

LE BAROMÈTRE DE LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DES ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT

2023-2025 EN FAITS ET CHIFFRES

Octobre 2025



FOCUS2030
DATA - INNOVATION - DÉVELOPPEMENT

1

Mesurer la couverture des enjeux du développement dans les médias en France : pourquoi MEDIA 2030 ?

Comment les Français et les Françaises sont-ils informés des grands défis planétaires ? Comment les médias couvrent-ils les enjeux de développement : pauvreté, inégalités, accès à la santé, innovations, rôle de la communauté internationale ? Quelle place accordent-ils aux pays dits « du Sud » dans leur traitement de l'actualité internationale ?

C'est à ces questions que **Focus 2030**, acteur engagé dans la mise à l'agenda politique, médiatique et citoyen des Objectifs de développement durable, entend répondre à travers **MEDIA 2030**, le **Baromètre de la couverture des enjeux de développement**.

Si la sociologie des médias met en évidence une tendance bien connue selon laquelle le traitement de l'actualité internationale privilégie **les crises** (politiques, économiques, sociales, géopolitiques), **l'urgence** (conflits, catastrophes) et la règle du **mort kilomètre**, force est de constater que le quotidien des populations, l'action des acteurs de la solidarité internationale et les grandes tendances planétaires à l'œuvre bénéficient d'un intérêt bien moindre.

Pourtant, en tant que **sources privilégiées d'information**, les **médias** jouent un **rôle primordial** dans la socialisation des individus, leur **compréhension du monde**, leur perception des progrès et leur appréhension des menaces qui pèsent sur la planète.

Or, le **niveau de connaissance** qu'a le **public** de la **marche du monde**, des règles qui régissent les relations internationales, des instruments de la coopération et de l'action de la France en matière de solidarité internationale **pose question**.

Ainsi, **10 ans après l'adoption de l'Agenda 2030**, seuls 10 % des Français déclarent connaître les Objectifs de développement durable des Nations unies. Un Français sur deux estime que la proportion de personnes vivant sous le seuil d'extrême pauvreté a augmenté les 30 dernières années quand elle a été divisée par quatre.

On ne s'étonnera pas, dès lors, que **53 % des Français se considèrent « mal informés » sur ce qui se passe dans le reste du monde**, et 67 % sur l'actualité du continent africain, comme le révèlent nos récents sondages.

C'est dans cette perspective que Focus 2030 a créé **MEDIA 2030**, le **baromètre mensuel de la couverture médiatique de l'actualité internationale**, l'occasion d'interroger le traitement journalistique des enjeux de développement de **110 médias français**, d'identifier les bonnes pratiques et de mesurer l'état du débat public sur les grands bouleversements du monde.

Cette étude synthétise les principaux enseignements couvrant la période de **janvier 2023 à septembre 2025**. Elle analyse, **chiffres à l'appui**, la place accordée par les médias français aux grands enjeux planétaires, aux réponses apportées par la communauté internationale, ainsi qu'aux organisations, personnalités et événements internationaux qui suscitent le plus d'intérêt.

Seule politique publique dédiée à l'amélioration des conditions de vie des populations les plus marginalisées et à la préservation des biens publics mondiaux, **l'aide publique au développement** est particulièrement scrutée dans cette étude. Instrument parmi d'autres du financement du développement, elle cristallise aujourd'hui **controverses** parsemées de **fake news** et **remises en cause** sur fond de recomposition géopolitique et de contraintes budgétaires croissantes dans les pays donateurs.

Sans prétendre à l'exhaustivité, **MEDIA 2030** a pour ambition de favoriser un **dialogue constructif** entre **journalistes et acteurs de la solidarité internationale**, afin de renouveler les pratiques et de susciter chez les **citoyens** un regard plus critique, informé et engagé sur les grands défis de notre temps.

Bonne lecture !

2

Périmètre méthodologique de MEDIA 2030

Le baromètre **Media 2030** est conçu comme un **outil de veille, de suivi et d'analyse**, permettant d'évaluer mensuellement et annuellement le **traitement des enjeux de développement international dans les médias français**.

Il repose sur une méthodologie combinant :

- Mesures quantitatives
- Analyses qualitatives

Objectif : fournir des données fiables et exploitables aux professionnels de l'information et aux acteurs du développement.

Cette étude est réalisée à partir des données recueillies par **Meltwater**, une solution reconnue de veille médiatique « social media ». Cet outil fonctionne à partir de l'identification de champs sémantiques définis dans des requêtes de type « booléennes » adaptées aux différents angles de recherche de cette étude.

Il permet d'identifier et d'analyser les contenus médiatiques en surveillant en continu les publications dans la presse, les médias audiovisuels et sur les plateformes numériques, afin de **détecter les tendances** et d'évaluer la **visibilité d'un sujet, d'un événement ou d'un acteur donné**.

Cette étude s'appuie sur le calcul de la volumétrie du **nombre de mentions** (de mots ou d'expressions), mesuré grâce à l'étude des contenus de **110 médias français** d'actualité retenus en fonction de leur **niveau d'audience** et répartis comme suit :

- **89 sites web d'information** diffusant des contenus écrits (provenant de 60 titres de presse, 12 « pure payers » et 17 sites de radios et télévision)
- **7 stations radios**
- **14 chaînes TV**

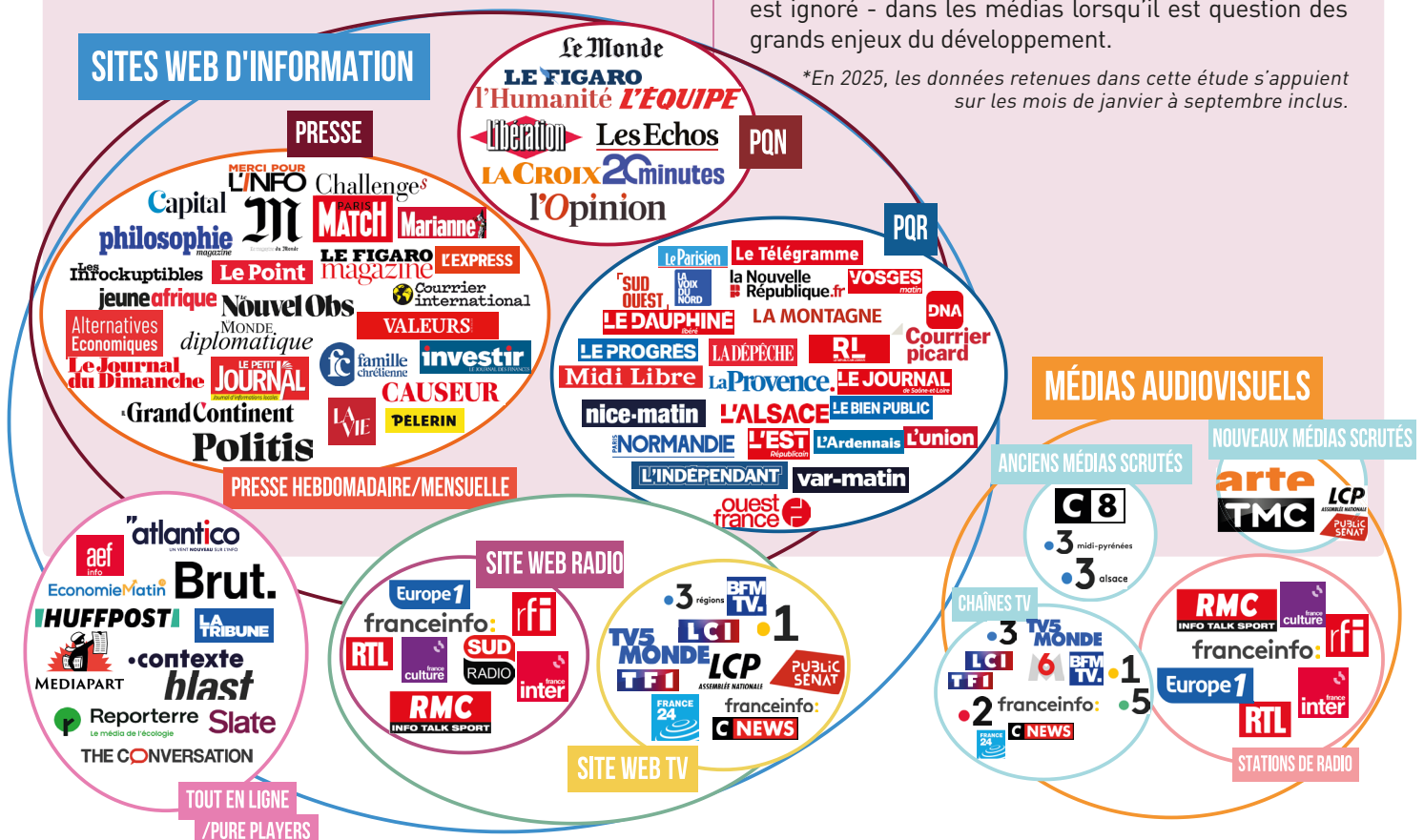
Au total, ces 110 médias émetteurs de contenus (écrits & audiovisuels) génèrent environ **470 000 contenus** scrutés par mois, à partir desquels cette étude permet de **quantifier la couverture médiatique des enjeux de développement** par les médias français mais aussi d'en suivre son **évolution dans le temps**.

Pour chaque année, les données chiffrées présentées reposent sur le nombre de publications suivantes :

2023 : 6.053.010 2024 : 5.960.544 2025* : 3.537.956

En dépit d'une méthodologie rigoureuse, il convient de rappeler que cette étude comporte certaines limites et biais, liés notamment aux évolutions sémantiques ou à d'éventuels aléas techniques. Sans prétendre à l'exhaustivité, ces résultats ont vocation à éclairer l'ampleur, la nature et l'évolution de ce qui se dit - ou est ignoré - dans les médias lorsqu'il est question des grands enjeux du développement.

**En 2025, les données retenues dans cette étude s'appuient sur les mois de janvier à septembre inclus.*



Pour plus d'informations sur la méthodologie du Baromètre MÉDIA 2030, se référer au site de Focus 2030.

3

Les enseignements clés de MEDIA 2030

L'invisibilisation du continent africain en question

Les **44 pays les plus vulnérables***, où se concentrent pourtant les principaux défis du développement, ne représentent que **6 % des pays** mentionnés dans les médias français.



Depuis janvier 2023 **seuls 13 %** des pays mentionnés dans les médias français appartiennent au continent africain. Plus largement, la répartition des pays cités ne reflète ni leur proximité géographique avec la France ni leur poids démographique. En conséquence, les pays du « Sud global » issus d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine demeurent systématiquement sous-représentés.

**Selon la liste des pays les moins avancés (PMA) définie par les Nations unies.*

Crises visibles, progrès invisibles

Tous médias confondus, l'attention médiatique se porte avant tout sur les crises visibles – conflits, **épidémies ou catastrophes** – qui traduisent l'urgence et suscitent une forte charge émotionnelle.



À l'inverse, les **progrès continus**, même lorsqu'ils sont significatifs, peinent à capter l'intérêt, leur inscription dans la durée les privant du caractère de « hard news » généralement attendu dans le traitement de l'actualité. Ainsi, la chute de la mortalité au Cameroun observée grâce aux campagnes de vaccination contre le paludisme, en l'espace d'un an seulement, n'a été mentionnée que sept fois dans les médias.

Un regain d'attention récent sur l'APD, façonné par Donald Trump et l'USAID

54 % des mentions liées de près ou de loin à l'aide publique au développement en 2025 évoquent **Donald Trump**. La suppression de l'USAID combinée aux coupes budgétaires de l'APD en France ont provoqué une hausse de 95 % des mentions entre 2024 et 2025.



Les médias du service public en tête

Les chaînes de télévision et les stations de radios du service public dominent largement la couverture des enjeux de développement. **RFI, France Info, France 24, TV5 Monde, France Inter ou France Culture** figurent systématiquement parmi les médias audiovisuels qui mentionnent le plus l'APD notamment, attestant de leur rôle central dans l'information sur ces questions.



Une couverture hexagonale des événements internationaux

Certains événements internationaux, comme la **Journée des droits des femmes** le 8 mars ou les **COP climat**, offrent régulièrement l'occasion de mettre en avant les enjeux de développement dans les médias. **Les sommets accueillis par la France** : Sommet pour un nouveau pacte financier mondial en juin 2023, *Nutrition for Growth* en mars 2025 et Sommet de l'ONU sur les océans en juin 2025) bénéficient d'une visibilité accrue. En septembre 2025, l'Assemblée générale des Nations unies a suscité une attention médiatique singulière à l'occasion de la reconnaissance de l'État de Palestine à l'initiative de la France, suivie par de nombreux autres États.



Solidarité internationale ou aide publique au développement ? Ce que les médias nous racontent

La notion de « solidarité internationale » renvoie principalement dans les médias à l'aide humanitaire d'urgence, tandis que le « développement » est le plus souvent abordé sous le prisme étroit de l'aide publique au développement, largement dominé par des considérations économiques et financières.



De la solidarité à la controverse : l'APD comme cible

Longtemps consensuelle mais peu débattue, l'aide publique au développement (APD) est désormais prise pour cible, entre **buzz médiatique, approximations et désinformation**. Les revirements de Donald Trump, conjugués aux polémiques autour des fonds supposément alloués par la France à l'Algérie et à la Chine, ont fait de l'APD un sujet hautement controversé et largement relayé par les médias audiovisuels.



Quels types de médias couvrent les enjeux de développement ?

Les **sites d'information en ligne** produisent proportionnellement davantage de contenus sur les enjeux de développement (46 %) que les chaînes de télévision (33 %) ou les stations de radio (21 %). En toute logique, la vocation internationale des médias s'accompagne d'une prédisposition à aborder les enjeux de développement, comme en témoignent la place accordée à ces enjeux sur RFI, TV5 Monde, ou France 24.

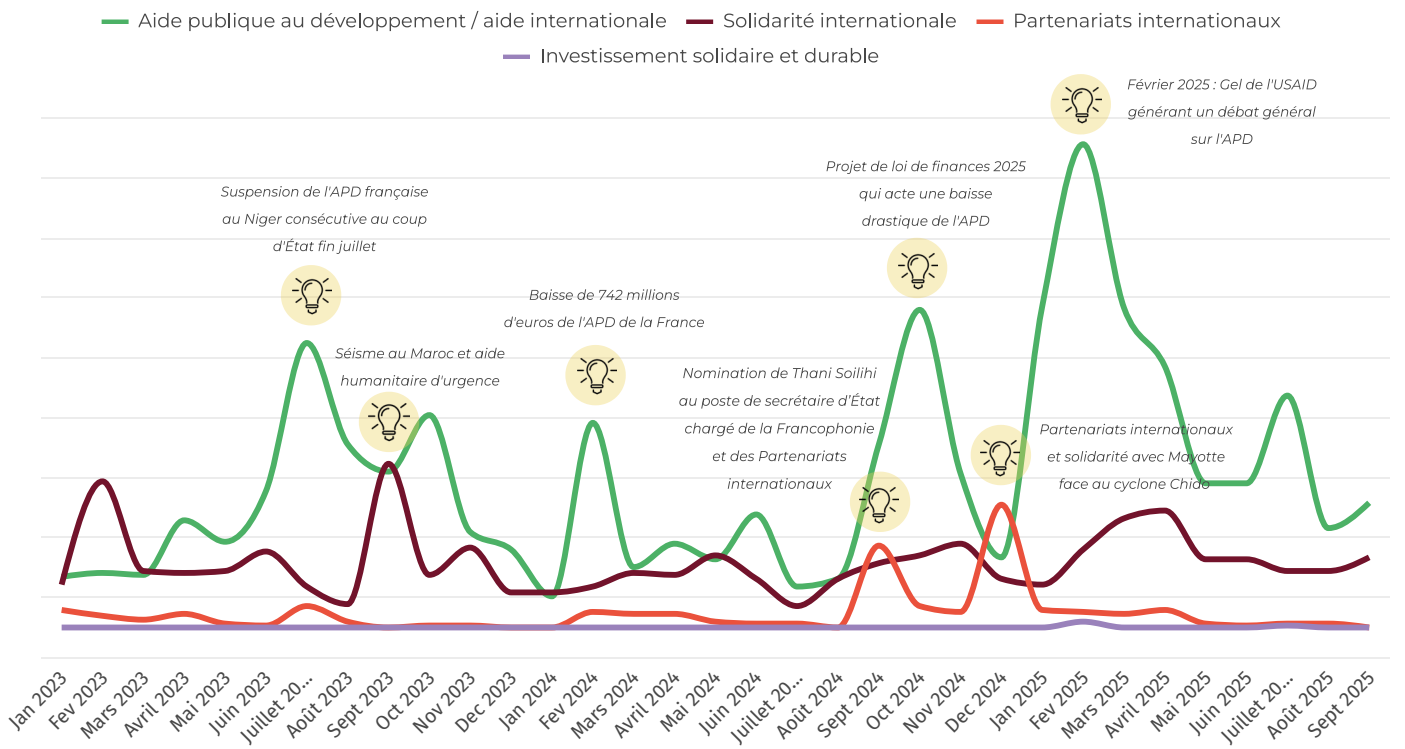


4

L'aide publique au développement - un référent commun pour couvrir les enjeux de coopération internationale dans les médias

Comparaison entre quatre champs sémantiques

Évolution des mentions entre janvier 2023 et septembre 2025 sur les sites web d'information, la radio et la TV*



Volumétrie des champs sémantiques par année (APD, Solidarité internationale, partenariats internationaux)

	Aide publique au développement	Solidarité internationale	Partenariats internationaux
2023	62%	34%	4%
2024	59%	28%	13%
2025	73%	24%	3%

5

Comment les politiques et les enjeux de développement sont-ils signifiés dans les 110 médias scrutés ?

Depuis quelques années, un **débat** émerge au sein du secteur du développement et de la solidarité internationale sur la manière de **désigner la politique publique** qui accompagne la transition écologique, économique et sociale à l'échelle mondiale, afin de la rendre **plus fidèle aux instruments et grands défis contemporains**.

C'est dans ce contexte que MEDIA 2030 a tenté d'objectiver la terminologie employée par les médias pour en rendre compte.

Bien que leurs intentions soient proches, les expressions « **solidarité internationale** », « **aide publique au développement** » (APD), « **investissements durables et solidaires** » et « **partenariats internationaux** » ne sont pas utilisées de manière interchangeable dans les médias français. Chacune renvoie à une dimension spécifique d'un ensemble plus large d'initiatives en matière d'aide, de solidarité ou de financement, reflétant différents aspects des politiques de développement.

L'APD : expression dominante dans les discussions sur le développement

L'**aide publique au développement** (APD), parfois appelée « aide internationale », est l'expression centrale à travers laquelle les enjeux de développement sont formulés et débattus dans les médias. Elle condense à la fois la **dimension de solidarité** (« aide »), le **caractère officiel d'une politique** (« publique ») et le **champ d'action visé** (« développement »).

Son usage médiatique est très largement majoritaire par rapport aux trois autres expressions recensées dans cette étude. Depuis 2023, l'APD occupe une place centrale dans les débats portant sur la dimension économique et financière du développement, principalement à travers la couverture de deux actualités majeures : **le démantèlement de l'USAID et les annonces de coupes budgétaires** en France relative à l'APD.

En 2025, la couverture de la suppression de l'USAID, principalement traitée médiatiquement sous la dénomination « aide internationale » ainsi que les coupes budgétaires en France, ont entraîné une nette hausse de la couverture de l'aide publique au développement. En moyenne (pondérée sur neuf mois), **les mentions de l'APD ont presque doublé (+95 %) entre 2023 et 2024**.

« Partenariats internationaux » : une appellation institutionnelle

L'expression « partenariats internationaux », déjà présente dans le langage diplomatique, a connu une évolution entre 2024 et 2025 avec son association fréquente aux « investissements solidaires et durables » (ISD). Elle demeure toutefois principalement **mobilisée dans un cadre institutionnel**, en lien avec le Ministère délégué à la Francophonie et aux Partenariats internationaux et le nouvellement dénommé Conseil présidentiel pour les partenariats internationaux, sans réelle autonomie dans les médias.

« Solidarité internationale » : la réponse à l'urgence

Dans les médias, l'expression « solidarité internationale » renvoie principalement à **l'aide humanitaire** déployée lors de catastrophes.

Elle désigne la mobilisation des pays les plus riches, les mieux équipés ou les plus proches géographiquement pour soutenir les populations en détresse, comme après un séisme.

Entre 2023 et 2025, cette terminologie a également été utilisée dans le cadre de la couverture de l'Accord mondial sur les pandémies, confirmant que cette notion reste étroitement liée aux réponses collectives face à une crise ou une urgence.

« Investissements solidaires et durables » : une terminologie pour initiés

Avec « solidarité internationale » et « partenariats internationaux », les « investissements solidaires et durables » figurent désormais dans la liste des **dénominations officielles** à mobiliser dans les éléments de langage pour désigner la politique de développement de la France dans les documents et prises de parole publics.

Pour autant, la présence de la terminologie « investissements solidaires et durables » demeure **marginale** dans les 110 médias analysés.

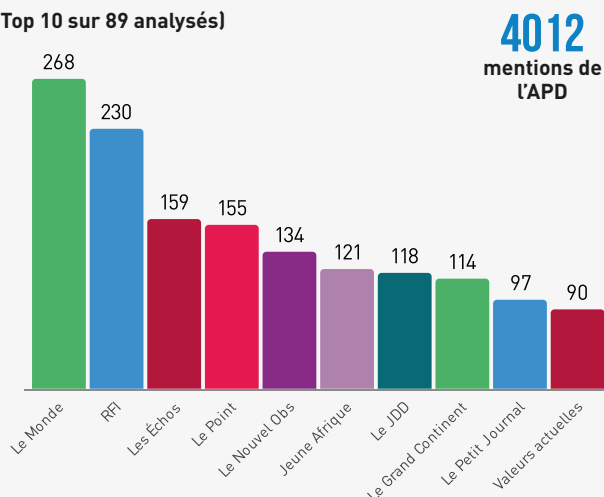
L'expression n'apparaît que dans les discours d'acteurs institutionnels (AFD, MEAE) et n'est jamais employée spontanément par les journalistes ou les personnes interviewées.

6

Dans quelle mesure les médias couvrent l'aide publique au développement et ses enjeux ? (1)

SITES WEB D'INFORMATION TOUS CONFONDUS

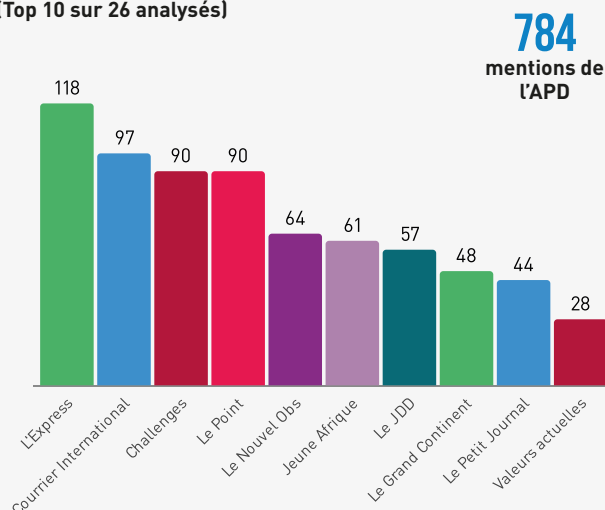
(Top 10 sur 89 analysés)



46 % des mentions de l'APD sont identifiées dans des contenus écrits émanant de la **presse** (PQR, PQN, presse hebdomadaire et mensuelle), **de pure players ou de sites des médias audiovisuels**. Les sites du quotidien **Le Monde** et de **Radio France International** figurent parmi les médias qui abordent le plus fréquemment ce sujet.

PRESSE HEBDOMADAIRE ET MENSUELLE

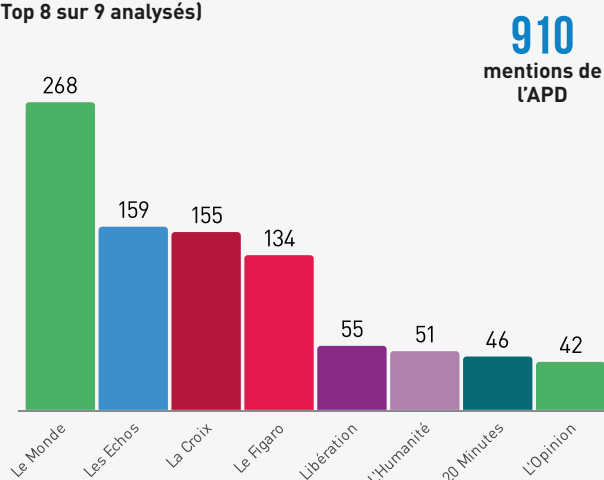
(Top 10 sur 26 analysés)



Parmi les contenus écrits mentionnant l'APD, **20 %** proviennent de la presse hebdomadaire ou mensuelle, qui abordent pourtant peu ce sujet. Malgré cette faible couverture, ces médias proposent **des analyses approfondies** grâce à des **articles de fond**, décryptant en détail les enjeux **économiques**, les **stratégies**, les **impacts** et les **limites** des politiques de développement.

PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE

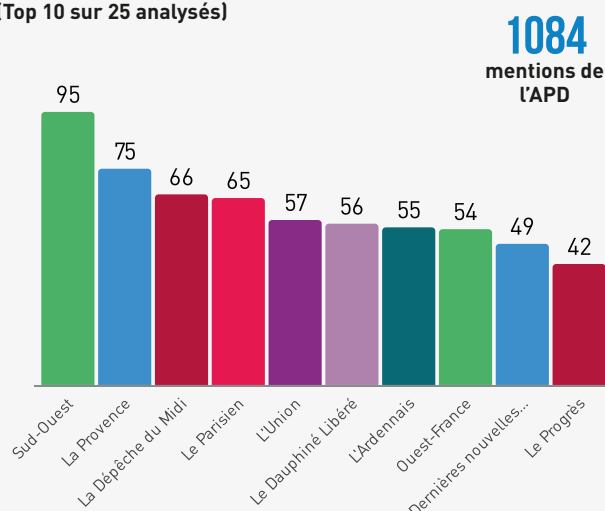
(Top 8 sur 9 analysés)



Parmi les contenus écrits mentionnant l'APD, **23 %** proviennent de la **presse quotidienne nationale** (PQN), accessible en ligne. **Le Monde** est le quotidien qui aborde le plus souvent les enjeux de développement, suivi des **Échos**, sous un angle économique, puis de **La Croix** et **Le Figaro**. En moyenne, les médias de la PQN évoquent l'APD environ une fois par semaine sur les trois dernières années.

PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE

(Top 10 sur 25 analysés)



Parmi les contenus écrits mentionnant l'APD, **27 %** proviennent de la **presse quotidienne régionale** (PQR) accessibles en ligne. Cependant, compte-tenu du nombre de titres et de lecteurs de la PQR, **l'exposition à ce sujet demeure toutefois limitée**. Près de **60 %** des mentions se concentrent dans seulement 10 des 25 journaux analysés.

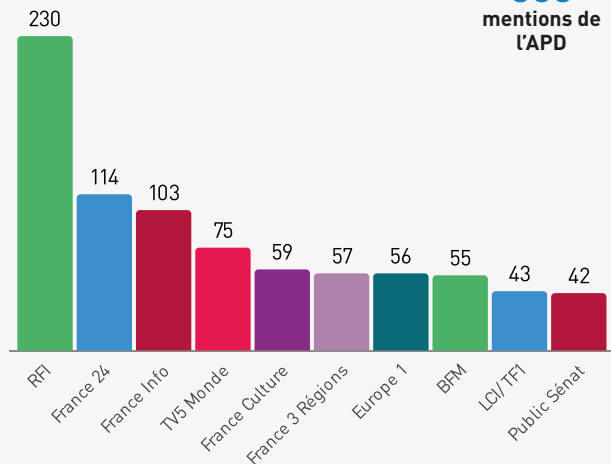
7

Dans quelle mesure les médias couvrent l'aide publique au développement et ses enjeux ? (2)

SITES WEB TV ET RADIO

(Top 10 médias sur 17)

950
mentions de
l'APD



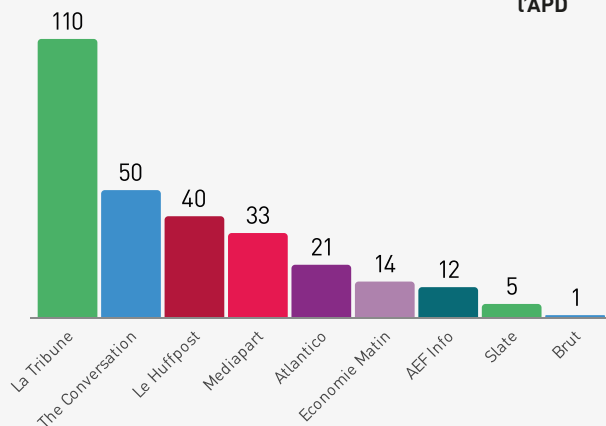
Parmi les **sites de médias audiovisuels** (radios et TV) produisant des **contenus écrits** mentionnant l'APD, **RFI** domine largement, suivi par deux autres médias d'information en continu du service public. Au total, **7 médias du service public figurent dans le top 10**.

PURE PLAYERS

(Top 10 médias sur 12)

*Chaîne d'info en continu

286
mentions de
l'APD



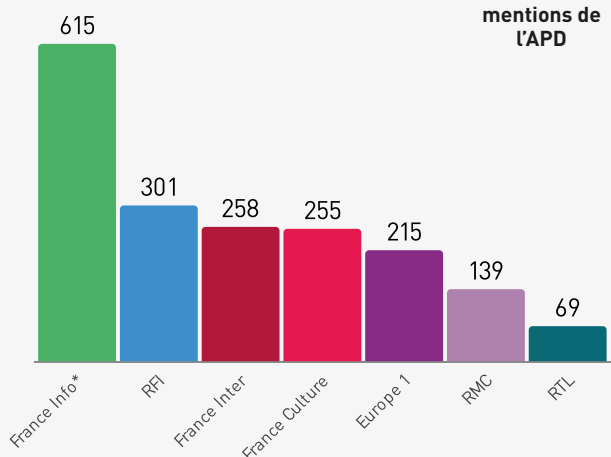
Parmi l'ensemble des **contenus écrits**, moins de **8 %** des mentions de l'APD proviennent des douze pure players analysés par MEDIA 2030. Parmi eux, **La Tribune**, disponible en ligne et en version papier le week-end, se distingue par sa couverture des enjeux de financement du développement, le plus souvent traités sous un angle économique.

STATIONS RADIO

(Top 7 sur 7 analysés)

*Radio d'info en continu

1852
mentions de
l'APD



21 % des **mentions totales** de l'APD proviennent de **contenus radiophoniques**, principalement issus des stations du service public.

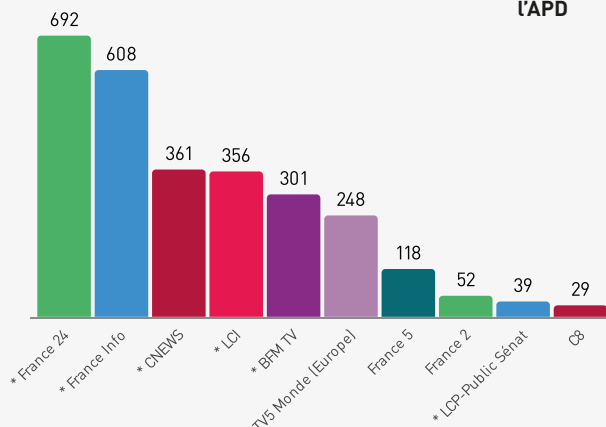
Tous médias confondus, **France Info** est de loin celui qui traite le plus fréquemment des enjeux de financement du développement.

CHAÎNES TV

(Top 10 sur 14 analysés)

*Chaîne d'info en continu

2910
mentions de
l'APD



33 % des **mentions totales** de l'APD proviennent de **contenus télévisuels**, principalement diffusés sur les chaînes d'information en continu du **service public**. Les débats **polémiques**, les **controverses** et les **informations inexactes, voire mensongères**, autour de l'APD trouvent le plus souvent un écho sur les plateaux de chaînes comme **CNEWS** voire **BFM TV**.

8

Quand l'information sur le développement devient source d'inspiration : Focus sur les bonnes pratiques

Presse quotidienne nationale (juillet 2025)

L'aide internationale est mise à la Une par **La Croix** en juillet 2025. Cinq mois après la réduction brutale de l'aide américaine décidée par l'administration

Trump, le quotidien souligne un changement de cap : le recul inédit de la solidarité internationale.



Par William Minh Hào Nguyen



Presse hebdomadaire et mensuelle (mai 2025)

Le Grand Continent adopte une approche exigeante : à travers ses formats longs, la revue aborde des débats complexes et, dans cet article, ouvre la voie à une réflexion renouvelée sur le financement du

développement en donnant la parole au directeur exécutif du *Finance for Development Lab*.



Par Martin Kessler

Le Grand Continent

L'ère de la fragmentation opportuniste : penser la finance du développement après Trump



Chaîne TV (septembre 2025)

L'émission « Faut-il réinventer l'aide publique au développement ? » diffusée dans **Le grand angle** sur **TV5MONDE** explore les défis contemporains de l'aide internationale.

Elle met en lumière les critiques adressées à l'aide traditionnelle, jugée paternaliste et déconnectée des réalités locales. Les intervenants plaident pour une approche plus inclusive, axée sur la coopération Sud-Sud et l'autonomisation des populations bénéficiaires.



Par Estelle Martin avec Philippe Marchesin et Jean-Christophe Crespel

Presse quotidienne régionale (janvier 2023)

Cet article de **Ouest France** souligne la démarche novatrice d'Esther Duflo, qui consiste à dépasser les grandes questions théoriques sur la pauvreté pour s'attacher à des enjeux concrets et mesurables, tels

que la vaccination des enfants, la préservation des forêts ou l'accès au crédit pour les entrepreneurs dans les pays à faible revenu.

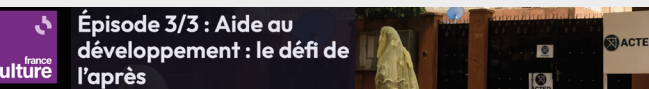


Par Carine Arribeux



Station radio (novembre 2024)

Ce podcast de **France Culture** présente l'aide au développement comme un instrument de *soft power*, souvent critiqué pour ses relents néocoloniaux, tout en mettant en avant une évolution récente : le renforcement du rôle des acteurs locaux, en dépit de la domination toujours marquée des grandes ONG internationales.



Avec Tiphaine de Rocquigny, François Bourguignon et Vincent Pradier

Site d'information radio (janvier 2025)

Cet article publié sur le site web de **RFI** analyse les coupes envisagées de l'aide publique au développement dans

le cadre du projet de loi de finance et ses conséquences.



Par Victorien Willaume



Pure players (mars 2025)

Cet article de fond de **BLAST** décrypte l'impact à court, moyen et long termes des coupes de l'aide internationale sur les ONG et la remise en cause de leur modèle.



Par Thierry Gadault



ONG au bord du gouffre : « L'arrêt brutal de l'aide humanitaire est criminel »

Europe Humanitaire USAID

9

Un débat marqué par l'émergence de controverses et d'« infox » sur les enjeux du développement.

Jusque-là consensuelle en France, l'aide publique au développement fait désormais l'objet de vives **contestations**. Les **idées reçues** et **polémiques** qui l'entourent sont de plus en plus relayées par certains médias, contribuant à polariser le

débat public. Depuis peu, certaines personnalités politiques en ont fait un thème porteur, souvent au prix d'**approximations** et de **fausses informations**, principalement diffusées sur **CNEWS**, **Europe 1** et dans **Le Journal du Dimanche**.

FAKE NEWS



Le 20 septembre 2024
sur RMC

✗ **FAUX** « La France verse 136 millions/ 800 millions d'euros par an à l'Algérie. »

✓ **LES FAITS** Entre 2019 et 2023, la France a en réalité financé des projets de développement en Algérie à hauteur de 4 millions d'euros par an en moyenne. L'OCDE autorise les pays donateurs à déclarer en APD des financements qui ne sortent jamais du territoire national. C'est le cas pour l'Algérie : sur les 129 millions d'euros déclarés en 2023, 122 millions concernaient des bourses et autres frais d'étude d'étudiants algériens en France, 2 millions d'euros concernaient des frais administratifs et 2 millions d'euros, de l'assistance technique. (Source : OCDE)

✗ **FAUX** « La France donne 120 millions d'euros par an à la Chine. »

✓ **LES FAITS** La France ne procure plus d'APD en dons à la Chine depuis 2020. Elle lui fournit en revanche des prêts aux conditions de marché destinés à encourager sa transition climatique, que la Chine rembourse. (Source : OCDE)

Ces informations qui auraient mérité la Une

Le traitement journalistique de l'actualité internationale souffre régulièrement d'un **manque d'attention** à l'égard d'événements ou d'initiatives qui auraient mérité une couverture plus soutenue.

✗ **44 MENTIONS**

Un vaccin contre le VIH à 40 \$ par an : une révolution passée sous silence : la couverture de la baisse des prix du Lénacapavir

Le **Lénacapavir**, un traitement révolutionnaire contre le VIH, sera désormais proposé à **40 \$ par an**, contre **28 218 \$** auparavant, rendant ce médicament injectable enfin accessible aux populations des pays les plus vulnérables.. Ce tournant historique dans la **lutte contre le sida** n'a pourtant été mentionnée que **44 fois** dans les médias français.

Relayé notamment par : **Le Monde**, **Les Échos** ou **France 24**.



Avec Nadia Makhloufi et Carmen Perez-Casas

✗ **39 MENTIONS**

Reconstitution de Gavi : un sommet record, une couverture médiatique limitée

Lors du Sommet mondial « Santé et prospérité grâce à la vaccination » (juin 2025), **9 milliards de dollars ont été promis à Gavi, l'Alliance du Vaccin afin de vacciner 500 millions d'enfants et éviter 8 millions de décès**. L'événement n'a pourtant été mentionné que **39 fois** dans les 110 médias analysés.



Par Clément Daniez



✓ **Vaccins pour les enfants du monde : les ambiguïtés inquiétantes de la France**

Monde. L'actu n'a toujours pas annoncé sa contribution à l'Alliance des vaccins, à deux jours de la grande conférence qui se tient à Bruxelles.



✗ **7 MENTIONS**

Baisse de la mortalité au Cameroun : le succès des campagnes de vaccination contre le paludisme

Alors que le Cameroun affichait depuis plusieurs années l'un des taux de mortalité liés à la maladie les plus élevés au monde, l'OMS a lancé en 2024 sa plus vaste campagne de vaccination dans le pays. Pourtant, les progrès de cette initiative n'ont donné lieu qu'à **7 mentions** dans les 110 médias français analysés en 2025.

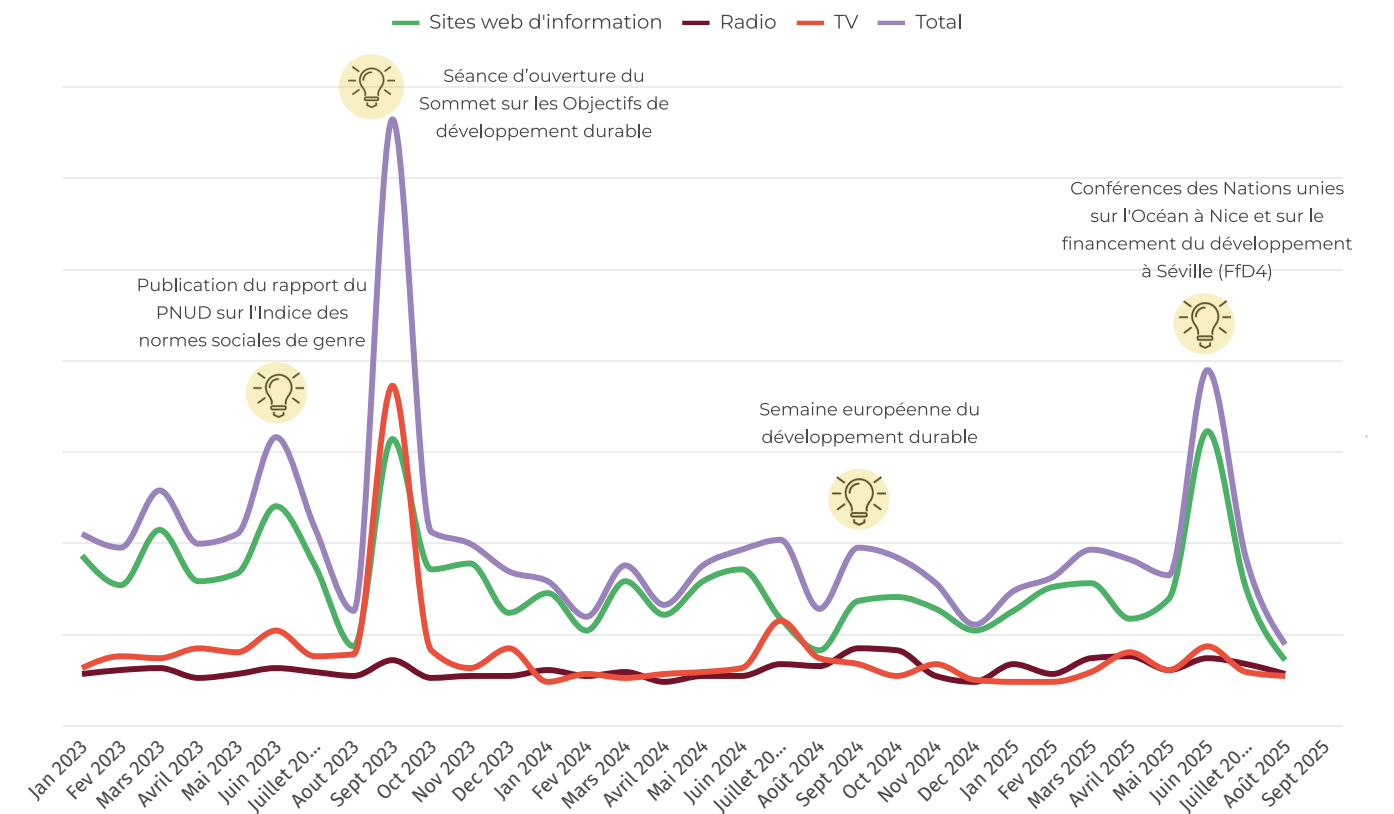
franceinfo:

"La mortalité a drastiquement baissé" : au Cameroun, le succès des campagnes de vaccination contre le paludisme

10

La couverture médiatique des « Objectifs de développement durable » et de « l'Agenda 2030 » dans le temps : un encéphalogramme désespérément plat

Évolution des mentions de l'Agenda 2030 et des ODD entre janvier 2023 et octobre 2025 sur les sites web d'information, la radio et la TV*



*Pour des raisons techniques, la comptabilisation des mentions des stations de radio est partiellement indisponible du 17 novembre au 22 décembre 2024.

Les 17 **Objectifs de développement durable** adoptés aux Nations unies en 2015 autour de **l'Agenda 2030** guident l'action de la communauté internationale, mobilisant l'ensemble des 193 Etats membres des Nations unies, agences et banques de développement, institutions publiques, collectivités locales, ONG, mouvements sociaux.

En dépit de leur portée universelle, **les ODD n'ont de toute évidence pas suscité une appropriation médiatique** comparable à celle des enjeux climatiques, qui ont bénéficié d'une attention soutenue grâce à la mobilisation du GIEC, des acteurs de la société civile et à la dynamique des COP.

Avec 1 290 mentions en 2023, 737 en 2024 et 676 entre janvier et septembre 2025, l'Agenda 2030 et les Objectifs de développement durable (ODD), vraisemblablement considérés comme trop « technocratiques » demeurent **très rarement mentionnés** dans les 110 médias analysés par MEDIA 2030. En moyenne, la probabilité qu'un citoyen soit exposé à un contenu évoquant

cette feuille de route mondiale ne dépasse pas trois occurrences par jour.

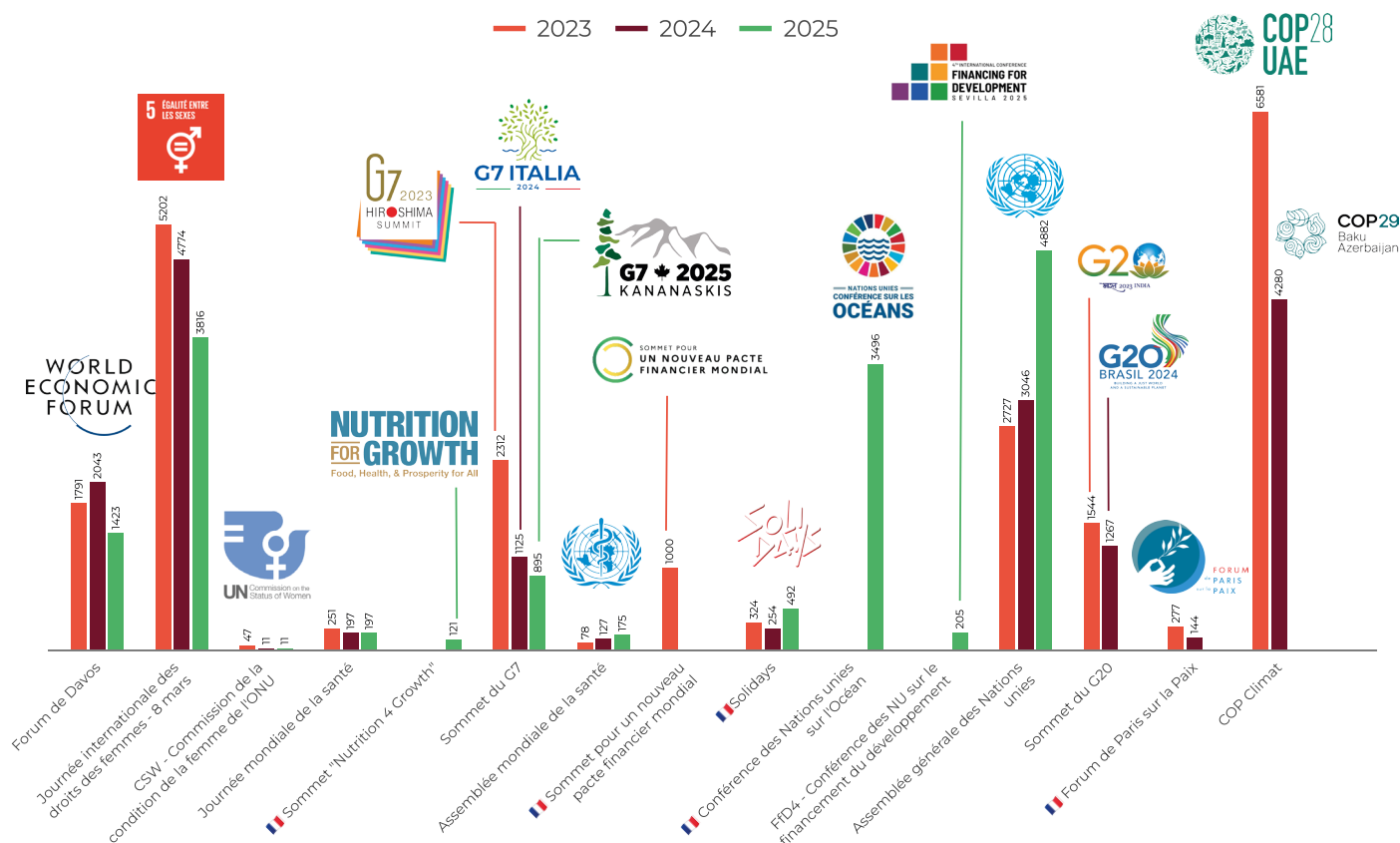
Exceptions notables, l'Agenda 2030 a toutefois bénéficié d'une **couverture médiatique accrue** à l'occasion de trois grands rendez-vous internationaux depuis 2023 : le **Sommet sur les ODD** (New York, septembre 2023), la **Conférence des Nations unies sur l'Océan** (Nice, juin 2025) et la **Conférence internationale sur le financement du développement** (Séville, juin-juillet 2025).

Lorsqu'ils sont mentionnés de manière explicite, les « ODD » sont surtout mobilisés dans les médias pour aborder les enjeux liés à la pauvreté (ODD 1), à la faim (ODD 2), à la santé (ODD 3), à l'égalité femmes-hommes (ODD 5) et au climat (ODD 13).

Les références à l'Agenda 2030 ou aux ODD se concentrent dans les contenus **écrits** (presse, sites d'information, sites des médias audiovisuels) et dans les contenus télévisuels, principalement les chaînes d'information en continu.

11

Quels grands événements internationaux retiennent l'attention des médias ?



Certains événements internationaux offrent aux médias un cadre privilégié pour décrypter les enjeux de développement et l'action de la communauté internationale.

La **Journée internationale des droits des femmes**, le 8 mars, en est l'un des exemples les plus emblématiques : véritable marronnier médiatique, elle fait chaque année l'objet d'une large couverture, portée par une forte résonance sociale et culturelle autour des questions d'égalité de genre.

Les **COP climat** concentrent, elles aussi, une attention médiatique considérable. Les enjeux environnementaux y occupent une place centrale, tout comme les fondations et ONG spécialisées, plus fréquemment citées que les autres acteurs de la solidarité internationale, vraisemblablement en écho à la sensibilité croissante du public face à l'urgence écologique.

Dans une moindre mesure, les **grands rendez-vous économiques internationaux** – Forum de Davos, G7

ou G20 – figurent également parmi les événements les plus cités dans les 110 médias analysés.

La **proximité géographique** et le **rôle moteur de la France**, qu'elle soit pays hôte ou à l'origine d'une initiative diplomatique, amplifient nettement la couverture médiatique.

Ainsi, en 2023, le **Sommet pour un nouveau pacte financier mondial** organisé à Paris a suscité environ 1 000 mentions, contre près de 3 500 pour la Conférence des Nations unies sur l'Océan tenue à Nice en juin 2025.

Chaque mardi de la 4^e semaine du mois de septembre, le débat général de **l'Assemblée générale des Nations unies** (AGNU) à New York suscite une attention soutenue, en raison de la présence d'un grand nombre de chefs d'État et de gouvernement.

En 2025, les débats autour de la guerre à Gaza et de la **reconnaissance de l'État de Palestine** – notamment par la France – ont entraîné une hausse notable de la couverture médiatique de l'AGNU.

Organisations non gouvernementales (ONG)



D'une année sur l'autre les nuages de mots permettent de visualiser les organisations les plus fréquemment mentionnées par les 110 médias analysés dans cette étude.

Les organisations les plus mentionnées œuvrent en faveur de la **défense des droits humains (Amnesty International & Human Rights Watch)**, de la **santé (Médecins Sans Frontières & Médecins du Monde)** ou de **l'environnement (Greenpeace & WWF)**.

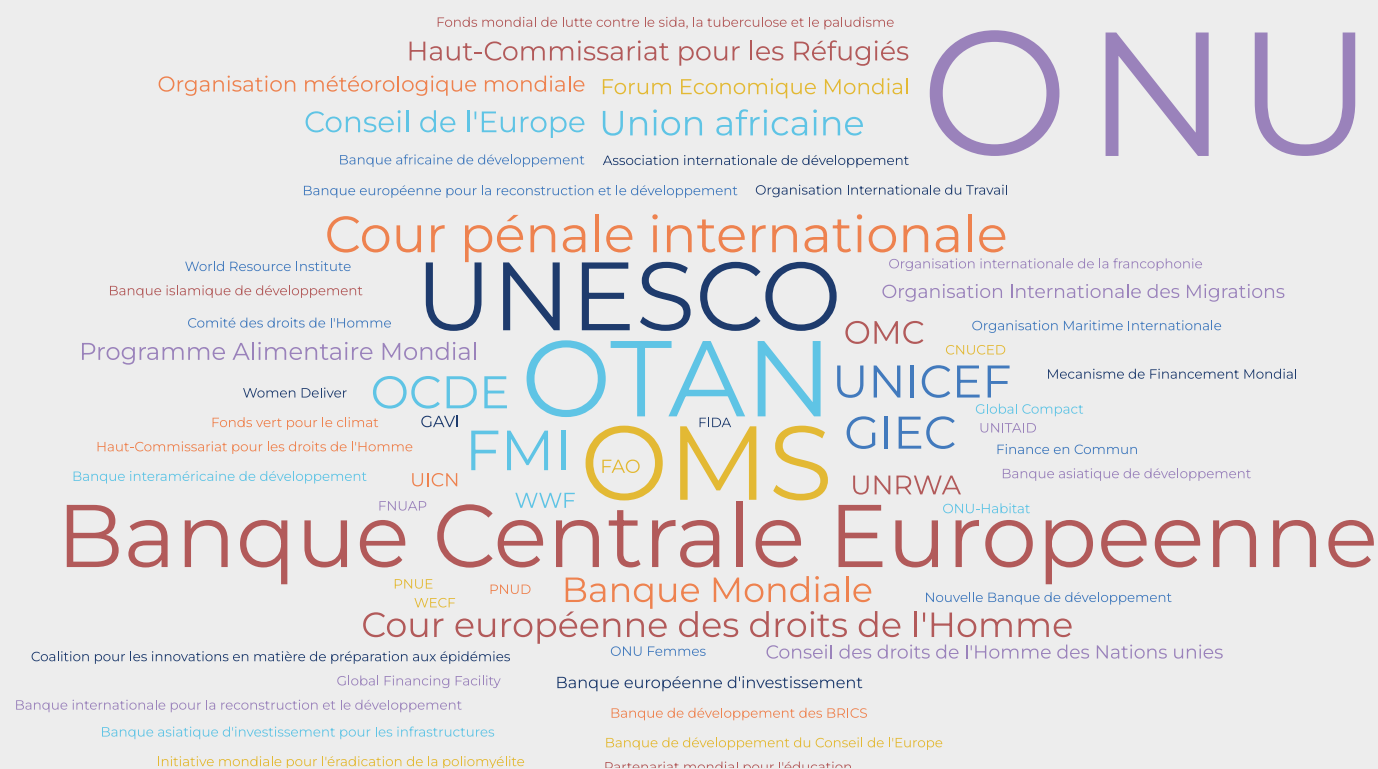
Entre 2023 et 2025, **Oxfam** a été largement médiatisée, notamment lors de la publication de ses rapports sur les inégalités mondiales.

Reporters sans frontières figure également parmi les organisations les plus fréquemment citées à travers une grande diversité de thématiques et de régions. Si la forte visibilité médiatique de ses actions s'explique sans doute par l'intensité de son activité de plaidoyer, celle-ci trouve vraisemblablement un écho particulier auprès des journalistes.

13

Les organisations inter-gouvernementales (OIG) les plus citées dans les médias

Organisations inter-gouvernementales (OIG)



L'ONU, est de loin l'organisation internationale la plus citée dans les médias français, à tel point que sa taille dans le nuage a dû être réduite afin de ne pas éclipser la visibilité des autres organisations.

En 2025, la montée des tensions entre l'Union européenne, les États-Unis et la Russie autour de la guerre en Ukraine a renforcé la présence de **l'OTAN** dans les 110 médias analysés. **L'OMS** et plusieurs agences onusiennes, notamment **l'UNESCO** et **l'UNICEF**, bénéficient également d'une

couverture régulière. Le **FMI** et la **Banque mondiale** sont, en toute logique, plus régulièrement cités que les banques régionales de développement.

Les enjeux économiques sont principalement associés à la **Banque centrale européenne** (BCE), tandis que les droits fondamentaux sont représentés dans les médias par l'action de la **Cour européenne des droits de l'Homme** et la **Cour pénale internationale**, souvent évoquées en lien avec les conflits actuels, notamment en Ukraine et à Gaza.

14

Les think tanks/centres de recherche et Fondations les plus cités dans les médias

Think tanks/centres de recherche



Parmi les centres de recherche & think tanks mobilisés sur les questions internationales, les organismes dédiés aux enjeux de **santé (INSERM, Pasteur)** sont particulièrement bien représentés dans les médias.

Les organismes oeuvrant plus spécifiquement sur les **politiques de développement** bénéficient d'une couverture comparable aux centres de recherche axés sur la **géopolitique**.

Fondations



La Fondation Gates, acteur majeur du développement notamment en matière de santé, s'impose comme l'une des Fondations les plus fréquemment couvertes dans les médias français.

Sa visibilité rejoint celle de **GoodPlanet**, dont les activités en faveur de l'environnement occupent également une place significative dans le paysage médiatique.

15

Les personnalités associées aux enjeux développement les plus citées dans les médias depuis janvier 2025

*Personnalités internationales



António Guterres arrive en tête des personnalités internationales associées aux enjeux de développement les plus citées dans les médias français. Il est suivi de **Greta Thunberg**, dont

la couverture médiatique en 2025 s'appuie principalement sur son engagement au Proche-Orient, puis de Bill Gates et de plusieurs responsables de la BCE et de l'OMS.

*Personnalités françaises



Du côté des personnalités françaises mobilisées sur les grands défis planétaires, **Gabriel Zucman** est le plus souvent cité, porté par le débat public initié autour de la **taxation des « super riches »**. Une médiatique

députée européenne opposante notoire à l'APD se classe en seconde position, devant **Najat Vallaud-Belkacem**, personnalité engagée pour la solidarité internationale et l'accueil des personnes réfugiées.

**Personnalités les plus citées du 1er janvier au 30 septembre 2025*

***La liste des personnalités scrutées n'est pas exhaustive et peut évoluer. Les nuages de mots reflètent le nombre de mentions de leurs noms, sans qu'ils soient nécessairement liés à un enjeu de développement. Découvrez les critères de sélection dans la méthodologie de MEDIA 2030 sur le site de Focus 2030.*

16

Le monde vu par les médias : l'invisibilisation des pays du « Sud global »

Les **44 pays les plus vulnérables***, où se concentrent pourtant les principaux défis du développement, ne représentent que

6 %

des pays mentionnés dans les médias français.

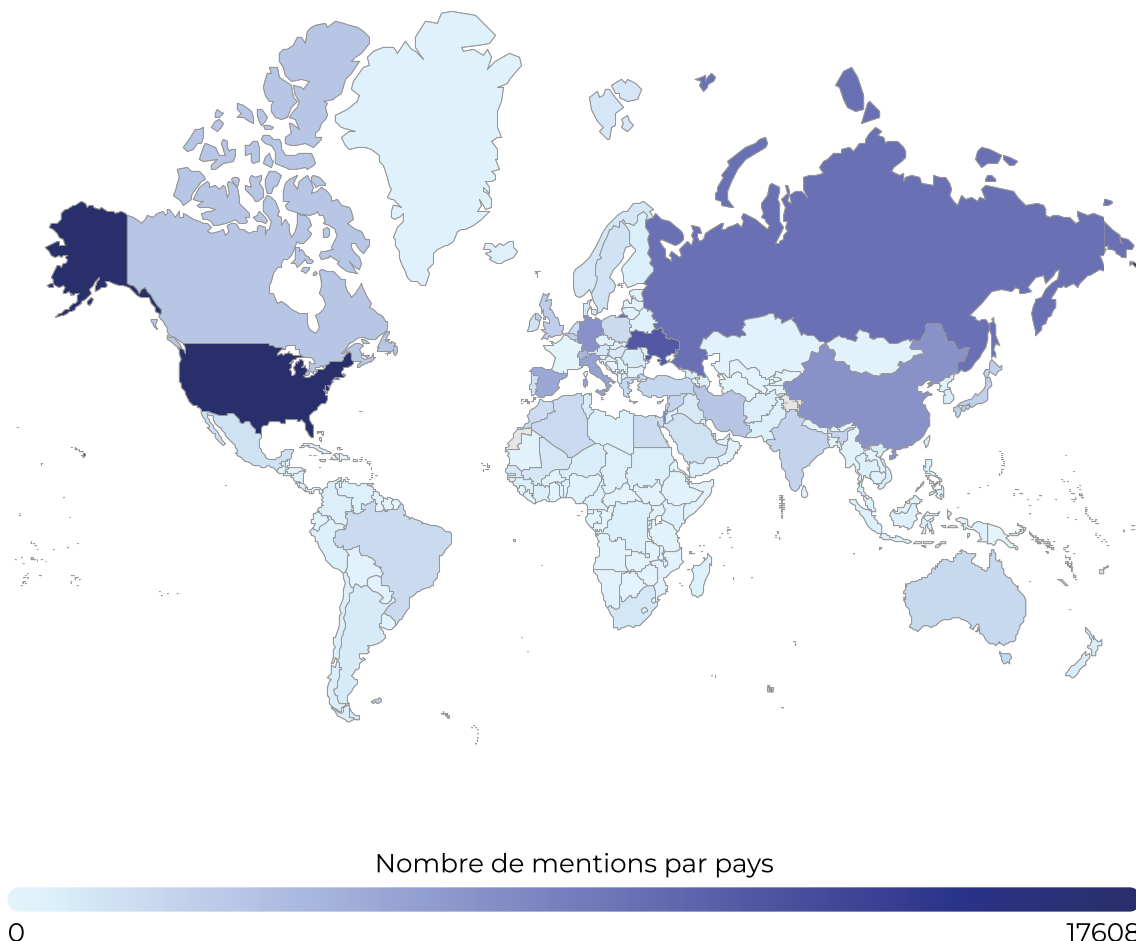
**Selon la liste des pays les moins avancés (PMA) définie par les Nations unies.*

Seuls

13 %

des pays cités dans les médias français appartiennent au **continent africain**.

Mentions des pays du monde dans 110 médias français entre le 1er janvier 2023 et le 30 septembre 2025



Carte produite à partir d'un échantillon de **120,000 publications** sur les trois années.

La représentation des pays du monde cités dans les 110 médias scrutés par MEDIA 2030 - tous sujets confondus - ne correspond ni à la proximité géographique de la France, ni à la réalité démographique mondiale.

Les **États-Unis** (9,5 % des mentions) dominent très largement la couverture médiatique, portés par « **l'effet Donald Trump** » et par leur position centrale dans l'imaginaire et leur influence politique, économique, scientifique, militaire et culturelle.

La couverture de la **guerre** aux portes de l'Europe génère une volumétrie conséquente du nombre de mentions des pays concernés : **l'Ukraine (6 %)** est le second pays le plus cité, juste devant la **Russie (5 %)**.

Avec près de 700 millions d'habitants soit 9% de la population mondiale, **l'Amérique latine** n'est que

très moyennement mentionnée dans les médias observés, soit moins de **5 %** du total des pays mentionnés.

La **Chine** se classe au **sixième rang** des pays les plus cités, avec **4 %** des mentions, alors qu'elle concentre 17 % de la population mondiale et occupe désormais la place de deuxième puissance mondiale.

Le **continent africain**, et plus encore **l'Afrique subsaharienne**, reste **très peu représenté** dans les médias français. Entre janvier 2023 et septembre 2025, **seuls 13% des pays cités dans les médias français appartiennent au continent africain**.

A noter : les **pays du Maghreb** sont beaucoup plus souvent mentionnés que les autres pays du continent, tout particulièrement le **Maroc et l'Algérie**.

Focus 2030 est une association qui accompagne les acteurs du développement et de la solidarité internationale dans les domaines de la communication, de la mobilisation citoyenne, du plaidoyer et de la recherche en vue de la réalisation des Objectifs de développement durable des Nations unies d'ici 2030.

La mission sociale de Focus 2030 consiste à mettre à l'agenda politique, médiatique et citoyen les enjeux de développement international, les inégalités mondiales et la lutte contre la pauvreté et les dérèglements climatiques, en vue de l'adoption de politiques publiques ambitieuses, transparentes et efficaces.

Focus 2030 structure son travail autour de trois axes principaux :

- **DATA** : par la production et l'analyse de données qualitatives et quantitatives au moyen d'enquêtes d'opinion sur le développement international, la publication d'informations et de données chiffrées sur le développement.
- **INNOVATION** : par l'accompagnement et le financement de campagnes et recherches innovantes sur les Objectifs de développement durable et le financement du développement.
- **DÉVELOPPEMENT** : en réunissant une communauté d'acteurs du développement (ONG, think tanks, organisations internationales et institutions publiques) afin de faciliter les échanges et de co-construire des actions communes.

Rédaction : Arnaud Gaillard, chercheur associé, Manon Provansal, chargée de programmes, Anaïs Michelin, assistante de programmes, Focus 2030

Directeur de la publication : Fabrice Ferrier, Directeur, Focus 2030