

LES INDICATEURS

MÉDIAS – MARQUE – OPINION

Par la Direction des Études

IMAGE GLOBALE

Bonne opinion

76% ↓

Mauvaise opinion

14% →

Mois de fév.
Evolution par rapport à sept. 24

CONFIANCE

EDF

55% →

ENGIE

30% →

Moyenne du 2T
Evolution par rapport au 1T

PRÉSENCE MÉDIATIQUE D'EDF

EDF

605 UBM ↓

Nombre d'UBM au 2T
Evolution par rapport au 1T

Les Français ont été potentiel-
lement exposés en moyenne 6
fois à une actualité d'EDF au
2T2025.

POIDS DES ÉNERGIES DANS LA MÉDIATISATION D'EDF

Nucléaire

50% →

Hydraulique

6% →

Solaire

8% ↑

Eolien

14% ↑

Moyenne au 2T
Evolution par rapport au 1T

En ce second trimestre 2025, la visibilité médiatique - relativement peu intense - est essentiellement portée par l'énergie nucléaire (opération de démarrage de l'EPR de Flamanville, rapport ASNR sur la sûreté nucléaire, impact de la canicule sur les centrales), ainsi que par la nomination de Bernard Fontana à la tête d'EDF.

Au mois d'avril, l'EPR de Flamanville, et ses reports successifs, continue de susciter l'intérêt de certains médias.

Si, en mai, la nomination de Bernard Fontana est accompagnée de la liste des défis à relever, les médias saluent également la signature du premier gros contrat avec Aluminium Dunkerque. Les opérations de démarrage de l'EPR de Flamanville témoignent aux yeux des médias d'une meilleure maîtrise humaine des opérations. Enfin, la presse accueille positivement le rapport de l'ASNR, qui met l'accent sur l'état satisfaisant du niveau de sûreté du parc nucléaire.

Marquée par un épisode de chaleur intense, l'actualité médiatique de juin porte, entre autres, sur la canicule et ses répercussions sur le fonctionnement des centrales nucléaires.

Parallèlement, l'accord conclu entre l'État et EDF sur le financement des futurs réacteurs EPR2 est salué comme une étape clé.

EDF confirme son statut de leader sur les dimensions corporate et commerciales.

EDF maintient par ailleurs son image d'entreprise rassurante, responsable et engagée. Confiance et fiabilité constituent les piliers majeurs de la bonne image de l'entreprise auprès des Français.

EN
SYNTHÈSE

CONTEXTE



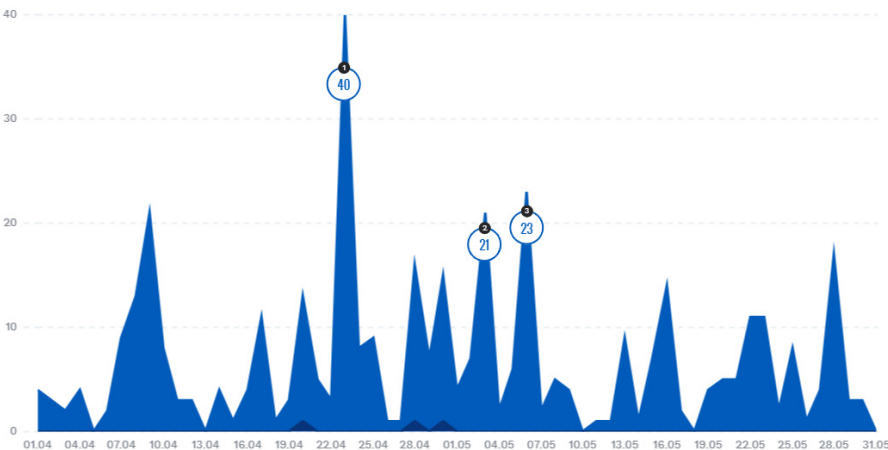
Présence médiatique d'EDF

AVRIL-MAI 2025

Source : Kantar Média

UBM TOTAL

DONT SOCIAL MÉDIA



1 23 AVRIL 2025

40 UBM

A. Lauvergeon invitée de France Inter

2 3 mai 2025

21 UBM

Panne électrique en Espagne et situation énergétique en France

3 6 mai 2025

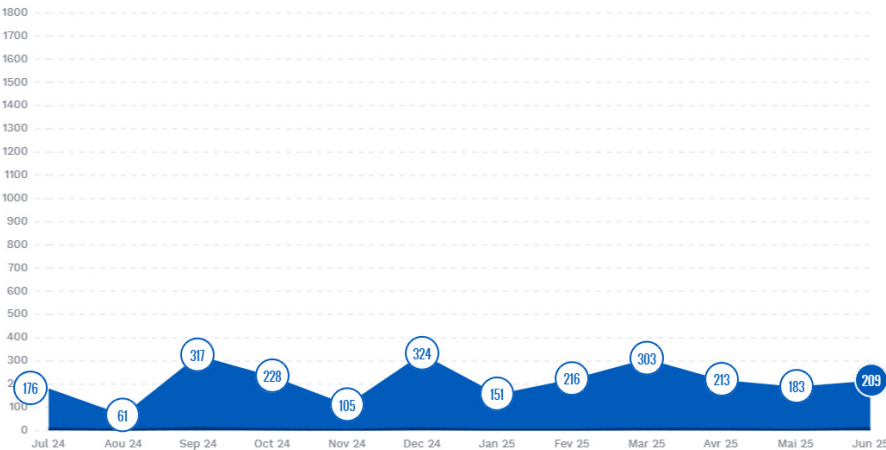
23 UBM

Action des viticulteurs du Bugey ; Gouvernance et défis d'EDF

À RETENIR

Dans la lignée des trois premiers mois de l'année, la médiatisation d'EDF est relativement peu soutenue en ce second trimestre. Elle est essentiellement portée par la thématique nucléaire (voir § poids des énergies), ainsi que par la nomination de Bernard Fontana à la tête d'EDF.

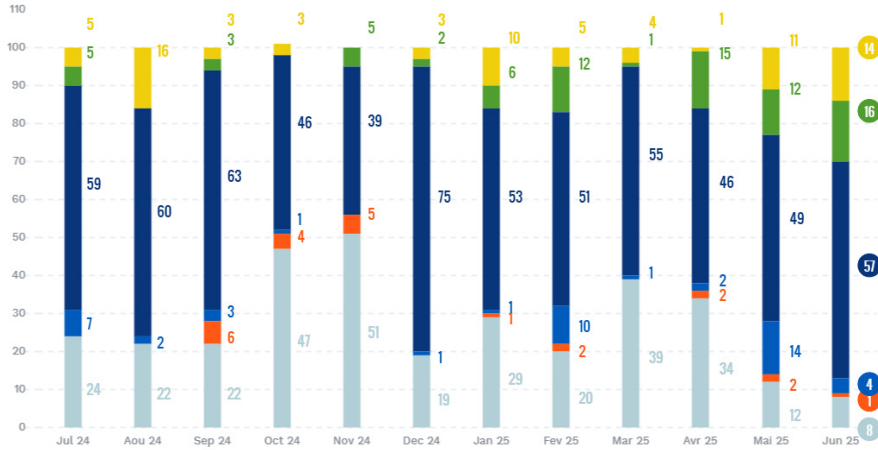
Présence médiatique d'EDF



Clé de lecture : 209 UBM signifie que les Français ont été potentiellement exposés 2,09 fois à une actualité EDF au cours du mois de juin 2025.

Poids des énergies dans la médiatisation d'EDF

Source : Kantar Média



À RETENIR

Au second trimestre, la médiatisation d'EDF est essentiellement portée par l'énergie nucléaire (51%), entre les opérations de démarrage de l'EPR de Flamanville, le rapport de l'ASNR sur la sûreté nucléaire, les répercussions de la canicule sur les centrales nucléaires, ainsi que l'accord conclu entre l'État et EDF sur le financement des futurs réacteurs EPR2.

Les actualités hors énergies pèsent quant à elles en moyenne 18% du bruit médiatique d'EDF. Elles sont principalement marquées par la nomination de Bernard Fontana à la tête d'EDF et la signature du premier gros contrat avec Aluminium Dunkerque.

Mémorisation des actualités EDF

Source : Baromètre d'Actualité EDF / Institut Verian



1 Réacteur EPR de Flamanville dans la Manche - Juillet 2025



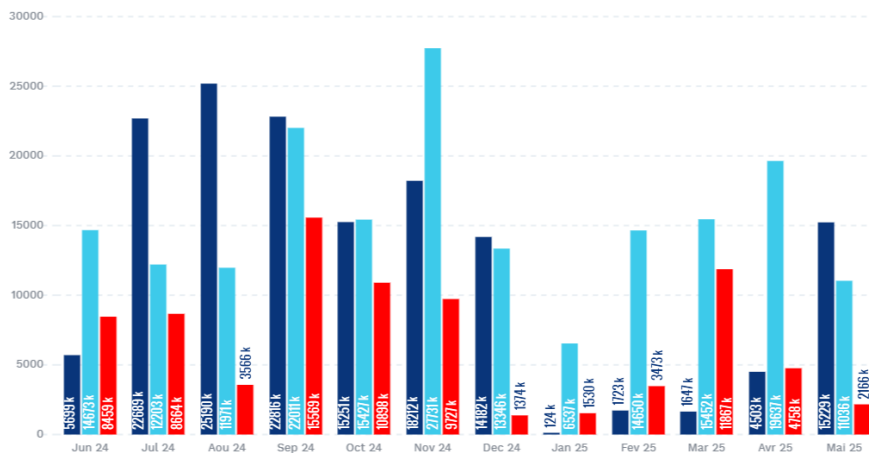
À RETENIR

Dix mois après sa mise en service en septembre 2024, la notoriété de l'EPR de Flamanville se situe à des niveaux similaires à ceux enregistrés alors : 57% des Français disent avoir entendu parler de la centrale (dont 37% précisément et 20% plus vaguement). Parmi ceux-là, 39% pensent qu'elle est en cours de mise en service, 35% qu'elle produit déjà de l'électricité (+13 points vs septembre 2024) et seulement 14% qu'elle est encore en construction.

L'EPR de Flamanville bénéficie d'un large soutien : 73 % des Français estiment qu'il est « important pour l'approvisionnement énergétique de la France » (vs 20% « un projet inutile et coûteux » et 7% qui ne se prononcent pas). Une adhésion élevée et qui a fortement progressé depuis 2017, période à laquelle une anomalie avait été détectée sur la cuve du réacteur : seul un Français sur trois était alors convaincu de l'utilité de l'EPR.

Investissements publicitaires bruts

Source : Havas



À RETENIR

Le paysage publicitaire du secteur de l'énergie est dominé par Engie au cours des deux premiers mois du second trimestre.

Parmi les prises de paroles d'EDF de ce second trimestre 2025, deux campagnes plurimédias se détachent en termes de puissance :
- un nouveau film de la saga Eva sur la mobilité électrique, « Eva L'auto-stop », diffusé en digital et au cinéma. Objectif : démontrer les bénéfices de la mobilité électrique pour le climat,
- un nouveau film TV et vidéo online, « Eva Vasque », à l'occasion du retour aux Tuileries de la Vasque des JOP de Paris 2024.

De son côté, Engie prend la parole en TV avec deux spots :

1. L'un pour promouvoir la campagne « Mon programme pour Agir avec Engie ». Les clients volontaires au bonus « Ecodéfi+ » peuvent recevoir des récompenses en relevant des défis de réduction de consommation,
2. L'autre sur son offre électricité verte accompagnée d'une promotion ponctuelle: 100 euros pour toute nouvelle souscription à un contrat d'électricité Elec Référence 3 ans.

Par ailleurs, Engie est partenaire du tournoi de tennis Roland Garros 2025 et rediffuse à cette occasion sa campagne axée sur l'électricité verte : « Une seule bonne énergie rend la victoire possible ! ».

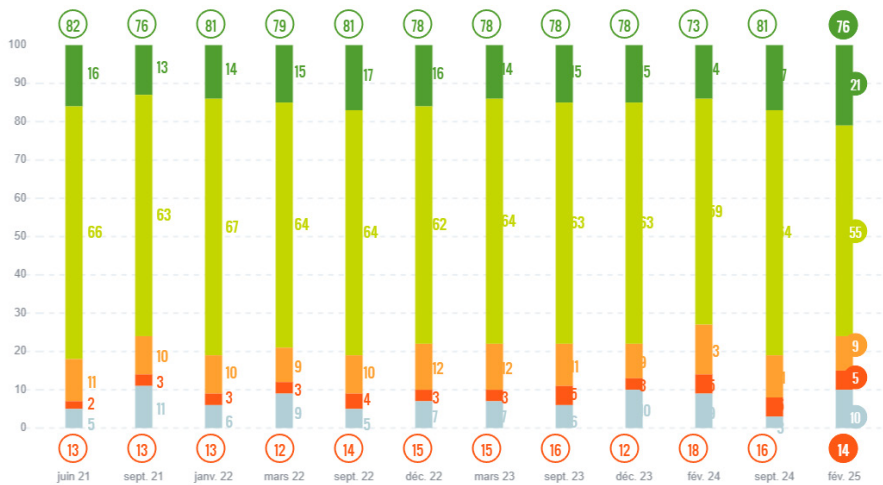
IMAGE DÉTAILLÉE



Image globale

Baromètre d'Actualité EDF / Institut Verian / 6-10 février 2025

Globalement, quelle image avez-vous d'EDF ?



À RETENIR

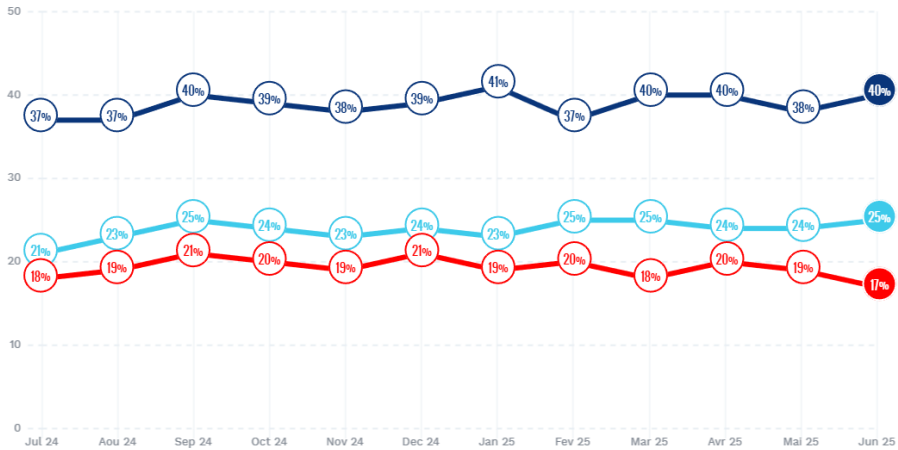
La dernière mesure de l'image globale de l'entreprise a été réalisée en février 2025. Pour mémoire, voici les résultats communiqués dans les Indicateurs du 1er trimestre.

Avec 76% de bonne opinion, l'image d'EDF reste dans ses niveaux habituels et retrouve son niveau pré-Jeux Olympiques et Paralympiques. A noter que 21% des personnes interrogées expriment une très bonne opinion à l'égard d'EDF.

Intérêt général

Tracking Millward Brown, 1000 interviewés

Parmi ces entreprises, lesquelles se soucient de l'intérêt général ?



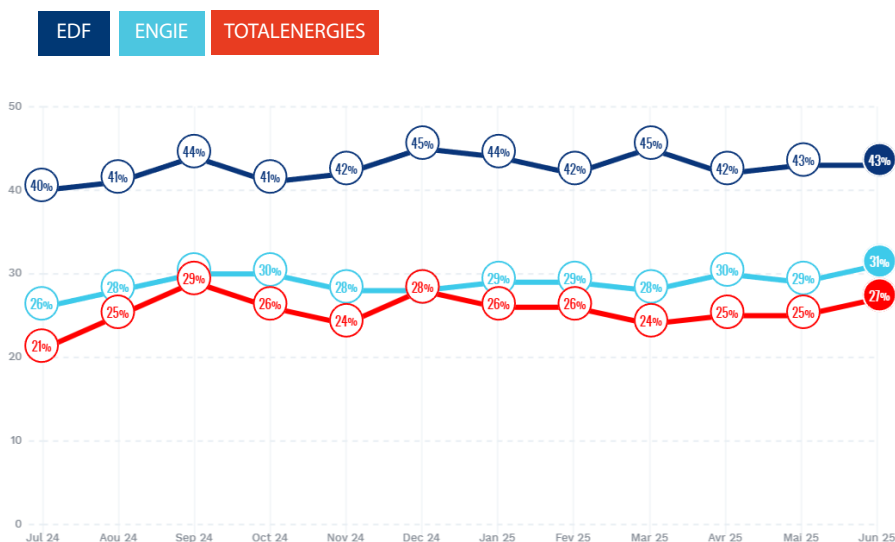
À RETENIR

Testée en concurrence avec ses deux principaux concurrents, EDF domine largement sur cette dimension. Cet atout « institutionnel » renvoie aux valeurs clés de fiabilité et d'utilité sociale.

Produits et services innovants

Tracking Millward Brown, 1000 interviewés

Parmi ces entreprises, lesquelles proposent des produits et services innovants ?



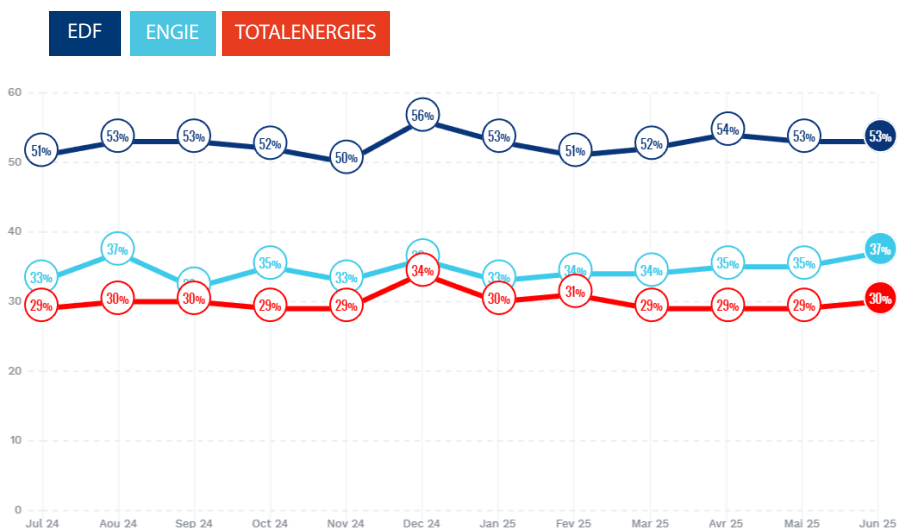
À RETENIR

EDF confirme au second trimestre sa position de leader sur les produits et services innovants. Comme sur la majorité des dimensions testées, Engie et TotalEnergies atteignent des niveaux proches.

Développement des énergies renouvelables

Tracking Millward Brown, 1000 interviewés

Parmi ces entreprises, lesquelles développent des énergies renouvelables ?



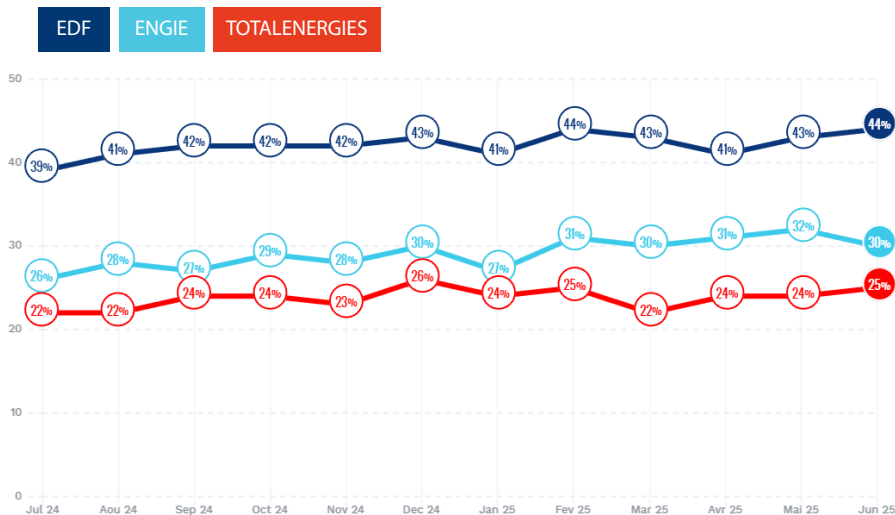
À RETENIR

EDF confirme son statut de leader incontesté dans la perception du développement des énergies renouvelables, loin devant Engie et TotalEnergies.

Lutte contre le changement climatique

Tracking Millward Brown, 1000 interviewés

Parmi ces entreprises, lesquelles sont engagées dans la lutte contre le réchauffement climatique ?



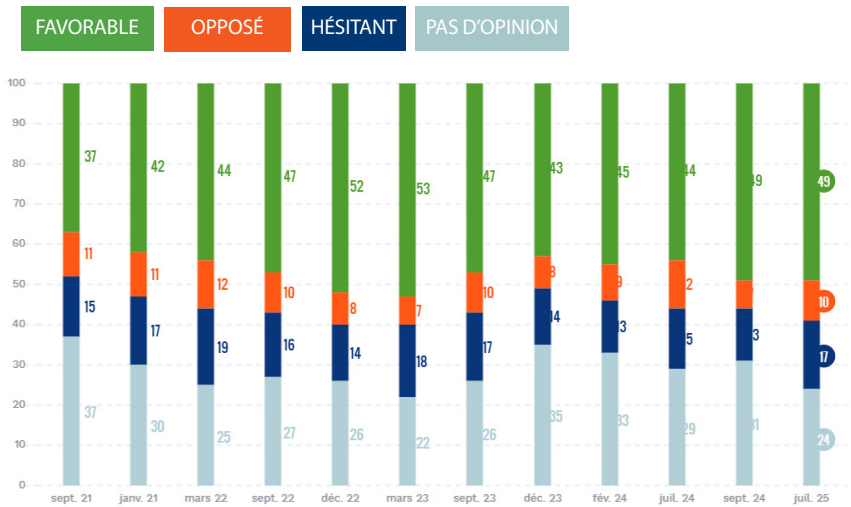
À RETENIR

EDF confirme son avance sur ses deux principaux concurrents concernant la perception de la lutte contre le changement climatique.

Opinion sur le recours au nucléaire

Baromètre d'Actualité EDF / Institut Verian / 8-10 juillet 2025

Personnellement, quelle est votre opinion sur le recours à l'énergie nucléaire en France ?



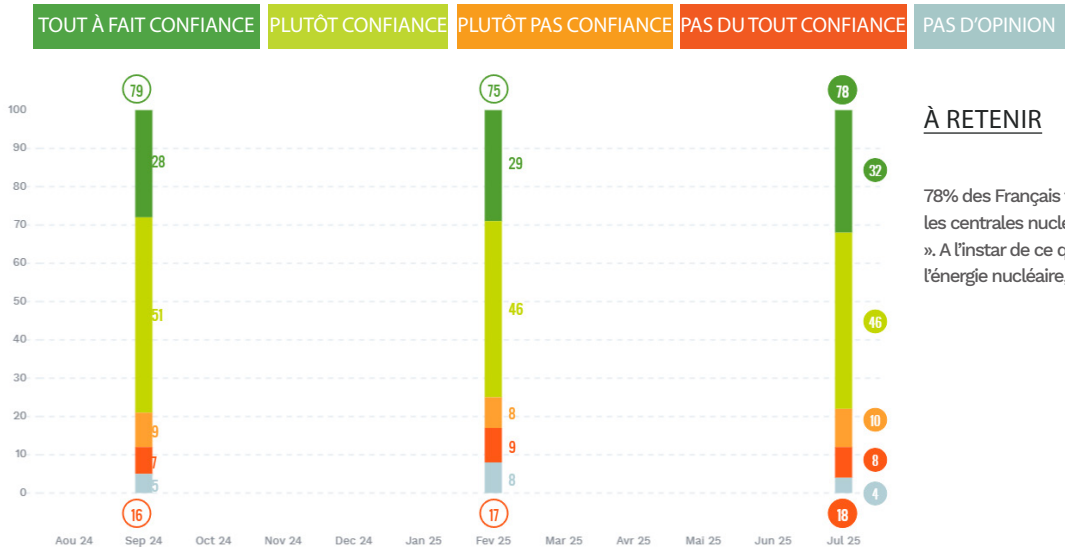
À RETENIR

On observe un retour aux niveaux de soutien les plus élevés concernant l'opinion sur le recours à l'énergie nucléaire en France. 6 Français sur 10 ont une opinion tranchée sur le sujet. Parmi eux, une très large majorité déclare y être favorable (49% vs 10% opposés).

Confiance dans la sécurité des centrales nucléaires

Baromètre d'Actualité EDF / Institut Verian / 8-10 juillet 2025

Faites-vous confiance à EDF pour exploiter les centrales nucléaires françaises en toute sécurité ?



À RETENIR

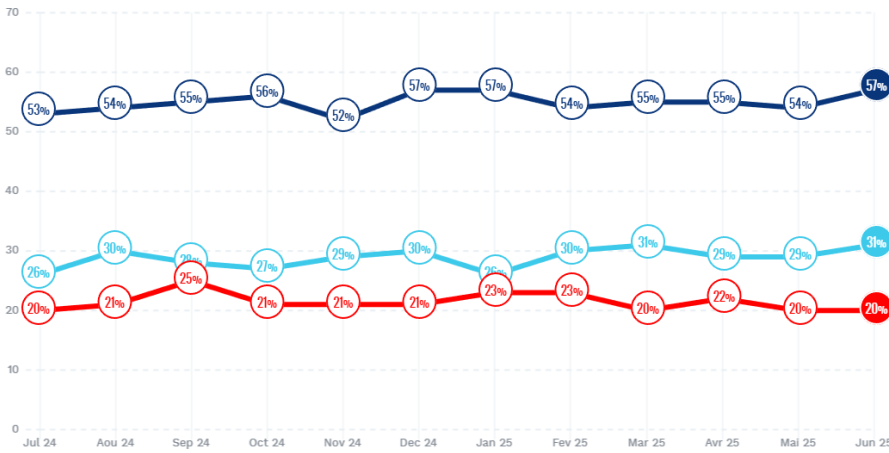
78% des Français font confiance à EDF « pour exploiter les centrales nucléaires françaises en toute sécurité ». A l'instar de ce que nous observons sur le recours à l'énergie nucléaire, la tendance est à la progression.

Confiance dans les fournisseurs d'énergie

Tracking Millward Brown, 1000 interviewés

Quels fournisseurs d'énergie vous inspirent plus confiance que les autres fournisseurs d'énergie ?

EDF ENGIE TOTAENERGIES



À RETENIR

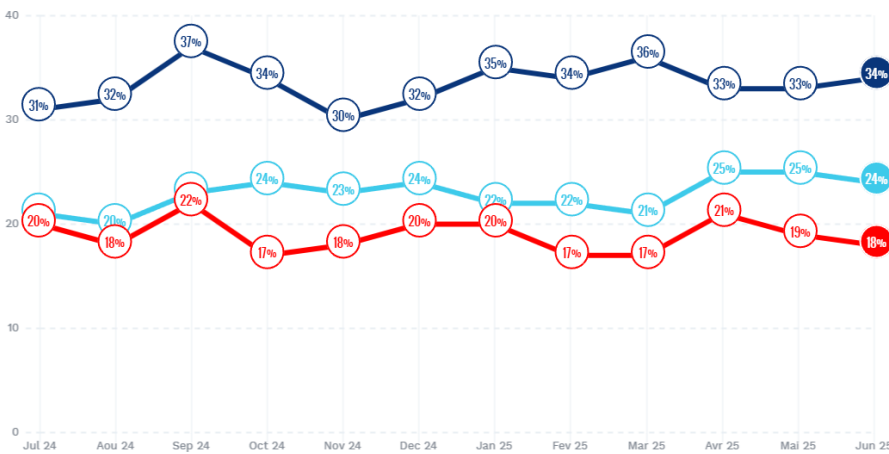
La confiance que les Français témoignent envers EDF demeure à un haut niveau, presque deux fois supérieure à celle de son principal concurrent (Engie), confirmant ainsi que cette dimension constitue un des piliers majeurs de l'image de l'entreprise.

Pouvoir d'achat des clients

Tracking Millward Brown, 1000 interviewés

Quels fournisseurs d'énergie sont soucieux du pouvoir d'achat de leurs clients ?

EDF ENGIE TOTAENERGIES



À RETENIR

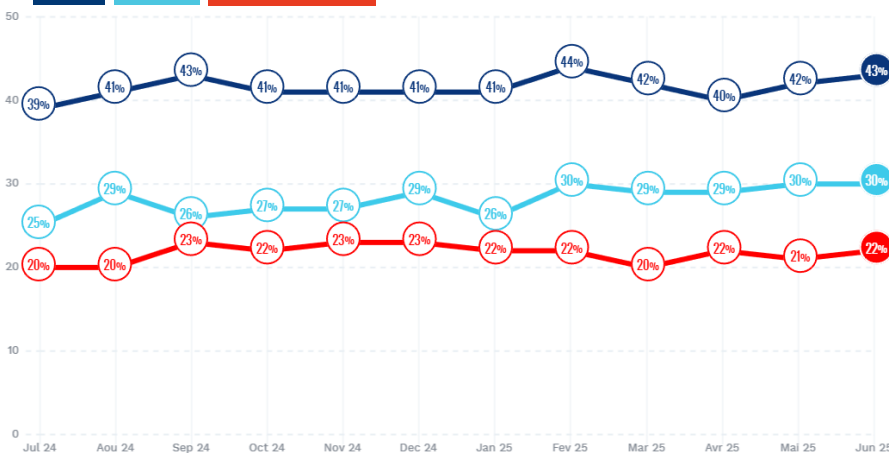
Si EDF conserve son leadership sur la thématique du pouvoir d'achat, l'écart avec Engie se resserre par rapport au 1T 2025. Une hypothèse pour expliquer ce constat : les offres et promotions d'Engie au 2T 2025 (100 euros pour toute nouvelle souscription à un contrat d'électricité Elec Référence 3 ans ; offre Engie My Power : 2 000 euros offerts pour l'installation d'une solution solaire en autoconsommation).

Economies d'énergie

Tracking Millward Brown, 1000 interviewés

Quels fournisseurs d'énergie aident concrètement leurs clients à faire des économies d'énergie ?

EDF ENGIE TOTAENERGIES



À RETENIR

EDF conforte au second trimestre son leadership sur les économies d'énergie, assez loin devant Engie, puis TotalEnergies. Pas d'évolution notable sur cette dimension pour les trois énergéticiens.



EDF
22-30 avenue de Wagram
75382 Paris Cedex 08 – France
Capital de 1 868 467 354 euros
552 081 317 R.C.S Paris
www.edf.fr