



La couverture médiatique de la Journée mondiale des zones humides

RAPPORT D'ÉTUDE PRÉLIMINAIRE Janvier 2021

Contribution à la stratégie CESP 2021-2030

Communication, éducation, sensibilisation et participation

Titre : La couverture médiatique de la Journée mondiale des zones humides, Rapport d'étude préliminaire

Auteurs(s) : M. FOUILLET (OiEau)

Contributeurs : P CAESSTEKER (OFB), D. BERLEMONT (Ramsar France), G. MACQUERON (SNPN), A.P METTOUX-PETCHIMOUTOU (OiEau), N. JACQUIN (OiEau)

Editeur : Office international de l'eau (OiEau)

Date de publication : janvier 2021

Résumé : La couverture médiatique de la Journée mondiale des zones humides (JMZH) a été étudiée en France à travers la presse écrite, audiovisuelle ainsi que radiophonique, et sur plusieurs réseaux sociaux numériques. L'étude a porté sur une année complète d'activité médiatique, ainsi que sur plusieurs éditions de la JMZH. Les résultats indiquent un effet très net de l'évènement sur la couverture médiatique du sujet « zones humides », qui provoque le plus important pic annuel d'articles de presse, d'émissions télé et radio, et de publications sur les réseaux sociaux. La presse quotidienne régionale, la télévision régionale et les chaînes de radio du service public diffusent la majorité des articles et émissions. Sur les réseaux sociaux, les usagers les plus actifs varient. Globalement, la couverture médiatique augmente chaque année, avec toutefois des variations interannuelles qui peuvent être importantes.

Mots-clés : Presse écrite, presse audiovisuelle, réseaux sociaux numériques, zones humides, milieux humides, journée mondiale des zones humides

Format : Rapport

Identifiant : OIE/34345

Langue : Français

Couverture géographique : France métropolitaine et outre-mer

URL du document : <https://www.OiEau.fr/eaudoc/notice/La-couverture-médiatique-de-la-Journée-mondiale-des-zones-humides>

Droits d'usage : <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/fr/>

Droits de diffusion : Libre

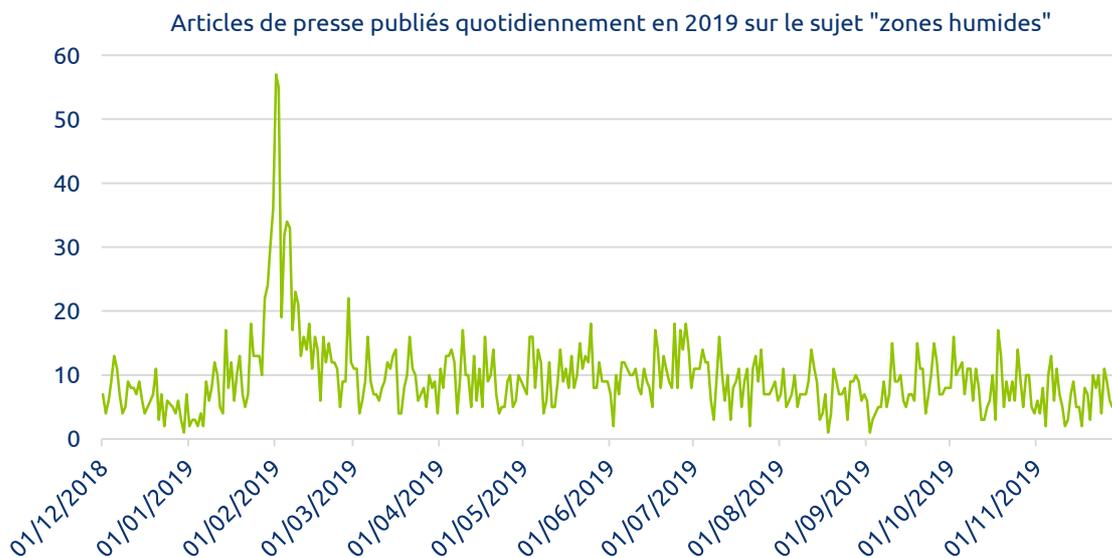
LA JOURNÉE MONDIALE DES ZONES HUMIDES EN FRANCE, C'EST :



Dans la presse écrite

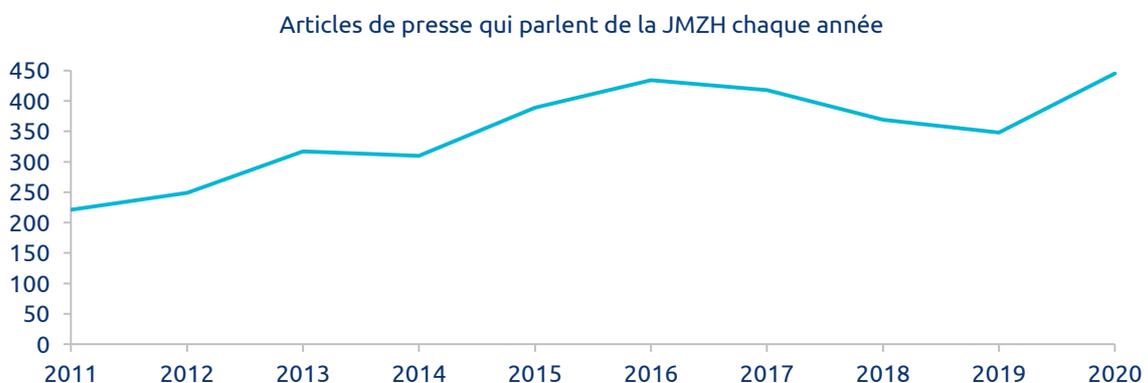
375 articles citent la JMZH en 2019

29 titres de presse quotidienne régionale en publient 98%

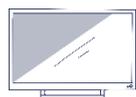


400 articles sur les zones humides en moins de deux semaines

3500 articles citent la JMZH de 2011 à 2020



+ de 300 articles/an citent la JMZH depuis la mise en place d'un dossier de presse (2013)



À la télévision et à la radio

- 21** émissions citent la JMZH en 2018
- sur 12** chaînes télé/radio, toutes régionales
- 152** émissions télé ou radio de 2011 à 2020



Globalement, des médias essentiellement



- de la presse quotidienne régionale
- de la télévision régionale (France 3)
- de radios du service public



Sur les réseaux sociaux numériques

- 630** tweets citent la JMZH en 2020
- x 12** nombre de publications Facebook #JMZH de 2015 à 2020
- Une activité importante sur Twitter, Instagram, Facebook et Linked In

Globalement sur tous les médias



- Une augmentation de la couverture médiatique au cours des dernières années

SOMMAIRE

1. Introduction	7
2. Méthode	8
2.1 Méthodologie générale	8
2.1.1 Médias concernés	8
2.1.2 Périodes étudiées	8
2.1.3 Source des données	9
2.1.4 Collecte des données	9
2.1.5 Analyse des données	11
3. Résultats	13
3.1 Résultats obtenus par requête	13
3.1.1 Presse écrite	13
3.1.2 Presse audiovisuelle	13
3.1.3 Twitter	14
3.1.4 Facebook	14
3.1.5 Instagram	15
3.1.6 Linked In	15
3.2 Couverture médiatique de la JMZH	16
3.2.1 Presse écrite	16
3.2.2 Presse audiovisuelle	17
3.2.3 Twitter	19
3.2.4 Facebook	22
3.2.5 Instagram	22
3.2.6 Linked In	22
3.3 Évolution de la couverture médiatique	23
3.3.1 Presse écrite	23
3.3.2 Presse audiovisuelle	24
3.3.3 Twitter	25
3.3.4 Facebook	25
3.3.5 Instagram	26
3.3.6 Linked In	26
3.4 Impact des modalités d'organisation	26
4. Bilan	29
4.1 Limites de l'étude	29
4.1.1 Méthodologie	29
4.1.2 Caractère atypique de l'année 2019	29
4.2 Couverture médiatique de la JMZH	30
4.3 Perspectives	31
4.3.1 Un impact médiatique confirmé, qui demande à être caractérisé davantage	31
4.3.2 Un travail à étendre à l'ensemble de la thématique	31
5. Conclusion	33

Table des figures et tableaux

Figures

Figure 1 - Effectif quotidien d'articles publiés dans la presse écrite en 2019, total et par requête	16
Figure 2 - Nombre d'émissions différentes publiées quotidiennement au cours de l'année 2019	17
Figure 3 - Effectif d'émissions liées au sujet zones humides diffusé par antenne de France 3 en métropole (bleu marine : regroupement de plusieurs antennes).	19
Figure 4 - Effectif quotidien d'émissions sur le sujet "zones humides" de 1996 à 2020 (🌐 : JMZH, ● : autre sujet)	19
Figure 5 - Nombre quotidien de tweets	20
Figure 6 - Somme quotidienne des "likes" des tweets (hors doublon)	21
Figure 7 - Nombre de publications mensuelles par requêtes	23
Figure 8 - Effectif annuel d'articles de presse citant explicitant la JMZH (période du 01/12 de l'année n-1 au 15/03 de l'année n)	24
Figure 9 - Nombre d'émissions annuelles dédiées à la JMZH de 1997 à 2019	24
Figure 10 - Nombre de tweets annuels utilisant le mot-dièse JMZH	25
Figure 11 - Nombre de publications annuelles totales et propres à la JMZH	26

Tableaux

Tableau 1 - Période d'étude (année complète et éditions de la JMZH) et précision des données collectées pour les six médias étudiés	9
Tableau 2 - Nature des métadonnées collectées pour chaque média étudié	9
Tableau 3 - Synthèse des requêtes utilisées pour chaque base de données. Seules les requêtes ayant retourné des données sont listées	11
Tableau 4 - Résultats obtenus par requête	13
Tableau 5 - Synthèse des résultats de recherche des deux requêtes	14
Tableau 6 - Nombre de tweets collectés par requête du 1er décembre 2019 au 15 mars 2020	14
Tableau 7 - Nombre de publications collectées sur l'ensemble de la période par requête et hors doublons	14
Tableau 8 - Effectif de publication par requête	15
Tableau 9 - Effectif de publications identifiées par requête	15
Tableau 10 - Nombre d'articles publiés au sujet de la JMZH et au total en 2019 par type de presse	17
Tableau 11 - Nombre et part du total d'émissions diffusées par type de média	18
Tableau 12 - Nombre de tweets identifiés sur la période	20
Tableau 13 - Nombre de tweet des 10 comptes les plus actifs du 1er décembre 2019 au 15 mars 2020	21
Tableau 14 - Publications par requête principale	22
Tableau 15 - Publications par requête principale	22
Tableau 16 - Caractéristique annuelle de la couverture presse de la JMZH de 2011 et 2020	27
Tableau 17 - Thème et rapport du nombre d'articles par animation par édition	27

1. INTRODUCTION

Depuis 1997 en France, la Journée mondiale des zones humides (JMZH) est l'occasion de faire découvrir les zones humides au grand public. Se tenant le 2 février, jour de l'anniversaire de la signature de la Convention de Ramsar¹, elle donne lieu à l'organisation d'animations sur tout le territoire français, et durant tout le mois de février. En 2020, la journée mondiale des zones humides a permis à près de 45 000 personnes de participer à près de 800 animations².

Cet évènement constitue un pilier du dispositif national « CESP » (communication, éducation, sensibilisation et participation), dédié à l'information et à la sensibilisation sur les zones humides. Il induit la mobilisation d'un grand nombre d'acteurs en métropole et en Outre-mer pour sensibiliser le grand public. Au niveau mondial, l'édition française de l'évènement est considérée comme un exemple : en 2020 elle a représenté presque la moitié des animations recensées dans le monde entier. Plusieurs pays signataires de la Convention ont même demandé à la France de mettre en évidence les raisons de son succès³.

Pour autant, si l'évaluation du dispositif CESP réalisée en 2017 par le Conseil général de l'environnement et du développement durable⁴ qualifie effectivement la JMZH « d'évènement majeur », elle en questionne cependant l'impact réel « difficile à cerner » en regard de l'investissement qu'elle demande de la part des organisateurs et coordinateurs.

Au-delà de la sensibilisation des participants aux animations, la JMZH permet aussi d'attirer l'attention médiatique sur les zones humides, en particulier dans la presse locale (écrite ou audiovisuelle) qui annonce ou relate les animations organisées. Depuis quelques années, s'y ajoutent des relais sur les réseaux sociaux numériques. Cette couverture médiatique contribue à l'information et à la sensibilisation de l'opinion publique sur les zones humides. Elle n'a cependant pas fait l'objet d'analyses, alors que cela contribuerait à cerner l'impact de la JMZH. Cette étude a donc pour objet de fournir une première évaluation de la couverture médiatique de la JMZH, et notamment de répondre aux questions suivantes :

- Quel est la couverture médiatique de la JMZH ?
- Quel est l'impact de l'évènement sur la couverture médiatique du sujet « zones humides » de façon générale ?
- Quelle est l'évolution récente de la couverture médiatique ?

D'autres questionnements plus précis peuvent aussi être formulés sur l'organisation et le fonctionnement de l'évènement, en ce qui concerne par exemple l'influence du dossier de presse, de la journée de lancement ou encore du thème choisi par le comité permanent de la convention de Ramsar.

Cette étude apporte des éléments quantitatifs en ce qui concerne la couverture médiatique de la JMZH. Elle soulève par ailleurs des questions auxquelles elle ne répond pas, et qui nécessiteront davantage d'analyses. À ce titre, elle doit être considérée comme un rapport préliminaire qui donnera lieu à des analyses complémentaires.

¹ Convention relative aux zones humides d'importance internationale particulièrement comme habitat des oiseaux d'eau, Ramsar, 02/02/1971

² [Journée mondiale des zones humides, bilan 2020, France](#). Ramsar France, 2020.

³ [La journée mondiale des zones humides en France : quelques clés de réussite](#). Ramsar France, 2020

⁴ [Rapport n°010512-01](#), Conseil général de l'environnement et du développement durable, 2017.

2. MÉTHODE

2.1 Méthodologie générale

2.1.1 Médias concernés

Deux types de presses sont considérés dans le cadre de cette étude, selon les postulats suivants :

- **La presse écrite**, qui s'entend comme l'ensemble des moyens de diffusion de l'information écrite, incluant des journaux à tirage papiers, des magazines, les versions numériques de ces journaux et magazines, ainsi que des médias d'information exclusivement en ligne ;
- **La presse audiovisuelle**, qui s'entend comme l'ensemble des moyens de diffusion de l'information télévisuelle et radiophonique, incluant les chaînes télévisées et les radios.

Par ailleurs, l'étude s'intéresse **aux réseaux sociaux numériques (RSN)**, au sens de « service web permettant aux individus de construire un profil public ou non créé par une combinaison de contenu et, d'autre part, d'articuler ce profil avec d'autres »⁵. Un grand nombre de réseaux sociaux numériques existent, parmi lesquels 4 ont été sélectionnés parce qu'ayant été identifiés comme les plus utilisés par les organisateurs d'animations :

- **Twitter**, qui est en outre utilisé par un grand nombre de personnalités (élus, journalistes, influenceurs, etc.) comme outil d'expression public ;
- **Facebook**, dont l'audience est davantage grand public ;
- **Instagram** ;
- **Linked In**, qui a la particularité d'être un RSN professionnel.

2.1.2 Périodes étudiées

Une édition de la JMZH est considérée comme la période courant du 1^{er} décembre de l'année n-1 au 15 mars de l'année n. Ce créneau se justifie par la publication des kits de communication sur l'évènement aux organisateurs qui intervient début décembre, et par la clôture de la collecte des bilans des animations à partir du 15 mars.

L'étude d'une année complète de couverture médiatique a donc porté sur la période courant du 1^{er} décembre de l'année n-1 au 30 novembre de l'année n. Cependant, lorsque c'est l'évolution de la couverture médiatique au cours des années qui a été analysée, ce sont les années calendaires qui ont été prises en compte pour faciliter l'analyse des données.

L'étude vise en premier lieu à réaliser un diagnostic de l'édition 2020. Dans la mesure du possible, la collecte et l'analyse des données a été étendue aux éditions des années 2010 à 2020, voir au-delà. Cependant, du fait des contraintes inhérentes à la structuration des différentes sources de données utilisées, les périodes de collecte de données ne sont pas homogènes entre tous les types de médias (Tableau 1).

⁵ Boyd D. & Ellison M. (2007), "[Social network sites: Definition, history, and scholarship](#)", Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1)

Tableau 1 - Période d'étude (année complète et éditions de la JMZH) et précision des données collectées pour les six médias étudiés

Média	Année complète	Édition JMZH	Précision des données
Presse écrite	2019*	2011 à 2020	Quotidienne
Presse audiovisuelle	2018*	1962 à 2020**	Quotidienne
Twitter	Aucune	2016 à 2020	Quotidienne
Facebook	Aucune	2012 à 2020**	Annuelle
Instagram	Aucune	Aucune	NR
Linked In	Aucune	2020	Mensuelle

* L'année 2019 apparaissant atypique, l'année 2018 a été privilégiée pour l'analyse de la couverture médiatique annuelle. Pour la presse écrite, seules les données de l'année 2019 ont été collectées, rendant impossible l'analyse de l'année 2018.

** Amplitude maximale des données collectées (pas de limitation)

NR : datation des publications non disponible

2.1.3 Source des données

L'étude de la presse écrite a été réalisée à partir de l'agrégateur de presse "Europresse", base de données de presse donnant accès à des titres nationaux et internationaux, généralistes ou spécialisés, avec un total de 56944 sources différentes prises en compte (en août 2020).

L'étude de la presse audiovisuelle a été réalisée à partir de la consultation du catalogue du dépôt légal de l'INA sur l'Inathèque. Ce fonds contient l'ensemble des notices des programmes audiovisuels, versés au titre du dépôt légal, qui impose à tout éditeur, imprimeur, producteur, distributeur ou importateur de déposer chaque document qu'il édite, imprime, produit, distribue ou importe en France auprès d'organismes habilités à recevoir le dépôt en fonction de la nature du document⁶. Le fonds contient l'ensemble des émissions appelées enregistrements diffusées à partir de 1995 pour les chaînes généralistes, et des années 2000 pour toutes les autres chaînes. La collecte des programmes s'effectue en continue pour 120 chaînes de télévision et de radio. L'étude de la presse audiovisuelle porte sur l'ensemble du fonds documentaire, incluant les émissions de la télévision nationale, de la télévision satellite et de la TNT, de la télévision régionale et de radio.

Pour les 4 RSN, les données ont été collectées directement à partir du site web de chaque réseau social.

2.1.4 Collecte des données

La collecte des données a été réalisée en août 2020 à l'exception du réseau social numérique Twitter pour lequel les données ont été collectées en avril 2020. Chaque article, émission ou publication a été considéré comme un élément unique, et les métadonnées s'y rapportant ont été collectées chaque fois que cela était possible (Tableau 2).

Tableau 2 - Nature des métadonnées collectées pour chaque média étudié

Média	Informations collectées
Presse écrite	Titre, extrait ou résumé, titre du journal, date de publication

⁶ [FAQ](#), Inathèque [consulté le 28/07/2021]

Presse audiovisuelle	Chaîne de diffusion, date de diffusion, heure, durée, titre, titre de la collection, titre du programme, genre
Twitter	Compte de publication, contenu texte, date de publication, nombre de commentaires, nombre de retweet, nombre de <i>likes</i>
Facebook	Compte de publication, année de publication, contenu texte, nombre de commentaires, nombre de partages, nombre de <i>likes</i>
Instagram	Nombre de publications par requête
Linked In	Compte de publication, mois et année de publication, contenu texte, nombre de commentaires, nombre de <i>likes</i>

La collecte s'est appuyée sur l'emploi de requêtes constituées de plusieurs mots-clés qui ont été recherchés dans le titre et la description des articles de presse écrite et des émissions, dans le contenu des publications ou employés comme « mot dièse » (*hashtag*, comme par exemple #JMZH) pour les réseaux sociaux.

Les requêtes ont été établies de façon à favoriser la comparabilité des résultats quelle que soit la source de données utilisée, tout en générant un bruit de fond (collecte d'articles, émissions ou publications hors sujet) minimal. Des tests ont été réalisés préalablement en tenant compte des 6 mondes lexicaux liés aux milieux humides identifiés dans la presse par Le Lay (2017)⁷ à partir de la recherche des combinaisons des termes suivants dans le titre, introduction et contenu des articles et émissions, et dans le contenu des publications :

- Journée mondiale des zones humides, zone(s) humide(s), milieu(x) humide(s), sortie, sortie nature,
- sorties nature, découverte, visite, animation, balade, exploration, chantier, chantier nature, conférence, dégustation, diaporama, observation, observer, observé, documentaire, exposition ET Tourbière, marais, mare, mangrove, lagune, zone(s) humide(s), milieu(x) humide(s), étang, lac, plan d'eau, estuaire, prairie humide,
- Tourbière, marais, mare, mangrove, lagune, estuaire, prairie humide ET Restauration, restauré, restaurer, gestion, gérer, préserver, conservation, inventaire,
- Tourbière, marais, mare, mangrove, lagune, estuaire, prairie humide ET Disparition, destruction, raréfaction, dégradation, drainage,
- Tourbière, marais, mare, mangrove, lagune, estuaire, prairie humide ET Bénéfices, éponge, inondation, sécheresse, épuration,
- Fête des mares, fréquence grenouille,
- Tourbière, marais, mare, mangrove, lagune, zone humide, milieu humide, étang, lac, plan d'eau, estuaire, prairie humide ET Fête de la nature, fête du patrimoine.

Ces tests ont permis d'élaborer deux types de requêtes :

- Des **requêtes spécifiques** de la journée mondiale des zones humides, visant la collecte d'articles, émissions ou publications explicitement dédiés à l'évènement ;
- Des **requêtes génériques**, portant sur la thématique « milieux humides » dans son ensemble.

La formulation de ces requêtes s'est appuyée sur deux groupes de termes :

- Requête spécifique : journée mondiale des zones humides, JMZH. Les déclinaisons annuelles ont été prises en compte lorsqu'elles existaient (incluant des millésimes de « zoneshumides ») ;
- Requête générique : zone(s) humide(s), milieu(x) humide(s).

⁷ [Les zones humides sous presse](#). Le Lay Y-F, 2017. Zones Humides Infos n°94.

Compte tenu des contraintes imposées par la structuration des sources de données, il est à noter que les requêtes employées sont spécifiques de chaque type de presse ou réseau social numérique.

Tableau 3 - Synthèse des requêtes utilisées pour chaque base de données. Seules les requêtes ayant retourné des données sont listées

Média	Requête(s) spécifique(s)	Requête(s) générique(s)
Presse écrite	« journée mondiale des zones humides » dans le titre, l'introduction ou le texte de l'article	« zone(s) humide(s) » ou « milieu(x) humide(s) » dans le titre ou l'introduction de l'article
Presse audiovisuelle	« journée mondiale des zones humides » dans le titre ou la description de l'émission	« zone(s) humide(s) » ou « milieu(x) humide(s) » dans le titre ou la description de l'émission
Twitter	#JMZH, #JMZH2020, #ZonesHumides2020 ou « journée mondiale des zones humides » dans le tweet	#ZonesHumides, #MilieuxHumides
Facebook	#JMZH2020, #JMZH2019, #JMZH2018, #JMZH2017, #JMZH2016, #JMZH2015, #zonesthumides2020, #zonesthumides2019, #zonesthumides2018, #jmzh	#zonehumide, #zonesthumides, #milieuhumide, #milieuxhumides
Instagram	#JMZH, #JMZH2018, #JMZH2019, #JMZH2020, #ZonesHumides2020, #journéemondialesdeszoneshumides	#ZoneHumide, #ZonesHumides, #milieuxhumides
Linked In	#jmzh, #jmzh2020, « journée mondiale des zones humides » dans la publication	#milieuxhumides, #zonehumide, #zonesthumides

2.1.5 Analyse des données

Les données ont été analysées à l'aide du tableur Excel.

Certains termes des requêtes utilisées pouvant être utilisés dans un contexte n'ayant pas de lien avec les zones humides, les résultats des requêtes ont fait l'objet d'un tri pour éliminer les articles, émissions ou publications hors sujet lorsqu'un bruit de fond était identifié dans les résultats.

En outre, lorsque plusieurs requêtes ont été utilisées pour une même source de données, celles-ci ont pu provoquer la collecte d'articles, émissions ou publications en plusieurs exemplaires. Dans ce cas, les doublons ont été éliminés à l'aide de la fonction dédiée du logiciel Excel.

Pour la presse audiovisuelle, un second tri manuel a été réalisé pour les notices appartenant en réalité à la même émission (exemple : notice complète d'un journal de 13h et notice détaillée d'un reportage de cette édition du journal) de façon à ne conserver qu'un seul exemplaire pour chaque émission.

L'analyse des données a porté sur :

- L'effectif d'articles, d'émissions ou de publications dédiés à la JMZH au cours des années récentes, et les éventuelles tendances d'évolution ;
- Le nombre de médias ou d'utilisateurs de RSN impliqués ;
- Le nombre d'articles, émissions ou publications publiés le jour de la JMZH, et l'importance du pic par rapport à la couverture médiatique le reste de l'année.

Pour approfondir la compréhension de la couverture médiatique de l'évènement, des analyses plus complètes ont été réalisés sur la presse écrite, étant donné que les informations collectées le permettaient.

3. RÉSULTATS

3.1 Résultats obtenus par requête

L'analyse des résultats de requête porte sur :

- L'année 2019 pour la presse écrite,
- Toutes les données pour la presse audiovisuelle (1962-2020),
- L'édition JMZH 2020 pour Twitter,
- Toutes les données pour Facebook (2012-2020),
- Toutes les données pour Instagram,
- Toutes les données pour Linked In (2019-2020).

3.1.1 Presse écrite

L'analyse des résultats par requête porte sur l'année 2019, du 1er décembre 2018 au 30 novembre 2019 (Tableau 4). Au total, 3780 articles de presse écrite ont été identifiés sur l'année 2019. Près des deux-tiers des articles collectés par la requête spécifique le sont aussi par la requête générique. Le nombre d'articles jugés hors sujet est de 34 (doublons compris), ce qui représente moins de 1% des articles identifiés.

Tableau 4 - Résultats obtenus par requête

Requête	Articles	Part d'uniques*	Part de HS
JMZH	375	39 %	-
Milieux humides	3405	93 %	1%
Total (articles)	3780	3324	34

*Articles collectés uniquement par cette requête.

Au total, les deux requêtes collectent 3553 articles différents et une fois éliminés les articles hors sujet, 3519 articles différents et pertinents.

3.1.2 Presse audiovisuelle

L'analyse des résultats par requête porte sur l'intégralité de la base de données, soit la période courant de 1962 à 2020.

Au total, 9577 émissions ont été collectées, mais celles-ci contiennent un grand nombre de doublons. Après tri, ce sont 3253 émissions liées aux milieux humides qui ont été identifiées dans l'ensemble de la base de données, dont 272 pour lesquelles il est fait référence à la JMZH dans la notice (Tableau 5). Une grande partie des émissions spécifiques à la JMZH sont aussi collectées par la requête générique. Les données collectées n'ont pas permis d'identifier d'articles hors sujets.

Tableau 5 - Synthèse des résultats de recherche des deux requêtes

Requête	Émissions	Part d'uniques
JMZH	272	18%
Milieus humides	3203	93%
TOTAL	3475	3253

3.1.3 Twitter

Les requêtes utilisées ont permis de collecter 1492 tweets, parmi lesquels 1304 tweets différents (Tableau 6). Aucun tweet n'a été jugé hors-sujet. À noter cependant que 39 tweets de la requête #MilieuxHumides (soit 86%) émanaient d'organismes Québécois ou se rapportaient aux milieux humides du Québec.

Tableau 6 - Nombre de tweets collectés par requête du 1er décembre 2019 au 15 mars 2020

Requête	Tweets	Part d'uniques
#ZonesHumides	683	63%
journée mondiale des zones humides	364	68%
#JMZH	190	64%
#ZonesHumides2020	88	40%
#JMZH2020	64	36%
#MilieuxHumides	54	80%
#JournéeMondialeDesZonesHumides	49	76%
TOTAL	1492	1304

3.1.4 Facebook

Les requêtes utilisées ont permis d'identifier 1183 publications de 2012 à 2020 (Tableau 7), parmi lesquelles 68 sont des doublons. Le détail de l'utilisation de chaque mot dièse au cours d'une année n'a pas pu être obtenu. L'absence de données avant 2012 témoigne de l'absence d'utilisation des mots dièses avant cette date.

Tableau 7 - Nombre de publications collectées sur l'ensemble de la période par requête et hors doublons

Requête	Publications	Part d'uniques
#ZoneHumide	355	97%
#ZonesHumides	289	87%
#MilieuxHumides	175	98%
#JMZH	83	100%
#JMZH2020	67	94%
#JMZH2019	56	98%
#milieuhumide	49	94%
#JMZH2018	33	100%
#ZonesHumides2020	25	84%

#JMZH2017	22	100%
#JMZH2016	14	93%
#JMZH2015	13	77%
#ZonesHumides2019	1	100%
#ZonesHumides2018	1	100%
TOTAL	1183	

Le faible nombre de doublons indique que les publications contiennent généralement un seul mot dièse. Il est à noter que les requêtes utilisant le mot dièse "milieu(x)humide(s)" collectent là aussi des publications québécoises.

3.1.5 Instagram

Seuls les effectifs globaux de publications par mot dièse ont pu être collectés (Tableau 8). La part de doublons est inconnue.

Tableau 8 - Effectif de publication par requête

Requêtes	Publications
#JMZH, JMZH2018, JMZH2019, JMZH2020	308
#ZoneHumide, ZonesHumides, ZonesHumides2020	5151
#journéemondialedezoneshumides	121
#milieuxhumides	274
TOTAL	5854

Au total, au moins 5854 publications ont porté sur les zones humides sur Instagram.

3.1.6 Linked In

Les requêtes utilisées ont permis de collecter 311 publications, parmi lesquelles 252 différentes (Tableau 9). Aucune publication n'a été jugée hors sujet.

Tableau 9 - Effectif de publications identifiées par requête

Requêtes	Publications	Par d'uniques
#jmzh	29	52%
#jmzh2020	7	29%
journée mondiale des zones humides	63	98%
#milieuxhumides	31	74%
#zonehumide	36	81%
#zoneshumides	145	83%
TOTAL	311	252

La possibilité de réaliser des publications sur Linked In étant une fonctionnalité récente, il n'y a pas de publications antérieures à août 2019 parmi les résultats collectés.

3.2 Couverture médiatique de la JMZH

3.2.1 Presse écrite

Sur l'année 2019, 375 articles différents ont cité explicitement la JMZH, ce qui correspond à environ 10% de l'ensemble des 3519 articles différents identifiés (articles pertinents et hors doublons). Leur publication se concentre logiquement sur les mois de janvier et de février.

Un pic très net intervient à l'occasion de la journée mondiale le 2 février, avec 112 articles (respectivement 55 et 57) publiés les 1 et 2 février 2019 (Figure 1). Le pic est visible à la fois sur les résultats de la requête « JMZH », mais aussi sur les résultats de la requête « milieux humides », ce qui confirme l'influence de l'évènement sur la couverture médiatique globale de la thématique.

Du 28 janvier au 9 février, le nombre d'articles quotidiens est supérieur à 20 à 11 reprises, alors que cela n'arrive qu'une seule fois en dehors de cette période. Durant ces 13 jours, 400 articles différents sont publiés, ce qui correspond à un peu plus de 10% de l'effectif annuel d'articles.

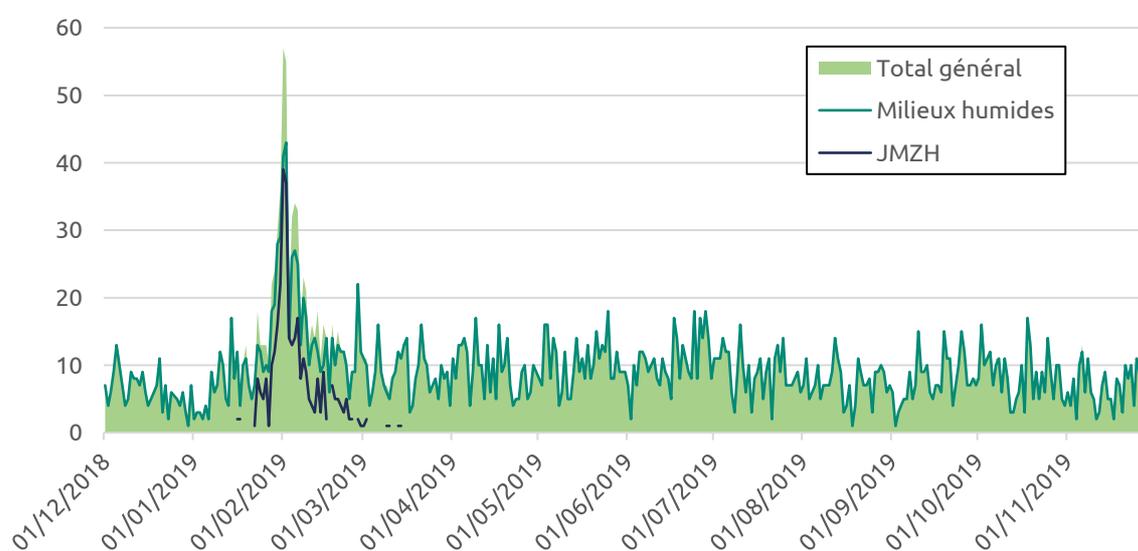


Figure 1 - Effectif quotidien d'articles publiés dans la presse écrite en 2019, total et par requête

Les articles qui citent explicitement la JMZH proviennent de 34 titres de presse différents, dont 29 titres de presse quotidienne régionale qui assurent la presque totalité de la couverture (98%, Tableau 10). 12 titres publient plus de 10 articles chacun, et représentent 83% de la couverture : celle-ci est donc assurée par de grandes éditions régionales largement diffusées, et qui disposent de pages locales en mesure de relayer de nombreuses informations locales. Un seul article a été publié par la presse quotidienne nationale (Aujourd'hui en France). Ouest-France et Sud Ouest publient 39% du total (respectivement 85 et 61 articles).

La répartition n'est pas identique lorsque l'on prend en compte l'ensemble de l'année 2019, puisque la part issue de la presse quotidienne régionale s'abaisse à 92% du total. Elle est donc prédominante dans le traitement médiatique de la JMZH par rapport au reste du temps. La répartition des journaux n'est pas exactement la même dans les deux cas. Par exemple, Le Télégramme publie 10% des articles de l'année (2^e rang), mais seulement 4% des articles portant sur la JMZH (7^e rang).

Tableau 10 - Nombre d'articles publiés au sujet de la JMZH et au total en 2019 par type de presse

Type de presse	Articles citant la JMZH	Articles total
Quotidienne régionale	369	3243
Quotidienne nationale	1	127
Professionnelle	1	40
Magazine	0	38
Hebdomadaire régionale	2	37
Autre type de quotidien	2	24

3.2.2 Presse audiovisuelle

L'analyse n'a pas porté sur l'année 2019, celle-ci apparaissant comme une année atypique du fait de données probablement incomplètes pour la télévision régionale, avec nettement moins d'émissions recensées que les 4 années précédentes (123 en 2019 contre respectivement 225, 223, 172 et 212 en 2015, 2016, 2017 et 2018). Il a donc été décidé de réaliser l'analyse sur l'année 2018.

Du 1^{er} décembre 2017 au 30 novembre 2018, 21 émissions citent explicitement la JMZH, ce qui représente environ 10% des 222 émissions identifiées au total sur cette période. 17 émissions ont été diffusées entre le 31 janvier et le 5 février, et 11 les 2 et 3 février.

Le maximum de la couverture annuelle se manifeste le 3 février avec 9 émissions diffusées ce jour (Figure 2). Trois autres pics moins importants (5 émissions) ont lieu les 13 décembre, 8 juin et 27 septembre, en raison d'un procès lié à Notre-Dame-des-Landes pour le premier, et sans raison visible pour les deux autres dates. À noter un total de 227 jours sans émission détectée, et 49 jours avec au moins deux émissions.

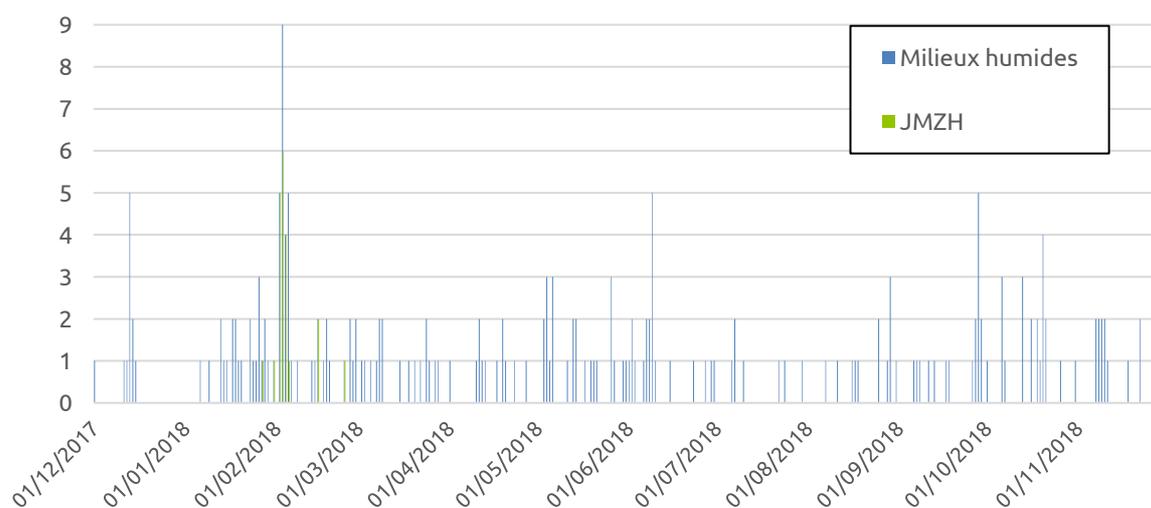


Figure 2 - Nombre d'émissions différentes publiées quotidiennement au cours de l'année 2019

L'influence de la JMZH s'observe sur la couverture audiovisuelle, même si cela paraît moins conséquent que pour la presse écrite. Le pic d'émissions intervient le 3 février en 2018, au sein d'une période avec au moins une émission traitant des milieux humides chaque jour du 23 janvier au 6 février à l'exception du 30 janvier et du 1^e février.

En 2018, 54 médias différents ont diffusé des programmes traitant des milieux humides, dont 12 ont diffusé une émission évoquant spécifiquement la journée mondiale des zones humides : 10 télévisions régionales (dont 9 sont des antennes de France 3) et 2 radios (toutes des antennes de France Bleu).

Sur l'ensemble de la période (1962 à 2020), 134 médias différents ont diffusé des programmes traitant des milieux humides sur l'ensemble de la période. La télévision régionale a diffusé environ deux tiers des émissions, suivie de la télévision nationale et de la radio, et enfin du satellite et de la TNT (Tableau 11).

La répartition n'est pas la même concernant l'édition 2018 de la JMZH, la radio occupant une place proportionnellement plus importante. Il est à noter que le faible nombre d'émissions limite la pertinence de la comparaison.

Tableau 11 - Nombre et part du total d'émissions diffusées par type de média

Type de média	Émissions (part du total)		
	JMZH 2018	Année 2018	1962-2020
Radio	5 (24 %)	29 (13 %)	363 (11 %)
TV Régionale	16 (76 %)	125 (56 %)	2253 (69 %)
TV Nationale	0	33 (14 %)	471 (15 %)
TV Satellite & TNT	0	35 (16 %)	166 (5 %)

Sur les 3253 émissions identifiées de 1962 à 2020, 2158 (66 %) proviennent d'une antenne régionale de France 3. Les deux antennes les plus actives sont France 3 Pays de la Loire (172 émissions) et Bretagne (168 émissions), et la moins active est France 3 Paris Ile de France (7 émissions). En dehors de France 3, les 4 autres médias avec plus de 50 émissions appartiennent à Radio France et représentent au total 9% des émissions : 94 émissions pour France Inter, 73 pour France Info, 69 pour France Culture et 50 pour Radio France Internationale.

Lorsque l'on ne tient compte que des émissions diffusées par France 3 et ses antennes locales (France métropolitaine seulement), des disparités territoriales apparaissent d'une région à une autre (Figure 3). Outre les Pays de la Loire et la Bretagne, la Corse présente aussi un effectif d'émissions élevé. La Normandie, l'Alsace et l'Auvergne sont, après l'Île-de-France, les antennes avec le moins d'émissions diffusées.

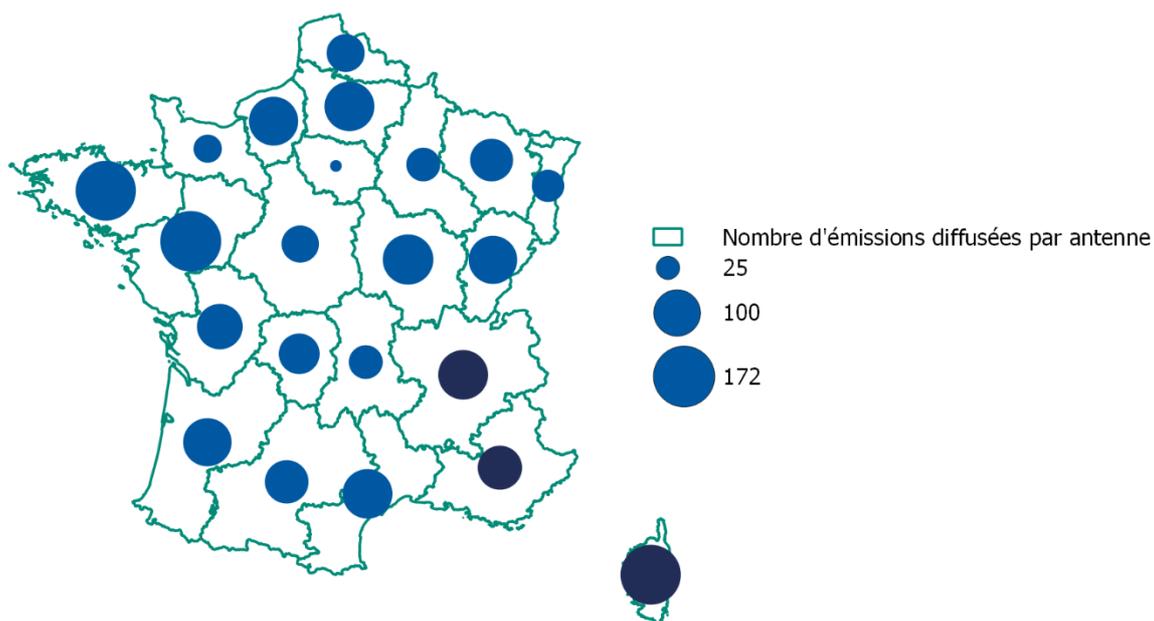


Figure 3 - Effectif d'émissions liées au sujet zones humides diffusé par antenne de France 3 en métropole (bleu marine : regroupement de plusieurs antennes) de 1962 à 2020.

Enfin, il est à noter l'influence d'évènements ponctuels sur la couverture audiovisuelle du sujet « zones humides » à l'échelle quotidienne. Si la majorité des pics quotidiens observés de 1962 à 2020 correspondent effectivement à des 2 février, ce n'est pas systématiquement le cas : le 4 novembre 2014 et le 6 mars 2015 correspondent par exemple à des actualités liées au barrage de Sivens (Figure 4).

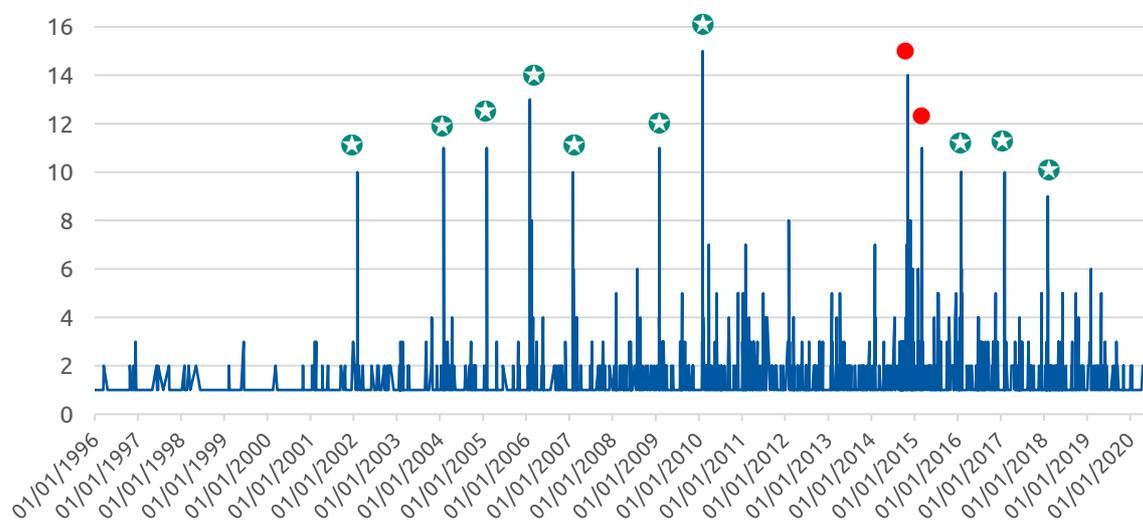


Figure 4 - Effectif quotidien d'émissions sur le sujet "zones humides" de 1996 à 2020 (🌿 : JMZH, ● : autre sujet)

3.2.3 Twitter

Du 1^{er} décembre 2019 au 15 mars 2020, 1304 tweets différents ont été identifiés en lien avec la thématique « zones humides », dont au moins 632 traitaient spécifiquement de la journée mondiale des zones humides (Tableau 12).

Tableau 12 - Nombre de tweets identifiés sur la période

Requête	Tweets
Milieus humides	672
JMZH	632
TOTAL hors doublons	929

En 2020, le pic de tweets quotidiens intervient le 2 février (Figure 5). Il est très élevé (n=236) en comparaison du reste de la période, et se trouve au sein d'une période d'une dizaine de jours au cours de laquelle la quantité de tweets quotidiens reste supérieure à 20 (du 27 janvier au 7 février). Au cours de ces 12 jours, 70% des tweets de la période sont publiés (n=650). L'influence de la JMZH sur l'activité sur Twitter est donc très visible, et efface complètement le rythme hebdomadaire des tweets (activité minimale le week-end).

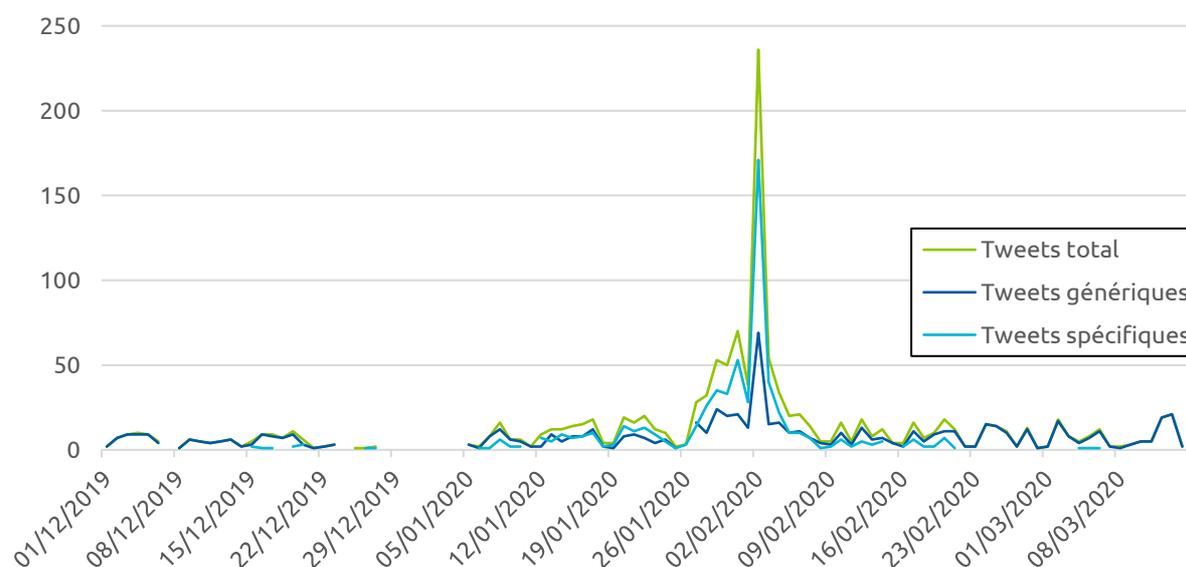


Figure 5 - Nombre quotidien de tweets

Sur le reste de la période, une moindre activité s'observe en décembre, avec en particulier un creux sensible du 20 décembre environ jusqu'à la première décennie de janvier, ce qui correspond aux vacances scolaires. À partir du 12 janvier, l'activité est plus marquée, sur un rythme hebdomadaire, et se poursuit avec une amplitude similaire de mi-février à mi-janvier.

L'effet de la JMZH est encore plus visible en ce qui concerne l'activité "populaire" sur Twitter (Figure 6), puisque 66% des "likes" sont attribués sur la période de 12 jours (3719 pour un total de 5608). Le pic du 2 février est à ce titre particulièrement fort (1460).

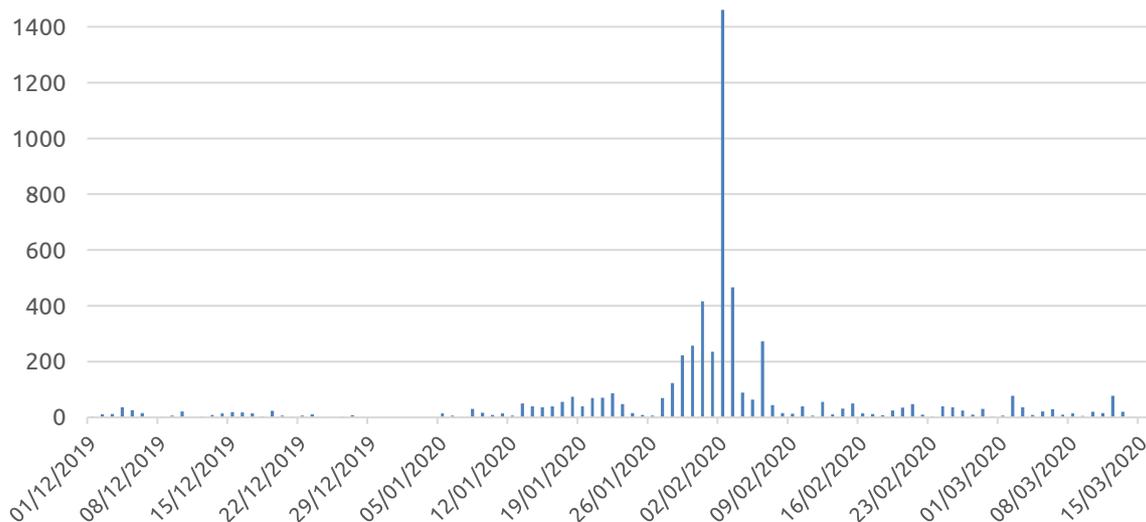


Figure 6 - Somme quotidienne des "likes" des tweets (hors doublon)

Les 1304 tweets identifiés ont été publiés par 486 comptes différents, parmi lesquels 335 n'ont tweeté qu'une seule fois sur la période. Pour les autres, un compte a publié 270 tweets sur la période, 16 comptes ont tweeté entre 10 et 55 fois, et 124 ont tweeté entre 2 et 5 fois.

Les 10 comptes les plus actifs se partagent 37% de l'ensemble des tweets publiés (Tableau 13). 8 d'entre eux appartiennent au réseau constitué autour du centre de ressources milieux humides, et les deux autres comptes appartiennent à un syndicat professionnel et à une agence de l'eau.

Tableau 13 - Nombre de tweet des 10 comptes les plus actifs du 1er décembre 2019 au 15 mars 2020

Identifiant	Nom	Tweets	Part du total
@Zones_Humides	Zones-Humides-infos	270	21%
@snefsuAFB	Sne-FSU Biodiversité	55	2%
@TourduValat	Tour du valat	31	2%
@AgenceEau	Agence de l'Eau Artois Picardie	29	2%
@agence_eau_RM	Agence de l'eau RM	22	2%
@Ingetec_	Ingetec	18	1%
@ZonesHumides	Centre de ressources milieux humides	15	1%
@MedWetOrg	MedWet	15	1%
@HumaBio	Humanité et Biodiversité	13	1%
@cenlr	CEN_L-R	12	1%

Les 15 tweets qui comptent le plus de *like* représentent 1% des tweets mais 15% du total des *likes* (n=850). Ils ont été publiés par des comptes qui bénéficient d'une importante visibilité, incluant des associations, des influenceurs, un journaliste (Denis Cheissoux⁸), la ministre de l'environnement, une agence de l'eau, ainsi que l'OFB.

⁸ Qui avait assuré l'animation de la journée de lancement de cette édition.

3.2.4 Facebook

En l'absence du détail journalier, il n'est pas possible d'identifier l'influence de la JMZH sur l'activité sur Facebook. Toutefois, la requête "JMZH" a permis de collecter 25% des publications (Tableau 14), ce qui indique qu'au minimum un quart de l'activité impliquant des mots dièse est lié à l'évènement.

Tableau 14 – Publications par requête principale

Requête	Publications
JMZH	315
Milieux humides	868
TOTAL	1183

Au total, 523 utilisateurs différents ont publié sur Facebook en utilisant au moins l'un des mots dièses. Une majorité d'entre eux n'ont publié qu'une seule fois, et 12 utilisateurs ont publié au moins 10 fois et représentent 25% de l'activité. Le plus actif est le compte d'un site Ramsar (Étang de Saint Paul) qui a publié 73 fois sur la période, suivi de MedWet, du GONm et d'un organisme québécois.

En ce qui concerne les publications les plus populaires (nombre de *likes*), ceux-ci émanent de chaînes télévisées ou d'émissions, d'associations, d'institutions et aussi d'organismes étrangers (francophones). Au total, 29691 *likes* ont été attribués aux publications identifiées, essentiellement au cours des 3 dernières années. À mi année, 2020 totalise un nombre de *likes* similaire à 2019.

Lorsque c'est la somme totale des *likes* de toutes les publications du compte qui est prise en compte, le GONm se distingue avec 10% de l'ensemble des *likes*, suivi du compte de l'étang de Saint-Paul (5%).

3.2.5 Instagram

Les publications faisant référence explicitement à la JMZH représentent 7% des publications identifiées. La période sur laquelle s'étendent ces publications n'est pas connue.

Tableau 15 – Publications par requête principale

Requête	Publications
Milieux humides	315
JMZH	868
TOTAL	1183

L'identité des utilisateurs ayant réalisé ces publications n'est pas connue.

3.2.6 Linked In

Les publications faisant référence explicitement à la JMZH représentent 31% des publications identifiées sur la période d'août 2019 à août 2020, et se concentrent logiquement sur les mois de janvier et de février (Figure 7). Les publications utilisant le mot dièse ZonesHumides présentent aussi un pic à cette période et, dans une moindre mesure, les publications utilisant MilieuxHumides.

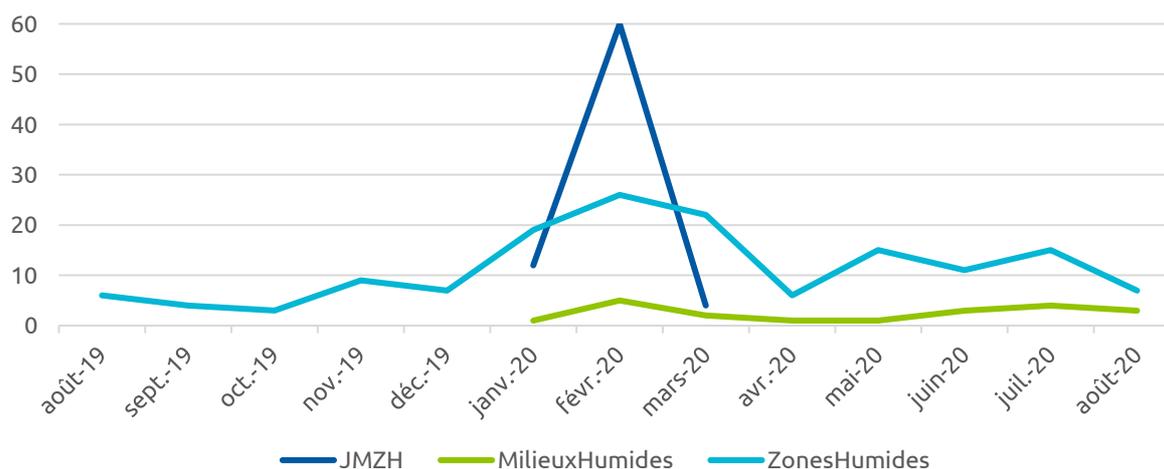


Figure 7 - Nombre de publications mensuelles par requêtes

Au total, 186 utilisateurs différents ont communiqué sur le sujet au cours de la période, ce qui indique un nombre moyen de publications par utilisateur proche de 1. Quelques utilisateurs apparaissent plus actifs que la moyenne, mais la différence est plus faible que pour les autres RSN.

Les 7 utilisateurs les plus actifs (plus de 3 publications) incluent MedWet, un agent du PNR Scarpe Escaut, une personne non affiliée à un organisme (salarié d'un CEN), Humanité et Biodiversité, une agence de l'eau (Rhin-Meuse), un bureau d'études (SCE) et un média spécialisé (Actu-Environnement).

En ce qui concerne la popularité des publications, les 6 comptes qui totalisent plus de 100 *likes* sur la période d'étude sont une chercheuse, un média spécialisé (Actu-Environnement), les comptes de l'OFB et de l'AFB, un bureau d'étude (Biotope) ainsi qu'une association (Comité français de l'UICN). À noter que le journaliste Denis Cheissoux, présent dans les utilisateurs les plus populaires de Twitter, arrive en 7^e position avec 89 *likes*.

3.3 Évolution de la couverture médiatique

3.3.1 Presse écrite

De 2011 à 2020, la couverture presse de l'évènement progresse (Figure 8) : elle est la plus faible en 2011 (221 articles publiés) et maximale en 2020 (445 articles). Elle fluctue cependant, avec notamment l'année 2019 inférieure à 2015, 2016 et 2017.

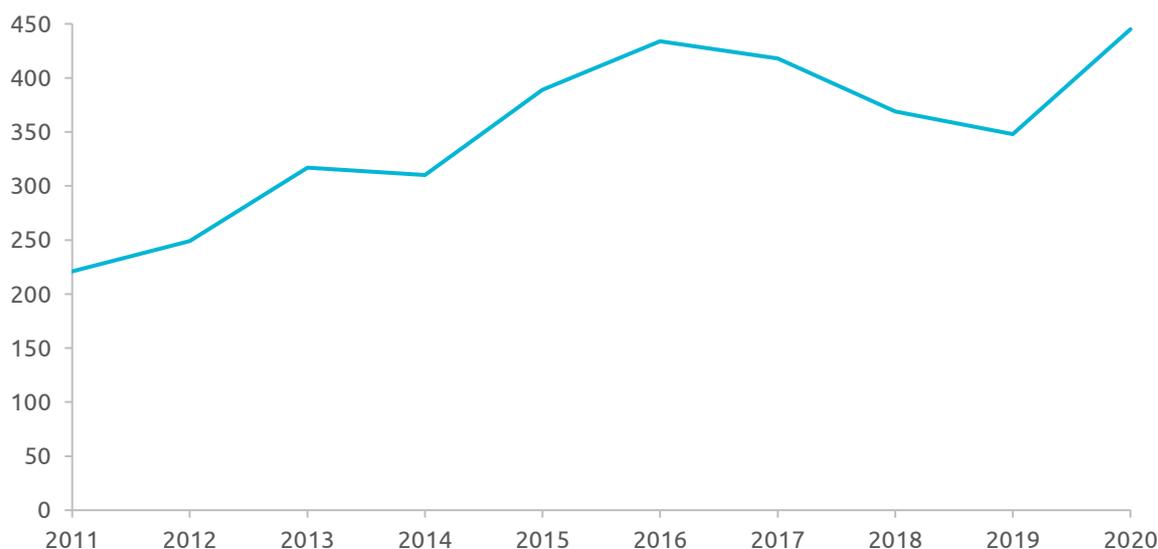


Figure 8 - Effectif annuel d'articles de presse citant explicitant la JMZH (période du 01/12 de l'année n-1 au 15/03 de l'année n)

En moyenne, 350 articles ont été publiés chaque année au sujet de la JMZH de 2011 à 2020, pour un total de 3500 articles en 10 ans. À l'échelle journalière, le pic d'articles est souvent obtenu le 1 ou le 2 février, plus rarement à d'autres dates, pour une valeur moyenne de 34 articles.

3.3.2 Presse audiovisuelle

La première émission dédiée à la JMZH est diffusée en 1998 (Figure 9). Une nette augmentation a lieu en 2002, puis l'effectif fluctue entre 10 et 22 émissions de 2006 à 2019 avec depuis 2013 (exception faite de 2019) un minimum de 16 émissions par an.

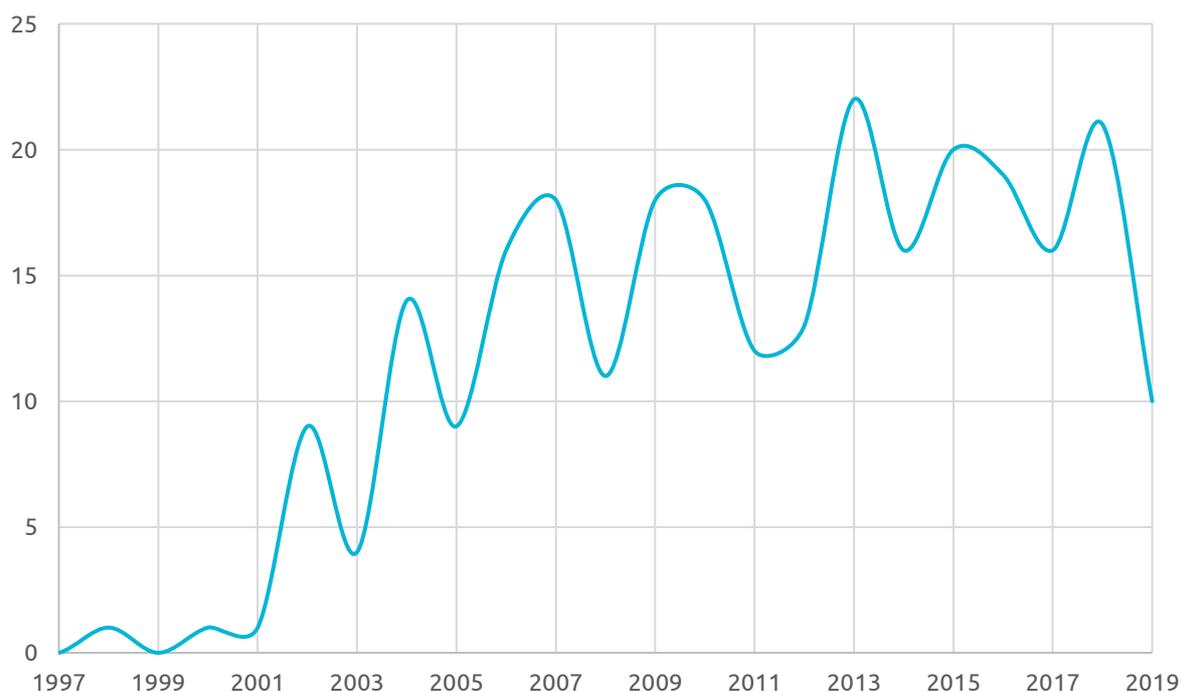


Figure 9 - Nombre d'émissions annuelles dédiées à la JMZH de 1997 à 2019

De 2011 à 2020, ce sont ainsi 152 émissions portant sur la JMZH qui ont été diffusées, pour une moyenne de 15 émissions par an.

À noter que l'année 2019 apparaît comme une année atypique du fait de données probablement incomplètes pour la télévision régionale, avec nettement moins d'émissions recensées que les 4 années précédentes.

3.3.3 Twitter

En ce qui concerne l'évolution de la couverture au fil des ans, seules les données relatives au mot dièse #JMZH ont pu être collectées. Elles mettent en évidence un effectif supérieur à 500 tweets de 2016 à 2018, puis une nette diminution en 2019 et 2020, avec moins de 200 tweets cette dernière année (Figure 10).

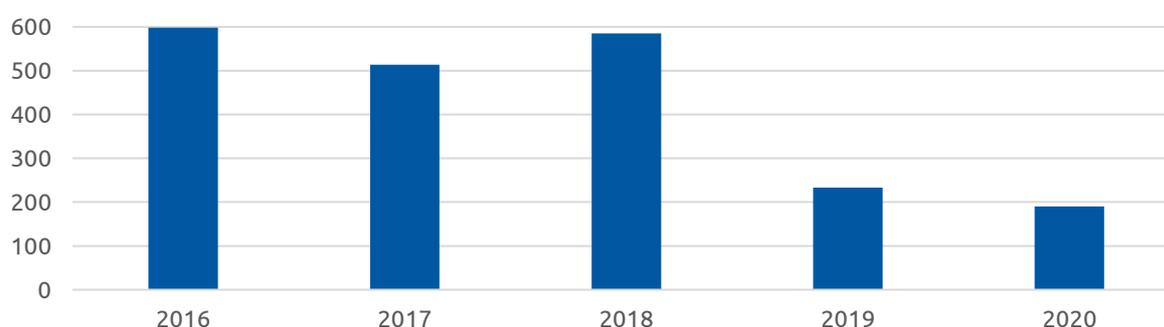


Figure 10 - Nombre de tweets annuels utilisant le mot-dièse JMZH

Cette diminution ne traduit pas nécessairement une réduction de l'activité sur Twitter, mais peut aussi correspondre à une évolution des pratiques concernant l'utilisation de mots-dièses. En l'absence d'information sur l'utilisation des autres mots dièses, il n'est pas possible d'identifier la raison de cette diminution. Toutefois, il est probable qu'elle témoigne davantage d'une modification des pratiques sur Twitter (report vers d'autres mots dièses), que d'une plus faible couverture médiatique.

3.3.4 Facebook

L'évolution annuelle des publications collectées montre une nette croissance chaque année, avec une progression importante entre 2018 et 2019 (Figure 11), qui concerne à la fois le total de publications identifiées et celles liées à la journée mondiale. Cette croissance est difficile à interpréter, dans la mesure où elle est vraisemblablement influencée par l'importation progressive d'une pratique provenant d'un autre RSN (utilisation de mots dièses sur Twitter) vers Facebook.

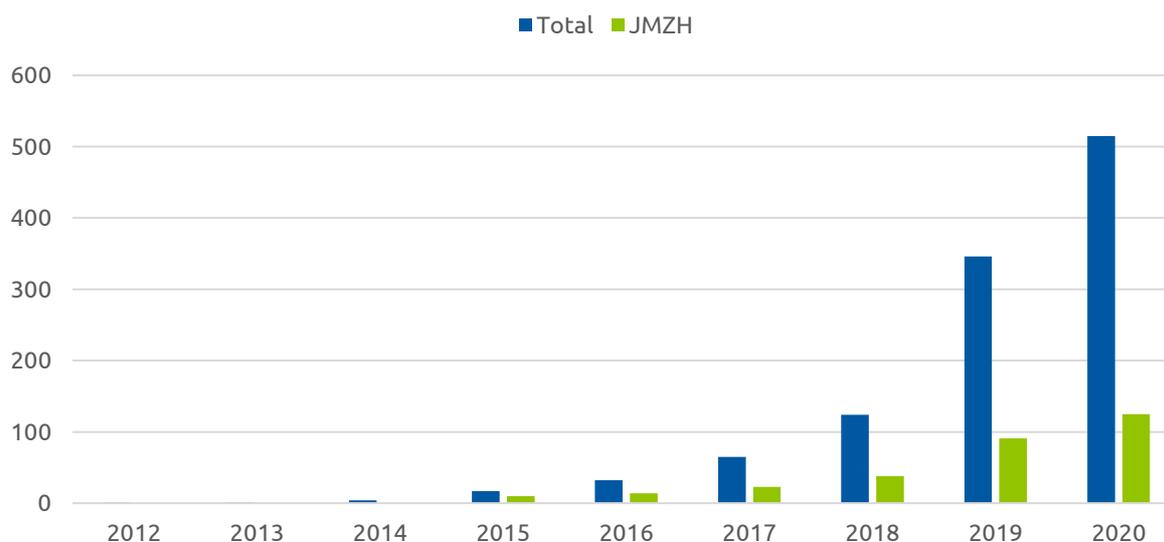


Figure 11 - Nombre de publications annuelles totales et propres à la JMZH

Par ailleurs, davantage que d'une plus grande popularité du sujet sur Facebook, elle témoigne probablement aussi d'un recours croissant à ce RSN pour la communication des institutions et associations.

3.3.5 Instagram

Les données collectées sur ce réseau social ne permettent pas d'évaluer l'évolution de la couverture médiatique.

3.3.6 Linked In

Les données collectées ne permettent pas d'évaluer l'évolution de la couverture annuelle sur ce réseau social numérique.

3.4 Impact des modalités d'organisation

La valeur (nombre d'articles) du pic est inférieure à 30 avant 2013 (Tableau 16), puis supérieure ensuite. Ni ce paramètre ni la date du pic ne semblent préjuger du nombre total d'articles identifiés pour chaque édition : le pic le plus fort est ainsi atteint en 2019 alors que relativement peu d'articles sont publiés en comparaison de 2016 par exemple. En ce qui concerne la configuration calendaire, aucune influence du jour de la semaine lors duquel intervient le 2 février ne peut être mise en avant. À noter cependant que les deux années où la couverture est la plus forte, la JMZH avait lieu en début de semaine, et que le pic de publication d'articles intervient surtout le vendredi ou le samedi.

Les résultats obtenus ne permettent pas de mettre en évidence l'influence de la journée de lancement sur la couverture médiatique. Cependant, cela ne préjuge pas de son influence sur d'autres aspects de la JMZH (engagement des acteurs sur le plan local, etc.), ni sur son influence médiatique à une échelle plus locale : il est possible que suite la journée de lancement, un plus grand nombre d'articles soit publié dans la presse locale.

Tableau 16 - Caractéristique annuelle de la couverture presse de la JMZH de 2011 et 2020

Édition	Articles	Pic d'article (nb et date)	Jour du 02-févr	Envoi DP	Journée lancement
2011	221	22 04-févr	mercredi	-	non
2012	249	27 02-févr	jeudi	-	non
2013	317	38 01-févr	samedi	21-janv	non
2014	310	34 01-févr	dimanche	31-janv	oui
2015	389	41 31-janv	lundi	29-janv	oui
2016	434	34 05-févr	mardi	26-janv	oui
2017	418	34 02-févr	jeudi	20-janv	oui
2018	369	35 02-févr	vendredi	18-janv	oui
2019	348	39 01-févr	samedi	01-févr	oui
2020	445	35 01-févr	dimanche	15-janv	oui

L'unique paramètre qui semble avoir une influence sur la couverture presse est la publication d'un dossier de presse : la publication du premier dossier de presse coïncide avec le passage à plus de 300 articles annuels. La date de la publication ne semble cependant pas avoir d'influence nette sur la couverture presse qui en résulte.

À ce titre, l'année 2019 est intéressante dans la mesure où le pic d'articles intervient le jour de la publication du dossier de presse, ce qui indique que la presse disposait d'informations par d'autres biais, ou que celle-ci a suffisamment intégré la récurrence de l'événement pour communiquer à son sujet, même sans nouveau dossier de presse. La couverture totale de l'année 2019 est toutefois plus faible que les autres années.

Le rapport entre le nombre d'animations proposées et le nombre d'articles publiés est relativement constant entre les années, et oscille entre 0.5 et 0.7 (Tableau 17). Il est minimal en 2019 et maximal en 2013.

Tableau 17 - Thème et rapport du nombre d'articles par animation par édition

Édition	Animations	Rapport art./anim.	Thème
2011	383	0,58	Les zones humides et les forêts
2012	475	0,52	Les zones humides, le tourisme et les loisirs
2013	430	0,74	Les zones humides et la gestion de l'eau
2014	489	0,63	Les zones humides et l'agriculture
2015	551	0,71	Les zones humides pour notre avenir

2016	626	0,69	Les zones humides pour notre avenir : modes de vie durables
2017	641	0,65	Les zones humides pour notre avenir : la prévention des risques de catastrophe
2018	647	0,57	Les zones humides pour un avenir urbain durable
2019	704	0,49	Zones humides et changement climatique
2020	789	0,56	Zones humides et biodiversité

En l'absence de caractérisation du contenu des articles publiés, il est difficile d'évaluer l'influence du thème de la JMZH sur la couverture presse.

4. BILAN

4.1 Limites de l'étude

4.1.1 Méthodologie

Les sources de données utilisées n'ont pas permis une collecte homogène des données, en raison de l'indisponibilité de certaines données et des limites inhérentes aux différents moteurs de recherche utilisés. L'hétérogénéité des données qui en résulte rend difficile la comparaison stricte des résultats d'un média à l'autre.

En ce qui concerne les réseaux sociaux numériques, les requêtes utilisées portaient principalement sur l'utilisation de mots clés dans les publications. Cela implique nécessairement qu'une partie de l'activité liée au sujet n'a pas été détectée, puisque tous les usagers n'insèrent pas systématiquement des mots clés dans leurs publications. La part d'activité ainsi ignorée n'est pas connue. Il est possible que cela altère la perception de la couverture médiatique, par exemple dans le cas où les organisateurs d'animations feraient un usage plus systématique des mots clés que les autres utilisateurs. En outre, il est à noter que toute l'activité réalisée de manière « privée » n'est pas prise en compte, ce qui conduit probablement à une surreprésentation des organismes et institutions par rapport aux particuliers.

Par ailleurs, tous médias confondus, les requêtes utilisées ne sont pas exhaustives. À titre d'exemple, les articles de presse relatant un événement organisé dans le cadre de la JMZH sans citer explicitement l'évènement ni utiliser les termes « zone humide » ou « milieu humide » (ex : « une sortie nature dans le marais de Brière ») n'ont pas été pris en compte. La couverture médiatique est donc sous-estimée, sans que l'importance de cette sous-estimation ne soit connue.

Cependant, et en dépit de ces difficultés, on peut raisonnablement penser que les résultats présentés témoignent de manière réaliste de la couverture médiatique de l'évènement, et de son influence sur la couverture médiatique générale du sujet « zones humides » en France, et les tendances mises en évidence existent effectivement.

4.1.2 Caractère atypique de l'année 2019

Les données de presse écrite et audiovisuelle indiquent une couverture presse plus faible en 2019 que les années précédentes, sans que la raison n'en soit connue. Deux hypothèses au moins peuvent être formulées.

- **Un délai dans le versement des données**

Il est possible que les articles et émissions ne soient pas disponibles dans les bases de données utilisées sitôt après leur publication. Cette hypothèse est plus vraisemblable pour la presse audiovisuelle, dans la mesure où c'est l'éditeur de l'émission qui est chargé de verser les informations liées à l'émission dans l'Inathèque au titre du dépôt légal. Des comparaisons réalisées en fin d'année 2020 n'ont cependant pas mis en évidence de différence importante dans l'effectif des émissions disponibles dans la base de données, bien qu'il ait légèrement augmenté en comparaison d'août 2020.

- **Une attention médiatique accaparée par d'autres sujets.**

Il est possible que le plus faible effectif d'articles et d'émissions observés en 2019 soit la conséquence d'une moindre disponibilité des médias à traiter du sujet « zones humides », en raison d'un ou plusieurs sujets prédominants dans l'activité médiatique. De novembre 2018 au printemps 2019 au moins, le sujet « gilets jaunes » a notamment occupé une part importante du temps médiatique, ce qui pourrait s'accompagner d'une moindre disponibilité des médias pour traiter des sujets liés à l'environnement. Si elle était confirmée, cette hypothèse indiquerait que la JMZH constitue un sujet médiatique « à géométrie variable » susceptible d'être partiellement occulté par d'autres actualités prépondérantes.

L'analyse de l'influence de la JMZH sur la couverture annuelle a pu être réalisée sur l'année 2018 pour la presse audiovisuelle, mais pas pour la presse écrite. Il est cependant supposé que les tendances mises en évidence auraient aussi été observées sur les autres éditions.

4.2 Couverture médiatique de la JMZH

Les résultats obtenus permettent de confirmer l'impact important de la JMZH sur la couverture médiatique du sujet « zones humides », tant dans la presse (écrite, télévision, radio) que sur les réseaux sociaux numériques (Twitter, Facebook, Instagram, Linked In).

• La presse écrite et audiovisuelle

La JMZH donne lieu à un pic d'articles et d'émissions au début de mois de février, essentiellement dans la presse écrite quotidienne régionale et la télévision régionale. Le pic est le plus fort le 2 février (ou la veille et le lendemain selon les années), mais persiste plusieurs jours.

Au cours de l'année, au moins 10 % des articles ou émissions portant sur le sujet « zones humides » cite explicitement la JMZH. Pour la presse écrite, l'évènement a été responsable de 375 articles en 2019 publiés dans 34 journaux, et 3500 articles de 2011 à 2020. Pour la presse audiovisuelle, l'évènement a fait l'objet de 21 émissions en 2018 sur 12 chaînes de télévision et de radio, et de 152 émissions de 2011 à 2020.

L'analyse des données de la presse écrite n'a pas permis de mettre en évidence d'influence forte des modalités d'organisation de chaque édition, si ce n'est que la mise en place d'un dossier de presse s'est accompagnée d'un dépassement de la barre de 300 articles annuels.

• Les réseaux sociaux numériques

La JMZH donne lieu à un pic d'activité particulièrement fort par rapport au reste de l'année, mis en évidence sur Twitter et Linked In. Bien que les données collectées ne permettent pas de l'étudier, ce pic existe aussi vraisemblablement sur Facebook et Instagram.

Par ailleurs, la JMZH s'accompagne de la mobilisation de relais (journaliste, ministre, etc.) qui bénéficient d'une popularité importante. Il en résulte logiquement un pic de popularité à proximité du 2 février : lors de l'édition 2020, 25% des *likes* attribués sur Twitter de décembre à mi-mars le sont le 2 février.

• Une couverture médiatique en croissance

La comparaison de plusieurs éditions indique une couverture médiatique globalement en croissance, bien que des variations interannuelles existent :

- Le nombre d'articles de presse passe de 221 à 454 de 2011 à 2020 ;
- Le nombre d'émissions télé et radios augmente globalement de 2000 à 2019, mais avec d'importantes fluctuations annuelles ;

- Le nombre de publications Facebook passe de 10 à 125 de 2015 à 2020.

Les données collectées ne permettent pas d'évaluer la tendance pour Twitter, Instagram et Linked In. Les fluctuations apparaissent plus importante dans le cas de la presse audiovisuelle qu'écrite, ce qui témoigne peut-être là aussi de la prédominance d'autres sujets d'actualité certaines années.

- **Un phénomène de longue-traine**

Enfin, un phénomène de « longue traîne » s'observe dans tous les médias et réseaux sociaux numériques. La majorité de l'activité provient d'un petit nombre de médias ou usagers, alors qu'une majorité d'entre eux ne publie ou diffuse qu'un petit nombre d'articles, émissions et publications (souvent 1 seul).

4.3 Perspectives

4.3.1 *Un impact médiatique confirmé, qui demande à être caractérisé davantage*

Les résultats obtenus confirment l'importance de la Journée mondiale des zones humides sur le plan médiatique en France, et en donnent des éléments quantitatifs : nombre d'articles ou d'émissions, nombre de tweets, nombre de journaux, chaînes ou utilisateurs impliqués, etc. Ils permettent de réaliser certains constats, notamment concernant la prépondérance des médias locaux dans la couverture du sujet par rapport aux médias nationaux.

Il serait pertinent de poursuivre l'analyse des résultats afin d'affiner la caractérisation, notamment sur le plan qualitatif. Les principales questions à explorer sont les suivantes :

- La presse écrite reprend-elle les informations incluses dans le dossier de presse ? Si oui, cela est-il réalisé de la même manière dans la presse quotidienne régionale et nationale ?
- La journée de lancement s'accompagne-t-elle de davantage d'articles dans la presse quotidienne régionale de son emplacement, ou de davantage d'émissions dans la télévision régionale ?
- Dans quelles pages ou rubriques se trouvent les articles de la presse écrite ? De quel type d'article s'agit-il ? De quel type d'émission s'agit-il ?
- Quel traitement de l'information est réalisé dans les articles et émissions ? Quels sont les champs lexicaux utilisés (voir Le Lay, 2017⁹) ?
- Quelle est la nature des usagers des réseaux sociaux qui publient au sujet de la JMZH, s'agit-il d'institutions, d'organismes, d'animations, d'élus, d'influenceurs, de journalistes, de particuliers ?

4.3.2 *Un travail à étendre à l'ensemble de la thématique*

Les résultats présentés soulèvent aussi des questions relatives aux effets de l'activité médiatique, notamment en ce qui concerne l'audience touchée. Pour certains réseaux sociaux, le nombre de *likes* a pu être relevé, mais il est d'une part incomplet (une partie inconnue de

⁹ [Les zones humides sous presse](#). Le Lay Y-F, 2017. Zones Humides Infos n°94.

l'activité n'étant pas publique), et d'autre part il oblitère les utilisateurs ayant effectivement vu une publication sans pour autant y réagir. Pour ce qui est des articles et émissions, la question de l'audience reste à explorer.

Par ailleurs, l'approche quantitative mise en œuvre ne renseigne pas sur la nature du contenu des articles, émissions et publications : traitement positif, neutre ou négatif du sujet, information d'ordre générale ou locale, prise de position, etc. Cette dimension de l'activité médiatique est importante à prendre en compte, en ce qu'elle a le potentiel d'influencer fortement la perception des zones humides par l'audience.

Enfin, la JMZH n'est pas le seul moment où les médias traitent des zones humides. L'étude de la couverture médiatique au cours de l'année le montre pour la presse écrite comme pour la presse audiovisuelle : la majorité des articles et émissions qui traitent des zones humides est publiée par petits effectifs quotidiens tout au long de l'année. Les questions soulevées pourraient donc s'appliquer à la thématique « zones humides » dans son ensemble.

Ainsi, il apparaît nécessaire de compléter cette première étude :

- **En étudiant l'édition 2018 dans la presse écrite, l'année 2019 étant visiblement atypique et ne permettant pas de quantifier de façon représentative l'effet de la JMZH,**
- **En réalisant des analyses qualitatives afin d'évaluer les opinions relayés par la presse,**
- **En étendant le périmètre de l'étude au sujet « zones humides » dans son ensemble,**
- **En étendant la période d'étude, en particulier en ce qui concerne la presse écrite.**

5. CONCLUSION

L'étude de la presse écrite, de la presse audiovisuelle et de 4 réseaux sociaux numériques a permis de quantifier la couverture médiatique de la Journée mondiale des zones humides au cours des dernières années. Il apparaît que l'évènement est effectivement un temps fort médiatique pour les deux types de presse et les réseaux sociaux, et que la couverture s'est globalement accrue au cours des dix dernières années. En ce qui concerne la presse, ce sont les journaux et chaînes régionaux qui assurent une grande partie de la couverture. Sur les réseaux sociaux, la caractérisation fine des usagers n'a pas été réalisée, mais il ressort que l'évènement permet de mobiliser des relais bénéficiant d'une importante popularité.

La collecte et l'analyse des données se sont heurtées à des difficultés méthodologiques rendant difficiles les comparaisons d'un média à l'autre ou d'une année à l'autre. Le matériel collecté est en effet hétérogène, et parfois incomplet. Pour autant, cela ne remet pas en cause la véracité des constats réalisés suite à l'analyse des données.

Le travail réalisé apporte des éléments quantitatifs. Il soulève aussi des questions de nature qualitatives visant à affiner la caractérisation de la couverture médiatique. Ces questions n'ont pas été traitées dans le cadre de cette étude, mais permettraient de mieux comprendre le traitement médiatique de la JMZH, et d'en déduire des axes d'amélioration. La stratégie CESP vise la sensibilisation du grand public et des acteurs jugés prioritaires. Au-delà du seul diagnostic de la couverture médiatique de la JMZH, l'enjeu est donc aussi de pouvoir en augmenter l'impact.

Plus largement, les questions soulevées pourraient aussi s'appliquer à la couverture médiatique du sujet « zones humides » dans son ensemble. Cette étude préliminaire appelle donc à d'autres analyses de la couverture médiatique de cette thématique.