

L'essentiel



Ce cinquième rapport de l'Arcom met en lumière l'implication grandissante des médias audiovisuels et numériques en matière d'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique (EMI&CN). Des actions de terrain innovantes qui touchent des publics variés pour certains, des campagnes tout public pour d'autres ; s'il reste des progrès à faire, l'intérêt porté par ces acteurs à l'EMI&CN n'est plus à démontrer.

Les médias audiovisuels ont porté une attention particulière aux actions de terrain mais des efforts restent à fournir sur leurs antennes et leurs prolongements numériques

En 2024-2025, les chaînes de télévision et de radio ont déclaré plus d'initiatives en EMI&CN que l'exercice précédent : 267 de plus, soit une hausse de 35 %. Cette augmentation concerne tous les types d'actions avec néanmoins **une progression importante enregistrée par les actions de terrain (+75 %)**. En effet, l'Arcom relève avec satisfaction qu'elles ont développé **des actions innovantes qui sont parvenues à toucher des publics diversifiés** : étudiants, seniors, public carcéral, etc.

(ex : le « Camion de l'info TropMytho » de l'association Lumières sur l'info, en partenariat avec TF1, M6, France Télévisions, BFMTV, ARTE, l'AFP et les Décodeurs ou encore la participation de Radio France au Festival de dé-cryptage des médias dans les bibliothèques, « En Quête d'info »).

En revanche, sur leurs antennes et leurs prolongements numériques, si l'Arcom relève qu'elles ont déclaré plus de contenus éducatifs au sens large (historique, scientifique, écologique, etc.), **la proportion de contenus dédiés spécifiquement à l'EMI&CN reste trop faible** : respectivement 12 % et 27 %.

Par ailleurs, concernant les thèmes abordés dans le cadre de ces actions d'EMI&CN, l'Arcom constate qu'ils restent les mêmes depuis cinq ans : la lutte contre la désinformation et la présentation du métier de journaliste. L'éducation au numérique est abordée mais trop à la marge.

Top 3 des thèmes abordés

La lutte
contre la
désinformation

La découverte
du métier de
journaliste

L'éducation
au numérique

Il conviendrait que des thématiques permettant au public de développer des compétences nécessaires à la citoyenneté numérique soient davantage traitées (différencier les faits des opinions, identifier les

ingérences étrangères et les contenus créés par l'IA, lutter contre la propagation de la haine en ligne, etc.).

Sur les plateformes en ligne et les réseaux sociaux, des initiatives menées en partenariat

Les actions d'EMI&CN déclarées par les plateformes en ligne et les réseaux sociaux, consistent principalement en des **campagnes** (vidéos, messages d'intérêt général) ou en **l'intégration de fonctionnalités au sein de leurs services** permettant aux utilisateurs de comprendre le fonctionnement de la plateforme. **L'Arcom a néanmoins relevé le déploiement d'actions d'ampleur** telles que le jeu « Interland » développé par Google qui vise à aider les enfants à acquérir de bonnes pratiques en matière de sécurité et de citoyenneté numérique ou le projet « Vikiacad'EMI2025 » porté par Wikimédia France avec le CLEMI qui vise à former les enseignants afin qu'ils développent un projet d'éducation par l'usage des médias mettant leurs élèves dans la peau d'auteur d'articles scientifiques. Pour ce faire, ces derniers devront rechercher, vérifier et sélectionner leurs sources d'information de manière critique et méthodique.

Le renforcement et le déploiement des actions de l'Arcom en EMI&CN

Des actions sur le terrain, du local à l'international	<ul style="list-style-type: none"> L'intensification de ses interventions auprès de publics variés : enseignants, élèves, étudiants, parents, conseillers numériques, bibliothécaires, etc. Plus de 13 000 personnes sensibilisées en 2024-2025, sur l'ensemble du territoire grâce à la mobilisation des Arcom locales et au travail du prestataire de l'Arcom, Génération Numérique. La participation à des réseaux de professionnels de l'EMI&CN : le GTI EMBAPE en Bretagne, le REFEMI à la Maison des étudiants de la Francophonie de la Cité Universitaire.
---	--

La création de ressources adaptées à des publics variés	<ul style="list-style-type: none"> Autour de la citoyenneté numérique et pour favoriser l'échange en famille : le jeu « L'Odyssée du numérique » construit en partenariat avec le ministère de l'Education nationale, la CNIL, l'UNAF et Tralalère ; la BD « De Phocée à Marseille, un voyage enfantin à travers le monde numérique » ; le dépliant « Haine en ligne, victime ou témoin, 3 étapes pour ne plus subir. L'intégration de thématiques nouvelles en phase avec l'évolution de l'écosystème numérique et informationnel : une ressource sur l'IA et l'information développée avec « Café IA » pour comprendre l'impact de l'IA dans la création et la consommation de l'information ; une étude qui s'intéresse aux jeunes et aux risques associés à leurs pratiques sur les réseaux sociaux.
--	--

Actions à venir

- *Courant janvier 2026, publication* d'une ressource pédagogique sur la transition écologique en partenariat avec ARTE Education
- *Fin 2026, renouvellement* de la convention de partenariat avec le ministère de l'Education nationale et ses opérateurs (Réseau Canopé et le CLEMI). **Signature** d'une convention de partenariat avec Pix.
- *À partir de janvier 2026, organisation* par les Arcom locales, de rencontres entre des acteurs de l'éducation nationale (recteurs, CLEMI, etc.), des acteurs médiatiques et associatifs locaux.
- *Mars 2026, participation* à la « Semaine de la presse et des médias dans l'école ».
- *Courant mars 2026, signature* d'une convention de partenariat avec l'INSPE Lille.
- *Avril 2026, mise en place* d'un partenariat avec la ville de Marseille pour des interventions dans les classes de primaire.

Pour aller plus loin www.arcom.fr

Directeur de la publication :
Martin Ajdari
© Direction de la communication - Arcom