DANS QUELLE MESURE LE POUVOIR D'ACHAT EST-IL UNE PASSION FRANÇAISE ? QUELLE EST SA SPÉCIFICITÉ ?

BENOÎT HEILBRUNN Il n'y a effectivement qu'en France que l'on parle de « pouvoir d'achat ». Dans d'autres pays, on parle davantage de revenus ou de politique salariale, ce qui n'est pas du tout la même chose. Et cela nous rappelle que l'on ne peut évoquer la question de la consommation sans évoquer celle du travail.

SUR QUOI REPOSE LA « MYSTIQUE » DU POUVOIR D'ACHAT ?

BH Le marketing fait de nous des citoyens réduits à une fonction essentielle qui est la consommation,

nous ôtant toute légitimité autre que celle d'être guidés par les promos. À cela s'ajoute notre quête permanente du bien-être et le fait que nous nous habituons rapidement à toutes les améliorations qualitatives de notre niveau de vie. Celui-ci ne cesse de s'améliorer alors que nous avons l'impression que notre pouvoir d'achat ne fait que décroître. Cette illusion pernicieuse nourrit un ressentiment qui peut être explosif à terme.

POURQUOI Y A-T-IL URGENCE À EN FINIR AVEC CETTE OBSESSION ?

BH Il faut se méfier des notions répétées à satiété, et que l'on ne se donne plus même la peine de définir. Le pouvoir d'achat est un oxymore dans la mesure où l'on ne saurait réduire le pouvoir d'un individu à sa capacité d'achat. Pour autant, la notion de pouvoir est cruciale, et il importe de redonner de la souveraineté aux individus dans le système de consommation, qui est indissociable du système de production. Les citoyens devraient pouvoir participer aux décisions d'investissement dans des domaines tels que le logement, le transport, la santé, l'éducation, qui affectent directement leur vie quotidienne. En réduisant la consommation à l'achat d'aliments ou d'énergie, on oblitère sa dimension politique et le poids des décisions collectives pour orienter le système ●

LES MÉDIAS FACE AU « BACKLASH ÉCOLO »

Entre mobilisation et polarisation



avec le témoignage de
VALÉRIE MASSON-DELMOTTE,
paléoclimatologue et ancienne
coprésidente du groupe 1 du GIEC

L'enjeu environnemental est aujourd'hui tiraillé
par une pluralité d'intérêts contradictoires.
La cause écologique se retrouve ainsi face
à un « retour de bâton » qui pose la question
d'un changement d'approche médiatique.

En 2019, des milliers de personnes défilent à Paris, New York ou Montréal pour réclamer une action politique à la hauteur de l'urgence climatique et le respect de l'Accord de Paris. Cette année-là, une nouvelle Commission européenne, issue d'un Parlement verdi, annonce son Green Deal. Six ans plus tard, c'est peu dire que le momentum est passé.

L'ÉCOLOGIE SEMBLE CÉDER DU TERRAIN

2024 restera dans les annales comme l'année où le réchauffement climatique a dépassé pour la première fois la barre symbolique de +1,5°C sur une année complète. «Ça ne veut pas dire que ce niveau de réchauffement soit atteint durablement, mais on y sera très vite, sans doute au début de la prochaine décennie», pose Valérie Masson-Delmotte, paléoclimatologue et ancienne coprésidente du groupe 1 du GIEC.

Si l'augmentation des températures est actée, la situation est plus complexe quand on se penche sur le traitement médiatique de ses causes et de ses conséquences.

Les liens entre réchauffement climatique et catastrophes naturelles sont de plus en plus systématiquement établis. À la suite des inondations à Valence, *Le Monde* interroge ainsi un expert estimant que «le réchauffement de la Méditerranée est de la dynamite» – condamné à augmenter en fréquence et en intensité – et affirme que les inondations qui ont touché l'Afrique cette année ont été aggravées par le changement climatique, tandis que *Le Figaro* égrène la litanie des records de températures en France.

Pourtant, cette couverture ne se traduit pas par une présence massive à



la Une de tous les médias de France. Spécialisé dans le relevé chiffré du traitement médiatique des enjeux environnementaux dans les programmes d'information, l'Observatoire des Médias sur l'Écologie note un recul de 30% du temps d'antenne consacré à ces sujets en 2024.

Reflet de cette décrue observée dans les médias, l'écologie serait-elle passée au second plan de nos préoccupations? Dans un contexte mondial où l'urgence climatique cède du terrain face à la préoccupation économique, selon l'étude de l'Observatoire international Climat et Opinions publiques 2024, en France, la situation semble plus contrastée. Si les études de l'Agence pour la transition écologique (ADEME) tendent à confirmer la place importante accordée au sujet, elles évoquent un recul significatif. La dégradation de l'environnement est désormais en quatrième position (25%, -6 points par rapport à 2023), derrière la violence et l'insécurité (45%, +7 points), l'immigration (32%, +8 points) et la pauvreté (26%, -1 point). Une baisse que l'ADEME impute en partie à un été hexagonal «moins éprouvant». Citant de son côté le baromètre de l'ADEME sur les représentations sociales du changement climatique, *Le Figaro* précise qu'environ un tiers du public n'est toujours pas convaincu par le consensus scientifique sur l'implication de l'effet de serre dans le réchauffement climatique. Et, contrairement aux idées reçues, le climatoscepticisme n'épargne pas complètement les jeunes générations. Selon une radiographie des climatosceptiques établie par l'ONG Parlons Climat, si les seniors sont surreprésentés parmi les sceptiques (33%), c'est un quart de la jeunesse française qui serait touchée.

Ce que certains observateurs qualifient désormais de «backlash

écologique» semble avoir pris racine en 2024 dans notre paysage sociopolitique.

UNE MÉCANIQUE DE BACKLASH

Ce recul sensible s'explique d'abord par une forme de déni, alors que pour 10% des Français «il n'y a rien à faire» face au changement climatique, comme le relève l'étude «Fractures françaises». C'est en tout cas la conviction de Valérie Masson-Delmotte, qui décrit un mécanisme psychologique de défense : «On voit que l'organisation de nos sociétés est rattrapée par ce climat qui change vite, qui crée un sentiment d'incertitude, d'insécurité. Et ce contexte est favorable à des mécanismes de déni, précise-t-elle. Les personnes qui doivent vivre tout

le temps avec un risque en zone inondable finissent par s'habituer à la situation et au risque. Jusqu'au jour où l'eau monte.»

Un déni collectif qui tend à se cristalliser en mouvement politique. Le terme «backlash» a ainsi été forgé par la journaliste américaine Susan Faludi dans les années 1990 pour décrire le retour de bâton orchestré contre les avancées féministes. Aujourd'hui, le concept s'applique donc au mouvement de recul en forme de retour de bâton face aux acquis écologiques.

Pour Théodore Tallent, chercheur à Sciences Po Paris et auteur d'une note pour la Fondation Jean-Jaurès, «les partis politiques orchestrent largement ce backlash». Une intuition



CRÉDIT ● Jilbert Ebrahimi

confirmée par un article du *Monde* faisant état d'un certain personnel politique qui est «devenu soit de plus en plus mutique sur la question écologique [...], soit s'est mis à dénoncer les "contraintes" écologiques pour mieux récupérer les colères».

Une cristallisation s'est d'ailleurs récemment opérée autour de la question agricole en Europe. Pour le journaliste spécialisé Stéphane Foucart, il s'agit de l'exemple archétypal du paradoxe conduisant à la mécanique du backlash : «C'est un cercle vicieux. Plus l'environnement se dégrade, plus il est compliqué de vivre de l'agriculture, et plus les agriculteurs sont en colère et se sentent attaqués dans leur métier. Survient alors un désir accru de faire tomber les contraintes et les normes [environnementales, NDLR] pour surmonter ces difficultés.»

Cette dynamique se retrouve aussi dans le traitement médiatique qui oscille entre sidération face aux catastrophes et oubli rapide, comme l'analysait *Le Monde* à propos des inondations en Espagne. Un «cercle de la sidération et de l'oubli» qui accouche d'une conséquence contradictoire : «Au lieu de tirer les leçons des catastrophes, une partie de la population se tourne vers le bouc émissaire le plus pratique : les écologistes.» Sur les réseaux sociaux, les comptes d'extrême droite les désignent comme responsables du lourd bilan. Leur tort : avoir détruit des barrages érigés à l'époque de Franco afin de «laisser couler les rivières».

LE RÔLE AMPLIFICATEUR DES PLATEFORMES

Des accusations qui trouvent dans les réseaux sociaux un terreau fertile. Et 2024 a connu une accélération notable à cet égard : «La désinformation autour des enjeux

climatiques s'est accrue sur les réseaux sociaux en 2024. C'est notamment le cas sur le réseau X depuis son rachat par Elon Musk», observe Valérie Masson-Delmotte.

Cette tendance n'est pas limitée au seul climatoscepticisme, qui vise à nier le réchauffement ou ses causes humaines. Elle s'étend désormais à une forme plus insidieuse de désinformation qui veut polariser le débat autour de chaque solution proposée : pro-nucléaire contre anti-nucléaire, pro-éolien contre anti-éolien, etc.

La situation n'est pourtant pas désespérée. Comme le relève Valérie Masson-Delmotte : «Quand on parle climat dans les médias, on ne donne toujours que très peu de place à la perspective des plus jeunes. Comme s'ils n'existaient pas. Cela montre qu'on n'arrive pas à porter de réflexion sur ce qu'on souhaite construire et porter dans la durée, de génération en génération.» Lutter contre ces tentatives de manipulation de l'information en France passerait donc par la création de visions permettant à chacune et chacun de se projeter dans un futur désirable.

VERS UN NOUVEAU RÉCIT

Face au backlash écologique, Valérie Masson-Delmotte appelle donc à changer de perspective : «On ne parvient pas à se percevoir comme acteur de la transformation. Pourtant, en Europe, on a réussi à réduire nos émissions de gaz à effet de serre, on a interdit ce qui détruit la couche d'ozone, on a construit un système électrique décarboné, on est en train de sortir du charbon, d'améliorer la qualité de l'air... Il y a une difficulté à faire de notre action environnementale une fierté. Mais en taisant cette histoire-là, on donne l'impression que la marche à venir est insurmontable.»



Questions écologiques : 114 050 UBM

Les projections du GIEC concernant un réchauffement de 3,1°C d'ici la fin du siècle si nous poursuivons sur la trajectoire actuelle n'ont pas suffi à maintenir l'attention médiatique et politique sur l'urgence climatique. Pour ce faire, le *National Geographic* choisit l'ironie en titrant que 2024 pourrait être l'année la plus fraîche du reste de notre vie. D'autres, comme le média *2050Now*, lancé en 2024, optent pour l'optimisme, et une «écologie joyeuse et positive». C'est également le positionnement éditorial du magazine *Climax*, qui se donne pour objectif de «raconter la révolution climatique avec humour et impertinence». *Vert* et *Bon Pote* poursuivent leur travail de pédagogie quotidien sans alarmisme et le renouvellement des formats pour parler d'écologie, tandis que nombre de jeunes journalistes se spécialisent dans le traitement de ces enjeux.

Des initiatives médiatiques qui pourraient à terme contrecarrer le backlash en cours. Ce dernier, comme le résume Valérie Masson-Delmotte, pourrait bien être transitoire : «Avec le déploiement massif des énergies renouvelables en Chine, on peut avoir une dynamique positive. Mais seul un travail structurel pour rendre la transition plus juste, accessible à tous et désirable permettra à court terme de désarmer le retour de bâton auquel nous faisons face aujourd'hui.» ●

MAYOTTE, VALENCE...

Face aux catastrophes climatiques, l'urgence de l'adaptation



avec le témoignage de

MICHEL LUSSAULT,

géographe et auteur de *Cohabitions, pour une
nouvelle urbanité terrestre* (Seuil, 2024)

À Mayotte, le cyclone Chido a réduit à néant Kawéni, plus grand bidonville de France. À Valence, on pointe le rôle de l'artificialisation des sols dans les inondations meurtrières. Face à des phénomènes climatiques de plus en plus nombreux et destructeurs, observateurs et experts s'accordent sur l'urgence de s'adapter.

«**N**ous sommes dans une boucle infernale», annonce Michel Lussault, géographe et professeur d'études urbaines à l'École normale supérieure de Lyon. D'une part, un bouleversement climatique qui exacerbe les événements météorologiques extrêmes. De l'autre, une urbanisation généralisée qui fragilise la zone critique – notion popularisée par Bruno Latour et qui évoque la fine zone terrestre où se situe l'essentiel de la vie, «c'est-à-dire l'espace où se tiennent le cycle de l'eau, le vivant, les sols et où se déploie l'activité humaine», précise le géographe. À l'intersection de ces deux phénomènes, des catastrophes climatiques de plus en plus nombreuses, violentes et destructrices.

DES CATASTROPHES « PRÉVISIBLES »

Pour les Français, la préoccupation est majeure. Dans un contexte marqué par les inondations à répétition qui ont affecté le Pas-de-Calais, puis par les crues dévastatrices d'octobre 2024 (Ardèche, Loire, Rhône, etc.), les catastrophes climatiques ont pris 12 points parmi leurs sujets de préoccupations environnementales, selon la plateforme Environnement du SDES, entre 2022 et 2024.

Dans les médias, ces catastrophes à la chaîne n'étonnent plus vraiment. «Chronique d'une catastrophe annoncée», titre France Culture en réaction aux inondations fin octobre dans la région de Valence, en Espagne, qui ont fait près de 230 morts. «À Mayotte, une catastrophe "exceptionnelle" mais prévisible», estime *L'Humanité* après que le cyclone Chido a détruit une partie de l'île.



Si l'on s'attend désormais au pire, c'est que nos villes n'ont pas été pensées pour répondre à de tels événements. À Valence, où le phénomène de la goutte froide responsable des intempéries torrentielles est pourtant connu, les journalistes montrent du doigt l'artificialisation des sols, conséquence de stratégies d'urbanisation visant entre autres à répondre à l'explosion de la demande de logements à la suite du baby-boom et à soutenir l'essor économique de la ville. «Tous les terrains ont été construits, les cours d'eau ont été enfouis ou canalisés, les espaces naturels ont été recouverts par l'artificialisation des secteurs industriels et touristiques, les infrastructures se sont multipliées...», analyse Michel Lussault. Sur les réseaux, les travaux du géographe espagnol Víctor Soriano ressurgissent : en 2014, il démontrait qu'en cinquante ans Valence avait perdu les deux tiers de ses vergers. Les photos d'une rue emplies de voitures entassées par la violence de la crue deviennent virales, symbole d'une ville bétonnée prise à son propre piège. Plus de 100 000 véhicules ont été réduits en épaves.

À Mayotte, c'est au contraire l'urbanisation informelle qui a été soufflée. Avec une croissance élevée de la population – +3,8% en moyenne entre 2012 et 2017, relève l'INSEE – et un «contexte de pénurie généralisée de logement abordable», souligne la chercheuse Laurie Servières dans *Ouest-France*, le bidonville offre une solution alternative à des millions de familles. Face aux vents violents, les bangas, ces cases précaires qui constituent 40% des habitations de l'île, n'ont pas tenu.

Michel Lussault abonde : «Le bidonville est une réponse pragmatique à l'impossibilité d'accéder à

un espace formel.» Lorsque des logements décents sont disponibles, nul ne choisit de vivre dans ces constructions de fortune. Pourtant, estime-t-il, sa résilience peut être source d'enseignements. «Le bidonville a beaucoup de défauts, mais il a une qualité : sa plasticité, sa capacité à se reconstituer très vite, commente Michel Lussault. Il n'est pas solide, mais il est robuste. Peut-être peut-il nous donner des indications sur ce que peut être la robustesse d'un dispositif d'habitat avec de faibles moyens dans des circonstances de grande fragilité.» D'ailleurs, remarque-t-il, de nombreux «architectes, urbanistes et expérimentateurs» se sont rendus sur place pour accompagner les habitants dans la reconstruction de leurs habitations.



Catastrophes climatiques : 93 380 UBM

De manière générale, il faudrait inclure davantage les citoyennes et les citoyens dans les procédures de préconisation, estime-t-il : «Les habitants n'ont pas conscience de la vulnérabilité de leur espace de vie – il faut pour cela attendre que la catastrophe soit passée. On ne fera pas face à la crise de l'habitabilité sans implication des habitants.»



CRÉDIT • Pacopac

« Les habitants n'ont pas conscience de la vulnérabilité de leur espace de vie – il faut pour cela attendre que la catastrophe soit passée. On ne fera pas face à la crise de l'habitabilité sans implication des habitants. »

ADAPTATION ANTICIPÉE, COÛTS MAÎTRISÉS

Comment aurions-nous pu atténuer les impacts de ces catastrophes? Agir contre le réchauffement climatique grâce à des politiques d'atténuation ne suffit plus. L'adaptation, «le parent pauvre de la lutte contre le changement climatique», estime en février 2024 le membre du GIEC François Gemenne, prend de l'ampleur dans l'espace public et médiatique.

«Catastrophe à La Bérarde : et si on pensait à l'adaptation face aux dérèglements climatiques!», titre *L'Opinion* après qu'une lave torrentielle, magma de pierre et de boue, a englouti le village isérois. «Quelles mesures d'adaptation après les inondations historiques en Slovénie?», interroge RFI après

les crues historiques d'août dans le nord du pays. Climatologues, urbanistes, assureurs ou économistes se succèdent à la tribune pour mettre en lumière les différentes facettes de cette approche. La presse quotidienne régionale y fait également une place particulière dans ses colonnes.

L'adaptation s'impose aussi dans l'espace politique. En février 2024, après les inondations dans le Pas-de-Calais, le Premier ministre Gabriel Attal annonce le déblocage de plusieurs dizaines de millions d'euros pour venir en aide aux sinistrés et reconstruire les équipements publics ainsi que le lancement d'une mission de préfiguration d'un plan de résilience. Parmi les recommandations de cette dernière : entretien du réseau hydrographique, lutte



Cyclone Chido à Mayotte : 6 578 UBM

contre l'érosion et le ruissellement et mise en place d'un instrument financier de l'État pour répondre aux enjeux de l'adaptation. En septembre 2024, le Sénat publie ses préconisations pour une meilleure adaptation des territoires, avec trois mots d'ordre : «simplification, solidarité et adaptation». En octobre 2024, le Gouvernement présente le troisième plan national d'adaptation

au changement climatique (PNACC). «S'adapter, ce n'est pas se résigner, ce n'est pas renoncer, c'est ouvrir les yeux et ensemble améliorer les choses», déclare le Premier ministre d'alors, Michel Barnier.

ADAPTATION OU REDIRECTION ?

L'adaptation, d'accord, à condition qu'elle soit profonde, réagit Michel Lussault. «Souvent, l'adaptation part de l'idée qu'il faudrait conserver les modalités d'habitabilité et simplement les modifier à la marge. On s'adapte, on tempère, on modère. Ce n'est pas suffisant. La question à laquelle nous faisons face est : serons-nous encore capables d'habiter cette Terre dans cinquante ans?»

Preuve qu'une adaptation à la marge ne suffit pas, Valence avait obtenu en 2024 le titre de Capitale verte européenne – récompense notamment de ses politiques de mobilités durables. Les corridors verts mis en place par la ville n'ont pas tenu face à l'ampleur de l'inondation. «Quand on veut agir sur des espaces totalement artificialisés, on se condamne à faire de l'écologie cosmétique», observe Michel Lussault.

Le changement devra être «d'ampleur», prévient lui aussi Sylvain Wasserman, président-directeur général de l'ADEME, dans une tribune sur *libération.fr*. «Il nous faut repenser nos modes de vie et de consommation, repenser l'urbanisme et les mobilités, et redessiner nos villes et nos villages, et, souvent, transformer nos entreprises pour garantir leur pérennité. C'est anticiper pour prendre aujourd'hui les bonnes décisions pour demain, avec le pragmatisme et le sens du résultat comme boussole.» Un

point que mettait déjà en avant le Conseil économique, social et environnemental dans un avis rendu fin 2023 : «L'enjeu est de passer d'une adaptation réactive à une adaptation anticipatrice.»

Dès lors, pour Michel Lussault, il faudrait plutôt parler de «réorientation» ou de «redirection». «Nous devons réorienter nos modes de vie communs de manière à ce que nous puissions assurer la soutenabilité écologique, la justice sociale, le bien-être des individus et la soutenabilité économique.» À l'échelle d'une ville, cela veut dire «réviser de fond en comble les principes d'organisation dans tous les domaines : mobilité, utilisation des sols, productions agricoles, alimentation, tourisme...».

RÉVÉLATEUR DE VULNÉRABILITÉS SOCIALES

Et si nous tendions l'oreille à ce que la catastrophe révèle de nos sociétés? Pour le collectif d'une trentaine de climatologues qui signe une tribune publiée par *Le Monde*, «à Mayotte ou à Valence, il serait réducteur d'attribuer la gravité des dégâts matériels et humains uniquement au changement climatique». Ces dégâts, écrivent-ils, «adviennent lorsqu'un tel événement se conjugue à une vulnérabilité préexistante, par exemple des populations en situation de précarité économique et sociale, âgées, jeunes, et/ou en mauvaise santé, des infrastructures mal adaptées, des services de santé et de secours mal préparés ou sous-équipés».

«La catastrophe est un révélateur de l'insoutenabilité des modèles urbains contemporains, conclut Michel Lussault. Il faudrait que nous la travaillions comme un instrument diagnostique : de quoi la

catastrophe nous parle-t-elle? Que permet-elle de penser sur nos fragilités individuelles et collectives? Il faut accepter d'apprendre d'une catastrophe.» Pour ce faire, Michel Lussault préconise de s'intéresser au concept anglo-saxon *global health*, ou santé globale, une notion qui «relie la santé des individus à la santé sociale – c'est-à-dire à l'existence d'une société inclusive – et à la santé des écosystèmes. L'individu, la société, l'environnement sont liés». Pour protéger nos sociétés, il faudra donc soigner nos inégalités autant que nos fragilités. ●

Ne dites plus « catastrophe naturelle »

Le feu, l'eau, le vent... *A priori*, du cyclone de Mayotte aux incendies de Los Angeles de 2025, les événements ont tout d'une catastrophe naturelle. Et pourtant. Dans une analyse remarquée dans *Le Monde*, la journaliste spécialiste du climat Audrey Garric nous enjoint de ne plus utiliser ce terme : « Ce qualificatif est un leurre qui déresponsabilise l'humanité, évoquant des colères de la planète face auxquelles nous serions impuissants », écrit-elle.

Plutôt que blâmer la nature, faut-il souligner l'importance du rôle de l'homme ? En 2021, dans les pages de *National Geographic*, la journaliste et autrice Elizabeth Kolbert se faisait l'écho de cette idée et proposait de « désigner ces phénomènes par ce qu'ils sont : des catastrophes d'origine anthropique ».

Ce glissement sémantique serait également lié aux représentations majoritaires dans la population française. Aujourd'hui, selon l'édition 2024 de l'étude « Fractures françaises », 62 % des Français reconnaissent le rôle prépondérant de l'activité humaine dans la perception des causes du changement climatique, une tendance à la hausse par rapport à 2022-2023. Ils ne sont que 14 % à considérer qu'il s'agit principalement d'un phénomène naturel ●

2024

Un an de crise agricole dans les médias français

En 2024, la crise agricole a révélé un malaise profond dans les campagnes françaises : précarisation des agriculteurs, poids des normes, menaces du libre-échange... Derrière la colère, c'est aussi la cohésion des territoires qui est en jeu. Face à l'exode rural, aux difficultés du renouvellement des générations et aux défis alimentaires, l'avenir de l'agriculture devient un enjeu clé pour maintenir une France rurale vivante et souveraine.

Tout commence comme une blague. Comme un fait divers insolite, relayé timidement par la presse régionale du Tarn. «Mais pourquoi un “commando” inverse-t-il les panneaux dans le Tarn?», se demande *La Dépêche* le 3 novembre 2023. «Insolite : les panneaux de ce département se retrouvent mystérieusement la tête en bas!», s'amuse France 3 Occitanie, tandis que *Le Tarn libre* donne enfin la clé du mystère : «“On marche sur la tête” : des agriculteurs à l'origine des panneaux retournés dans le Tarn». Il s'agit en effet d'une opération menée par les Jeunes Agriculteurs (JA) et la FNSEA pour interpeller la population de manière pacifique et amusante. Très visuel, accompagné du hashtag #onmarchesurlatete, le mouvement se fait vite remarquer sur les réseaux sociaux, où les photos de panneaux inversés font florès. Parmi les griefs les plus cités par les agriculteurs en colère, la hausse annoncée du prix du GNR (gazole non routier),

les charges qui pèsent sur le budget et dissuadent les nouvelles générations d'agriculteurs de se lancer, ou encore les normes environnementales jugées trop complexes et trop contraignantes.

Entre janvier et février 2024, la mobilisation prend un virage plus radical : blocages d'autoroutes, opérations escargot, manifestations devant des bâtiments administratifs, «siège» de Paris et tensions au Salon de l'agriculture... La presse nationale commence à se pencher sérieusement sur la crise agricole, surtout quand les blocages menacent l'approvisionnement de la capitale *via* Rungis. Les syndicats sont parfois débordés par leur base, qui voit là une occasion unique de faire entendre son mal-être. «Blocage des autoroutes par les agriculteurs : un éleveur marqué par le décès tragique de son père prend la tête de la lutte», titre par exemple *La Dépêche* dans un article du 18 janvier 2024. Un mouvement largement soutenu par les Français, qui sont 8 sur 10 à

soutenir les agriculteurs et plus de 9 sur 10 à comprendre leurs revendications, selon un sondage Harris Interactive-Toluna pour RTL.

VERS UNE PAUPÉRISATION DU MÉTIER D'AGRICULTEUR ?

Lors de cette nouvelle phase de la mobilisation, les agriculteurs prennent pour cible les plateformes logistiques de la grande distribution et certains supermarchés, accusés de spolier les revenus des agriculteurs, en bloquant leur approvisionnement. En plein contexte inflationniste, le niveau de vie du monde agricole intéresse particulièrement les médias : «Les agriculteurs sont-ils pauvres?», interroge *Le Monde*. Dans un article, les Décodeurs du *Monde* se demandent quant à eux s'il est vrai qu'un tiers des agriculteurs est à «moins de 350 euros par mois». Un chiffre repris par les médias et par certaines personnalités politiques lors des différents mouvements, mais qui serait en réalité «une erreur de communication», rapporte l'article. Si tous les médias s'emparent début 2024 du sujet de la précarisation des agriculteurs en se demandant si l'inflation ne les a pas condamnés à s'appauvrir, un rapport de l'INSEE de février 2024 vient modérer ce sentiment : ce qui caractérise surtout le monde agricole, ce sont d'importantes inégalités de revenus en fonction des activités et une charge de travail supérieure à celle de la moyenne des Françaises et des Français. À la lecture de l'étude, *La Tribune* constate que les agriculteurs ne sont «pas forcément mal lotis» face à l'inflation, mais que «les prix de vente des agriculteurs suivent péniblement la hausse des coûts», ce qui explique pourquoi les revendications cristallisent autour de la non-application de la loi EGalim. Celle-ci devait renforcer la position des producteurs face à la grande distribution et garantir 50% de produits



de qualité et durables dans la restauration collective publique, mais elle n'est pas assez respectée.

L'AGRICULTURE CONTRE L'ÉCOLOGIE, UN NARRATIF MÉDIATIQUE TROMPEUR ?

En réponse à la crise agricole, le 26 janvier, Gabriel Attal annonce plusieurs mesures favorables aux agriculteurs, dont des sanctions économiques pour les entreprises qui ne respecteraient pas la loi EGalim. Il annonce également la mise en pause du plan Écophyto, visant à réduire l'usage des pesticides de 50% d'ici 2030. Un narratif s'impose : celui des agriculteurs face aux écologistes. Sur Arte, l'émission «28 minutes» se demande dès février : «La crise agricole a-t-elle enterré et sacrifié notre ambition écologique?». D'un côté, les agriculteurs expriment leur frustration face à des normes écologiques perçues comme excessives, complexes et déconnectées des réalités du terrain, de l'autre les écologistes ont l'impression que la crise agricole a fait reculer leur cause. Parmi les revendications portées en janvier 2024, on trouve un désir de reconnaissance pour une profession souvent critiquée en raison du caractère polluant de ses activités. Sur les barrages, on parle d'«agribashing» et on manifeste devant les autorités de contrôle environnementales : OFB, ANSES, Agence de l'eau, DDT...

Alors que les agriculteurs ont l'impression d'avoir répondu aux attentes de montée en gamme en produisant plus de bio, en circuit court, avec moins de pesticides et en respectant davantage le bien-être animal dans les élevages, ils n'en récoltent pas les fruits auprès des consommateurs, qui préfèrent acheter à bas prix. En effet, selon le dernier baromètre d'image des agriculteurs IFOP/*Ouest-France*, s'ils sont une large majorité à estimer que la rémunération des agriculteurs

est insuffisante (81%), et que 6 sur 10 se disent prêts à payer plus cher «pour y remédier», ils ne sont toutefois pas prêts à dépenser beaucoup plus (40% accepteraient une augmentation de 5% du prix de leur produit).

Les agriculteurs bio eux-mêmes se sentent «les grands oubliés» de la crise. Dans un article du site Terre de liens, l'éleveur Étienne Christoffel résume l'absurdité de sa situation en ces termes : «Je produis du lait bio mais pour vivre, je le vends en conventionnel. On marche sur la tête. Dans ces manifestations, il n'y a rien eu pour le bio alors qu'on s'est mobilisés. Beaucoup d'agriculteurs bio font marche arrière.» Faute d'aides suffisantes, beaucoup d'agriculteurs reviennent à une culture conventionnelle. Pourtant, des voix s'élèvent pour dénoncer cette opposition simpliste entre écologie et agriculture, considérée comme une «bataille communicationnelle de récits et de visions du monde», à l'image d'Eva Morel, alors coprésidente de l'association QuotaClimat. Dans une tribune pour *Ouest-France*, elle estime que ce débat est trompeur et qu'il nous empêche de voir les agriculteurs comme des acteurs primordiaux dans notre lutte face au changement climatique.

Une étude menée par le ministère de l'Agriculture le confirme : «De nouvelles oppositions binaires sont apparues entre agricultures qui “empoisonnent” ou “protègent”, qui “polluent” ou “respectent l'environnement” [...]. Agriculture “vertueuse” et agriculture “coupable” sont constamment confrontées.» Autre point essentiel de cette enquête consacrée aux représentations de l'agriculture, les aspects négatifs du secteur sont plutôt «soulignés par la presse généraliste». Inversement, les agriyoutubeurs ou la publicité pour des marques alternatives «diffusent des représentations dans l'ensemble



Mouvement des agriculteurs : 25 157 UBM

plus positives». Une analyse de *Mediapart* abonde dans ce sens et va plus loin en accusant certains médias de «capter la colère agricole et la diriger contre les adversaires désignés de la paysannerie, écologistes et Europe en tête». Sur les réseaux sociaux, le hashtag #AgriculteursEnColere est même récupéré par la sphère complotiste et les personnalités d'extrême droite afin d'imposer son agenda en vue des élections européennes de juin 2024. Il faut dire que la mobilisation agricole n'est pas un sujet uniquement français : des manifestations ont eu lieu en Allemagne, en Roumanie, en Espagne ou encore en Pologne, preuve que la crise s'installe dans un contexte plus global de mondialisation des échanges.

L'ACTE II DE LA MOBILISATION : LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE ET LES DANGERS DU LIBRE-ÉCHANGE

En novembre, le mouvement reprend pour dissuader le Gouvernement de s'associer à l'accord de libre-échange entre l'Union européenne et le Mercosur, qui fait peser la menace d'importations de produits agricoles beaucoup moins chers en provenance de ces pays. Une concurrence jugée déloyale par les syndicats agricoles. Dans un reportage de *Reporterre*, Olivier, arboriculteur de 53 ans et membre de la FNSEA, s'indigne : «Avec le Mercosur, on veut nous mettre en concurrence avec des pays

qui détruisent l'Amazonie et qui utilisent des produits phytosanitaires qui sont interdits chez nous depuis trente ans.» En d'autres termes, «l'agriculture est-elle une industrie comme les autres?», qu'on peut laisser aux mains du marché, se demande France Culture. Avec le Mercosur, les médias trouvent une nouvelle manière de maintenir la crise agricole au cœur de l'actualité et ils se focalisent sur la question de la mondialisation. «Colère agricole : la faute au libre-échange?», se demande ainsi l'émission «C Ce Soir» en novembre 2024. À chaque fois, la différence entre les normes environnementales auxquelles sont soumis les agriculteurs européens, et notamment français, par rapport aux Brésiliens ou aux Argentins est pointée du doigt. L'accord avec le Mercosur incarnerait le retour dans nos assiettes de pesticides, d'antibiotiques ou d'OGM pourtant interdits pour les agriculteurs européens.

Dans la continuité des débats sur le libre-échange, les médias se sont beaucoup interrogés sur la capacité de la France à préserver sa souveraineté alimentaire dans le contexte d'une agriculture mondialisée, même si une analyse de Harold Levrel dans *The Conversation* rappelle que la France est la sixième puissance exportatrice de produits agricoles et agroalimentaires au monde. En d'autres termes, la France aussi bénéficie du libre-échange, et elle n'importe pas forcément. Mais certains alertent : une agriculture qui exporte et importe tend inévitablement vers la concentration des terres et le productivisme. En 2020, la taille moyenne des exploitations françaises avait déjà triplé par rapport aux années 1970, une tendance qui s'accélère. Dans *Le Monde*, un collectif de représentants associatifs et syndicaux estime que «cette agriculture de firme, principalement tournée vers l'export, gagne du terrain partout

Maisons France Services : un rempart contre la désertification rurale

Face aux inquiétudes exprimées pendant le Grand Débat national sur un retrait des services publics, les maisons France Services se sont imposées comme un outil essentiel pour lutter contre le manque de services publics dans certaines zones rurales. Créées pour rapprocher les citoyens des services de l'État, elles offrent un guichet unique où les habitants peuvent effectuer des démarches variées : accès aux prestations sociales (CAF, Pôle emploi, CPAM), immatriculation de véhicules, déclaration de revenus, ou encore accompagnement numérique. À titre d'exemple, le guichet France Services Agriculture a été créé en réponse aux revendications pour faciliter la transmission des exploitations et l'installation des jeunes agriculteurs.

Ces structures permettent de pallier la fermeture – souvent perçue comme une marginalisation des campagnes – des trésoreries, bureaux de poste et autres services de proximité. Aujourd'hui, plus de 99 % des citoyens ont accès à une maison France Services à moins de 20 minutes de chez eux, et 97,59 % des usagers se disent satisfaits de leur expérience, avec 86 % des demandes résolues en une seule visite. « Grâce à ce dispositif, chaque Français est désormais à moins de 20 minutes de près de 12 services publics, déclare en novembre 2024 Catherine Vautrin, alors ministre du Partenariat avec les territoires et de la Décentralisation. La labellisation de 34 nouvelles maisons permet de renforcer notre maillage territorial. »

Fort de ce succès, le principe des maisons se multiplie avec les Maisons Sport-Santé et des dispositifs d'« aller-vers » (bus itinérants dans les zones rurales) ●

« On a des mondes qui se sont éloignés les uns des autres, qui ne se comprennent plus forcément, mais qui aspirent malgré tout à retrouver du contact. » Éric Birlouez

dans le monde à la faveur des accords de libre-échange et entraîne la réduction du nombre d'actifs agricoles, l'exode rural et l'appauvrissement des campagnes. Elle concentre et délocalise les productions au détriment des agricultures familiales et paysannes et de la souveraineté alimentaire, au Nord comme au Sud».

LE RENOUVELLEMENT DES GÉNÉRATIONS, UN ENJEU MAJEUR POUR L'AGRICULTURE

La moitié des agriculteurs auront l'âge de la retraite en 2030, un chiffre d'autant plus impressionnant que les deux tiers des plus de 55 ans avouent aujourd'hui ne pas avoir de repreneur pour leur exploitation. Conditions de travail difficiles, isolement, coût de rachat des terres prohibitif... Les raisons de la crise des vocations sont nombreuses. Résultat, l'agriculture familiale ancrée dans un terroir laisse place à une agriculture de firme tournée vers l'exportation et la productivité, contribuant ainsi à appauvrir encore davantage le tissu socio-économique des territoires ruraux. Comme le rappelle un article du *Monde*, « derrière la colère des

agriculteurs, [il existe] un sentiment d'abandon des campagnes». Même si les deux réalités ne se rejoignent pas forcément, certains territoires ruraux étant sans agriculteurs, elles semblent converger dans un désarroi similaire, renforcé par la nouvelle fragmentation de ces mondes ruraux. Sociologue de l'agriculture, Éric Birlouez insiste sur l'existence de mondes paysans au pluriel : « Il y a toujours eu des types d'agricultures différents, mais là on voit bien que les différences sont de plus en plus marquées, tout comme les styles de vie. [...] On a vraiment un éclatement en mondes paysans, et on observe le même phénomène du côté des consommateurs avec des groupes aux styles d'alimentation différents. On a des mondes qui se sont éloignés les uns des autres, qui ne se comprennent plus forcément, mais qui aspirent malgré tout à retrouver du contact. » Pour Éric Birlouez, le Salon de l'agriculture focalise l'attention des médias, car il occupe une place centrale dans la sensibilisation des Français aux enjeux agricoles.

On comprend aussi pourquoi Gabriel Attal a fait sa conférence de presse annonçant les premières mesures de

soutien aux agriculteurs quelques jours à peine avant l'ouverture du salon de 2024, notamment la simplification des normes et la lutte contre la surtransposition des directives européennes dans la loi française. La plupart des mesures annoncées se retrouvent dans la nouvelle loi d'orientation agricole (LOA), dite « Souveraineté en matière agricole et renouvellement des générations en agriculture ». Cette loi institue entre autres le service France Services Agriculture. Il s'agira d'un guichet unique d'accueil, d'orientation et d'accompagnement destiné à toutes les personnes voulant s'engager dans une activité agricole ou céder une exploitation. À cela s'ajoute toute une série d'actions en faveur de la formation des futurs exploitants : un programme national d'orientation et de découverte des métiers agricoles pour les écoles, collèges et lycées, un volontariat agricole de six mois et un contrat territorial de consolidation ou de création de formation. De quoi poser les jalons d'un futur plus désirable pour les agriculteurs et plus globalement donner envie aux Français de redécouvrir les atouts de leurs territoires ruraux ●

CHRONOLOGIE : 10 DATES POUR COMPRENDRE LA CRISE AGRICOLE

- **29 OCTOBRE 2023** : Des panneaux de signalisation sont retournés durant la nuit dans plusieurs communes en Occitanie.
- **3 NOVEMBRE 2024** : Le secrétaire général de la FDSEA du Tarn, Christophe Rieunau, revendique au nom de la FDSEA et des Jeunes Agriculteurs (JA) du Tarn les actions menées sur les panneaux de signalisation. Il s'agissait d'une action symbolique afin d'alerter les élus sur les difficultés des agriculteurs.
- **16 JANVIER 2024** : Près de 400 tracteurs roulent dans Toulouse et les communes des environs, de façon à bloquer certains axes routiers. Le 18 janvier 2024, alors que la FDSEA appelle à l'arrêt du mouvement, l'éleveur Jérôme Bayle prend la tête de la lutte et bloque l'autoroute A64 entre Toulouse et Tarbes avec l'aide d'agriculteurs.
- **22 JANVIER 2024** : Arnaud Rousseau, président de la FNSEA, revient sur l'arrêt des manifestations et proclame sur France Inter qu'il y aura des actions « toute la semaine et aussi longtemps qu'il sera nécessaire ».
- **26 JANVIER 2024** : Gabriel Attal promet un « sursaut » pour l'agriculture en annonçant des mesures de simplification, l'annulation de la hausse du prix du gazole non routier, ainsi que des sanctions contre les entreprises qui ne respecteraient pas la loi EGalim.
- **27 JANVIER 2024** : Les mesures promises par Gabriel Attal ne satisfont pas les syndicats d'agriculteurs, même si leurs stratégies pour continuer la lutte diffèrent. D'un côté, la FNSEA et les Jeunes Agriculteurs annoncent dans un communiqué commun « un siège de la capitale pour une durée indéterminée », tandis que de l'autre des éléments de la Coordination rurale souhaitent bloquer le marché de Rungis dans une action plus radicale. Enfin, la Confédération paysanne veut mobiliser les agriculteurs autour des centrales d'achat de la grande distribution.
- **29 JANVIER 2024** : Les agriculteurs organisent des campements sur les autoroutes autour de Paris, accentuant la pression sur le Gouvernement pour obtenir des réponses à leurs revendications.
- **1^{ER} FÉVRIER 2024** : Nouvelles annonces de Gabriel Attal, dont 150 millions d'euros en soutien fiscal et social pour les éleveurs dès 2024 et la mise en pause du dispositif Écophyto visant à réduire l'usage des pesticides.
- **24 FÉVRIER 2024** : Le Salon de l'agriculture est perturbé par des heurts entre membres des forces de l'ordre et agriculteurs en colère. La presse se fait l'écho d'une « journée chaotique ».
- **13 NOVEMBRE 2024** : Une centaine d'agriculteurs se rassemblent à Bruxelles pour manifester contre l'accord de libre-échange entre l'Union européenne et les pays du Mercosur ●

DANS NOS RADARS POUR 2025

Ce dont on a parlé
en 2024, mais dont
on parlera encore
en 2025

LA SOLITUDE

Un Français sur 4 se sent seul, selon une enquête de la Fondation de France de janvier 2025. Une épidémie de solitude qui fait de plus en plus souffrir : 24% des personnes interrogées déclarent souffrir beaucoup de ce sentiment de solitude, et 57% en souffrir un peu (une proportion en hausse de 6 points par rapport à celle observée en 2023). Face à la situation, le retour des tiers-lieux s'accélère. L'étude réalisée par Jean-Laurent Cassely/Maison Cassely (janvier 2025) dans *La France des bars-tabacs* révèle comment ces derniers commerces populaires se réinventent pour recréer du lien social. Et si le Balto du coin était la meilleure innovation sociale de 2025?

DÉMOCRAQUOI ?

Selon le rapport annuel sur l'état de la France du CES, «15% des Français déclarent qu'ils ne seraient pas prêts à défendre la démocratie si elle était en danger et 23% ne sont pas convaincus qu'il s'agisse du meilleur système politique existant». Une situation liée, entre autres, à «l'absence de perspective, [au] sentiment de subir davantage d'inégalités que la moyenne, et [aux] difficultés d'accès à certains services publics». Autant d'éléments qui peuvent alimenter un sentiment d'injustice et d'exclusion qui nuit à l'attachement au système démocratique. Un système imparfait, peut-être, mais pour sûr «le moins mauvais», aurait argué Winston Churchill...



CRÉDIT • Undefined Undefined

BABY-DOOM

Le nombre de naissances en France est en baisse en 2024, au plus bas depuis 1945, nous dit l'INSEE. Et *Le Monde* de nous projeter dans un pays «qui vieillit, et qui vieillit vite». «La France de 2023 compte 26% de personnes de plus de 60 ans, un habitant sur quatre. En 2040, ce sera près d'un sur trois.» L'occasion de repousser l'âge à partir duquel la société nous considère comme «senior»?

IA QUE LA VÉRITÉ QUI COMPTE

En 2024, l'intelligence artificielle aura été sur toutes les lèvres. Panique morale ou nouvelle blessure narcissique pour l'humanité? Si, pour certains experts, l'IA n'est ni intelligente ni artificielle, son développement suscite tout de même nombre de débats sur ce qui constitue le propre de l'homme et de son intelligence. À ce sujet, Daniel Andler, mathématicien et philosophe des sciences, se veut rassurant : «Ce qui échappera aux systèmes de l'IA, c'est l'humanité.» Prends ça, Terminator!

BORNÉS ?

Si les Français restent attachés à la voiture individuelle, la véritable disruption pourrait être sociale, et non technologique. «Alors que près de 45% des Français n'ont pas le choix de leur moyen de transport et se retrouvent dépendants de la voiture, faute d'alternatives accessibles», selon UFC Que Choisir, un rééquilibrage progressif semble s'amorcer : les mobilités douces et collectives gagnent du terrain face à la voiture individuelle, dessinant les contours d'un nouveau paradigme. Cachez ce SUV que je ne saurais voir.



CRÉDIT • Darshan



CRÉDIT • Karolina Grabowska

À TABLE ! (SANS VIANDE)

Même si elle reste un marqueur social pour une partie importante de la population, les données du ministère de l'Agriculture sont édifiantes : la consommation de viande est en baisse d'environ 7% par rapport aux décennies précédentes. Par ailleurs, près de 30% des ménages français disent avoir réduit leurs achats de viande en raison de la hausse des prix alimentaires et d'une prise de conscience écologique accrue. Y aura-t-il (encore) de la dinde à Noël?

ECHO TRIP

Sur X, le fil d'actualité contient 49% de plus de contenus toxiques que ce que nos abonnements produisent réellement, selon une étude du CNRS. De quoi pousser des millions d'utilisateurs à migrer vers Bluesky ou d'autres réseaux, relançant le débat sur les chambres d'écho : *safe place* numérique salubre pour certains, échappatoire au dialogue pour les autres.

SOURCES

ARTICLES DE PRESSE RÉGIONALE, NATIONALE OU INTERNATIONALE TIRÉS DE :

20 Minutes, ANCRÉ, Alternatives Économiques, BBC, BFM TV, BIBA, Bon Pote, Capital, Challenges, Climax, Corse Matin, Courrier international, Die Zeit, Elle France, Europe 1, Eurosport, Fashion United, Financial Times, Franc-Tireur, France 2, France 24, France 3, France 5, France Bleu, France Culture, France Inter, France TV info, GoodPlanet, Google Trends, Géo, Huffington Post, ina.fr, Konbini, LSA, La Croix, La Dépêche, La Nouvelle République du Centre-Ouest, La Provence, La Tribune de Genève, Le Figaro, Le Parisien, Le JDD, Le Monde, Le Petit Journal, Le Tarn libre, Le Télégramme, Les Echos, Libération, L'ADN, L'Est Républicain, L'Humanité, L'Indépendant, L'Opinion, L'Équipe, Marie Claire, Mediapart, Mediavivant, National Geographic, New York Times, Novethic, Ouest-France, Philosophie magazine, Plein Champ, Public Eye, Public Sénat, Puremédias, RFI, RMC Sport, RTL, Radio France, raids.fr, Reporterre, Sud Ouest, TF1, Terre de Liens, The Conversation, Télérama, VICE, Vert le média, Vogue Germany, Washington Post.

ARTICLES DE SOURCES INSTITUTIONNELLES ET GOUVERNEMENTALES TIRÉS DE :

ADEME, Assemblée nationale, CEDIRE, CNIL, CNRS, Choose France, École nationale supérieure, Éduscol, Fondation Jean-Jaurès, France Services Agriculture, FranceAgriMer, info.gouv, INSEE, Légifrance, Ministère chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes et de la Lutte contre les discriminations, Ministère de l'Aménagement du territoire et de la Décentralisation, Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire, Ministère de l'Intérieur, Observatoire des multinationales, Toute L'Europe, Vie publique.

ÉTUDES, RAPPORTS ET BAROMÈTRES :

- «Effet JO Paris 2024 : comment transformer l'essai ?», Destin Commun, août 2024
- «Bilan de la diffusion audiovisuelle et numérique des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024», Arcom, décembre 2024
- «Sport Santé 2024», Fédération française d'éducation physique et de gymnastique volontaire et IPSOS, janvier 2024
- «Les licences sportives annuelles au sortir des Jeux de Paris 2024», INJEP, janvier 2025
- «Paris 2024 : La place des Jeux olympiques dans les médias», *Ouest-France* et Aday, juin 2024
- «Comment les jeunes s'informent sur les actualités en 2024», INJEP, novembre 2024
- «L'exode informationnel», Fondation Jean-Jaurès, décembre 2024
- «Baromètre de la confiance politique 2024», CEVIPOF, février 2024
- «Rapport de la commission d'enquête sur l'impact du narcotrafic en France», Sénat, mai 2024
- «Fractures françaises 2024», *Le Monde*/CEVIPOF/Fondation Jean-Jaurès/Institut Montaigne, décembre 2024
- «Rapport annuel sur l'état du sexisme en France», Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, janvier 2025
- «Top 10 des marques de "prêt-à-porter" en Europe sur TikTok», Kolsquare, février 2025
- «Enseignes préférées des Français», EY-Parthenon, janvier 2024
- «Observatoire international Climat et Opinions publiques», EDF et IPSOS, novembre 2024
- «Baromètre d'image des agriculteurs», *Ouest-France* et IFOP, novembre 2024
- «Rapport annuel sur l'état de la France : sortir de la crise démocratique», CESE, octobre 2024

Cette édition a été réalisée par les équipes
de L'ADN Studio, en partenariat avec le
Service d'information du Gouvernement.

L'ADN STUDIO

Direction éditoriale
Guillaume Ledit

Rédaction
Elsa Ferreira
Emmanuel Chirache
Carolina Tomaz
Alban Agnoux

Relecture
Sophie Viguier

Direction artistique et maquettage
Camille Marteil

Coordination
Roxane Conrad
Pauline Deydier
Kévin Vergobbi

**SERVICE D'INFORMATION
DU GOUVERNEMENT**

Direction
Michaël Nathan
Julie Chiret-Cannesan

Cheffe de cabinet
Tiphaine Bonnier

Cellule Prospective et recommandations
Célia Soubai-Thiriet
Hélène Girault
Juliette André

Département Rédaction
Camelia Peter
Sébastien Hirou
Caroline Bouzinac

Département Veille et Analyse
Camille Legrand

L'ADN

En
partenariat
avec



GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

IMPRESSION

Gibert Clarey Imprimeurs
Rue Charles-Coulomb
37170 Chambray-les-Tours

Les papiers utilisés dans cette édition sont
certifiés PEFC, et attestent du respect des
fonctions environnementales, économiques et
sociales des forêts.

Pages intérieures : Magno Satin 150g
Couverture : Invercote G 240g

Crédit photo couverture
Julian Finney

L'ADN

En
partenariat
avec



GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*