

ADEME MAGAZINE

Climat : la bataille de l'info

DANS LES COULISSES

**Journalistes et scientifiques :
en première ligne face
à la désinformation climatique**

PORTRAIT

**Rodolphe Meyer, « Le Réveilleur »
Sur YouTube, l'écologie sans raccourcis**

ET DEMAIN ?

**L'IA, menace ou alliée face
à la désinformation climatique ?**

04

LES CHIFFRES

La désinformation
climatique n'est pas
une fake news

06

DÉCRYPTAGE

Les mécanismes de
la désinformation
climatique

08

DANS LES COULISSES

Journalistes
et scientifiques :
en première ligne face
à la désinformation
climatique

12

REGARDS CROISÉS

David Chavalarias,
mathématicien
et directeur
de recherche au CNRS
et
Valérie Martin,
cheffe du service
Mobilisation Citoyenne
et Médias à l'ADEME

14

IDÉES REÇUES

Trois idées reçues qui
freinent la transition
écologique

—
« Les énergies
renouvelables ne
sont pas fiables »
—

« La piétonnisation
des centres-villes
tue le commerce »
—

« La voiture électrique
est plus polluante que
la voiture thermique »

18

EN PRATIQUE

Fake news : comment
ne plus se faire avoir !

20

PORTRAIT

Rodolphe Meyer,
« Le Réveilleur »
Sur YouTube, l'écologie
sans raccourcis

22

ET DEMAIN ?

L'IA, menace
ou alliée face
à la désinformation
climatique ?



SYLVAIN WASERMAN
PRÉSIDENT
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE L'ADEME

Le climatoscepticisme a laissé place à une autre forme de doute, plus diffuse : le climato-relativisme. Celui-ci entrave tout autant, si ce n'est plus, la transition écologique : malgré un consensus scientifique solide sur l'origine anthropique du changement climatique, 28% des Français estiment encore qu'il s'agit d'un phénomène naturel, non lié aux activités humaines⁽¹⁾. Cette croyance est entretenue par des campagnes de désinformation subtiles et moins facilement réfutables que la négation d'un phénomène devenu impossible à ignorer. En semant le doute sur l'urgence à agir ou sur l'efficacité des solutions proposées, ces campagnes justifient l'inaction. Elles freinent notre capacité à nous mobiliser collectivement pour le climat et pour notre santé, notre agriculture, notre industrie, notre pouvoir d'achat et notre qualité de vie.

En 2025, 665 cas de mésinformation ou de désinformation climatique ont été relevés dans les médias audiovisuels français⁽²⁾. Ces chiffres montrent que le phénomène est désormais structuré. Il s'intensifie à travers des discours sur les mesures environnementales ou les nouvelles politiques de transition écologique. Même s'ils sont corrigés en direct par des journalistes, ces messages sont séduisants : ils sont simples, logiques, jouent sur les émotions, la surprise ou l'humour et circulent massivement sur les réseaux sociaux.

Traquer la désinformation ne peut pas être la seule solution : il est indispensable de replacer sans cesse la science à sa juste place dans le débat public et d'encourager le « fact-checking », qu'il soit réalisé par des journalistes (AFP Factuel, etc.) ou par des organes de l'État (Bercy décode, French Response, etc.).

« Lutter contre la désinformation est un enjeu pour la transition écologique. »

Il est également nécessaire d'agir en amont, de développer l'éducation aux sciences et aux médias, de former dès le plus jeune âge à l'esprit critique et, surtout, de favoriser la diffusion d'informations de qualité, rigoureuses et nuancées, dans un langage accessible et des formats attractifs, sur tous les canaux, notamment les réseaux sociaux.

L'ADEME est, de par la loi, mandatée pour lutter contre la désinformation climatique (cf. Code de l'environnement). Nous produisons des connaissances scientifiques fiables, sérieuses et indépendantes, que nous publions sur nos sites, en expliquant de façon rigoureuse et transparente les méthodes que nous avons utilisées. Journalistes, influenceurs, entreprises, collectivités, associations ou citoyens : tout le monde peut s'appuyer sur nos études, nos guides et nos articles pour trouver des informations vérifiées, comprendre les enjeux du changement climatique, trouver de l'inspiration pour agir, ou encore des moyens de concrétiser un projet.

À l'heure où les institutions scientifiques comme la nôtre sont devenues la cible d'attaques, l'annonce par l'Élysée d'un plan national pour l'accès à l'information sur l'environnement et le climat pour cet été est un signal fort envoyé aux désinformateurs. ●

(1) Baromètre « Représentations sociales du changement climatique – 26^e vague », ADEME, 2025.

(2) Observatoire des médias sur l'écologie (OMÉ), 2026.

LA DÉSINFORMATION CLIMATIQUE N'EST PAS UNE FAKE NEWS

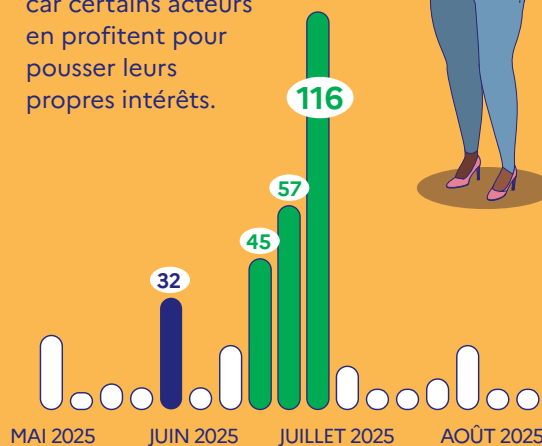
Jamais le consensus scientifique n'a été aussi fort sur la réalité du changement climatique et ses causes. Si les solutions font encore débat, elles sont aujourd'hui largement identifiées par la recherche. Pourtant, il ne se passe pas un jour sans que la diffusion de fake news ne sème le doute. Un phénomène qui tend à freiner les dynamiques de la transition écologique.

L'AMPLEUR DU PHÉNOMÈNE



LES PÉRIODES DE PICS

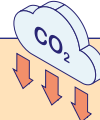
La désinformation augmente lorsque les questions environnementales deviennent politiques, car certains acteurs en profitent pour pousser leurs propres intérêts.



Du 26 mai au 1^{er} juin 2025 :

32 cas identifiés

Vote sur les zones à faibles émissions (ZFE) à l'Assemblée nationale



Du 16 juin au 6 juillet 2025 :

218 cas identifiés

Discussion sur la programmation pluriannuelle de l'énergie (PPE 3)



Pour répondre aux fake news



(1) Observatoire des médias sur l'écologie (OMÉ), 2026. (2) Baromètre du numérique, ministère de l'Économie, 2026.

(3) Labo Société Numérique, de l'Agence nationale de la cohésion des territoires, 2025. (4) Baromètre ADEME sur les représentations sociales du changement climatique, 2025. (5) Enquête sur la mésinformation des jeunes à l'heure des réseaux sociaux, Ifop-Fondation Jean Jaurès-Fondation Reboot, 2023. (6) Global Risks Report 2026.

AU CŒUR DES NARRATIFS

19

**narratifs
de désinformation
récurrents ont été
détectés en 2025⁽¹⁾**

Trois sujets particulièrement attaqués

SUJET 1 : LES ÉNERGIES RENOUVELABLES

« Elles font exploser le coût de l'électricité »
« Elles sont inefficaces ou inutiles en raison de leur intermittence »

392 CAS / 665
SOIT **59 %**



SUJET 2 : LES MOBILITÉS

« Les ZFE ne réduisent pas les émissions de gaz à effet de serre »
« Les voitures thermiques récentes ne sont pas un problème pour l'environnement »

55 CAS / 665
SOIT **8 %**



SUJET 3 : LE RÔLE DE LA FRANCE SUR LE CLIMAT MONDIAL

« La France est l'un des pays qui émet le moins de gaz à effet de serre »
« Réduire les émissions de la France ne sert à rien, si les autres pays ne le font pas »

48 CAS / 665
SOIT **7 %**



LA PROPAGATION



Pour **53%** des 15-30 ans, les réseaux sociaux sont la principale source d'information⁽³⁾.

14% des 18-24 ans, et 9 % des 25-34 ans, ne croient pas au changement climatique vs 4 % dans la population générale⁽⁴⁾.

41% des jeunes utilisateurs de TikTok voient dans le nombre de followers d'un influenceur un gage de sa fiabilité⁽⁵⁾.



Qu'est-ce que l'Observatoire des médias sur l'écologie (OMÉ) ?

OMÉ

Ce consortium de huit structures indépendantes* documente depuis 2024 la couverture des sujets environnementaux dans l'audiovisuel français. Soutenu par l'ADEME et l'ARCOM, suite à un « appel à communs », cet observatoire a identifié toutes les tranches d'information des 18 principales chaînes de télévision et de radio (JT, matinales, émissions de reportage ou de débats...). Puis il a mis en place un système de récupération semi-automatique de toutes les mentions du changement climatique faites lors de ces programmes. Chacune de ces mentions fait l'objet d'un fact-checking conforme aux standards (EFCSN/IFCN) en vigueur, ainsi que d'une double vérification systématique. Pour en savoir plus : observatoiremediaecologie.fr

* Data for Good, Eleven Strategy, Expertises Climat, Mediatree, Pour plus de climat dans les médias, QuotaClimat, Éclaircies et Science Feedback.

RISQUE N°2

Selon le Forum économique mondial, la mésinformation et la désinformation sont la deuxième plus grande menace à court terme pour l'économie mondiale, après les confrontations géoéconomiques⁽⁶⁾.

DÉCRYPTAGE

Les mécanismes de la désinformation climatique

La désinformation n'a rien de nouveau. Elle servait déjà dans l'Antiquité à manipuler l'opinion. Le problème, aujourd'hui, c'est que les fake news se propagent plus vite. Et, quand elles s'attaquent au climat, elles menacent notre santé, notre économie et notre démocratie.

Le climatoscepticisme est-il fort en France ?



Si 4 % seulement des Français nient le changement climatique, 28 % conservent un certain scepticisme

Pour eux, le réchauffement est naturel, sans lien avec les activités humaines, et les scientifiques en exagéreraient les risques. C'est ce que révèle le 26^e Baromètre de l'ADEME sur les représentations du changement climatique, publié fin 2025⁽¹⁾. « Nous sommes submergés d'informations », note Katia Lefeuve, directrice exécutive de la mobilisation pour la transition écologique à l'ADEME. Cela conduit certains

à délaisser les journaux télévisés, la radio, la presse écrite et leurs applications, et les autres à avoir de plus en plus de mal à distinguer le vrai du faux ». Il apparaît donc essentiel que les journalistes corrigent en direct une fausse information portée par un éditorialiste ou un invité, afin d'en réduire l'impact. D'autant plus que des extraits peuvent ensuite être repris sans contextualisation sur les réseaux sociaux.

 **3 Français sur 4 estiment avoir l'esprit critique, mais seuls 16 % associent cette notion à la capacité de se méfier de ses propres intuitions⁽²⁾.**

Quel rôle jouent les réseaux sociaux ?



Les réseaux sociaux deviennent centraux dans l'information des Français, notamment des jeunes.

Il est difficile de ne pas faire le lien avec la hausse de la désinformation. Les 18-24 ans, dont 57 % s'informent principalement via les réseaux sociaux (contre 30 % de la population générale)⁽²⁾, sont aussi les plus climatosceptiques : 14 %, contre 9 % des 25-34 ans, et moins de 4 % des plus de 35 ans⁽¹⁾. Les algorithmes, en nous présentant des contenus proches de nos habitudes de navigation, nous enferment dans des bulles informationnelles. Et cela finit par nous influencer. Le système de rémunération des créateurs de contenus, fondé sur le buzz plus que la fiabilité, amplifie encore le phénomène. Souvent plus engageantes, car plus originales ou sensationnelles, les fake news ont un potentiel viral plus élevé, ce qui permet à leurs auteurs de gagner des abonnés, donc d'augmenter leurs revenus.

 **2 % seulement des fausses informations climatiques circulant sur Facebook, Instagram, X et YouTube font l'objet d'un fact-checking⁽³⁾.**

Notre rapport à la science a-t-il changé ?

La parole scientifique, centrale dans le débat climatique, est plus souvent remise en question, notamment depuis la Covid-19.

Tout au long de la crise sanitaire, sur les plateaux de télévision et de radio, les chercheurs ont exposé leurs incertitudes scientifiques. Certaines personnalités avaient alors présenté ces incertitudes, inhérentes au travail en laboratoire, comme des contradictions. Comme cela a boosté leur audience, des médias ont aussi mis en scène ces supposés désaccords, et continuent de le faire sur d'autres sujets, comme le climat. Pour Katia Lefeuve, « la multiplication des débats contradictoires à la télévision, mettant sur un pied d'égalité scientifiques et éditorialistes, a contribué à brouiller la

frontière entre faits et opinions, au point de faire oublier, parfois, que l'écologie est une science, pas une idéologie. Néanmoins, l'image des sciences reste très positive ».

80 % des Français pensent que les sciences permettent de mieux comprendre le monde, et 78 % continuent d'estimer qu'une affirmation validée scientifiquement a plus de valeur⁽²⁾. Une bonne nouvelle, qui n'empêche pas de rester vigilant : les auteurs de désinformation climatique n'hésitent pas à faire eux aussi référence à la science, sans préciser que leurs experts sont hors sujets, ou que leurs données sont vraies mais incomplètes.



Depuis 2007, aucun scientifique de calibre national ou international n'a contesté l'origine anthropique du changement climatique⁽⁴⁾. Un consensus inédit.

Quels impacts pour la transition écologique... et la démocratie ?

En instillant le doute sur la réalité du changement climatique et l'efficacité des solutions, la désinformation freine l'action.

« La confiance est indispensable à la mobilisation citoyenne, explique Katia Lefeuve. On l'a vu après la guerre en Ukraine, quand tout le monde – politiques, entreprises, associations... – a tenu le même discours sur les risques de pénuries d'énergies fossiles et la nécessité d'une plus grande sobriété ». Cela a permis de réduire les consommations d'énergie, sans contestation majeure. À l'inverse, la désinformation nous retient d'agir. « Les conséquences ne sont pas qu'environnementales, ajoute Valérie Martin, cheffe du service Mobilisation Citoyenne et Médias à l'ADEME. L'inaction a un coût, et celui-ci sera toujours supérieur à celui de l'action : hausse des événements

météorologiques extrêmes, émergence de nouvelles maladies infectieuses, pertes de rendements agricoles, etc. En atténuant le phénomène, les énergies renouvelables et autres solutions de la transition écologique limitent ces risques tout en renforçant la compétitivité et la souveraineté de l'économie, donc le pouvoir d'achat et la qualité de vie des Français. » Dans un rapport publié en juin 2025⁽⁵⁾, le panel international sur l'environnement de l'information (IPIE) alerte même sur le risque démocratique du « scepticisme stratégique » qui, porté par certains partis d'extrême droite et certaines entreprises fossiles pour ralentir la transition écologique, alimente la défiance envers les institutions et nuit au débat public.



417 Mds \$
C'est le coût estimé de la désinformation dans le monde, selon certaines études⁽⁶⁾.

Que disent les lois ?

« Plusieurs initiatives, nationales et internationales, ont émergé récemment pour encadrer la désinformation climatique », souligne Valérie Martin.

Ainsi, la France fait partie des douze pays qui, lors de la COP 30 de Belém (Brésil) en décembre 2025, ont signé la Déclaration sur l'intégrité de l'information en matière de changement climatique. L'Assemblée nationale a adopté, en janvier 2026, une résolution invitant la Commission européenne et le gouvernement français à s'emparer du sujet. Et l'Élysée a annoncé en mai qu'un plan national pour l'accès à l'information sur l'environnement et le climat sera présenté cet été. La stratégie nationale de lutte contre la désinformation en santé, lancée en janvier par le ministère de la Santé, pourrait servir de modèle. Les enjeux sont similaires pour tous les domaines touchés par ce fléau.



9 recommandations ont été formulées dans le rapport qui a servi de base à la stratégie nationale de lutte contre la désinformation en santé⁽⁷⁾.

(1) Baromètre « Représentations sociales du changement climatique – 26^e vague », 2025. (2) Baromètre de l'esprit critique, Viaivoice pour Universciences, 2026. (3) Center for Countering Digital Hate, 2025. (4) Institut national des sciences de l'Univers (CNRS). (5) IPIE, 2025. (6) L'impact économique mondial de la désinformation, Sopra Steria, 2026. (7) Rapport « Information en santé – Bilan des forces et des faiblesses – Recommandations pour une stratégie nationale d'information et de lutte contre la désinformation en santé », 2026.

POUR EN SAVOIR PLUS



Le rapport de l'IPIE sur l'intégrité de l'information climatique

Audrey Garric
*Journaliste spécialisée dans
les questions environnementales et
climatiques au journal Le Monde.*

**JOURNALISTES ET
SCIENTIFIQUES :
EN PREMIÈRE LIGNE
FACE À LA
DÉSINFORMATION
CLIMATIQUE**

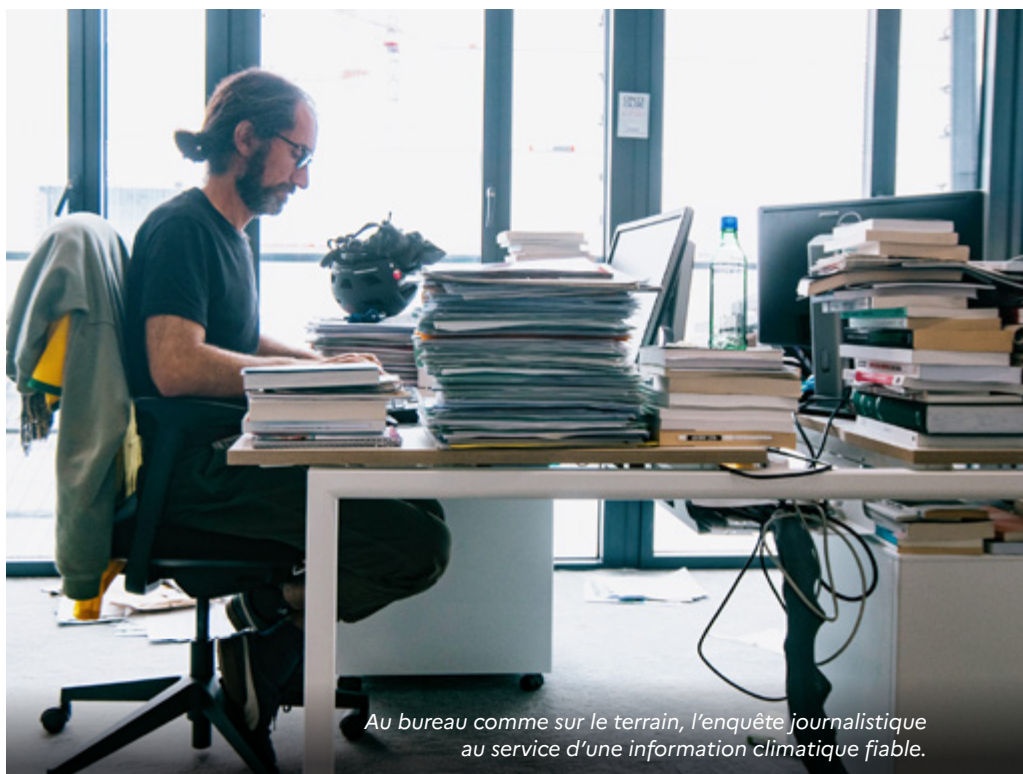
A lors que la désinformation climatique gagne du terrain, nous sommes partis à la rencontre de journalistes et de scientifiques qui tentent, chacun à leur manière, de rétablir les faits. Entre travail de terrain, vérification des sources et bataille contre les récits trompeurs, ils racontent les coulisses d'une information climatique sous pression.

Sur son bureau s'empile une dizaine d'ouvrages signés de scientifiques et d'essayistes, tous consacrés à la question climatique. Rapports, essais, enquêtes : la même scène se répète chez ses collègues. « Préparer un reportage prend énormément de temps, entre les études à lire, les scientifiques à interroger, les interlocuteurs et les habitants à rencontrer sur le terrain », confie Audrey Garric, journaliste spécialisée dans les questions environnementales et climatiques au journal Le Monde. Une ambition qui se heurte parfois au mur de la réalité : couvrir le climat, c'est souvent devoir traiter dans l'urgence des sujets qui mériteraient du temps long. Du temps pour comprendre un rapport scientifique, vérifier une donnée, confronter les points de vue, replacer un chiffre dans son contexte. Mais l'actualité impose son rythme : celui des annonces politiques, des catastrophes naturelles ou de la publication d'une étude, qui peuvent mettre un sujet à l'agenda en quelques heures. Il faut alors publier vite et précis. Et comment tenir cette promesse quand la désinformation climatique s'invite dans l'équation ?

L'information climatique à l'épreuve du doute



Car aujourd'hui, cette désinformation a changé de visage (et de stratégie) : elle ne consiste plus à nier le changement climatique lui-même – visible, documenté et ressenti au quotidien – mais davantage à semer le doute sur ses causes ou sur les solutions à mettre en œuvre. Surestimer le coût des énergies renouvelables, remettre en cause leur efficacité, contester des solutions pourtant scientifiquement prouvées...



Au bureau comme sur le terrain, l'enquête journalistique au service d'une information climatique fiable.

Pour Christophe Cassou, climatologue et directeur de recherche au CNRS, cette évolution marque un tournant. Selon lui, la communauté scientifique fait face à « une nouvelle forme d'attaque qui porte, non plus seulement sur les faits, mais sur leur fabrique et sur la crédibilité accordée à leurs messagers – scientifiques, comme journalistes ». Ce qui se joue dépasse la seule question climatique : « On assiste à une révision du contrat social science-société qui existait depuis le siècle des Lumières. Une guerre culturelle, idéologique même, est enclenchée, précise celui qui ne parle plus de climatoscepticisme mais de *climato-bellicisme* ». Un exemple récent en témoigne : lors de la canicule exceptionnelle de mai dernier, les attaques se sont multipliées contre les climatologues et journalistes météo sur les réseaux sociaux et dans certains médias. Au-delà des phénomènes observés, c'est leur expertise et leur légitimité qui ont été mises en cause, certains les accusant de manipuler les cartes météo ou d'alimenter volontairement l'inquiétude autour du changement climatique. Dans ce paysage médiatique marqué par les polémiques et les approximations,

comment éviter de se laisser piéger par une intox – ou pire, d'en relayer une soi-même ? Pour les journalistes spécialisés, la réponse commence par les fondamentaux du métier : multiplier les sources, les confronter et vérifier chaque information. À cela s'ajoute un travail de veille permanent. Au fil des années, cette immersion quotidienne dans les enjeux climatiques permet de développer une connaissance fine des sujets et des acteurs qui les portent.



Décrypter les influences, choisir ses sources



Les journalistes travaillent dans un environnement traversé par de multiples stratégies d'influence. Think tanks, cabinets de conseil, entreprises ou organisations militantes produisent en continu études, rapports et campagnes de communication susceptibles d'orienter le débat public.

La journaliste d'investigation indépendante Cécile Marchand, spécialiste des énergies fossiles, distingue deux grandes catégories de stratégies. D'un côté, les stratégies dites « discursives », qui cherchent à façonner les récits, à produire du savoir et des arguments ; de l'autre, les stratégies dites « relationnelles » qui visent à augmenter la recevabilité de ces discours et à les diffuser auprès d'interlocuteurs clés comme des décideurs ou des journalistes. Pour les déployer, les acteurs économiques font souvent appel à des intermédiaires comme des cabinets de relations publiques, agences de conseil en communication, think tanks, associations professionnelles, cabinets d'avocats, etc. « Ce n'est pas toujours évident de savoir quels intérêts se cachent derrière un expert dit indépendant, par exemple. En tant que journaliste, programmeur ou responsable politique, il est important de se poser cette question », souligne-t-elle.



Christophe Cassou

Climatologue et directeur de recherche au CNRS

Dans ce contexte, le choix d'une source devient central. Pour Audrey Garric, sa crédibilité repose notamment sur son degré de spécialisation. « Dernièrement, j'ai travaillé sur une question très précise : le dérèglement climatique a-t-il une incidence sur les épisodes de grêle ? Je ne me suis pas adressée à un climatologue généraliste, mais à des chercheurs spécialistes de la grêle et des supercellules orageuses », explique-t-elle. À mesure que les controverses climatiques se complexifient, le travail journalistique implique ainsi de comprendre dans quelles conditions l'information climatique est produite : qui finance la recherche, quelles méthodes sont utilisées, quels intérêts peuvent entrer en jeu ? Par exemple, les chercheurs rattachés au service public, ou à des laboratoires bénéficiant de financements publics pérennes, inspirent

« On assiste à une révision du contrat social science-société qui existait depuis le siècle des Lumières. Une guerre culturelle, idéologique même, est enclenchée. »

davantage confiance que ceux liés à des intérêts privés.

Même exigence lorsqu'il s'agit de valoriser des initiatives locales dans les reportages : mieux vaut privilégier des projets déjà évalués, documentés et éprouvés dans le temps. « Je parle de projets sur lesquels on a du recul, qui ont produit des résultats objectivés par des chiffres, mentionnés dans des rapports de la chambre régionale des comptes ou de l'ADEME, afin d'éviter de relayer des opérations de greenwashing », explique Audrey Garric. « Le reportage à Malaunay⁽¹⁾ avait obtenu le label cinq étoiles de la transition écologique par l'ADEME : c'est ce qui m'a convaincue d'aller sur ce territoire ».

Le dialogue entre médias et sciences comme rempart



Et si une des solutions consistait à renforcer les liens entre journalistes et scientifiques ? C'est le pari de l'association Expertises Climat, créée en 2022 pendant la campagne présidentielle, qui construit des passerelles durables entre le monde des médias et celui de la recherche autour des enjeux climatiques, de la biodiversité et des ressources naturelles. L'association d'intérêt général s'appuie aujourd'hui sur un réseau de plus de 300 scientifiques issus aussi bien des sciences fondamentales – biologistes, médecins, climatologues – que des sciences sociales, parmi lesquels



Séance de mediatraining avec Expertises Climat.



Face à la caméra, une scientifique s'entraîne à partager son expertise avec clarté.

économistes, sociologues, géographes. « Nous accompagnons à la fois les scientifiques et les journalistes », décrit Célia Gautier, fondatrice et directrice de l'association. « Nous permettons aux journalistes d'accéder à des scientifiques de confiance, grâce à des rencontres professionnelles, des visites de terrain, et bientôt un annuaire en ligne. L'association accompagne également les chercheurs dans leur prise de parole médiatique : comment rendre un discours accessible, choisir le bon message ou encore transmettre de l'émotion sans perdre en rigueur. » Pour le climatologue Christophe Cassou, cette coopération est devenue indispensable : « C'est ce type de compagnonnage qu'il faut privilégier. Il en va de l'avenir de notre démocratie ».

Car au-delà de la diffusion du savoir, l'enjeu est désormais plus profond : reconstruire un langage commun autour des faits scientifiques, à l'heure où la désinformation fragilise le débat public et nourrit la défiance. Partager un socle de connaissances sur le climat, restaurer la confiance entre ceux qui produisent l'information et ceux qui la reçoivent apparaît aujourd'hui comme une condition essentielle pour préserver un débat démocratique éclairé. ●

(1) Reportage « La méthode à succès de Malaunay, ville pionnière de la transition écologique ».



Célia Gautier

Fondatrice et directrice de l'association Expertises Climat

« L'association Expertises Climat a été créée à un moment où les questions environnementales occupaient encore une place limitée dans le débat public, en dehors du nucléaire ou des énergies renouvelables. Pourtant, le climat, comme la santé, est devenu un terrain majeur de désinformation. En créant des ponts entre scientifiques et journalistes, notre association vise à renforcer les médias traditionnels (télévision, radio, presse quotidienne nationale et régionale), qui sont de véritables remparts face à la désinformation. Lutter contre la désinformation sur les réseaux sociaux est devenu extrêmement difficile, compte tenu des algorithmes qui nous échappent. Mais protéger la qualité de l'information dans les médias traditionnels est encore possible et souhaitable. Un des moyens de le faire est de renforcer la présence d'experts fiables à l'antenne et dans les pages de nos journaux. Après tout, le journal télévisé demeure la première source d'information des Françaises et des Français. Il y a un enjeu démocratique à protéger les médias et leur donner les moyens de continuer de faire leur travail. »

POUR EN SAVOIR PLUS

L'étude de la Fondation Descartes « Information climatique : évolution des perceptions des Français entre 2022 et 2025 ».



La désinformation climatique ne freine pas que la transition écologique et l'action publique, elle menace aussi notre démocratie. Éclairage avec David Chavalarias, spécialiste de la désinformation en ligne, et Valérie Martin, de l'ADEME, qui coordonne notamment les actions en faveur d'une information plus responsable.

Comment la désinformation climatique peut-elle menacer nos démocraties ?

Valérie Martin La désinformation climatique, c'est-à-dire la diffusion intentionnelle de faux contenus, arrive à créer le doute sur des faits pourtant bien établis. À force d'entendre que les solutions de la transition écologique ne servent à rien, des gens hésitent à rénover leurs logements ou à changer de voiture. Des élus reculent sur leurs projets ou décisions. Tout cela freine l'action climatique. Mais il y a plus inquiétant encore : la désinformation climatique est devenue un instrument d'ingérence pour des puissances étrangères souhaitant affaiblir les démocraties européennes. Il ne s'agit pas d'un fantasme : c'est l'Observatoire Défense et Climat, coordonné par l'Institut de relations internationales et stratégiques (IRIS) pour le compte du ministère des Armées, qui le dit dans une note publiée le 18 mai 2026⁽¹⁾.

David Chavalarias En effet, suite à l'invasion de l'Ukraine en 2022, il y a eu une explosion de la désinformation climatique sur Twitter/X : en quelques semaines, le nombre de comptes climato-dénialistes y a été multiplié par six, et 80 % d'entre eux étaient par ailleurs des relais de la propagande du Kremlin⁽²⁾. Leur mode opératoire est typique des opérations de Moscou : attiser la méfiance envers les institutions et amplifier les divisions au sein des démocraties pour les affaiblir. La crise énergétique due à la guerre a fait des sciences du climat et des politiques publiques des cibles de choix, pour préserver les intérêts de Moscou en tant que pétro-État, mais aussi inciter les citoyens à se révolter contre des mesures contraignantes, dépeintes comme idéologiques et liberticides. D'autres pays, les États-Unis notamment, ont aussi adopté ce type de stratégie.

REGA CRO



David Chavalarias

Mathématicien et directeur de recherche au CNRS. Directeur de l'Institut des systèmes complexes de Paris Île-de-France, il travaille sur l'évolution des débats et communautés sur les réseaux sociaux, ainsi que sur l'impact de la désinformation en ligne sur la démocratie.

FAUX NEWS DÉSINFORMATION

Comment parvient-on à influencer l'opinion avec des idées qui vont à l'encontre de la science ?

D. C. Par des campagnes complexes et organisées, dont l'un des piliers est la contrefaçon de sites de médias traditionnels et la création de milliers de faux comptes sur les réseaux sociaux. En se relayant les uns les autres, ces derniers créent une foule factice à même de tromper certains internautes et les algorithmes de recommandation. Le Graal est d'être relayé par des médias traditionnels, en leurrant les journalistes ou en profitant de la complaisance de certains, pour blanchir la désinformation. Cela aide à semer le doute au-delà des sphères complotistes. À cela s'ajoute l'action d'autres acteurs ayant un intérêt économique ou politique à remettre en cause l'origine anthropique du changement climatique ou ses solutions.

Que peuvent faire les pouvoirs publics ?

V. M. Le meilleur moyen de lutter contre les fake news est de favoriser la diffusion de contenus de qualité. Mais il ne faut pas négliger les craintes exprimées par les citoyens. Si la désinformation prospère, c'est aussi qu'une partie d'entre eux ne se sent pas entendue, a l'impression de subir les politiques publiques sans en voir les bénéfices. En plus de conduire des politiques plus justes, il faudrait que les discours des scientifiques, des décideurs et des journalistes montrent davantage que la transition écologique répond à tous leurs enjeux du quotidien : emploi, santé, pouvoir d'achat, etc. Et que la désinformation fait tout le contraire.

D. C. Il est aussi essentiel de protéger les scientifiques, qui se font violemment attaquer quand ils rapportent leurs travaux dans l'espace public. Ces attaques visent à les dissuader de s'exprimer, donc à priver les citoyens d'une information fiable de première main, et les IA d'une base d'apprentissage solide. Et ça fonctionne ! Sur X, le nombre de contenus fiables a été divisé par deux suite à la suppression de la modération par Elon Musk fin 2022⁽²⁾. Une cellule soutenue par l'État, pour soutenir les scientifiques et poursuivre en justice leurs harceleurs, aiderait à maintenir une production d'information de qualité.

Valérie Martin

Cheffe du service Mobilisation Citoyenne et Médias à l'ADEME. Elle pilote la stratégie Grand public et Jeunes de l'Agence. Elle coordonne les actions en faveur d'une information et d'une communication plus responsables. Elle suit également les travaux de l'Observatoire des médias sur l'écologie (OMÉ).



(1) Observatoire Défense et Climat, 2026.

(2) David Chavalarias, Paul Bouchaud, Victor Chomel, et Mazyar Panahi. 2025. « From hashtags to hostility: global dynamics of climate denialism on Twitter in the post-Covid era ». Comptes Rendus. Géoscience 357 (G1): 369-387.

Trois idées reçues qui freinent la transition écologique

La désinformation climatique porte le plus souvent sur les solutions visant à limiter le recours aux carburants fossiles : énergies renouvelables, véhicules électriques... En mettant en doute leur efficacité, certains acteurs arrivent à conforter une partie de la population dans son inaction.



Panneaux solaires produisant de l'énergie renouvelable.

10 « LES ÉNERGIES RENOUVELABLES NE SONT PAS FIABLES »

Si leurs productions sont variables, car dépendantes du vent ou du soleil, les énergies renouvelables électriques sont prédictibles. Les modèles météorologiques permettent de savoir avec fiabilité combien d'électricité chaque centrale injectera dans le réseau le lendemain, donc d'anticiper le pilotage du système au niveau national.

Le 28 avril 2025, une coupure générale de courant a paralysé l'Espagne et le Portugal pendant un peu moins de 24 heures. Rapidement, plusieurs idées ont émergé dans l'opinion sur les causes de l'incident. Parmi elles, la part élevée d'énergies renouvelables (EnR) dans le mix électrique de ces deux pays. La variabilité de ces énergies, dépendantes de la météo, déstabiliserait le réseau et augmenterait le risque de black-out. Ce raisonnement a tout pour convaincre : il est logique et compréhensible par tous. Sauf que les gestionnaires de réseaux savent depuis longtemps intégrer la variabilité des productions, tout comme la fluctuation des consommations, dans le pilotage du système électrique. Celui-ci est complexe, les causes de la panne le sont tout autant.

LE BLACK-OUT N'A PAS ÉTÉ CAUSÉ PAR LES ENR EN TANT QUE TELLES

La fédération européenne des gestionnaires de réseau de transport d'électricité (ENTSO-e) a chargé 49 experts techniques d'enquêter sur le black-out ibérique. Leur rapport final, publié en mars 2026, confirme sans ambiguïté que la composition du mix électrique n'est pas en cause. Le problème n'est pas le type de production mais la gestion du système électrique, en particulier une conjonction de défaillances au niveau du contrôle de la tension sur le réseau espagnol. « Paradoxalement, l'événement a confirmé la robustesse du système de sauvegarde français, puisque la panne n'a pas atteint l'Hexagone », note Stefan Louillat, chef du service Électricités renouvelables et réseaux à l'ADEME.

Tous les mécanismes de régulation de la tension se sont activés à temps pour nous déconnecter de l'Espagne ».

VARIABILITÉ N'EST PAS SYNONYME D'INSTABILITÉ

En France, RTE, le gestionnaire du réseau de transport d'électricité, est en lien permanent avec les exploitants des centrales de production d'électricité renouvelable. Il exige d'elles qu'elles lui envoient chaque jour leurs prévisions de production pour le lendemain, prévisions qu'elles établissent à partir de modélisations météorologiques de plus en plus fiables. Cette visibilité, complétée par des évaluations internes, permet à RTE d'anticiper au plus près son pilotage.



95 %

C'est le taux de disponibilité d'une éolienne, c'est-à-dire le pourcentage du temps pendant lequel la machine est techniquement capable de produire de l'électricité par rapport au temps total.

Éoliennes en Normandie.

Bien sûr, tout comme pour les prévisions de la consommation d'électricité, les aléas locaux sont possibles : absence brutale de vent ou de soleil, tempête arrachant des lignes électriques, etc. Mais « *il est rare que de telles perturbations touchent de la même façon l'ensemble du pays en même temps. Le foisonnement des productions électriques de sources renouvelables, réparties sur tout le territoire, donne à RTE les moyens d'équilibrer le système, explique Stefan Louillat. L'offre globale reste d'autant plus stable que les sources d'énergie sont variées (éolien, solaire, hydroélectricité, nucléaire...), que les interconnexions entre les pays européens⁽¹⁾ se renforcent et qu'il est désormais possible de stocker les surplus de production dans des batteries, pour les relarguer quand il n'y a ni soleil ni vent. Les moyens de pilotage à disposition sont nombreux.* » Des pays parviennent d'ailleurs à fonctionner avec une majorité d'électricité renouvelable, sans connaître de coupure de courant, à l'image du Danemark, dont le mix compte 60 % d'éolien et 14 % de solaire⁽²⁾.

SANS LES ENR, UNE SÉCURITÉ D'APPROVISIONNEMENT COMPROMISE

La fermeture du détroit d'Ormuz, au Moyen-Orient, qui bloque une part importante du trafic d'hydrocarbures mondial, vient nous le rappeler : la France est encore à 60 % dépendante des énergies fossiles.

Au-delà du changement climatique, nous devons électrifier nos usages pour gagner en souveraineté et en stabilité des prix. C'est ce que prévoit le plan national d'électrification présenté par le Gouvernement en avril 2026. Et, comme cela implique une hausse, si possible rapide, des consommations d'électricité, nous avons besoin de l'ensemble des moyens de production

possibles, dont les EnR. Celles-ci, en plus d'être décarbonées, sont produites localement et, parce qu'elles ne dépendent pas de l'importation de combustibles, leurs coûts de production ne fluctuent pas. Elles participent donc à la construction d'un modèle plus résilient face aux crises climatiques et géopolitiques. ●

(1) https://app.electricitymaps.com/map/live/fifteen_minutes?signal=renewable-energy

(2) <https://lowcarbonpower.org/fr/region/Danemark>



02

« LA PIÉTONNISATION DES CENTRES-VILLES TUE LE COMMERCE »

Chaque fois qu'une mairie a un projet de piétonnisation, des commerçants s'y opposent. Ils s'inquiètent de perdre les clients qui venaient jusqu'à eux en voiture. En réalité, leur clientèle compte beaucoup moins d'automobilistes qu'ils ne le pensent, et ces derniers sont même prêts à venir autrement.

Les annonces de fermetures de magasins de vêtements et de meubles se multiplient dans les centres-villes. Dans le même temps, la place de la voiture y est de plus en plus restreinte. Certains y voient une corrélation. Or, si lien il y a, il n'est pas de cause à effet. La piétonnisation, en plus d'avoir un impact positif sur l'environnement, la santé et la qualité de vie, est justement un moyen de redonner de l'attractivité aux rues commerçantes, qui souffrent de la concurrence de la vente en ligne ou des centres commerciaux.

UNE INTUITION DÉMENTIE PAR LE RÉEL

Les centres-villes sans voiture, plus agréables, deviennent des lieux de promenade. Or, les piétons voient beaucoup mieux que les conducteurs de voitures les vitrines devant lesquelles ils passent. Ils sont plus prompts à avoir un coup de cœur et à entrer dans une boutique, à en apprécier le contact humain. Ils prennent aussi plus plaisir à se poser en terrasse si celle-ci est calme. « La "marchabilité" »

+ 30 %

Le nombre de piétons sur la place des Cordeliers, à Dijon, est passé de 130 000 à 170 000 par jour entre 2013 et 2017, suite à sa fermeture progressive aux voitures⁽⁵⁾.



Centre-ville piétonnier animé.

d'un quartier se répercute sur son taux de vacance commerciale, confirme Mathieu Chassignet, ingénieur Transports et Mobilités à l'ADEME. Ce taux s'approche des 5 % dans les villes où plus de 40 % des trajets sont réalisés à pied, alors qu'il dépasse fréquemment les 15 % dans les villes où plus de 60 % des déplacements sont effectués en voiture⁽¹⁾. »

Si les commerçants sont si inquiets, c'est qu'« ils surestiment souvent la part de leur clientèle automobiliste, explique Mathieu Chassignet. À Nancy, par exemple, les commerçants interrogés en 2021 pensaient que 77 % de leurs clients venaient en voiture, alors que ce n'était en réalité le cas que de 35 %⁽²⁾. » À Lille, 69 % des clients vivent intra-muros ou dans la très proche banlieue, et se déplacent à pied, à vélo, en bus ou en métro⁽³⁾. Ceux qui habitent plus en périphérie, eux, se rendent plutôt dans les centres commerciaux. Néanmoins, les craintes exprimées doivent être entendues, et les difficultés de certains clients (mobilité réduite, etc.), pour la bonne réalisation des projets. C'est ce qu'a fait la mairie de Cahors, avant de lancer à la rentrée 2026 le chantier de piétonnisation d'une place jusque-là utilisée comme parking. Une enquête de terrain a montré que

seulement 45 % des gens s'y rendaient en voiture⁽⁴⁾. Avant elle, la ville de Saint-Omer, qui compte 13 000 habitants, dont 60 % d'automobilistes, a aussi misé sur la concertation avant de réaménager ses places centrales. Résultat : les trottoirs, les surfaces végétalisées et les terrasses de café y ont été élargis, et la zone est fermée aux voitures les week-ends et jours fériés⁽⁴⁾. ●



(1) Mobilité à pied et bilan socio-économique de la marche, ADEME, 2025.

(2) Suivi et évaluation du chemin piéton estival de la ville de Nancy, 2021.

(3) Article « Mobilité vers les commerces de centre-ville : 5 enseignements issus d'une enquête menée à Lille », blog « Pour une mobilité durable et solidaire », Alternatives économiques, 2021.

(4) Article « "No parking, no business" en centre-ville : un mythe à déconstruire », The Conversation, mai 2024.

(5) Étude ADEME « Acceptabilité des mesures de réduction de la place de la voiture en ville », 2024.

30

« LA VOITURE ÉLECTRIQUE EST PLUS POLLUANTE QUE LA VOITURE THERMIQUE »

À moins que vous ne les collectionniez, ou que vous ne choisissiez un modèle surdimensionné, les voitures électriques ont un impact écologique bien inférieur à celui des modèles diesel ou à essence. Explications.

Tentez, lors de n'importe quel dîner, de mettre le sujet des voitures électriques sur la table. Vous aurez forcément un convive s'élevant contre « ces véhicules qu'on nous vend comme plus propres, alors que leur fabrication a un impact environnemental supérieur à celui des modèles thermiques », [sic]. Leurs batteries sont constituées de métaux (lithium, cobalt, etc.) dont l'extraction, le raffinage et le transport sont source de pollutions. C'est vrai. Sauf que « cet argument est incomplet. Il ne tient pas compte de l'ensemble du cycle de vie d'une voiture », répond Bertrand-Olivier Ducreux, ingénieur Transports et Mobilités à l'ADEME.

UNE POLLUTION INITIALE VITE COMPENSÉE

La plupart des gens n'achètent pas une voiture pour l'exposer mais pour se déplacer. Or, à l'usage, les moteurs électriques génèrent nettement moins de CO₂ que ceux qui brûlent du pétrole. Surtout dans un pays qui, comme la France, produit une électricité quasi décarbonée. « La dette écologique liée à la fabrication est vite "remboursée", si bien que, sur l'ensemble de sa durée de vie, y compris en tenant compte des émissions induites par l'installation des bornes de recharge, une petite citadine roulant dans l'Hexagone a un impact carbone deux à trois fois inférieur à son équivalent thermique⁽¹⁾ », assure Bertrand-Olivier Ducreux. Elle fait aussi moins de bruit et n'émet pas de gaz d'échappement (NOx, etc.), améliorant ainsi la qualité de l'air locale.

Les véhicules électriques contribuent à réduire les émissions liées aux déplacements.

Par ailleurs, la France et l'Europe ont les capacités industrielles de recycler le gisement actuel de batteries en fin de vie, et ces capacités ont vocation à augmenter. La récupération des métaux critiques pour fabriquer de nouveaux modèles réduit autant l'épuisement des ressources et les pollutions associées à leur extraction que les problèmes de souveraineté sur ces matières premières importées. Au regard de l'analyse du cycle de vie complet des voitures, c'est-à-dire en tenant compte de leur fabrication, de leur utilisation et de leur fin de vie, la substitution d'un diesel ou d'une essence par une électrique a un réel intérêt écologique. Cela devient même un atout économique : si les modèles électriques sont plus chers à l'achat, ils permettent des économies

20 000 km

C'est le kilométrage à partir duquel l'impact CO₂ d'une citadine électrique devient inférieure à celle d'un diesel. Pour un gros SUV, il faut attendre 100 000 km.⁽¹⁾

d'énergie à l'usage. Avant la guerre en Iran et la flambée des prix, ils étaient déjà trois fois moins chers au kilomètre s'ils étaient majoritairement rechargés à domicile⁽²⁾. ●



5 AUTRES
IDÉES REÇUES
SUR LA VOITURE
ÉLECTRIQUE

(1) Avis de l'ADEME « Voitures électriques et bornes de recharge », 2022.

(2) 5^e baromètre semestriel sur le prix de la recharge publique, Avere-France, 2025.

FAKE NEWS : COMMENT NE PLUS SE FAIRE AVOIR !

Certaines fake news sont si bien faites qu'il est difficile de ne pas y croire. Surtout quand elles touchent à nos émotions ou vont dans le sens de nos convictions. Heureusement, il existe des solutions pour les repérer. Chacun peut aussi agir, à son niveau, pour une information de qualité.

Comment repérer une fausse information ?

Avant de partager une information, mieux vaut d'abord se poser les bonnes questions.

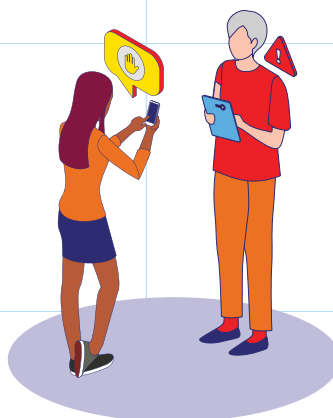
D'où vient-elle ?

Attention aux messages repartagés par vos proches sur WhatsApp ou Telegram, sans indication de provenance. Méfiez-vous aussi des réseaux sociaux, podcasts et autres sites non journalistiques, encore plus s'ils sont anonymes. Il est tout à fait possible d'y trouver de vraies informations, mais comment le savoir sans accès aux sources ?

L'image est-elle réelle ?



Les logiciels de création IA ont l'obligation en Europe d'apposer un label transparent sur leurs images. Mais les auteurs de « deep fakes » (fausses photos ou vidéos) savent les effacer. Quant aux détails incongrus qui trahissaient encore récemment les IA, ils tendent à disparaître. La recherche d'image inversée, sur TinEye ou Google Images, peut en revanche aider à trouver la première publication d'une photo, donc son contexte (date, auteur, etc.).



Qui parle ?



Cet expert est-il un spécialiste du climat travaillant au sein d'un organisme reconnu (GIEC, ADEME, CNRS, etc.) ?
Ou s'appuie-t-il sur des données issues de telles institutions ?

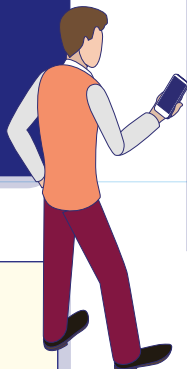
Quelles sont les sources ?

Méfiez-vous des études issues d'organisations dont vous n'avez jamais entendu le nom. Des moteurs de recherche comme Hoaxkiller ou Hoaxbuster peuvent par ailleurs aider à identifier les informations fausses ou périmées.

Encore un doute ?

Si l'info est importante, elle arrivera jusqu'aux journalistes, qui feront ces vérifications pour vous. Vous pouvez aussi parcourir les rubriques de fact-checking de certains médias (AFP Factuel par exemple) ou le site Bercy décode, lancé par le ministère de l'Économie pour répondre aux fausses idées, notamment sur l'énergie.

Comment combattre la désinformation climatique...



En tant qu'influenceur :

valorisez la parole scientifique, maximisez les sources et citez-les.



COUP DE POUCE

Le guide de l'influence responsable, de l'ADEME

En tant que citoyen :

informez-vous.

Vous serez mieux armés pour répondre aux climatosceptiques.

COUPS DE POUCE



Le rapport du Giec synthétisé par le ministère de l'Écologie



Le site Droit à l'info pour repérer les narratifs de désinformation

En tant qu'entreprise ou collectivité :

évitez le greenwashing.

Donnez à voir les impacts positifs concrets de la transition écologique. Rien de mieux pour contrer les idées reçues.



COUP DE POUCE

Le site de l'ADEME pour une communication responsable

En tant qu'expert du climat :

formez-vous à la prise de parole dans les médias.

Adaptez votre façon de parler à votre auditoire, et soyez transparent sur votre méthodologie scientifique.



COUP DE POUCE

Le mediatraining d'Expertises Climat



En tant qu'enseignant :

développez l'esprit critique de vos élèves.



COUP DE POUCE

Les ressources du Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI)



POUR ALERTER SUR UN CAS DE DÉSINFORMATION, VOUS POUVEZ CONTACTER:

- l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) ;
- le Conseil de déontologie journalistique et de médiation (CDJM).

Rodolphe Meyer

« Le Réveilleur »





Là où peuvent prospérer les formats courts et les avis à l'emporte-pièce, il publie des vidéos ultra-documentées sur la tarification du carbone ou l'élimination du CO₂ atmosphérique... Créée en 2015, la chaîne YouTube de Rodolphe Meyer, « Le Réveilleur », est devenue une référence pour une communauté de passionnés ou de simples curieux en quête d'une meilleure compréhension des enjeux du climat et de l'énergie. Portrait d'un vidéaste engagé.

Des réponses détaillées et riches en digressions, un phrasé rendu hésitant par le souci de la précision : c'est ainsi que l'on découvre Rodolphe Meyer, dont la chaîne *Le Réveilleur*, accessible sur YouTube, rassemble près de 200 000 abonnés.

Le jeune homme est devenu l'une des « voix » françaises de la vulgarisation climat-énergie. Alors, comment un futur ingénieur s'est-il mué en « passeur de science » ?

Après un bac S et une classe préparatoire à Tours, Rodolphe intègre l'ESPCI Paris⁽¹⁾, école réputée pour former des chercheurs et des ingénieurs de haut niveau. C'est lors d'une année Erasmus passée en Norvège qu'il se prend d'intérêt pour les questions environnementales. « *J'ai pris conscience de l'ampleur et de la robustesse des connaissances accumulées sur le changement climatique et sur la crise de la biodiversité, à une époque où le climatoscepticisme circulait librement dans certains espaces institutionnels ou médiatiques.* »

C'est cet écart entre connaissances scientifiques et faible niveau d'information du public, dont il fait l'expérience à son retour en France, qui incite Rodolphe à faire entendre sa voix en se lançant dans la médiation scientifique.

La fabrique d'un décrypteur

En 2015, YouTube n'est pas encore saturé de contenus. Pas de TikTok, peu de formats courts, encore moins de vulgarisation climatique structurée. Au départ, Rodolphe veut simplement exposer les arguments scientifiques qui l'ont convaincu. Ses premières vidéos parlent autant d'économie que de climat. Très vite, une autre dimension s'impose : répondre à la désinformation climatique...

Le chantier est considérable. Vidéos virales d'influenceurs climato-sceptiques, polémiques sur les voitures électriques, conférences de Vincent Courtillot qui conteste les faits scientifiques présentés dans les rapports du GIEC... *Le Réveilleur* s'emploie à décrypter méthodiquement les raisonnements fallacieux.

Dans les contenus que Rodolphe diffuse, toute allégation doit pouvoir être rattachée à sa source. « *Je l'avale et je prends le temps nécessaire pour la digérer* », dit-il à propos de la littérature scientifique, qu'il ingurgite pendant des semaines avant chaque vidéo. Certaines lui demandent jusqu'à 200 heures de travail ! Les scripts, qui dépassent régulièrement vingt pages, sont relus par des chercheurs, des ingénieurs, parfois des militants associatifs ou des industriels. « *Quand je mets au point la version finale d'une vidéo, c'est toujours avec cette idée en tête : si on me demande de justifier un élément, comment pourrai-je répondre ?* »

À mesure que *Le Réveilleur* grandit, son quotidien ressemble de plus en plus à celui d'une petite rédaction scientifique en mode artisanal. Un monteur vidéo a rejoint Rodolphe. Des chercheurs l'aident ponctuellement. Même sa mère, préposée à l'élaboration des sous-titres, est de la partie !

Privilégier le temps long... pour emporter la conviction

Derrière la rigueur inflexible du scientifique transparaît parfois une forme de fragilité. Le financement du *Réveilleur* repose essentiellement sur les dons de sa communauté. Rodolphe sait aussi que son activité dépend d'un écosystème numérique instable. Sur YouTube, il n'a pas de prise sur les règles qui assurent la plus ou moins grande visibilité de ses vidéos. « *En tant que créateur de contenus, je vois un peu l'algorithme comme un dieu que l'on prie gentiment, sans espoir de pouvoir un jour le comprendre* », résume-t-il joliment.

« Quand je mets au point la version finale d'une vidéo, c'est toujours avec cette idée en tête : si on me demande de justifier un élément, comment pourrai-je répondre ? »

Depuis quelques années, l'intérêt porté à la vulgarisation scientifique subit une légère érosion. Les thèmes écologiques semblent moins porteurs, l'attention des internautes se fragmente entre les sollicitations multiples. Rien cependant qui conduise Rodolphe à dévier de ses convictions. Car « *il faut du temps pour répondre aux questions importantes* ». Alors, il poursuit. Une vidéo sur le bois. Une autre sur les réseaux de chaleur. En attendant, peut-être, de se pencher sur le coût réel des pompes à chaleur ou des voitures électriques – thèmes sur lesquels bien des idées reçues méritent d'être questionnées.

Les raisons qui lui donnent confiance dans l'impact de son travail ? Le message d'un internaute qui confie avoir changé d'avis. Le recours à une vidéo du *Réveilleur* pour former un groupe à la Fresque du Climat. Un spectateur qui découvre qu'il est possible de penser l'écologie autrement que comme l'enjeu d'une guerre culturelle. Au fond, c'est peut-être cela qui définit le mieux *Le Réveilleur* : un homme ayant appris que, face à la fureur du monde, la patience peut avoir valeur d'action. ●

**DÉCOUVRIR
LA CHAÎNE YOUTUBE
du « Réveilleur »**



(1) École supérieure de physique et de chimie industrielles.

L'IA, MENACE OU ALLIÉE FACE À LA DÉSINFORMATION CLIMATIQUE ?

En moins de quatre ans, les intelligences artificielles (IA) génératives ont bouleversé la façon dont nous nous informons. De plus en plus de personnes les préfèrent aux journaux pour suivre l'actualité, ou aux moteurs de recherche pour se renseigner sur un sujet. Faut-il s'en inquiéter ?



Discuter avec une IA comme avec une amie bien renseignée, lui demander un résumé de l'actualité ou un état des lieux sur un sujet donné, avoir des réponses claires en quelques secondes sans faire l'effort de les chercher... Les agents conversationnels comme ChatGPT, le Chat, Claude, Gemini ou Meta AI sont si pratiques qu'il est tentant de les préférer aux médias classiques. Or, contrairement aux journalistes, ils ne vérifient pas toujours leurs sources. Leurs réponses sont le fruit d'un calcul statistique. Elles peuvent donc « halluciner », c'est-à-dire prendre pour vraies des informations qui ne le sont pas, et les relayer avec assurance.

Au-delà de l'impact environnemental que représente une utilisation croissante de ces chatbots, il y a donc un risque réel de désinformation : 55 % des utilisateurs interrogés leur font confiance⁽¹⁾. Un sondage, publié en mai 2026, a montré qu'un Français sur dix avait consulté une IA générative avant les dernières élections municipales et que cela avait conduit 30 à 40 % d'entre eux à changer d'avis sur leurs intentions de vote. Pour 20 à 30 %, les chatbots ont même été une aide à la décision⁽²⁾. Certains partis politiques l'ont déjà compris : ils inondent le web et les réseaux sociaux de leurs idées, espérant créer un brouhaha qui leur est favorable.

ARMÉE DE BOTS CLIMATOSCEPTIQUES

Le principal risque posé par l'IA générative, le plus évident, se trouve néanmoins plus en amont : « Il est devenu facile, pour n'importe qui, de fabriquer gratuitement de faux contenus audiovisuels, d'apparence parfaitement réaliste, et de les déverser en masse sur les réseaux sociaux, explique Arthur Grimonpont, responsable du plaidoyer au Centre pour la sécurité de l'IA (CeSIA), un groupe d'experts récemment mandaté par la Commission européenne pour évaluer les risques de manipulation par l'IA. Même démentis, ces deepfakes finissent, à force d'inonder l'espace numérique, parfois en imitant les codes journalistiques et en reprenant les bannières de médias reconnus, par nourrir un doute systémique du public envers toutes les sources d'information, même les plus fiables. » Les revues scientifiques comme Nature ou Science, dont tous les articles sont relus par des chercheurs, ne sont pas épargnées. Le nombre de fausses références en fin d'article s'est tellement multiplié qu'il est devenu difficile de ne pas en laisser passer.

Désormais, il n'est plus nécessaire de recruter des humains compétents pour coordonner une campagne de désinformation : une armée de bots, coordonnés par une intelligence

(1) Baromètre de l'esprit critique, Viavoice pour Universciences, 2026.

(2) Sondage « IA et politique : vers un outil d'aide, voire d'influence sur la décision ? », Harris Interactive, mai 2026.

artificielle, peut le faire, sans relâche et à une vitesse inégalable. Ils commentent des publications, taguent des personnalités susceptibles de les repartager, créent des communautés virtuelles où les posts des uns et des autres sont relayés, etc. » En donnant l'impression qu'une foule de personnes adhère à une idée, ces faux comptes finissent par influencer les débats.

DES IA ANTI-FAKE NEWS?

Certains veulent aussi voir dans les IA génératives de possibles alliées. En effet, sur des sujets généraux largement documentés, comme le climat, la plupart apportent des réponses fiables. « Leurs propriétaires ont intérêt à ce qu'elles hallucinent le moins possible et restent conformes aux connaissances scientifiques bien établies, en se référant à une pluralité de sources, pour ne pas faire l'objet de critiques ou de sanctions européennes, explique Arthur Grimonpont. Si les outils conversationnels actuels ne permettent pas encore d'écrire un article d'actualité sans erreur, ils peuvent aider le public à prendre du recul par rapport à certains débats très polarisés auxquels on assiste à la télé, sur les réseaux sociaux ou dans les réunions familiales. La plupart sont par exemple capables de dresser un bon état des lieux général des enjeux du réchauffement et de ses causes, dans un langage clair et accessible. »

En revanche, plus les questions sont précises, plus le risque d'erreur est élevé, surtout si elles portent sur des sujets très controversés, donc investis par les sphères complotistes. Des IA spécialisées, créées par des organismes publics de confiance, ont plus de chances de fournir des réponses fiables à ces questions. C'est pourquoi l'ADEME, le Cerema et le Commissariat général au développement durable (CGDD) ont développé une IA au service de leurs agents : SofIA, qui ne s'appuie que sur des ressources documentaires de référence de la transition écologique.

Les IA ouvrent également la voie à de nouveaux outils de lutte contre la désinformation. Citons par exemple celui développé par Data for Good pour l'Observatoire des médias sur l'écologie (OMÉ) : il est capable d'analyser à une vitesse inhumaine de grands volumes de contenus audiovisuels pour y détecter les narratifs trompeurs. En revanche, ce sont des humains, les scientifiques de l'association Science Feedback, qui s'occupent de démystifier ces fake news.

TRANSPARENCE ET RÉGULATION

Notons par ailleurs que, si les IA peuvent être des alliées du climat, en apportant des réponses neutres et impartiales, elles peuvent aussi servir les adversaires de la transition écologique. Il ne faut pas oublier qu'ils appartiennent presque tous à des géants de la Tech, qui ont le pouvoir d'orienter leurs réponses, de décider de la « vérité » qu'ils préfèrent diffuser. Certains de ces agents conversationnels – rares heureusement – sont en effet orientés. Cela pose des questions de gouvernance et de responsabilité des fournisseurs, mais aussi de transparence sur les bases de données utilisées pour entraîner les IA. Celle-ci n'est pas la règle.

De plus en plus de voix s'élèvent pour demander un meilleur encadrement de l'IA afin de poser des garde-fous. Des initiatives émergent en ce sens. L'AI Act, adopté par l'Union européenne en 2024, par exemple, demande aux développeurs du continent de s'appuyer sur une pluralité de sources, d'indiquer que leur contenu est artificiel et qu'il peut faire l'objet d'erreurs, qu'il est donc meilleur de croiser les réponses obtenues auprès d'autres sources. L'entreprise française Mistral AI l'applique déjà. On peut lire sur la première page de son agent conversationnel : « Le Chat peut faire des erreurs. Vérifiez les réponses. »



Pour en savoir plus
Comprendre les impacts et
les usages de l'IA générative
dans la communication





**LA NOUVELLE SAISON DU PODCAST DE L'ADEME
QUI VOUS EMMÈNE DANS LES COULISSES
DE L'INDUSTRIE TEXTILE**

Disponible gratuitement sur toutes les applis de podcasts



ADEME MAGAZINE

Retrouvez ADEME MAGAZINE en ligne sur infos.ademe.fr

Dans un souci d'écoconception, votre magazine est imprimé sur du papier 100 % recyclé, fabriqué en France et certifié avec les labels environnementaux Écolabel et Ange Bleu. Directrice de la publication Valérie Martin – Rédactrice en chef Julie Deshusses – Crédits photos Getty Images/Maria Korneeva (couverture); Jean Chiscano (p. 3); Andrey Popov, Jacob Ammentorp Lund (p. 6); Sandra Mehl (p. 8, 9); Lorient Agglomération (p. 10); Franck Beloncle (p. 11); Expertises Climat (p. 10, 11); David Chavalarias (p. 12); Camille McOuat (p. 13); Ekaterina Pokrovsky/Shutterstock (p. 15); Ing. Schieder Markus (p. 16); Thomas Lang (p. 20); Adobe Stock (p. 14, 15, 17) – Conception et réalisation becardes – Réf. 013017 – juillet 2026 – ISSN 2778-715X – ADEME magazine (en ligne) – ISSN 2729-1855 – Imprimé par Fabrègue.

Pour vous désabonner, écrivez-nous via le formulaire : <https://librairie.ademe.fr/nous-contacter>

