

LES FRANÇAIS ET L'INFORMATION

2^{ème} édition

Résultats complets


Janvier 2026

CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE


Un état des lieux du rapport des Français à l'information

- Comment les Français s'informent-ils et ont-ils le sentiment d'être bien informés ?
- Comment choisissent-ils leurs sources ?
- Quelle confiance et perception de l'indépendance des médias ?
- Quelles pratiques d'information ont-ils sur les réseaux sociaux ?
- Quelles évolutions des pratiques d'informations depuis la mesure de 2023 ?


Un sujet au cœur des missions de l'Arcom



Veiller au respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion et aux règles de déontologie en matière d'information, lutter contre la manipulation de l'information



Régulation économique et équilibres du marché



Éducation aux médias et à la citoyenneté numérique

La 2^{ème} édition de l'étude, après la première vague conduite en 2023

Elle vise à reprendre et mesurer de manière **barométrique un certain nombre d'indicateurs de la première vague**, s'agissant notamment :

- de l'intérêt et des modes d'accès à l'information,
- des pratiques informationnelles sur les réseaux sociaux,
- des sources médias consommées,
- des dynamiques de consommation
- et de la confiance dans l'information.

Elle **propose en complément** un certain nombre de **focus sur des nouvelles thématiques**, en particulier :

- **L'usage de YouTube** et des **outils d'intelligence artificielle pour s'informer** (*fréquence d'utilisation, type de contenus consommés, perception de la fiabilité par rapport aux médias « traditionnels », etc.*),
- La **place et le rôle des sources** d'information,
- Et l'**indépendance des médias**.

Les questions introduites dans cette 2^{ème} édition sont identifiées avec la mention



Tout au long du rapport des rappels des données 2023 sont indiqués **(xx%)** et les évolutions significatives par rapport à l'édition 2023 sont indiquées par des flèches ↓ ↑

Un dispositif vaste et représentatif des Français de 15 ans et plus permettant de réaliser des analyses fines par segments de population



3 377 Français de 15 ans et plus



Interrogés **en ligne ou par téléphone**
afin de représenter l'ensemble des Français, y compris ceux n'utilisant pas Internet

	Internautes métropole	Internautes outre-mer	Non Internautes
Echantillon	3 002	175	200
Recueil	internet	internet	téléphone



Questionnaire bâti sur une **revue de la littérature française et internationale**



Terrain d'enquête : du **16 juin au 23 juillet 2025**
Rappel terrain 2023 : du 22 novembre au 20 décembre 2023



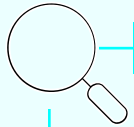
Quotas et redressement appliqués selon :
Sexe x âge, profession, région, catégorie d'agglomération et équipement média du foyer



Dispositif confié à l'institut d'études Ipsos bva



10 cibles pour approfondir les analyses



Intérêt pour l'information

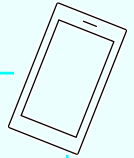
1. Les Distants (45%)

S'informent via peu de modes d'accès et/ou peu de fois dans la journée

2. Les Hyper-informés (38%)

S'informent via beaucoup de modes d'accès et/ou souvent dans la journée

Mode d'accès privilégié à l'information



5. Médias éditorialisés (61%)

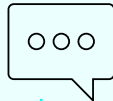
S'informent principalement via la télévision, la radio ou la presse écrite.

6. Réseaux sociaux (15%)

S'informent principalement via les réseaux sociaux (Facebook, X, TikTok, LinkedIn ...).

7. Plateformes de partage de vidéos (4%)

S'informent principalement via les plateformes en ligne (YouTube, Twitch, ...).



8. Ceux qui s'informent via les outils d'IA conversationnelle chaque mois (24%)



Dynamique de l'information

3. Ceux qui s'informent plus qu'auparavant (28%)

S'informent « un peu plus qu'avant » ou « beaucoup plus qu'avant »

4. Les Abandonnistes (12%)

S'informent « beaucoup moins qu'avant » ou ont « complètement arrêté »

Indépendance des médias



9. Les convaincus de l'indépendance des médias (25%)

Estiment que les médias sont indépendants

10. Les critiques de l'indépendance (27%)

Estiment que les médias sont soumis au gouvernement ou aux intérêts de leur propriétaire

SOMMAIRE

**/01 INTÉRÊT ET NIVEAU DE CONNAISSANCE
DE L'ACTUALITÉ**

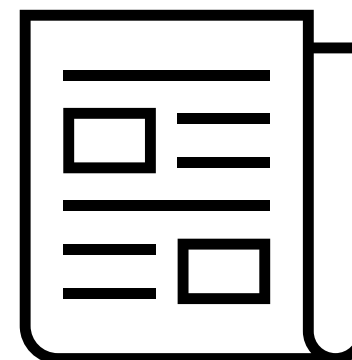
/02 MODE D'ACCÈS À L'INFORMATION

**/03 CONFIANCE, PERCEPTION DE
L'INDÉPENDANCE DES MÉDIAS ET
ATTENTES VIS-À-VIS DE
L'INFORMATION**

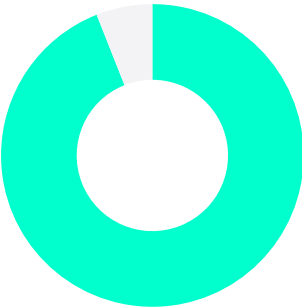
01

INTÉRÊT ET NIVEAU DE CONNAISSANCE DE L'ACTUALITÉ

INTÉRÊT POUR L'INFORMATION



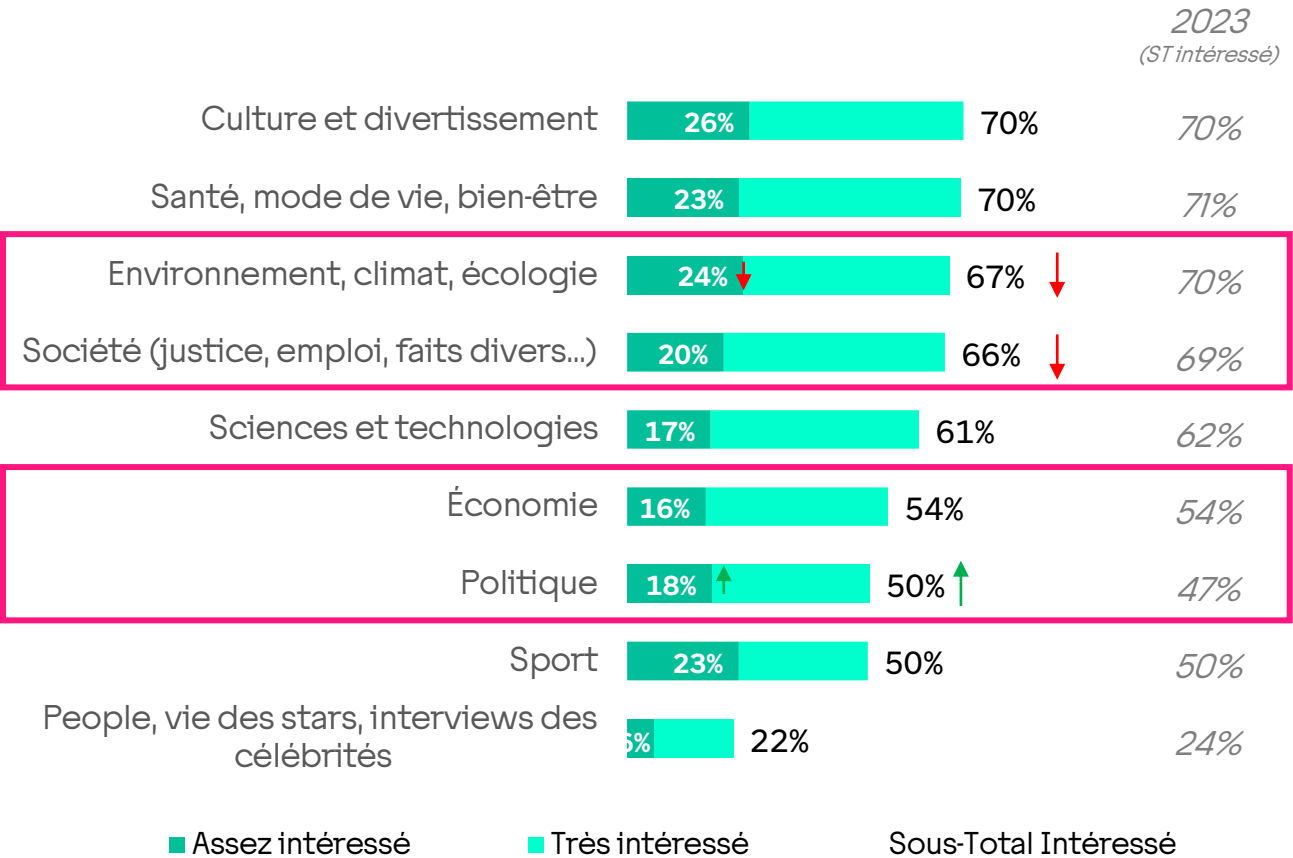
/ L'intérêt pour l'information reste fort. La culture et la santé suscitent un intérêt élevé et stable, tandis que l'environnement et les sujets de société intéressent un peu moins qu'en 2023.



94% (vs 94%)
des Français déclarent s'intéresser à l'information

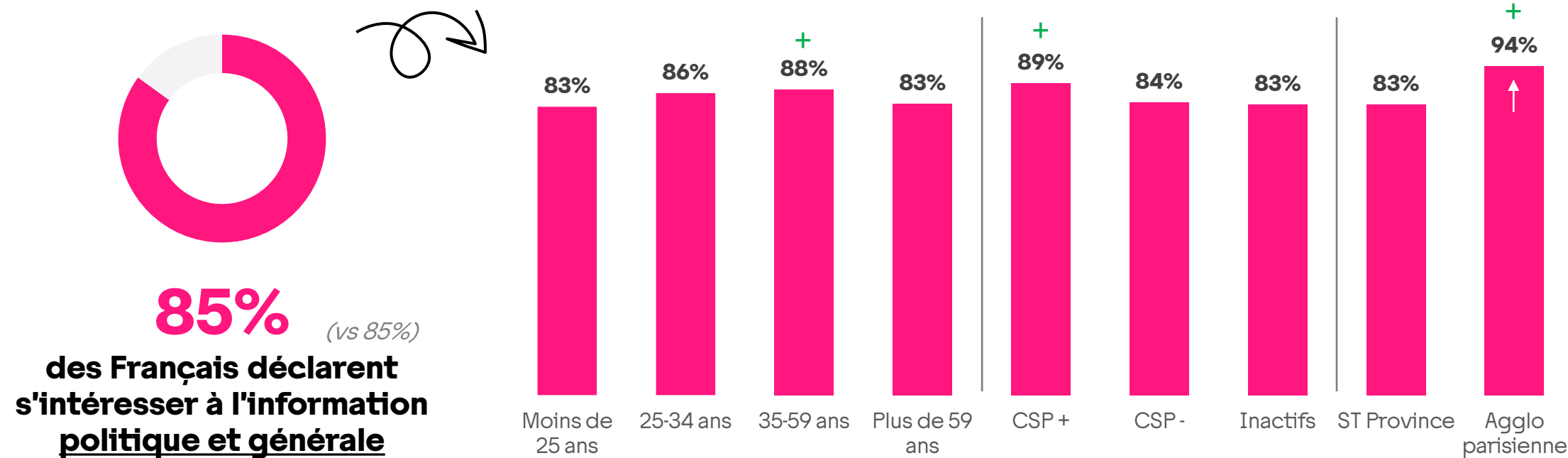


85% (vs 85%)
déclarent s'intéresser à l'information politique et générale : Environnement, Société, Economie et Politique



INT2. De façon détaillée, merci de nous indiquer si vous êtes Très intéressé, Assez intéressé, Peu intéressé ou Pas du tout intéressé par les thématiques d'information suivantes :
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

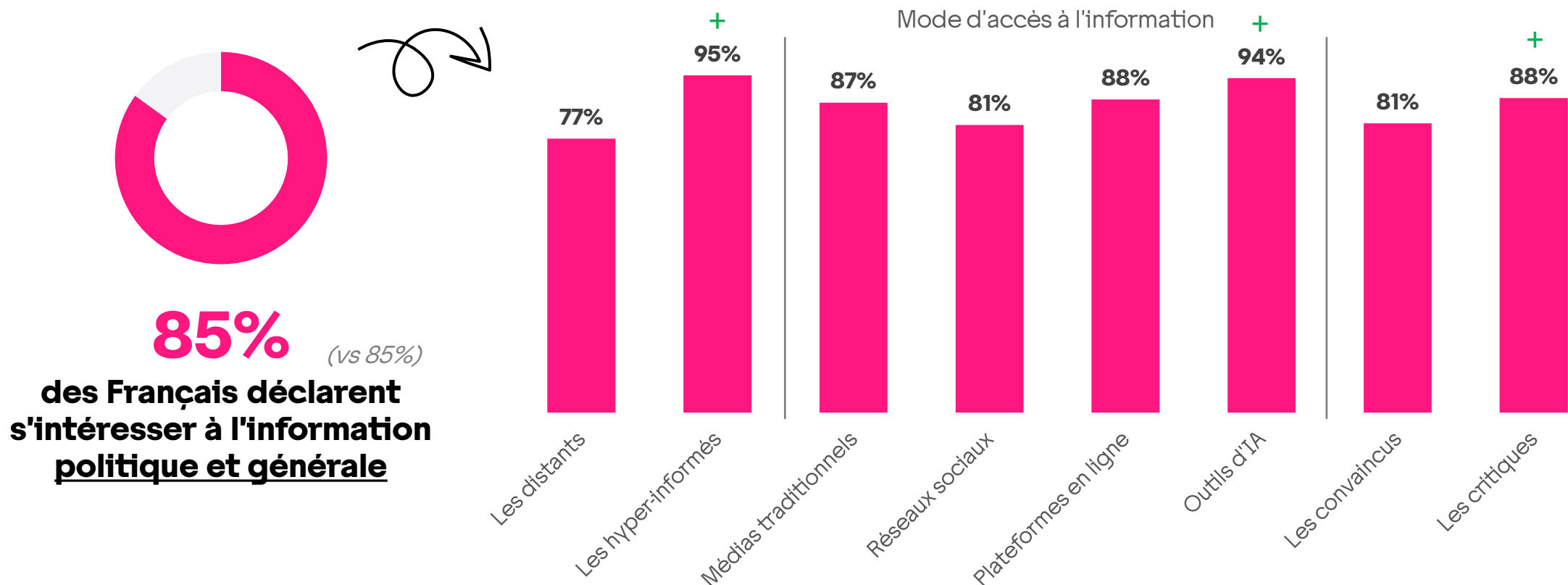
Les 35-59 ans, les CSP+ et les Franciliens sont plus intéressés par l'information politique et générale .



INT2. De façon détaillée, merci de nous indiquer si vous êtes Très intéressé, Assez intéressé, Peu intéressé ou Pas du tout intéressé par les thématiques d'information suivantes :
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

↑ ↓ Évolution significative vs 2023

Les hyper-informés, les critiques de l'indépendance des médias et les utilisateurs des outils d'IA pour s'informer sont plus intéressés par l'information politique et générale.



INT2. De façon détaillée, merci de nous indiquer si vous êtes Très intéressé, Assez intéressé, Peu intéressé ou Pas du tout intéressé par les thématiques d'information suivantes :
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

↑↓ Évolution significative vs 2023

/ L'intérêt pour l'environnement et les sujets de société diminue légèrement, en particulier chez les 24-35 ans, tandis que l'intérêt pour la politique augmente chez les plus de 35 ans.



Environnement **67%** - 3pts ↓
et société **66%** - 3 pts ↓

Une baisse significative auprès des :

- 25 – 34 ans,
- actifs,
- résidant en dehors de l'agglomération parisienne

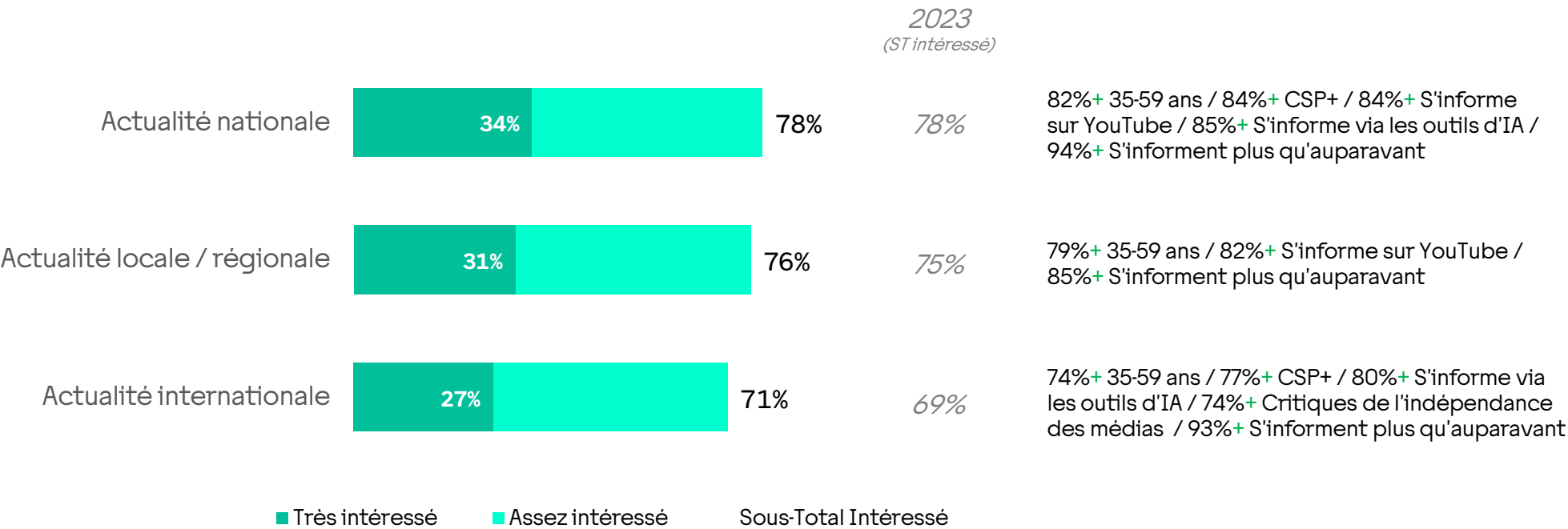


Politique **50%** +3pts ↑

Une hausse significative auprès des :

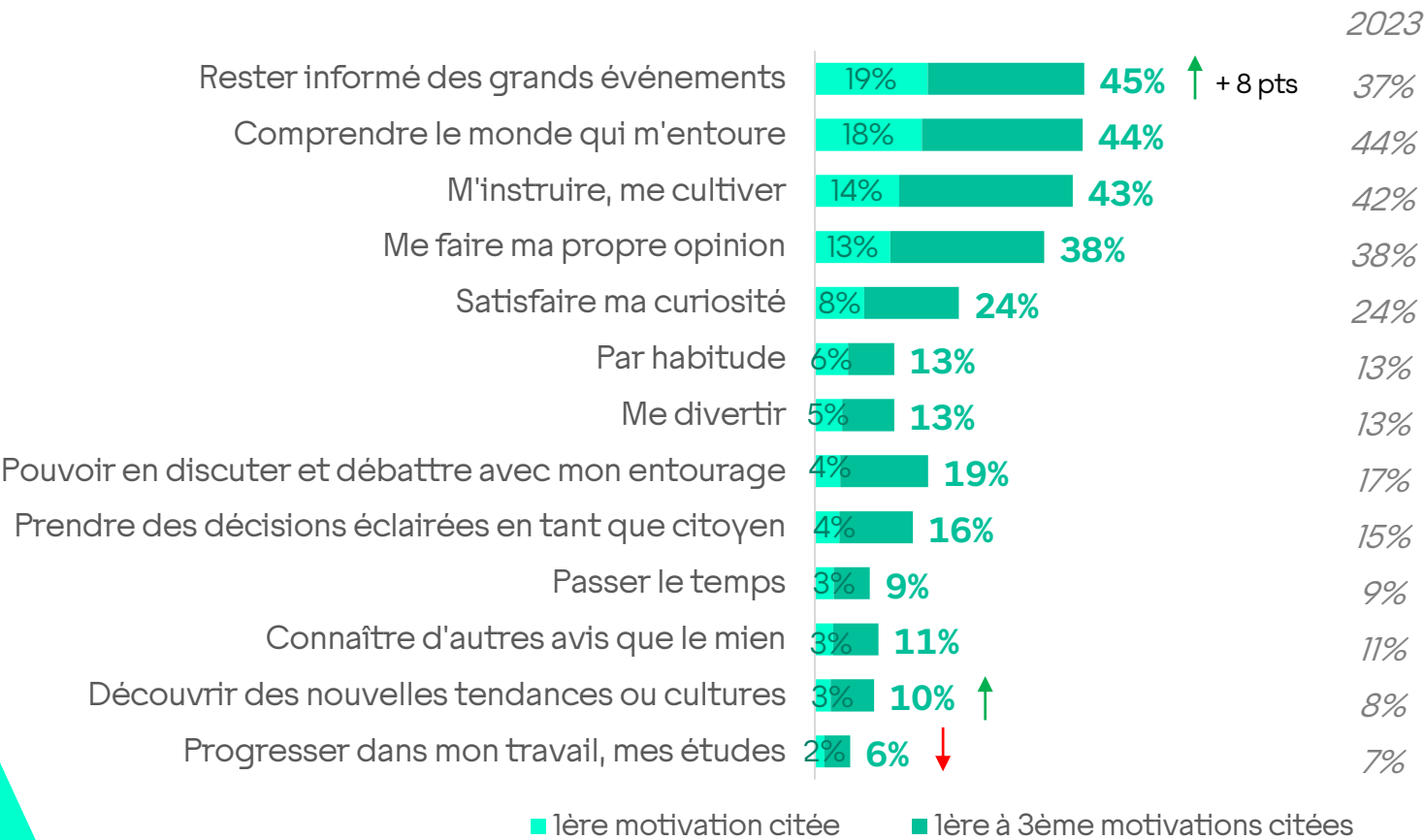
- Plus de 35 ans,
- Retraités,
- Résidant en dehors de l'agglomération parisienne

Les actualités nationales et régionales / locales suscitent comme en 2023 un intérêt plus fort que l'actualité internationale.



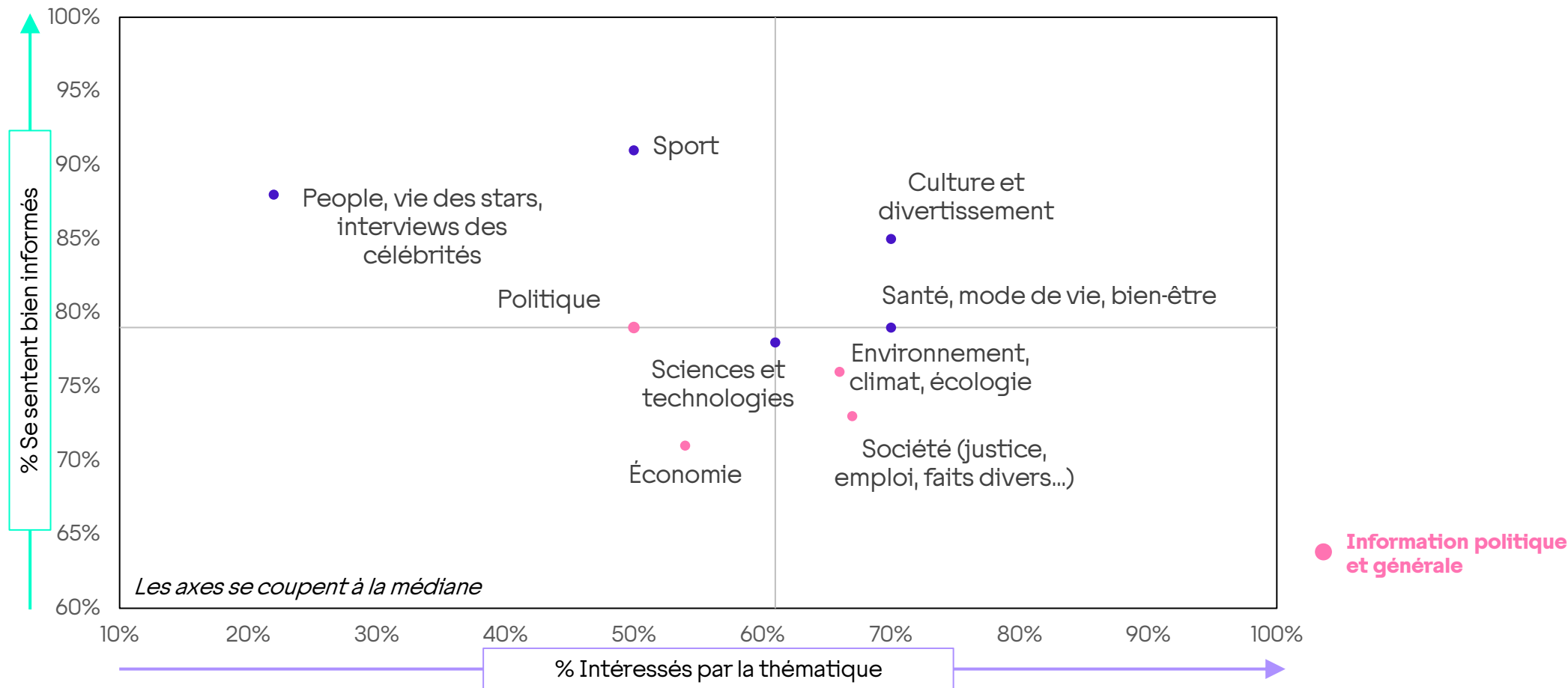
INT2. De façon détaillée, merci de nous indiquer si vous êtes Très intéressé, Assez intéressé, Peu intéressé ou Pas du tout intéressé par les thématiques d'information suivantes :
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

Les grands évènements ont porté l'intérêt pour l'information en 2025.



Le besoin de s'informer sur les grands événements progresse nettement cette année (45 %, +8 points) : ce motif, qui occupait la 4^e place lors de la précédente mesure, se hisse désormais en tête.

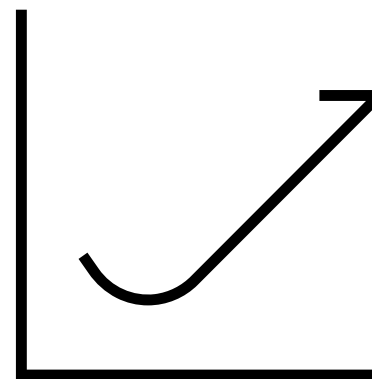
Les Français se sentent plutôt bien informés sur la plupart des sujets, notamment ceux qui les intéressent : la culture et la santé. Ils se sentent un peu moins bien informés sur l'économie, les sujets de société, les sciences et l'environnement.



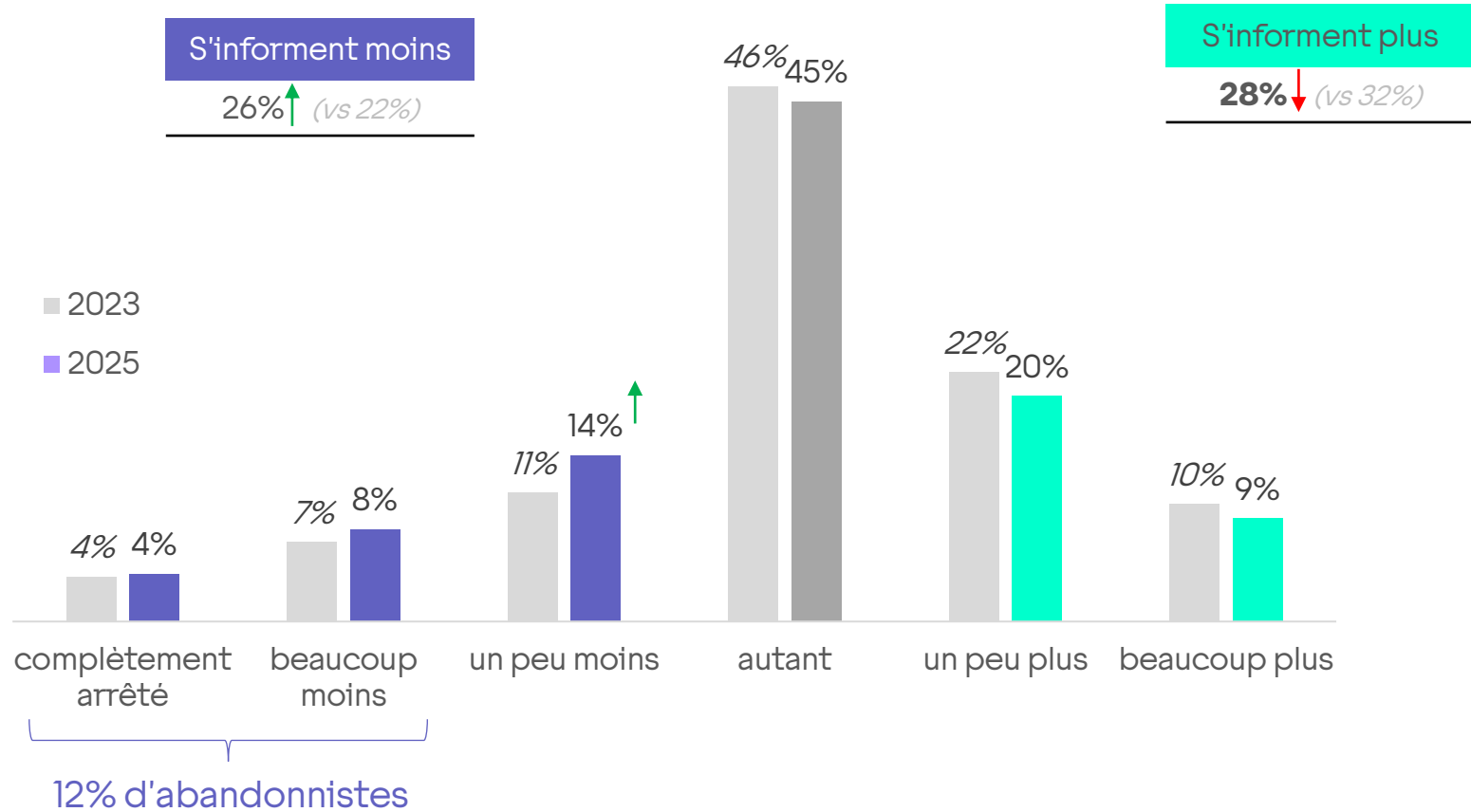
INT2. De façon détaillée, merci de nous indiquer si vous êtes Très intéressé, Assez intéressé, Peu intéressé ou Pas du tout intéressé par les thématiques d'information suivantes :
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

INT3. Concernant les thématiques d'information qui vous intéressent, avez-vous le sentiment d'être bien informé ?
BASE : Intéressé par la thématique

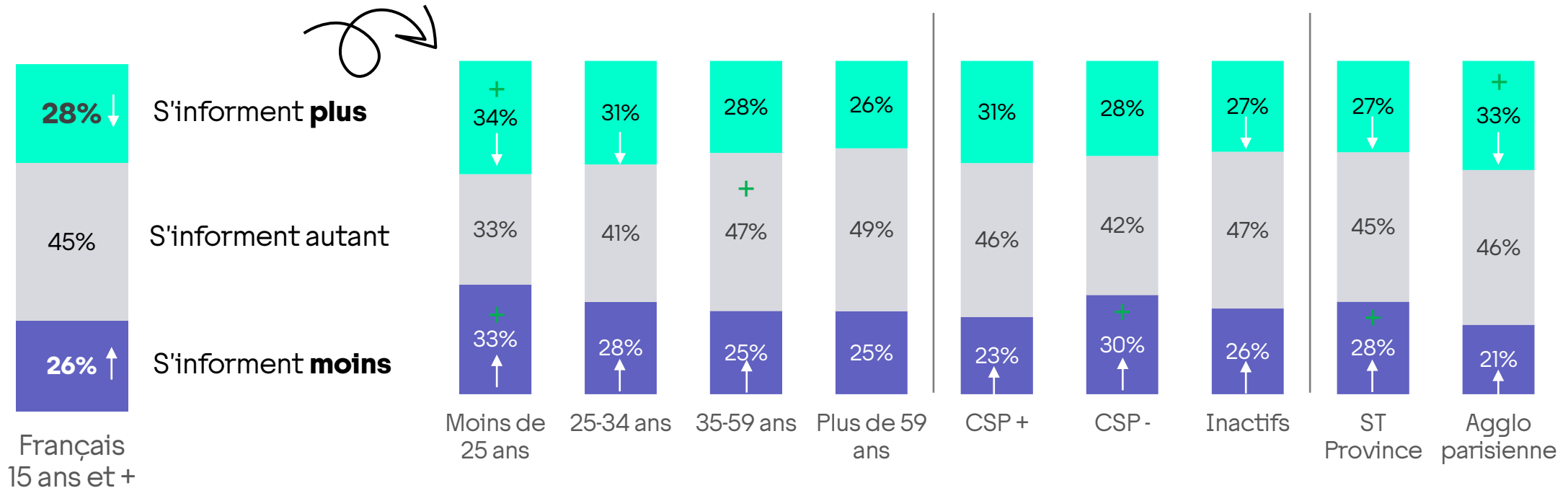
DYNAMIQUE DE L'INFORMATION



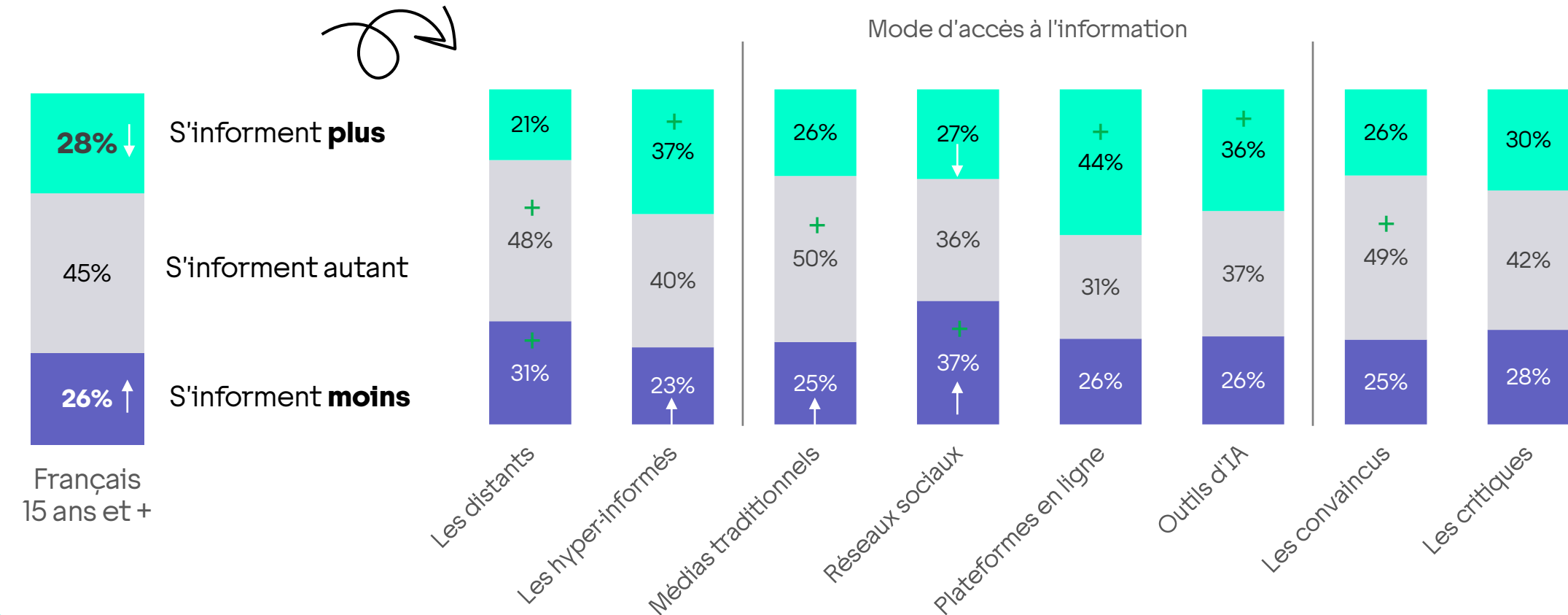
Une tendance à moins s'informer qui se renforce par rapport à 2023.



Les CSP- s'informent moins, une tendance qui progresse depuis 2023 ; chez les moins de 25 ans, les pratiques se divisent : une hausse de ceux qui s'informent plus, mais aussi de ceux qui s'informent moins.



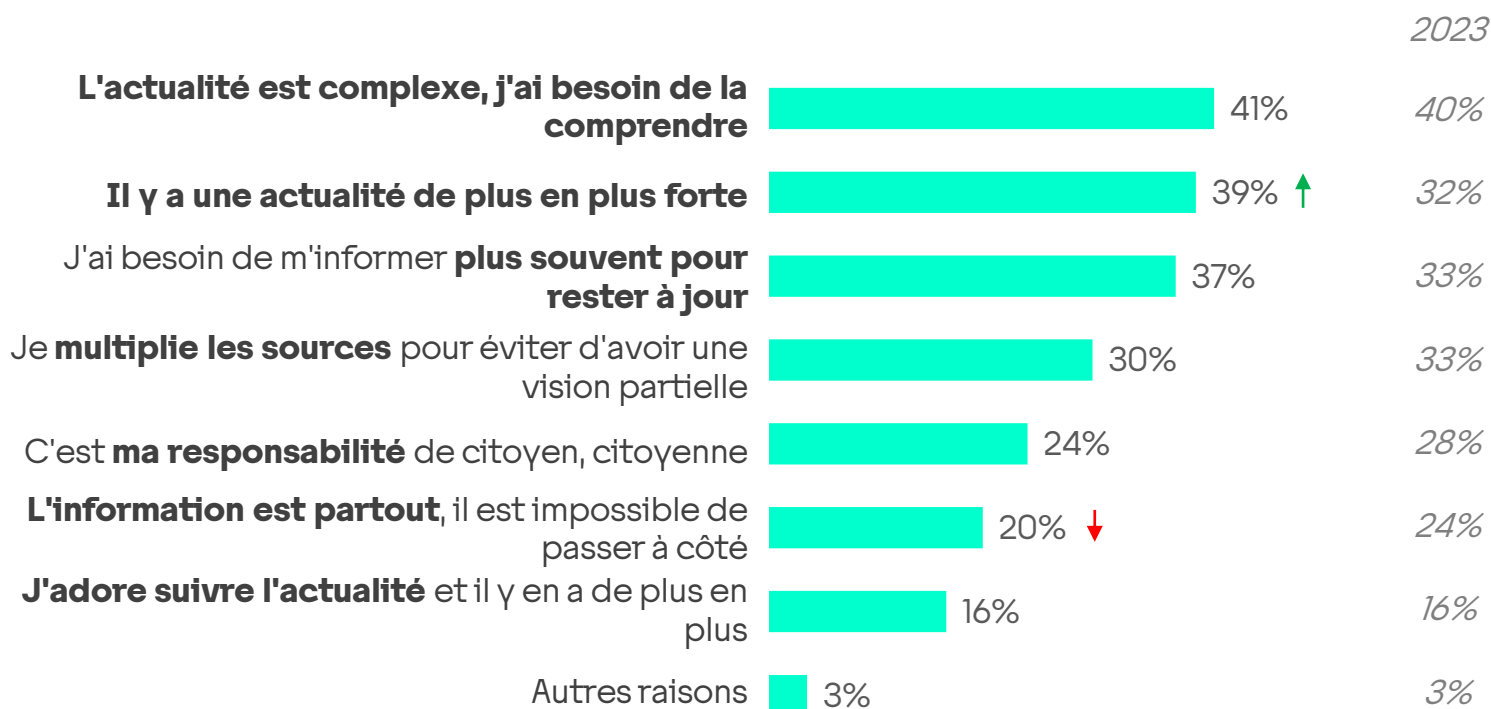
Les utilisateurs d'IA et de plateformes en ligne pour s'informer déclarent s'informer davantage, contrairement aux utilisateurs des réseaux sociaux.



/ Parmi ceux qui s'informent davantage, les premières motivations tiennent à la complexité croissante de l'actualité et à sa densité.

S'informent plus

28%↓ (vs 32%)



- Parmi ceux qui s'informent davantage, la première motivation tient à la **complexité croissante de l'actualité**, qui pousse à chercher davantage d'éléments pour la comprendre.
- S'ajoutent la perception d'une **actualité de plus en plus dense**, nécessitant une veille régulière pour rester à jour, et la volonté de **croiser les sources** pour éviter une vision partielle.
- Certaines motivations relèvent aussi de **valeurs citoyennes** (responsabilité de s'informer), du **caractère omniprésent de l'information** qui la rend difficile à éviter, ou encore d'un **intérêt marqué pour l'actualité** et son renouvellement constant.

S'informent plus qu'avant (28%)

97% +

s'informent tous les jours

(vs 92% des Français)

11,9 +

marques média
consultées en moyenne
pour s'informer

(vs 9,2 sur la moyenne des Français)

53% ↓ - 10 pts

évitent les informations,
parfois ou souvent

(vs 55% des Français)

Mode principal pour s'informer

56% - TV, Radio, Presse (vs 62%)

23% Sites média, Portail et
agrégateurs (vs 18%)

22% Réseaux sociaux, plateforme vidéo,
IA (vs 20%)

53%+ utilisent des outils d'IA
conversationnelle pour s'informer (vs 37%)

53% +

doutent toujours ou
souvent de la fiabilité des
informations diffusées
dans les médias

(vs 47% des Français)

74% +

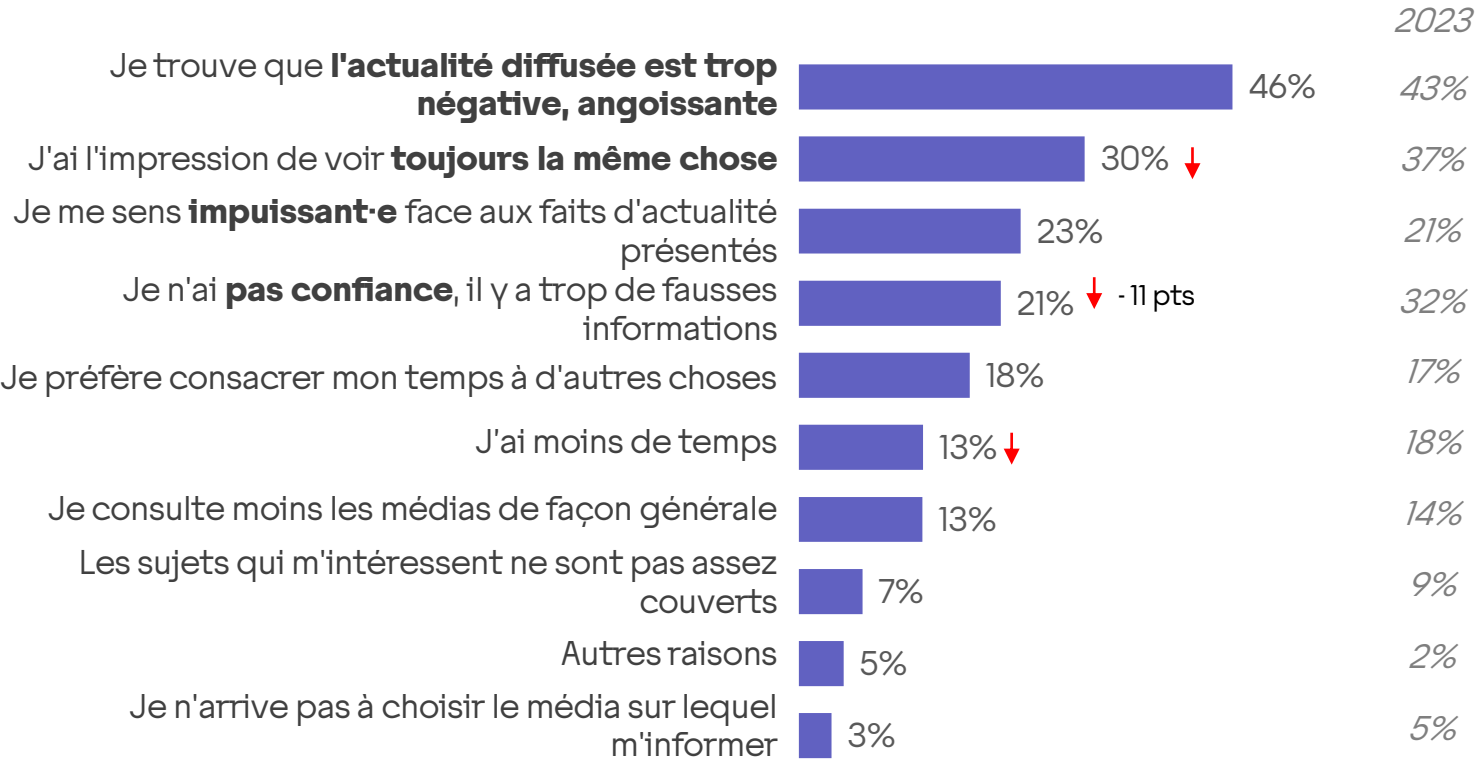
ont déjà cessé de suivre
un média parce qu'ils le
jugeaient trop influencé

(vs 63% des Français)



À l'inverse, la tonalité négative et angoissante des actualités reste la première raison de désengagement.

S'informent moins
26% ↑ (vs 22%)



- Parmi les Français qui s'informent moins, **46%** citent le fait que l'actualité diffusée est **trop négative ou angoissante**, un motif en légère hausse (+3 points) et toujours largement en tête. Viennent ensuite le sentiment de **voir toujours la même chose** (30%, - 7 points) et celui de **se sentir impuissant face aux faits d'actualité** (23%, stable).

Abandonnistes (12%)

96%

s'informent tous les jours

(vs 92% des Français)

5,5 -

marques média
consultées en moyenne
pour s'informer

(vs 9,2 sur la moyenne des Français)

67% + ↓ -7 pts

évitent les informations,
parfois ou souvent

(vs 55% des Français)

Mode principal pour s'informer

53% - TV, Radio, Presse (vs 62%)

28% + Réseaux sociaux, plateforme
vidéo, IA (vs 20%)

19% Sites média, Portail et
agrégateurs (vs 18%)

38% utilisent des outils d'IA
conversationnelle pour s'informer (vs 37%)

54% +

doutent toujours ou
souvent de la fiabilité des
informations diffusées
dans les médias

(vs 47% des Français)

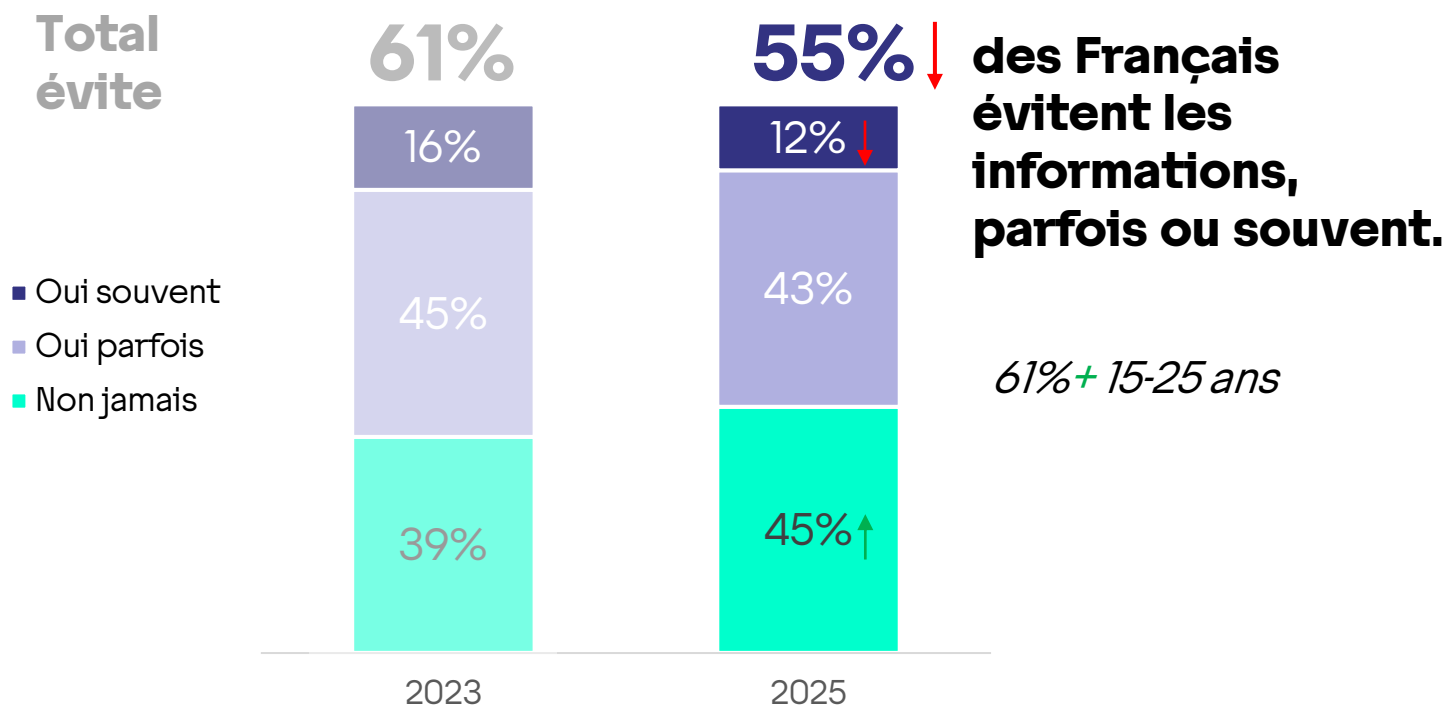
62%

ont déjà cessé de suivre un
média parce qu'ils le
jugeaient trop influencé

(vs 63% des Français)

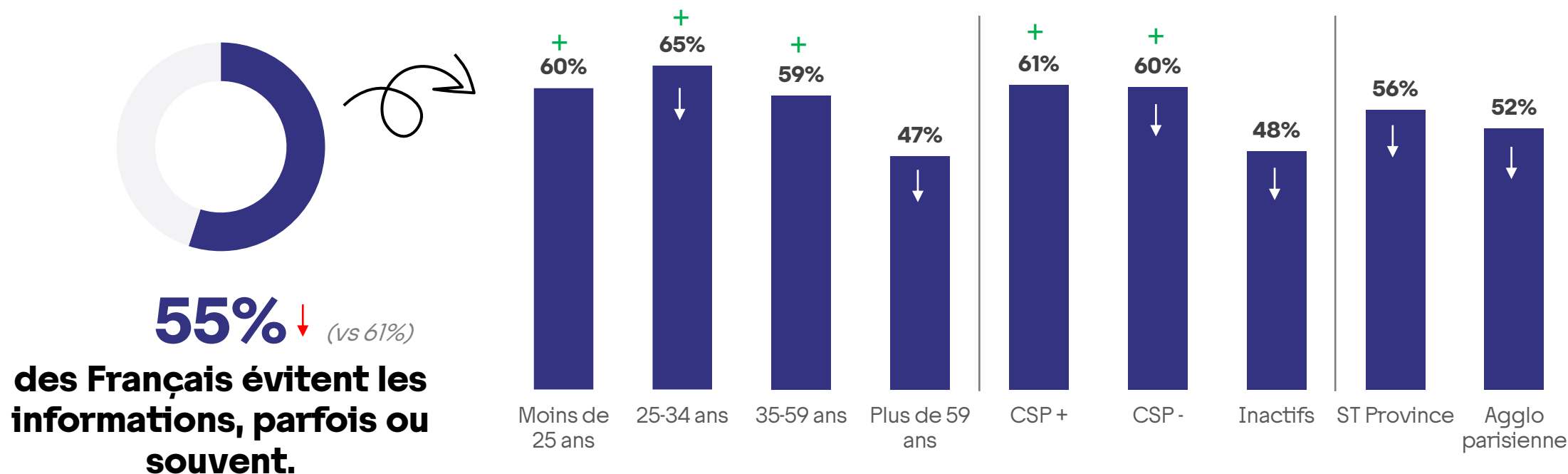


Les comportements d'évitement ponctuel sont importants et concernent plus de la moitié des Français (en particulier les plus jeunes).

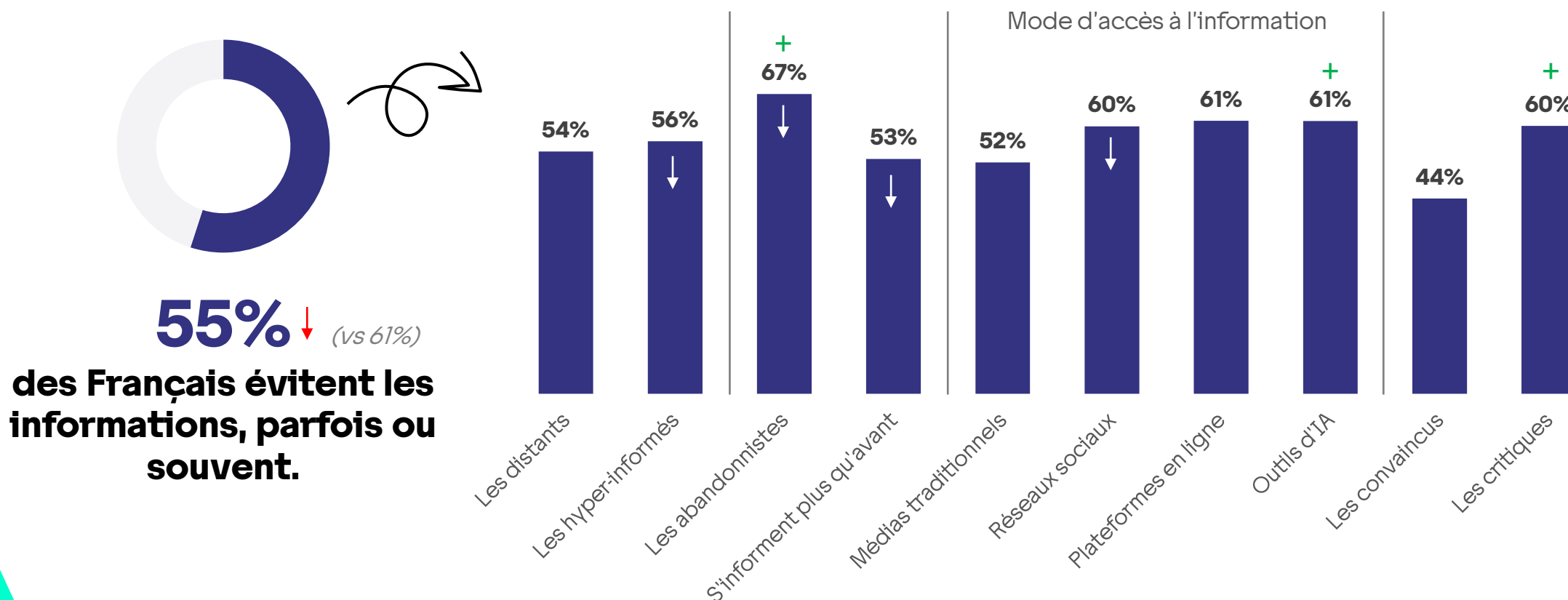


- Même si elles demeurent très répandues, les pratiques d'évitement volontaire de l'actualité reculent de 6 points par rapport à la dernière mesure.
- Les jeunes (15-25 ans) sont davantage à éviter volontairement d'être en contact avec l'information : 61%.
- À l'inverse les retraités sont moins (48%) à l'éviter.

Le fait d'éviter volontairement les actualités concerne davantage les moins de 59 ans et les actifs.

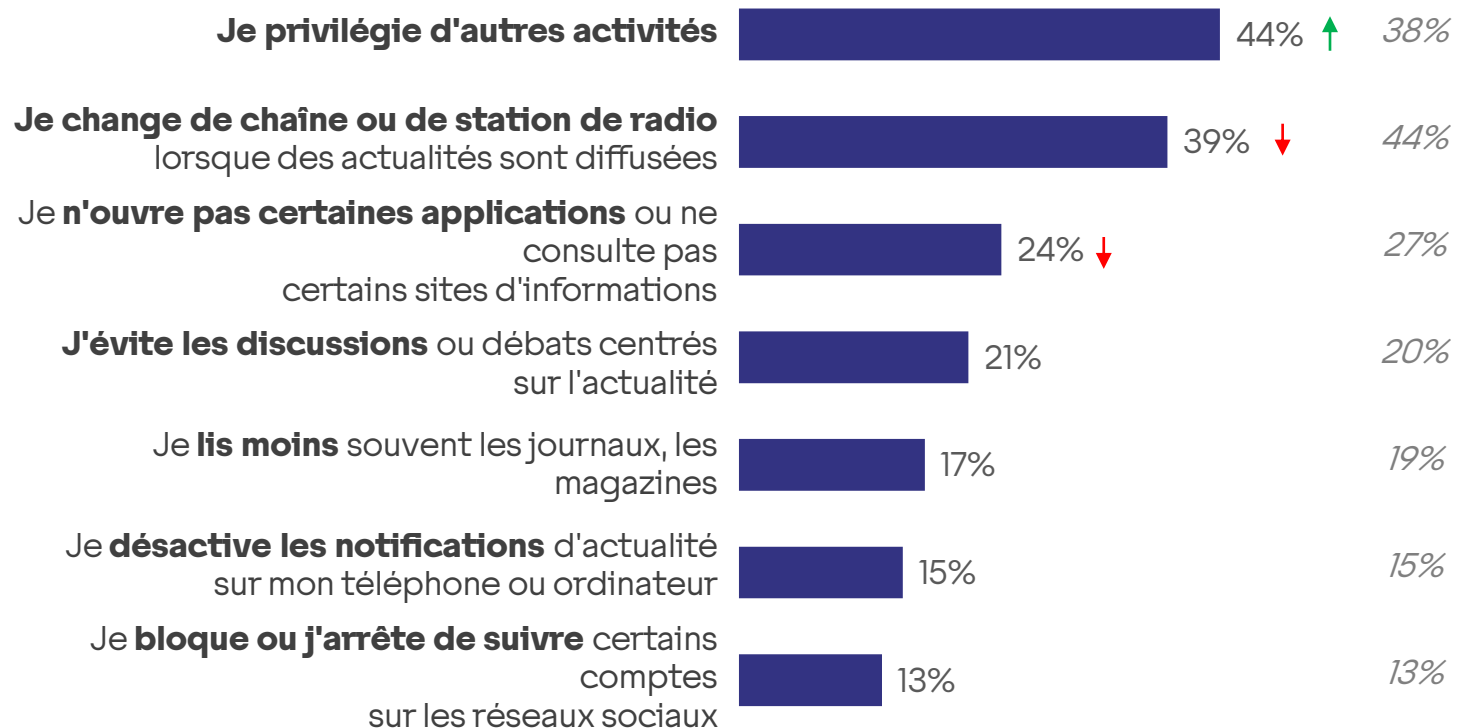


L'évitement volontaire des actualités concerne principalement les abandonnistes, les utilisateurs d'outils d'IA pour s'informer, ainsi que ceux qui critiquent l'indépendance des médias.



/ Pour éviter d'être exposés aux informations, les Français concernés se détournent des médias ou évitent certaines chaînes et stations de radio.

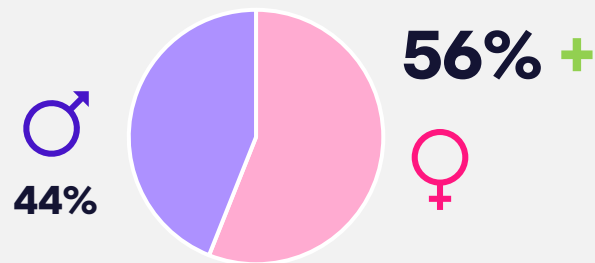
2023



- La stratégie la plus répandue pour éviter l'exposition à l'information est désormais de se tourner vers des activités autres que la consommation média (44%), un comportement en nette progression (+6 points vs 2023) et qui devance le changement de chaîne ou de station de radio (39%, en recul).
- Cette évolution témoigne d'un glissement vers un évitement "par substitution", où l'on **choisit de remplir son temps autrement plutôt que de filtrer ou couper les sources d'information.**



Les Français qui évitent l'information (55%)



59% + (vs 54% en moyenne)
des Français qui évitent
l'information sont des
personnes actives.

18% + (vs 16%) sont des jeunes
de 15 à 25 ans.

Ils sont plus nombreux à s'informer
principalement via les **réseaux
sociaux et plateformes en ligne**
(**20%+** vs 18%).

Ils sont **34%** (vs 26%) à **s'informer moins
qu'auparavant**, notamment car ils trouvent l'actualité
trop anxiogène

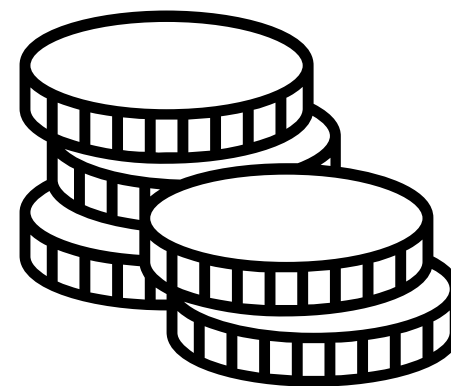


Ils sont **50%+** (vs 46%) à trouver **difficile d'accéder à
une information fiable** et **37%+** (vs 33%) déclarent ne
pas avoir confiance envers les journalistes.

31%+ (vs 28%) sont plus critiques vis-à-vis de
l'indépendance des médias.

(vs XX%) = moyenne des Français

PROPENSION À PAYER POUR DE L'INFORMATION

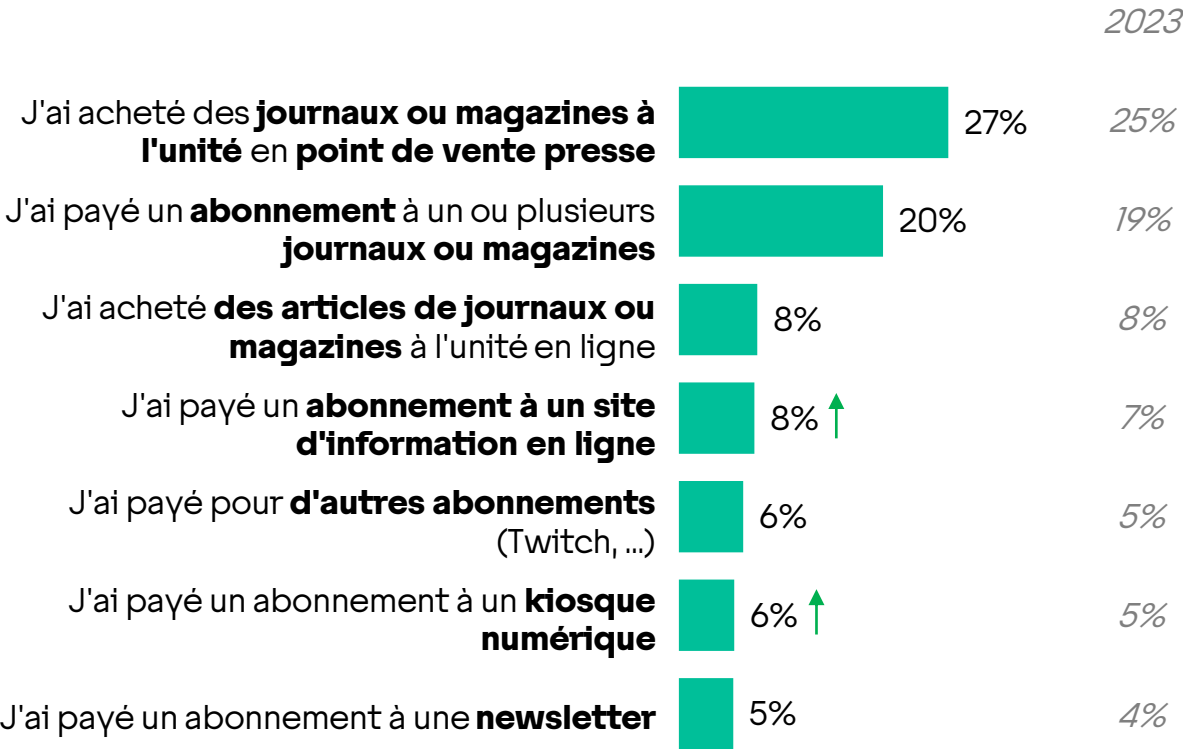


4 Français sur 10 ont payé au cours des 12 derniers mois pour accéder à l'information, principalement par l'achat de journaux ou magazines.

40% (vs 38%)

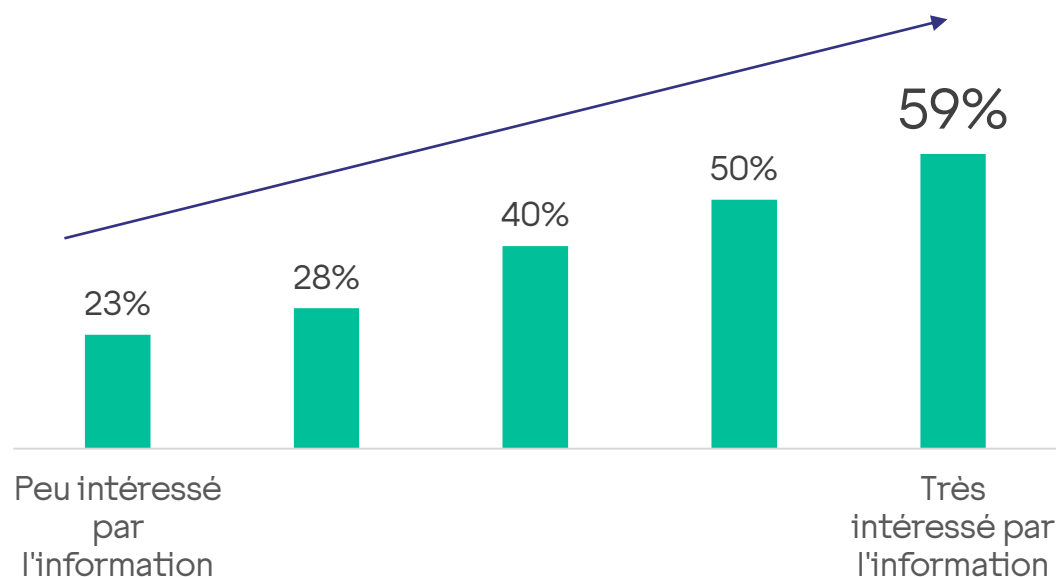
Paient pour s'informer

- 54%+ S'informent plus qu'auparavant
- 52%+ Les hyper-informés
- 49%+ Plus de 59 ans
- 47%+ Utilise les outils d'IA pour s'informer
- 46%+ Inactifs
- 43%+ Utilise YouTube pour s'informer



La propension à payer est fortement corrélée à l'intérêt pour l'information.

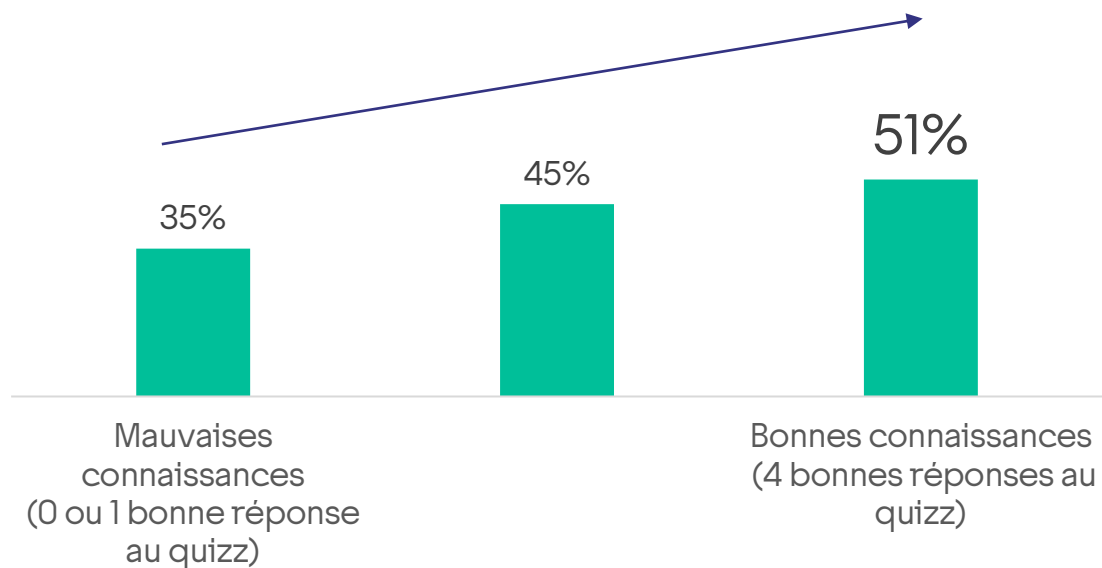
Propension à payer pour s'informer, selon le niveau de confiance et perception de l'indépendance des médias.



Parmi les 20% de Français les plus intéressés par l'information, 59% payent pour s'informer

La propension à payer est également corrélée au niveau de connaissance sur l'information.

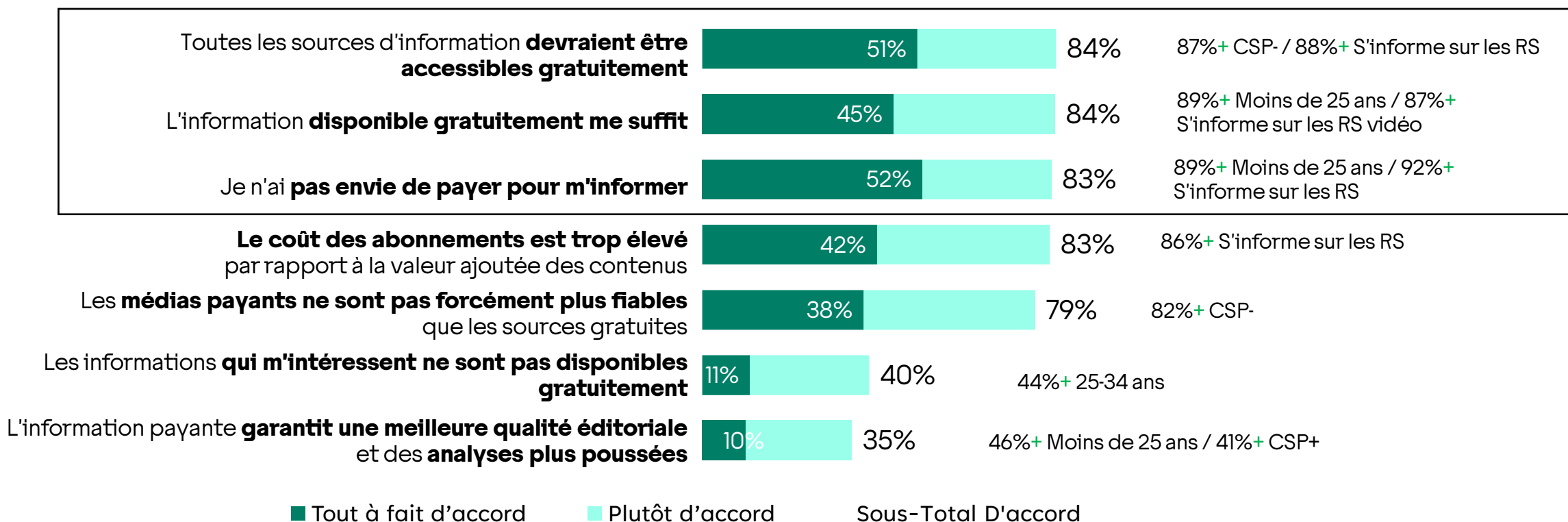
Propension à payer pour s'informer, selon le niveau de connaissance sur l'information politique et générale.



Parmi les 12% de Français ayant donné 4 bonnes réponses au quiz sur l'actualité, 51% payent pour s'informer

PAY. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous payé pour vous informer...
Croisé par les résultats du quiz connaissance prouvée de l'information (quiz1 à quiz4)
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

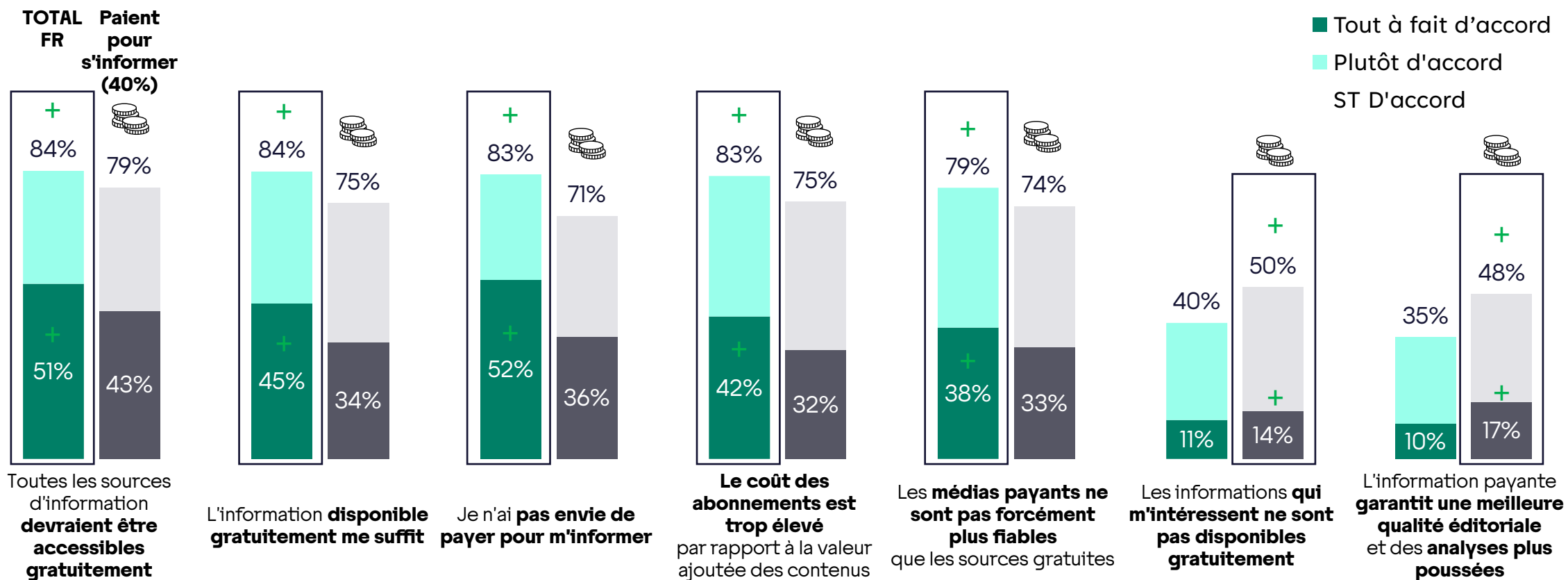
/ L'accès gratuit à l'information est perçu comme normal par plus de 8 Français sur 10, une opinion encore plus marquée chez les plus jeunes et ceux qui s'informent principalement via les réseaux sociaux.



NEW!

PAY2. Voici une liste d'affirmations, pour chacune d'elles dites-nous si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.
 BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

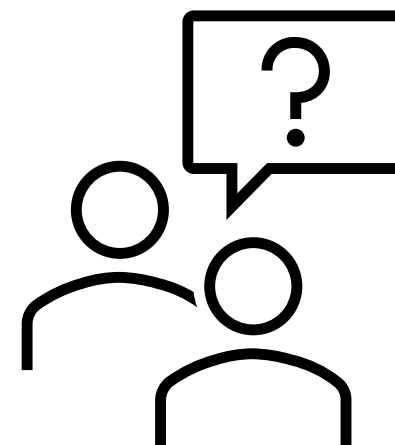
Les Français qui paient pour s'informer ont davantage le sentiment que les contenus qui les intéressent ne sont pas accessibles gratuitement, et que payer permet d'accéder à une information de meilleure qualité.



NEW!

PAY2. Voici une liste d'affirmations, pour chacune d'elles dites-nous si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

NIVEAU DE CONNAISSANCE DE L'ACTUALITÉ



QUIZ

Les Français connaissent-ils l'actualité ?

Quatre questions posées à la toute fin du questionnaire

Avec quel pays l'Inde est-elle récemment entrée en conflit ?

1. Le Bangladesh
- 2. Le Pakistan**
3. Le Népal
4. Je ne sais pas

Quel est le sujet principal du procès de Marine Le Pen qui a récemment eu lieu ?

1. Fraude électorale
2. Diffamation
- 3. Détournement de fonds publics**
4. Je ne sais pas

Le premier ministre anglais s'appelle ...

1. Rishi Sunak
- 2. Keir Starmer**
3. Boris Johnson
4. Je ne sais pas

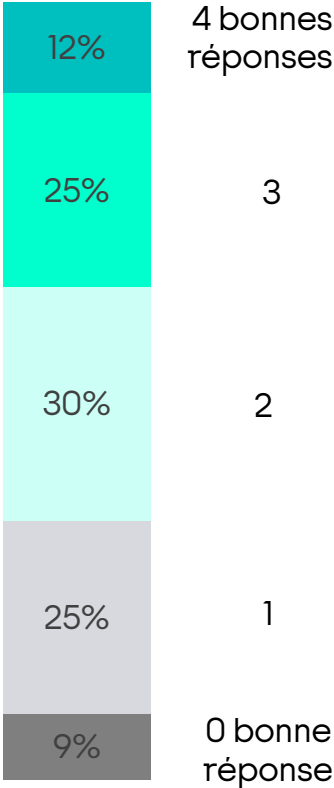
Quel est le déficit public prévu pour la France cette année, selon les dernières estimations ?

1. 3,4% du PIB
- 2. 5,2% du PIB**
3. 7,3% du PIB
4. Je ne sais pas

La connaissance réelle de l'actualité est inégale, seul un Français sur 10 a pu répondre correctement aux 4 questions du quiz sur l'actualité.

Seuls **12%** des Français donnent quatre bonnes réponses

- 19%+ retraités
- 13%+ hyper-informés
- 9%- distants avec l'information
- 9%- ceux qui s'informent principalement via les réseaux sociaux ou les plateformes en lignes
- 6%- jeunes 15-25 ans
- 6%- abandonnistes

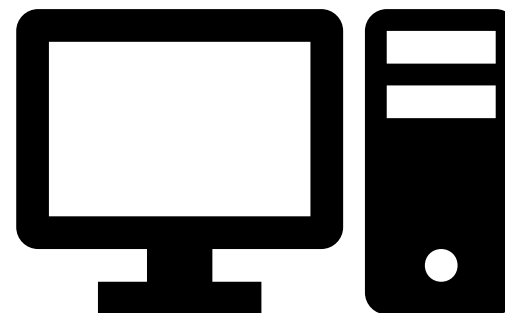


quiz1. L'Inde est récemment entrée en conflit avec... ; quiz2. Le premier ministre anglais s'appelle ... ; quiz3. Le sujet principal du procès de Marine Le Pen ... ; quiz4. Le déficit public prévu pour la France cette année ...
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

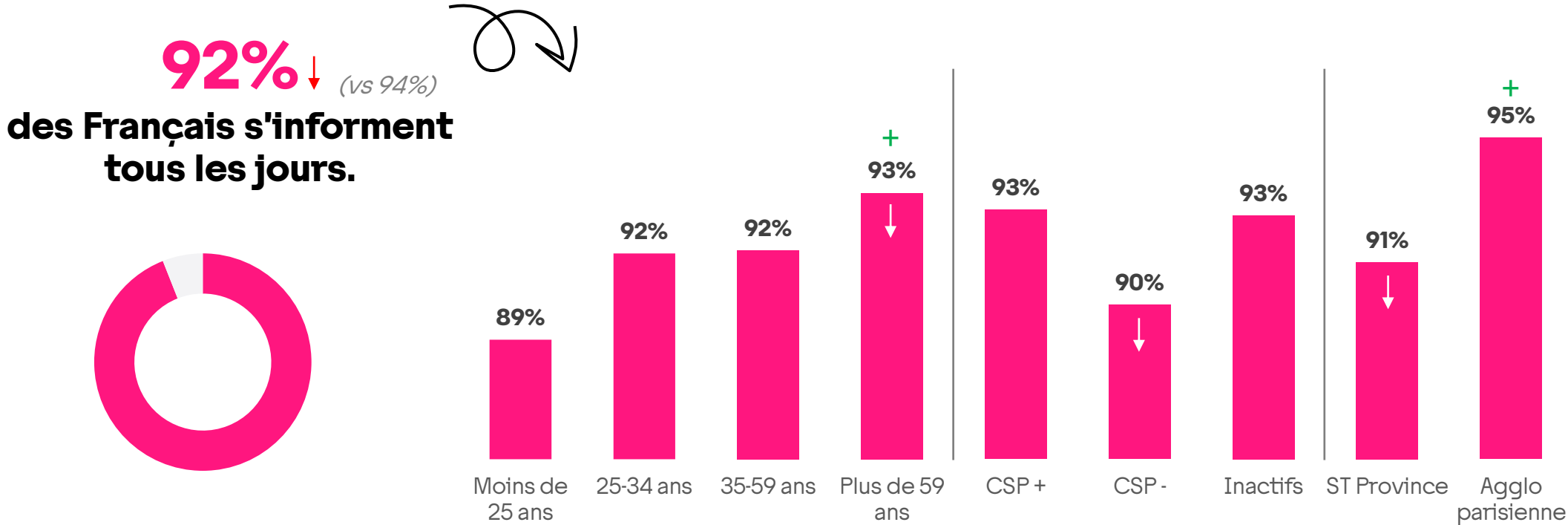
02

MODES D'ACCÈS À L'INFORMATION

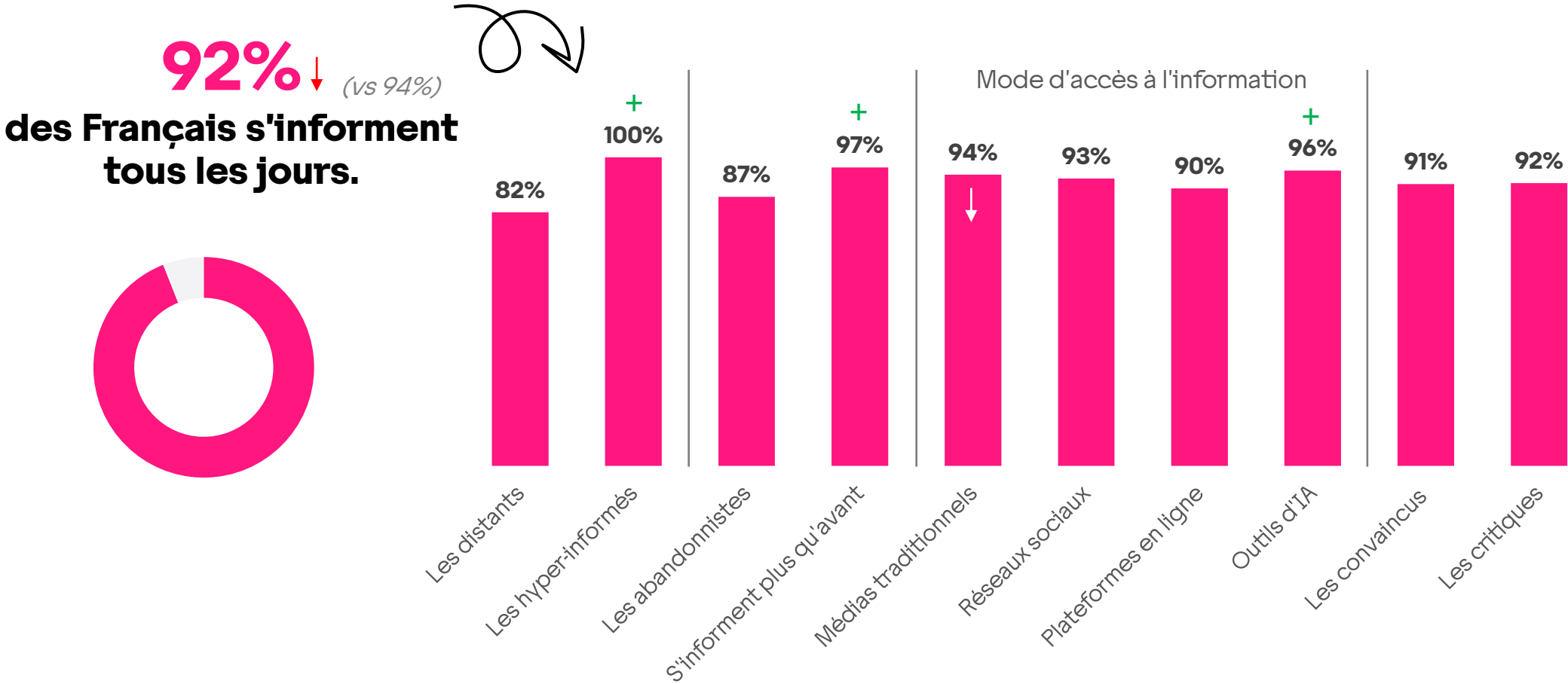
FRÉQUENCE ET SUPPORTS DE CONSOMMATION



9 Français sur 10 s'informent quotidiennement, en particulier les plus de 59 ans et les franciliens.



Les utilisateurs des outils d'IA s'informent plus que la moyenne.



38% des Français sont hyper-informés

(s'informent via beaucoup de modes d'accès et/ou souvent dans la journée)

Mode principal pour s'informer

95% +

d'entre eux déclarent s'intéresser à l'information politique et générale

(vs 85% des Français)

12,3 +

Marques média consultées en moyenne pour s'informer

(vs 9,2 moyenne des Français)

37% +

se sont davantage informés sur l'information politique et générale ces derniers temps

(vs 28% des Français)

51%+ TV, Radio, Presse
(vs 62%)

25% Sites média, Portail et agrégateurs (vs 18%)

24%+ Réseaux sociaux, plateforme vidéo, IA (vs 20%)

56% ↓ -7 pts

évitent les informations, parfois ou souvent

(vs 55% des Français)

52% +

doutent toujours ou souvent de la fiabilité des informations diffusées dans les médias

(vs 47% des Français)

76% +

ont déjà cessé de suivre un média parce qu'ils le jugeaient trop influencé

(vs 63% des Français)

63% +

utilisent des outils d'IA conversationnelle pour s'informer

(vs 37% des Français)

45% des Français sont distants

(s'informent via peu de modes d'accès et/ou peu de fois dans la journée)

77% -

d'entre eux déclarent s'intéresser à l'information politique et générale

(vs 85% des Français)

82% -

s'informent tous les jours

(vs 92% des Français)

5,9 -

Marques média consultées en moyenne pour s'informer

(vs 9,2 moyenne des Français)

79% +

se sont autant ou moins informés sur l'information politique et générale ces derniers temps

(vs 72% des Français)

Mode principal pour s'informer

69% +

TV, Radio, Presse

(vs 62%)

18% Réseaux sociaux,

plateforme vidéo, IA (vs 20%)

13% - Sites média, Portail et

agrégateurs (vs 18%)

19% - utilisent des outils

d'IA conversationnelle pour s'informer (vs 37%)

54%

évitent les informations, parfois ou souvent

(vs 55% des Français)

45%

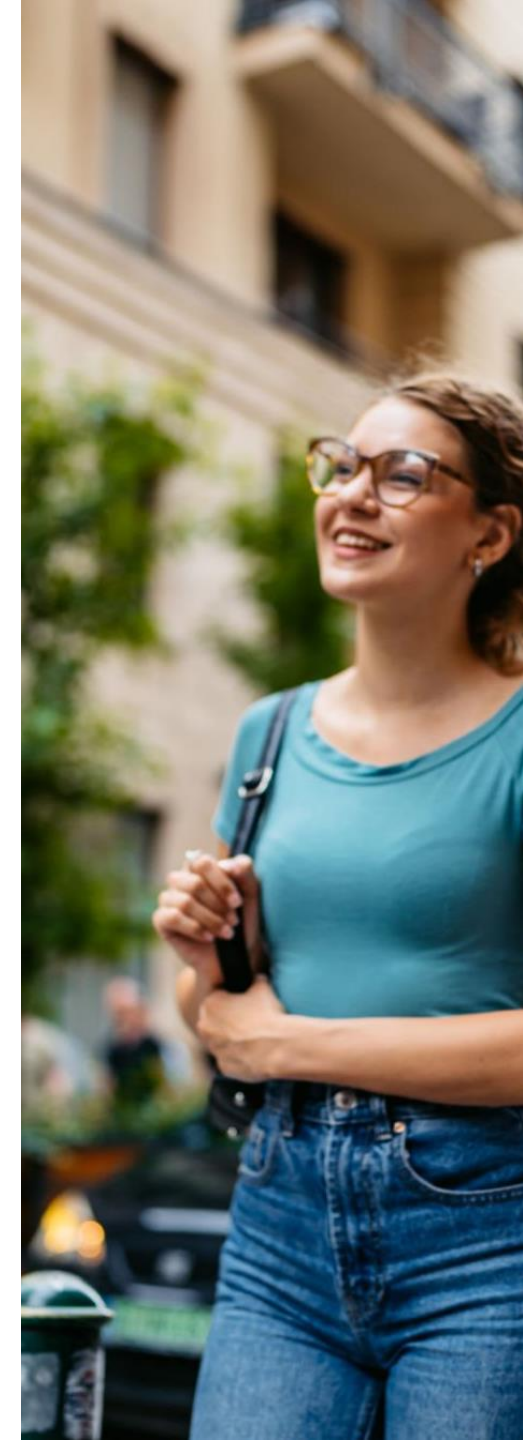
doutent toujours ou souvent de la fiabilité des informations diffusées dans les médias

(vs 47% des Français)

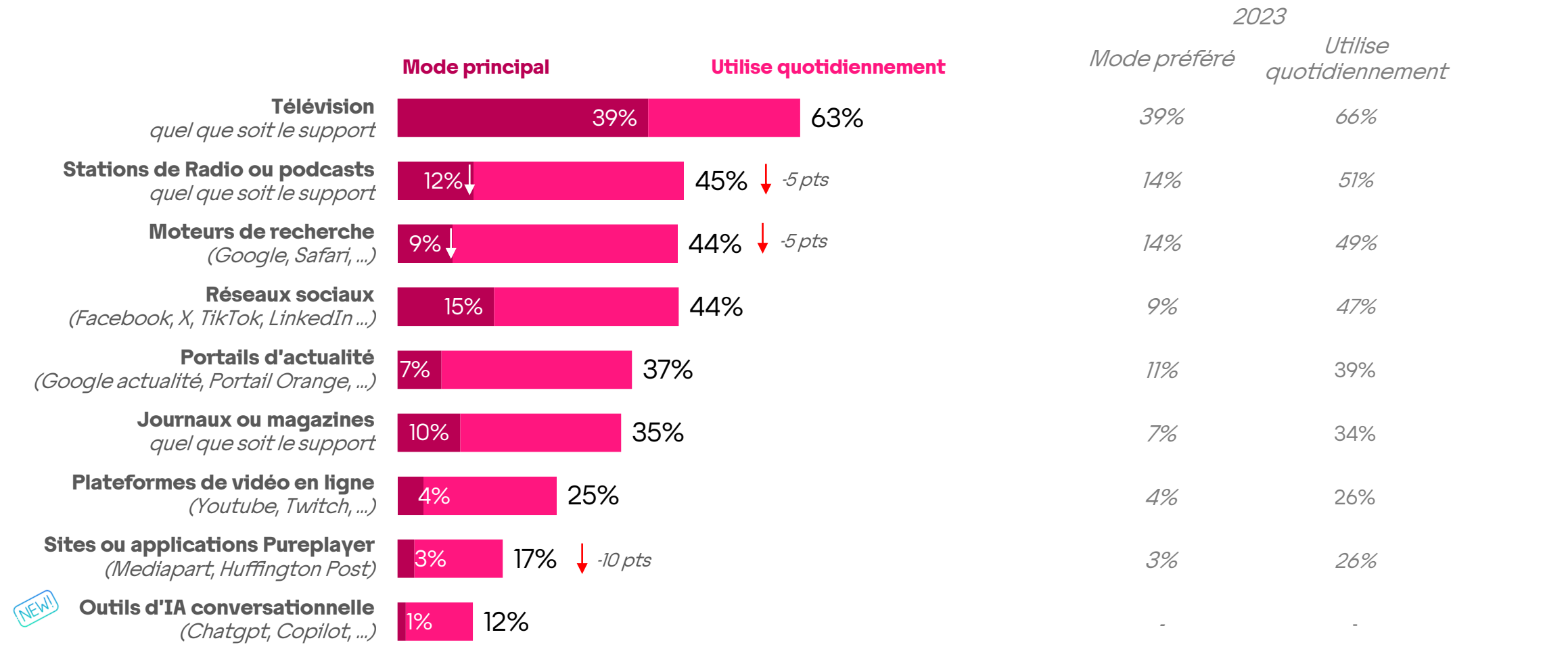
53% -

ont déjà cessé de suivre un média parce qu'ils le jugeaient trop influencé

(vs 63% des Français)

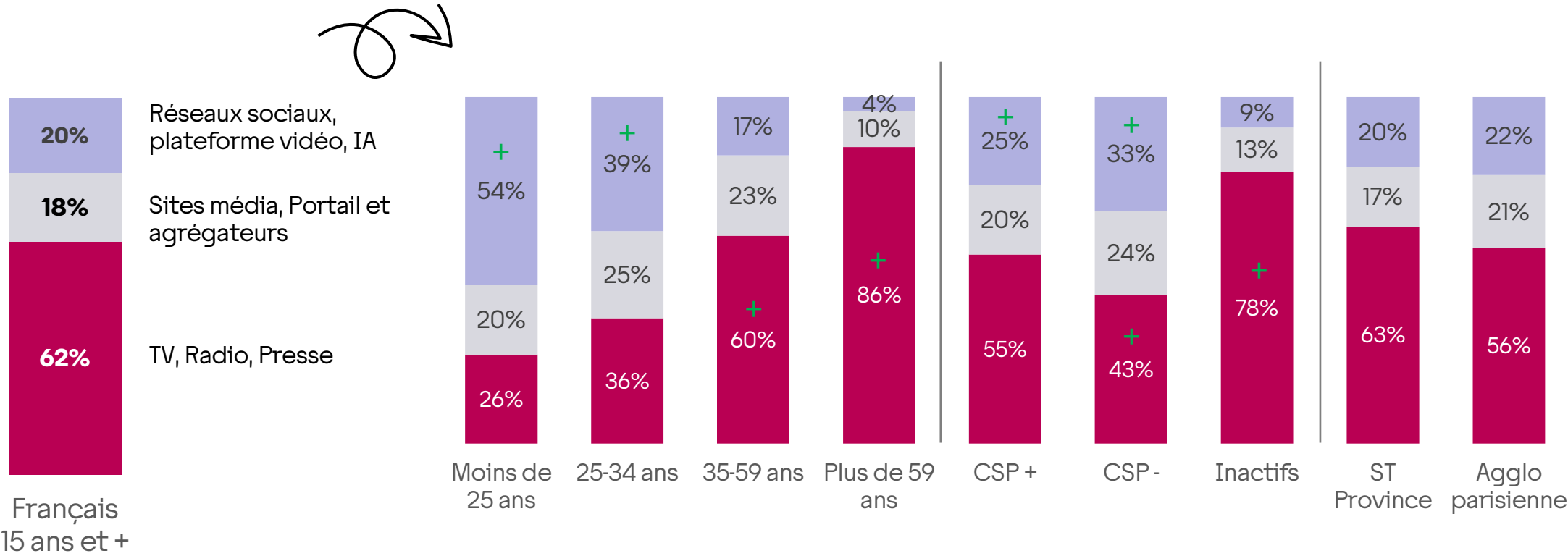


La télévision et la radio, médias gratuits, demeurent privilégiés pour s'informer au quotidien.



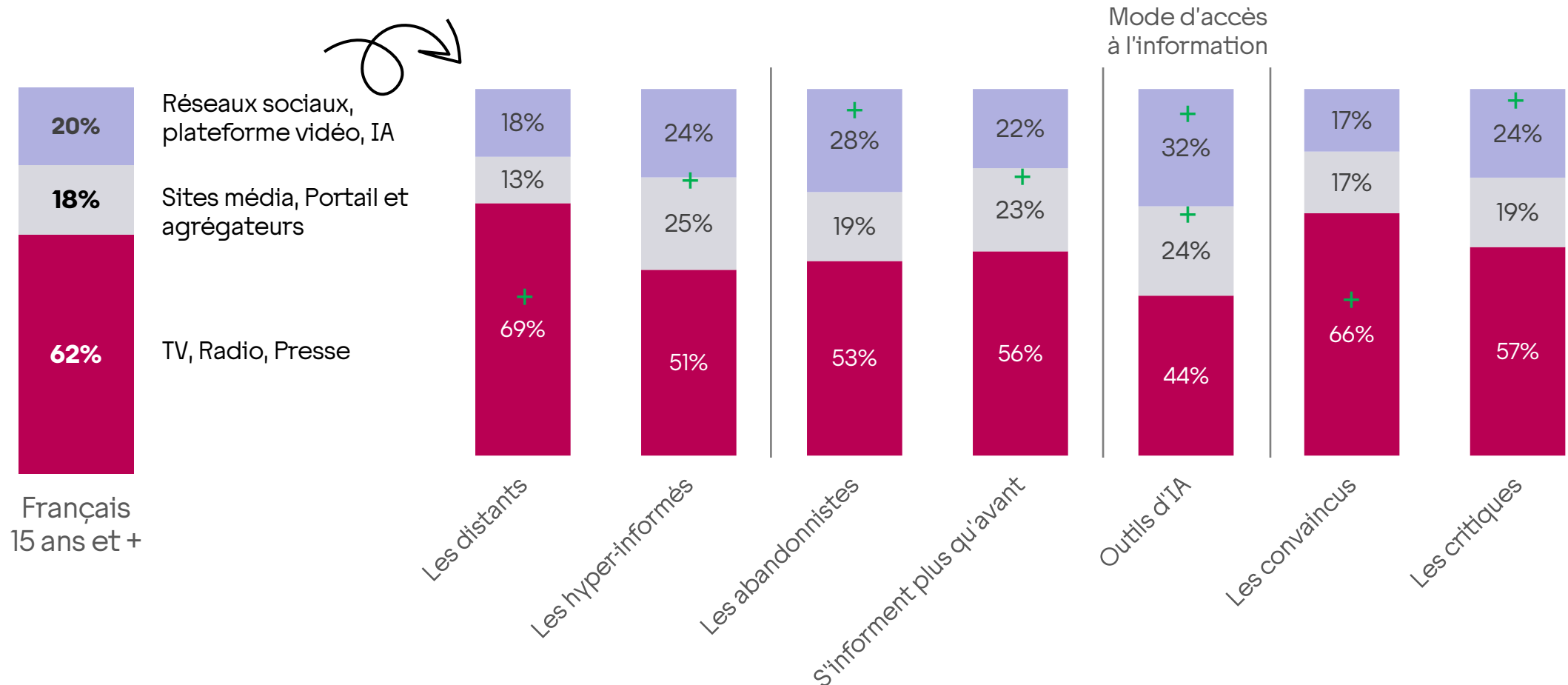
⚠ Historique non strictement comparable en raison de l'ajout d'un item et fourni à titre indicatif.
NEWS1. A quelle fréquence avez-vous l'habitude de vous informer... / NEWS1BIS. Et parmi les modes d'information que vous avez cités lequel est votre principal moyen de vous informer ?
BASE : Ensemble (3377)

Les moins de 35 ans sont une majorité à s'informer principalement via les réseaux sociaux, plateformes vidéo ou outils IA.



NEWSIBIS. Et parmi les modes d'information que vous avez cités lequel est votre principal moyen de vous informer ?
BASE : Ensemble (3377)

Les abandonnistes s'informent plus que les autres sur les réseaux, les plateformes et outils IA ; les convaincus de l'indépendance des médias s'informent plus sur les sources traditionnelles.



NEWSIBIS. Et parmi les modes d'information que vous avez cités lequel est votre principal moyen de vous informer ?
BASE : Ensemble (3377)

61% des Français privilégient les médias éditorialisés pour s'informer

87%

d'entre eux déclarent s'intéresser à l'information politique et générale

(vs 85% des Français)

94% ↓ - 3 pts

s'informent tous les jours

(vs 92% des Français)

8,6

Marques média consultées en moyenne pour s'informer

(vs 9,2 moyenne des Français)

50% +

se sont autant informés sur l'information politique et générale ces derniers temps

(vs 45% des Français)

52% -

évitent les informations, parfois ou souvent

(vs 55% des Français)

41% -

doutent toujours ou souvent de la fiabilité des informations diffusées dans les médias

(vs 47% des Français)

27% -

utilisent des outils d'IA conversationnelle pour s'informer

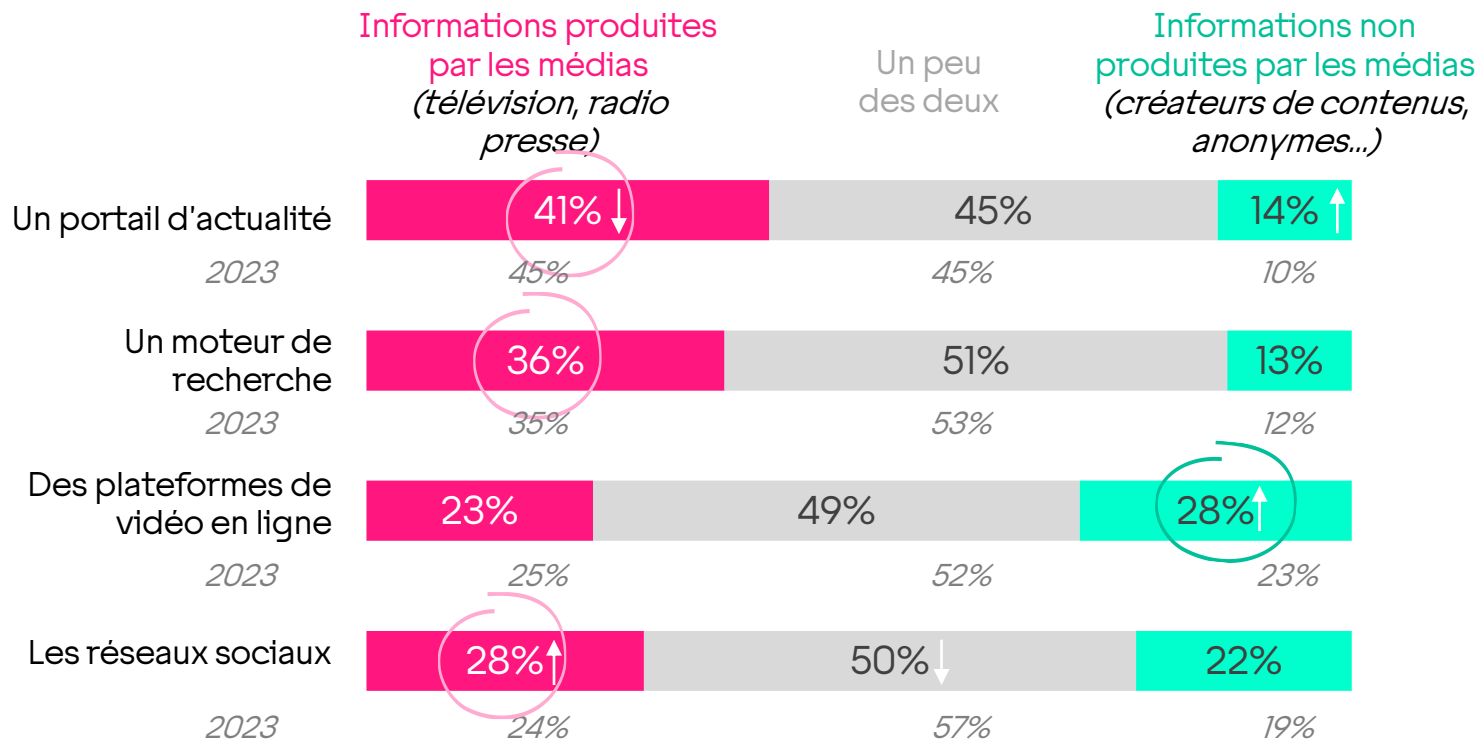
(vs 37% des Français)

60% -

ont déjà cessé de suivre un média parce qu'ils le jugeaient trop influencé

(vs 63% des Français)

/ Globalement, lorsque les Français s'informent en ligne, ils se tournent majoritairement vers des informations produites par des médias.



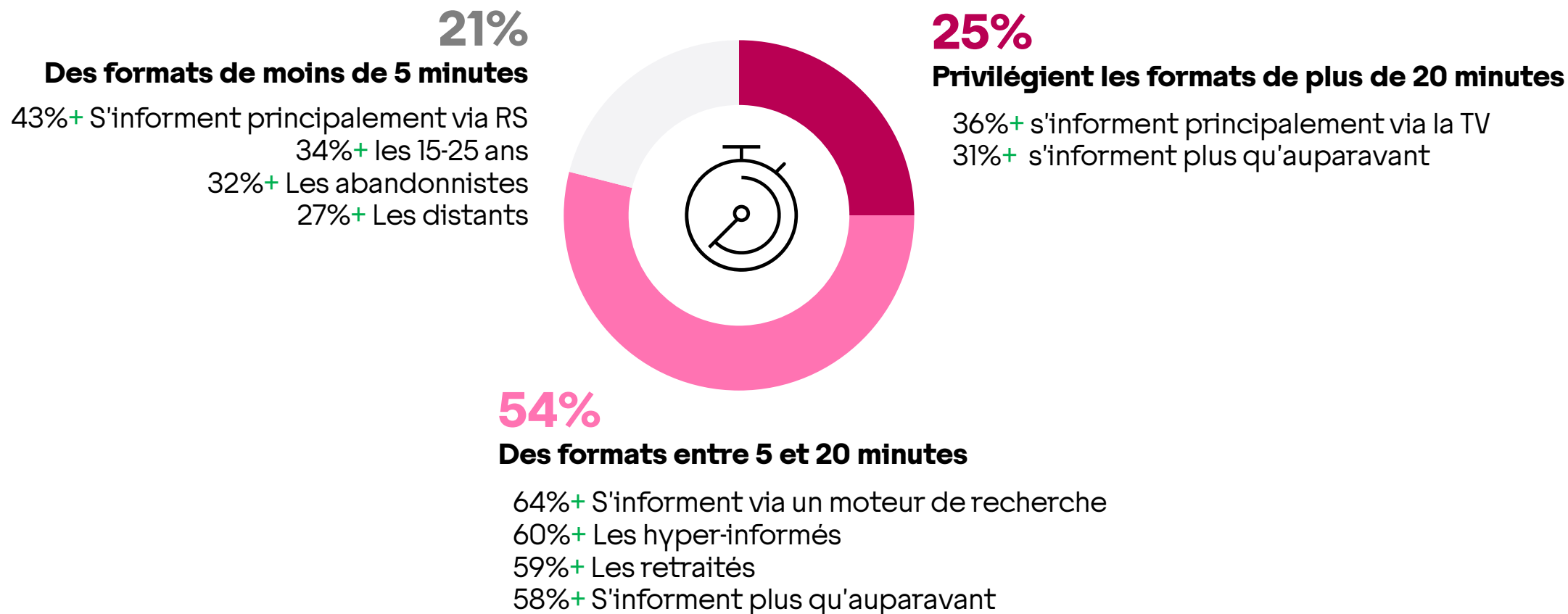
- Les **plateformes vidéo en ligne (28%)** et les **réseaux sociaux (22%)** se distinguent par une part plus importante d'informations **non produites par les médias**.
- Sur les réseaux sociaux, on observe aussi une **légère progression des contenus issus de médias** (28%, +4 points), signe d'une diversification des sources perçues sur ces canaux.

SOURCES_6/7/8/9. Lorsque vous vous informez en utilisant un moteur de recherche/un portail d'actualité / en consultant les réseaux sociaux/des plateformes de vidéos en ligne, s'agit-il le plus souvent...

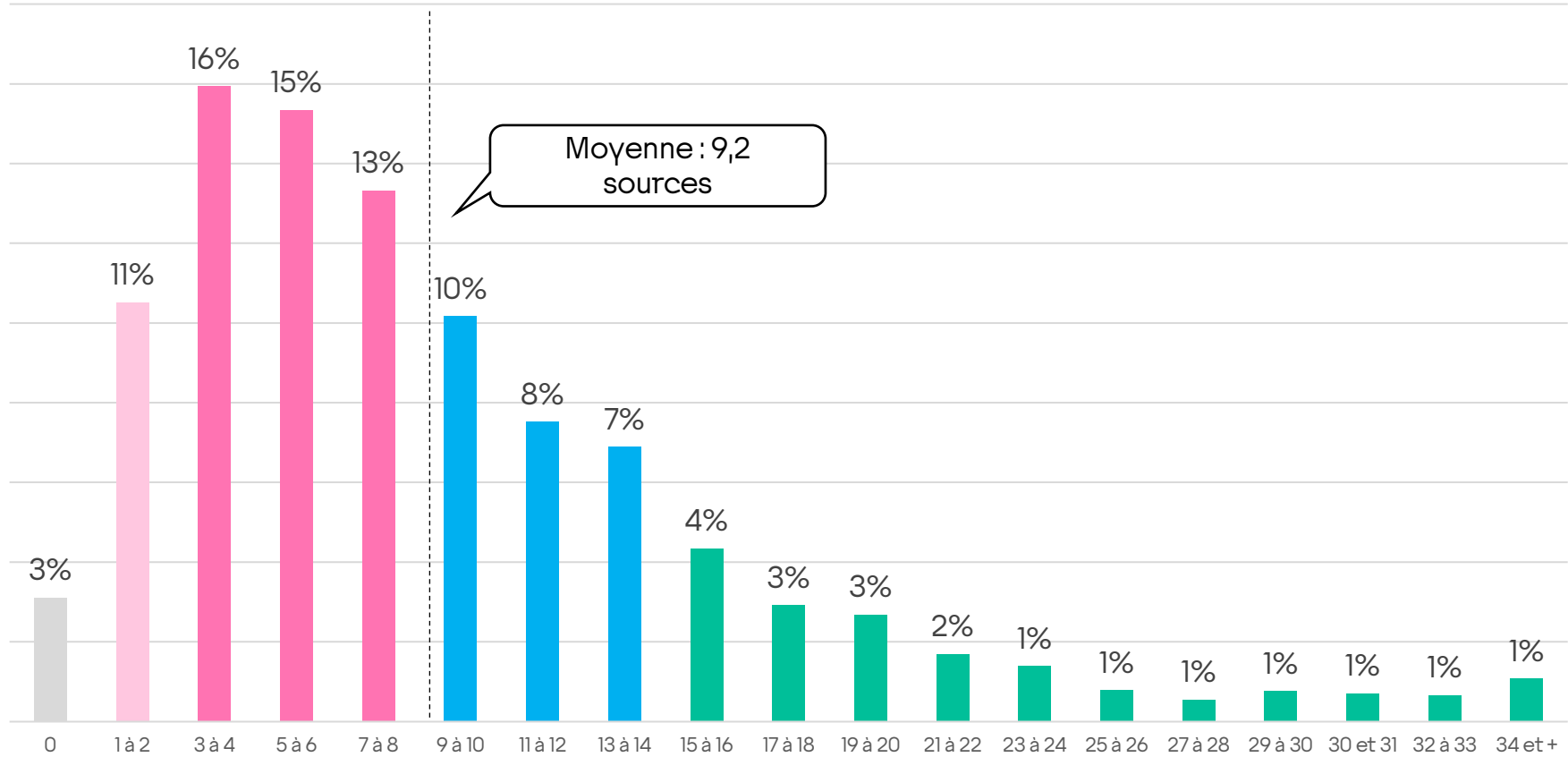
BASE : Consulte les moteurs de recherche, les portails d'actualité, les RS, les plateformes de vidéos en ligne au moins une fois par mois (2514, 2060, 2039, 1639)

↑ ↓ Évolution significative vs 2023 49

/ Plus de la moitié des Français préfèrent s'informer via des formats entre 5 et 20 minutes.



En moyenne, les Français déclarent consulter régulièrement près de 9 sources médias pour s'informer, un chiffre stable par rapport à la vague précédente.

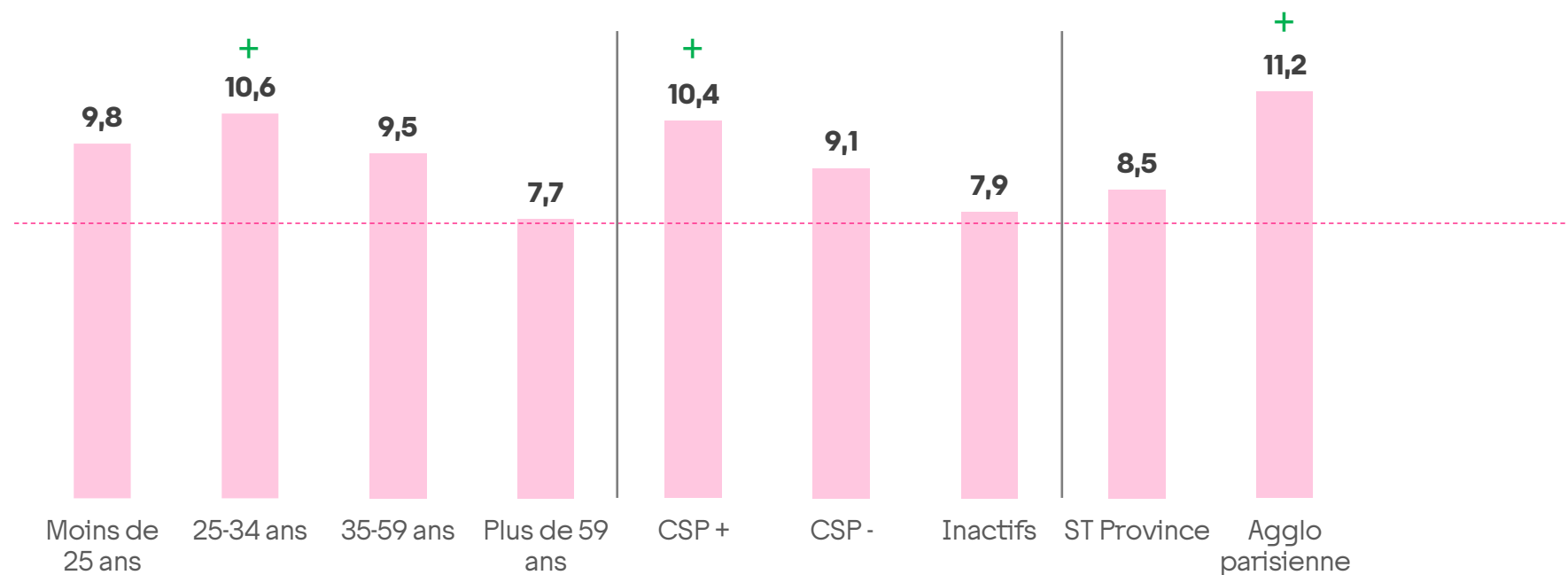
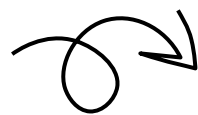


SOURCES1. Sélectionner tous les médias que vous consommez régulièrement pour vous informer (parmi 75 sources) :
BASE : Info générale et politique (2939)

/ Les 25-34 ans et les CSP+ ont tendance à diversifier davantage leurs sources d'information.

9,2

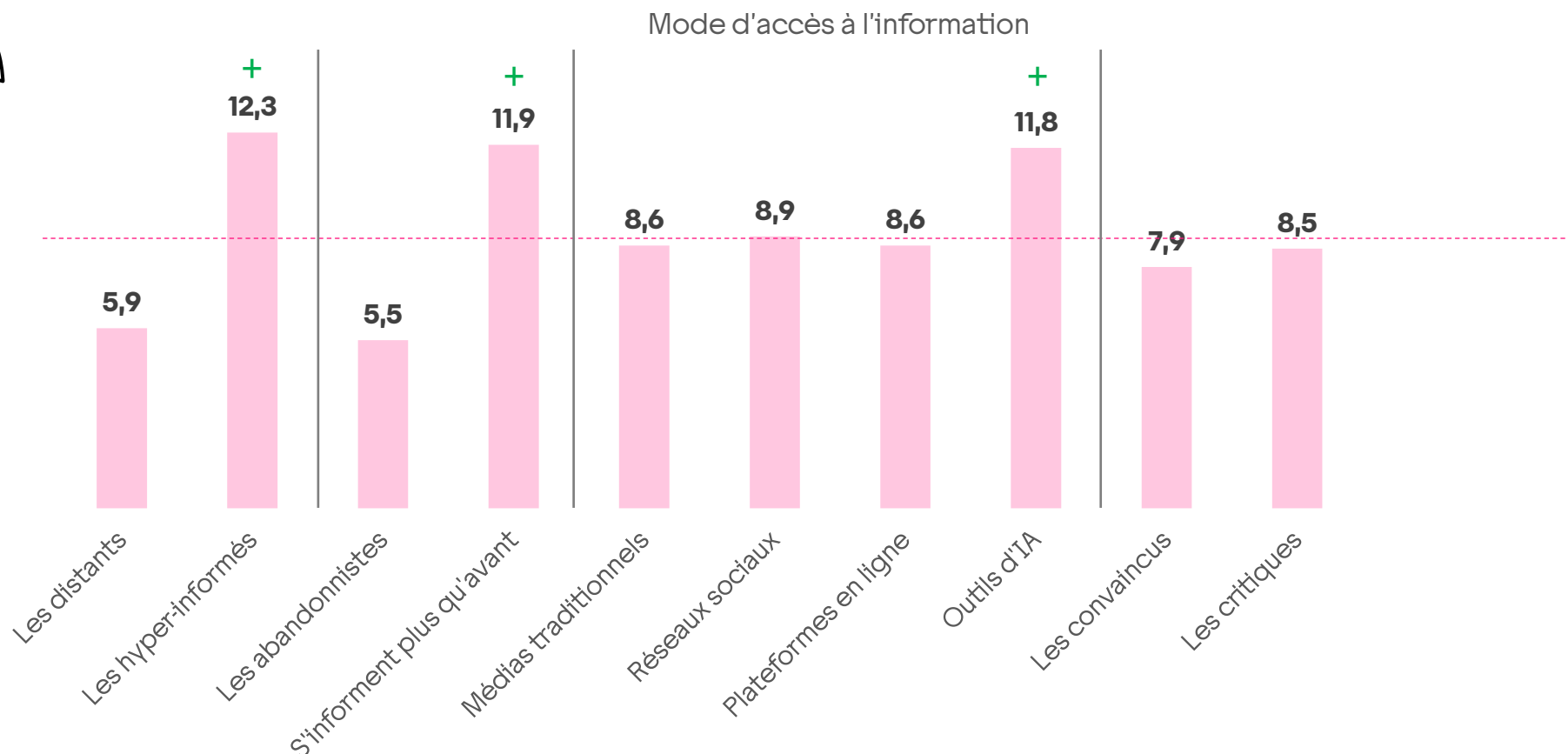
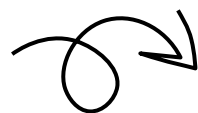
Marques média
consultées en
moyenne pour
s'informer



Les hyper-informés, ceux qui s'informent plus qu'avant et les utilisateurs d'outils IA diversifient davantage leurs sources d'information

9,2

Marques média consultées en moyenne pour s'informer





FOCUS SUR LES SOURCES MÉDIA CONSULTÉES PAR LES FRANÇAIS



/ Une approche en 2 temps pour comprendre quelles sont les sources qui comptent pour s'informer.

Recueil en assisté sur liste de toutes les marques médias consultées pour s'informer



Nous allons vous présenter différentes listes de médias. **Parmi ces médias, quels sont ceux que vous écoutez, regardez ou consultez régulièrement pour vous informer ?**

Quel que soit le format ou le support : le site internet ou l'application, les réseaux sociaux, les plateformes vidéo, le journal papier, la télévision ou la radio.

Par exemple, cela peut être un journal lu en ligne ou en version papier, une chaîne de télévision regardée sur votre téléviseur ou sur une appli, une radio écoutée en direct ou en podcast, ou encore des contenus vus sur les réseaux sociaux (TikTok, Instagram ou Facebook) ou les plateformes vidéo (YouTube, Dailymotion, etc.)

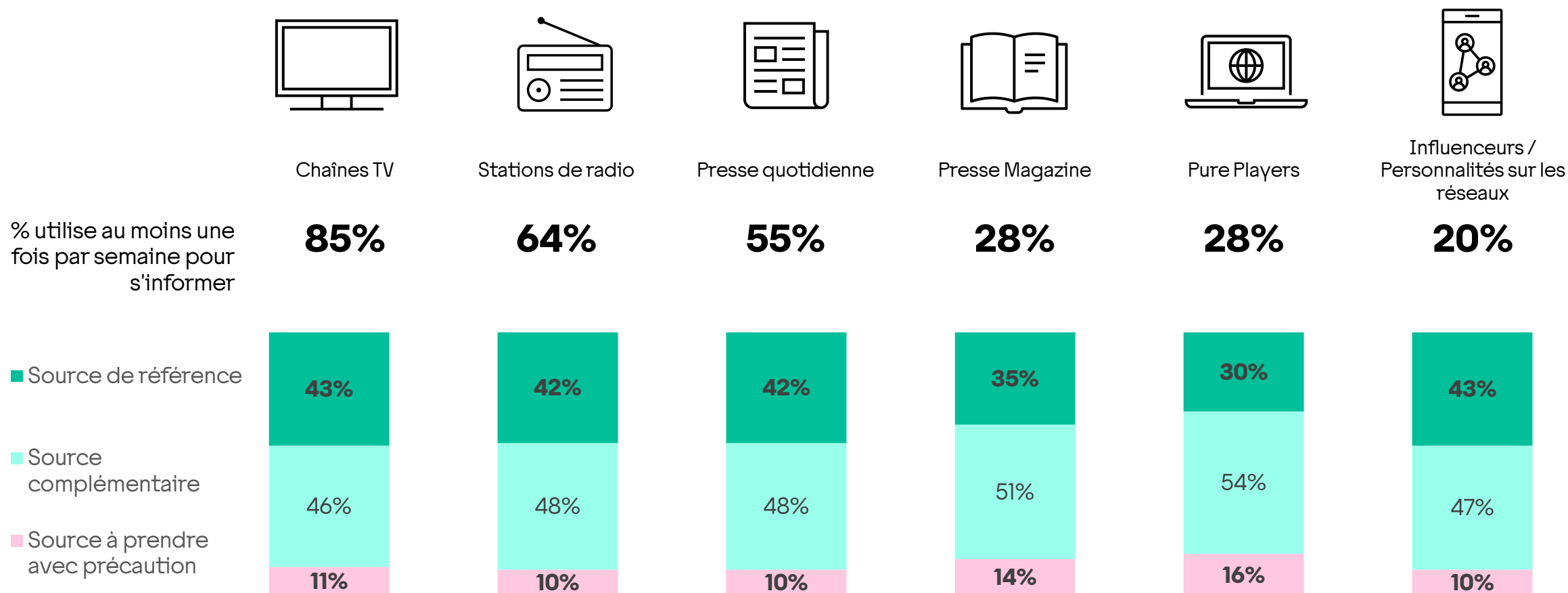


Puis dans un second temps, nous leurs avons demandé de classer leurs sources d'informations

Vous trouverez ci-dessous toutes les sources que vous utilisez pour vous informer, classez-les selon le niveau de confiance que vous leur accordez

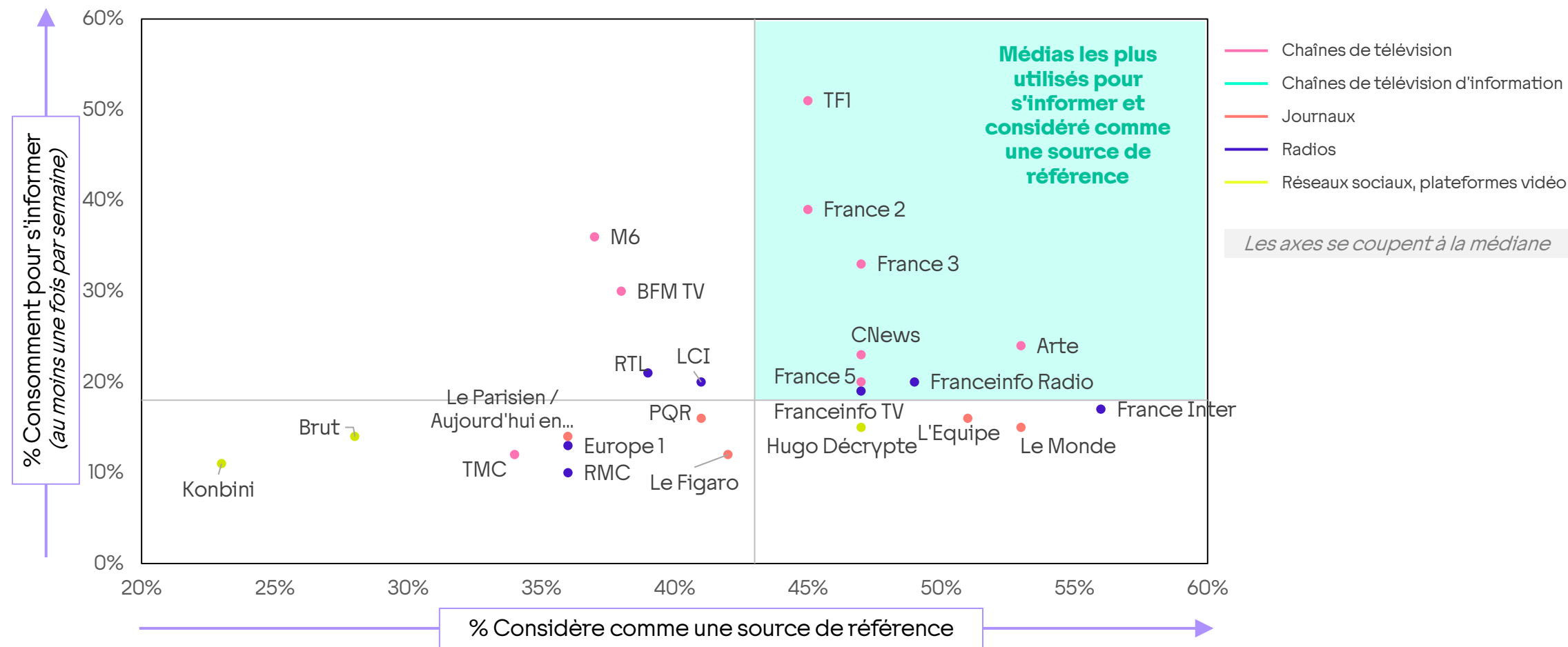
- Une **source de référence** (j'ai entièrement confiance en elle, c'est une source centrale pour moi)
- Une **source complémentaire** (je lui fais plutôt confiance, je l'utilise pour recouper d'autres informations)
- Une **source à prendre avec précaution** (je m'en méfie, je la croise avec d'autres sources)

Les sources TV, radio, presse, mais aussi les influenceurs, sont considérés comme des sources de référence en moyenne par 4 utilisateurs sur 10.



(1) Moyenne pondérée par l'audience hebdo

TF1, France 2, France 3 mais aussi Arte, CNews et France info sont les médias les plus largement utilisés pour s'informer et sont considérés comme des sources de références par une large part de leurs utilisateurs.



SOURCES1. Sélectionner tous les médias que vous consommez régulièrement pour vous informer :
BASE : Info générale et politique (2939)

SOURCES1TER. Vous trouverez ci-dessous toutes les sources que vous utilisez pour vous informer, classez-les selon le niveau de confiance que vous leur accordez.
BASE : Consomme le média au moins une fois par semaine

/ 3/4 des Français suivent régulièrement au moins un journal TV.

Suivent régulièrement ...

75%

**au moins un
journal TV**

83%+ Hyper-informés
81%+ Cycle court (CAP, BEP)
81%+ Très intéressés par l'information
79%+ Utilise une IA pour s'informer
79%+ Plus de 59 ans

59%

**au moins une
quotidienne**

73%+ Bien informés (quiz)
72%+ Hyper-informés
72%+ Très intéressés par l'information
71%+ S'informent plus qu'avant
67%+ Agglo parisienne
64%+ Plus de 35 ans
63%+ Hommes

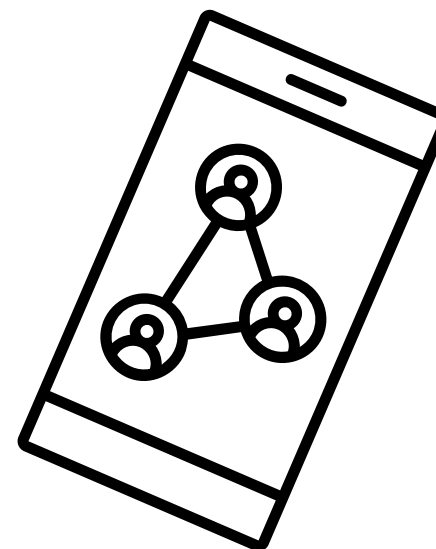
61%

**au moins un magazine
d'information**

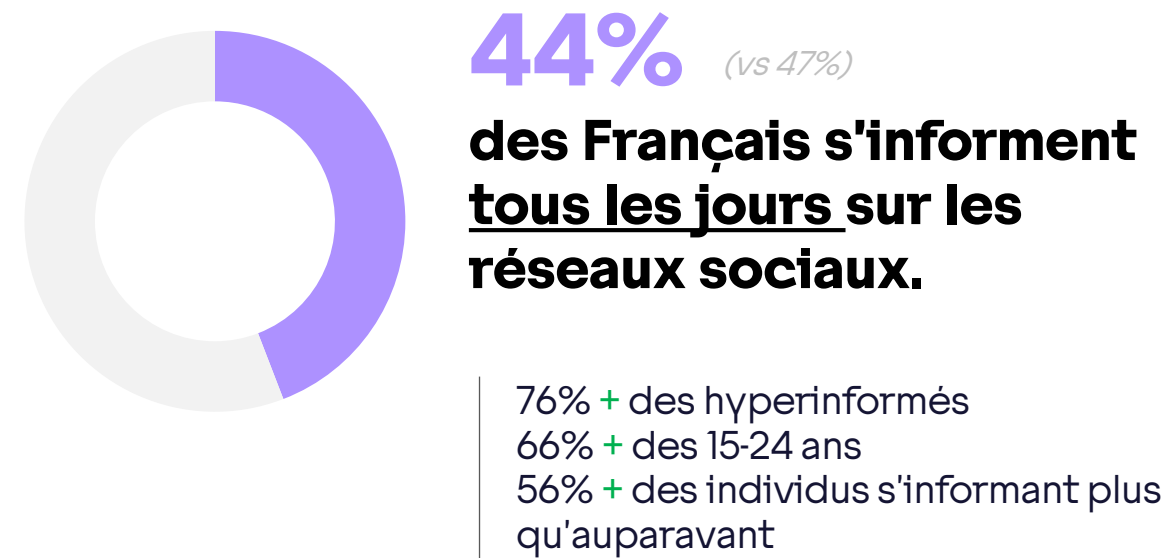
79%+ Ultramarins
78%+ Hyper-informés
73%+ S'informent plus qu'avant
73%+ Très intéressés par l'information
69%+ 35-49 ans
65%+ Actifs

TV2. Parmi les programmes suivants, lesquels regardez-vous régulièrement que ce soit en direct, en différé, en intégralité ou via des extraits ?
BASE : Info générale et politique (2939)

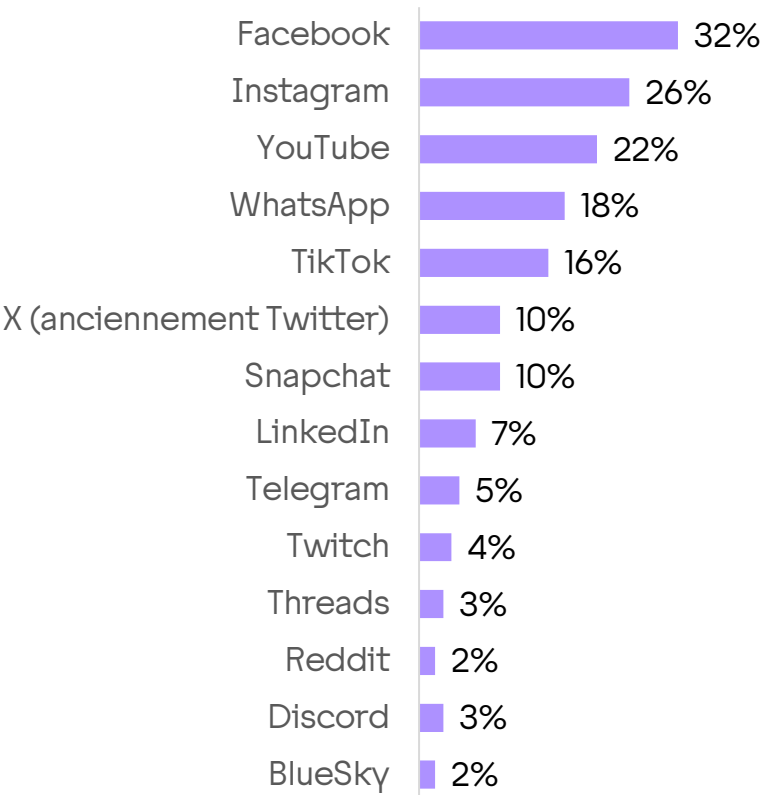
FOCUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



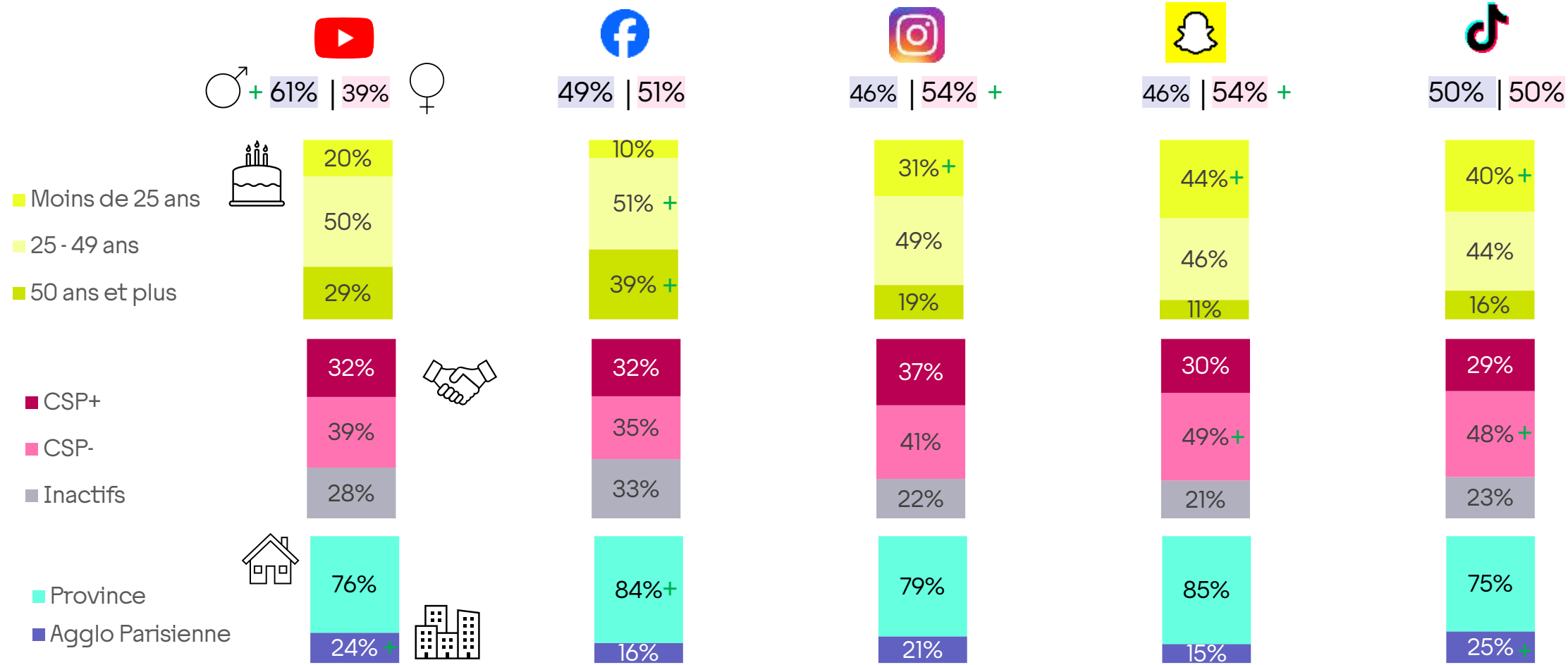
4 Français sur 10 s'informent tous les jours sur les réseaux sociaux, notamment sur Facebook, Instagram et YouTube.



S'informe tous les jours via ...

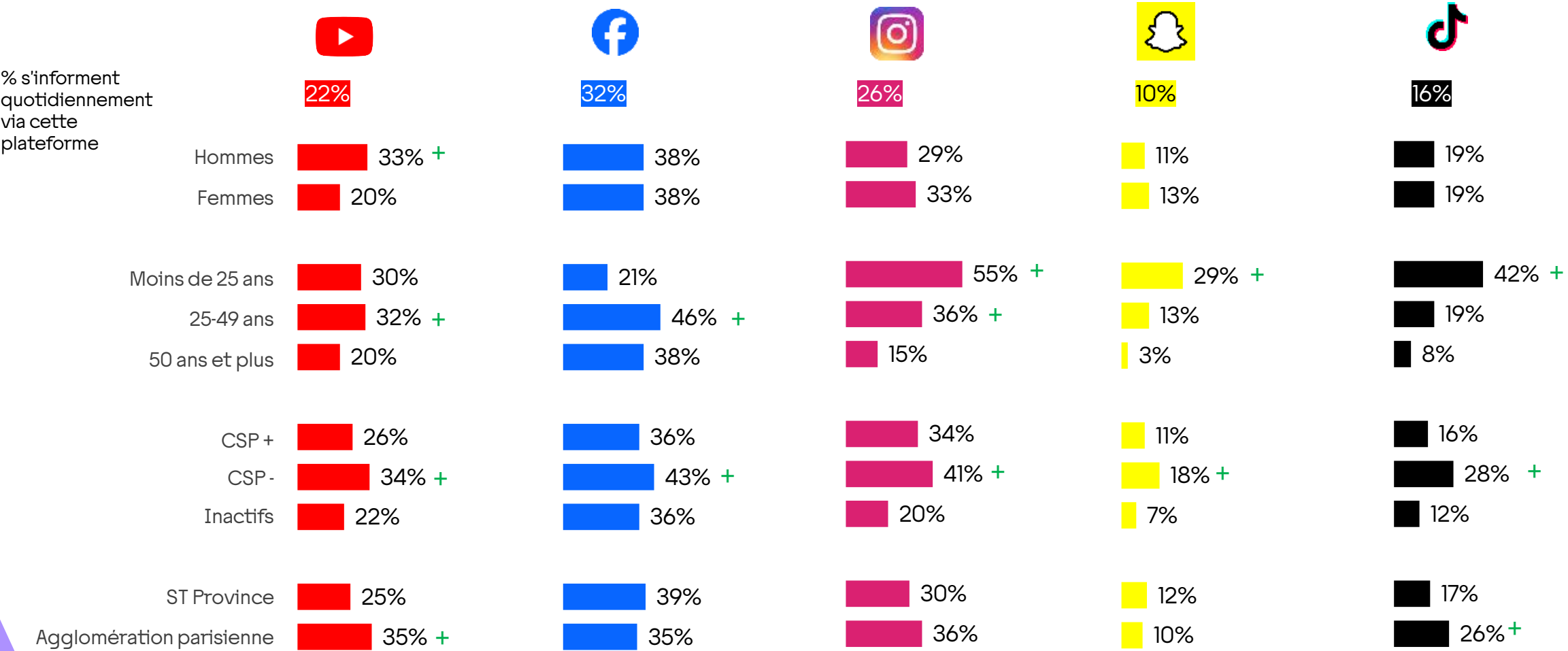


L'accès à l'information via les réseaux sociaux : Instagram, Snapchat et TikTok attirent un public plus jeune et qui utilise davantage les outils d'IA, par rapport aux utilisateurs de Facebook.

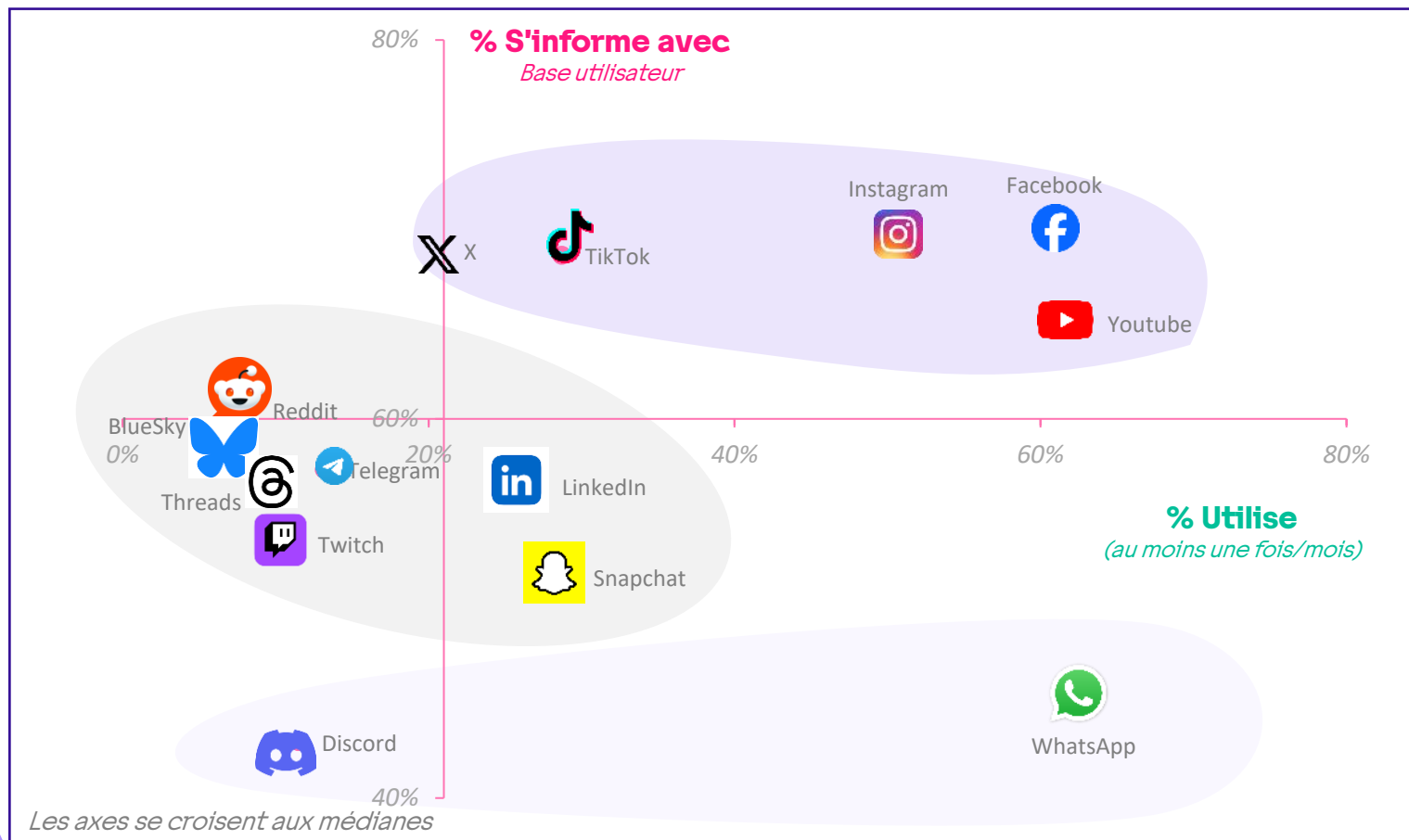


Profil des individus qui consultent quotidiennement cette plateforme pour s'informer

En détail par cible, une part importante des moins de 25 ans s'informent sur Instagram et TikTok



Facebook, Instagram, TikTok et X sont utilisés pour s'informer par plus des 2/3 de leurs utilisateurs.



- De manière générale, la majorité des utilisateurs de réseaux sociaux et de plateformes de vidéo l'utilise au moins en partie **dans le but de s'informer**.
- Trois catégories peuvent être distinguées. En premier lieu, **YouTube, Instagram et Facebook** sont à la fois fortement utilisées et largement utilisées pour s'informer.
- X** (anciennement Twitter) et **TikTok** sont aussi utilisés par une large part de leurs utilisateurs pour s'informer, mais sont utilisés par moins d'individus dans l'ensemble
- Viennent ensuite tous les autres réseaux et plateformes, dont le niveau d'usage varie et qui sont utilisés pour s'informer par environ la moitié de leurs utilisateurs

RSINFO_1. Utilisez-vous ce réseau social ou plateforme de vidéo ? BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

RSINFO_2. Et l'utilisez-vous pour vous informer que ce soit sur la politique, la société, le sport, la culture ... BASE : Utilise le réseau social au moins une fois par mois

15% des Français privilégient les réseaux sociaux pour s'informer

81%

d'entre eux déclarent s'intéresser à l'information politique et générale

(vs 85% des Français)

93%

s'informent tous les jours

(vs 92% des Français)

8,9

marques média consultées en moyenne pour s'informer

(vs 9,2 moyenne des Français)

37% + ↑ + 9 pts

se sont moins informés sur l'information politique et générale ces derniers temps

(vs 26% des Français)

60% ↓ - 7 pts

évitent les informations, parfois ou souvent

(vs 55% des Français)

59% +

doutent toujours ou souvent de la fiabilité des informations diffusées dans les médias

(vs 47% des Français)

58% +

utilisent des outils d'IA conversationnelle pour s'informer

(vs 37% des Français)

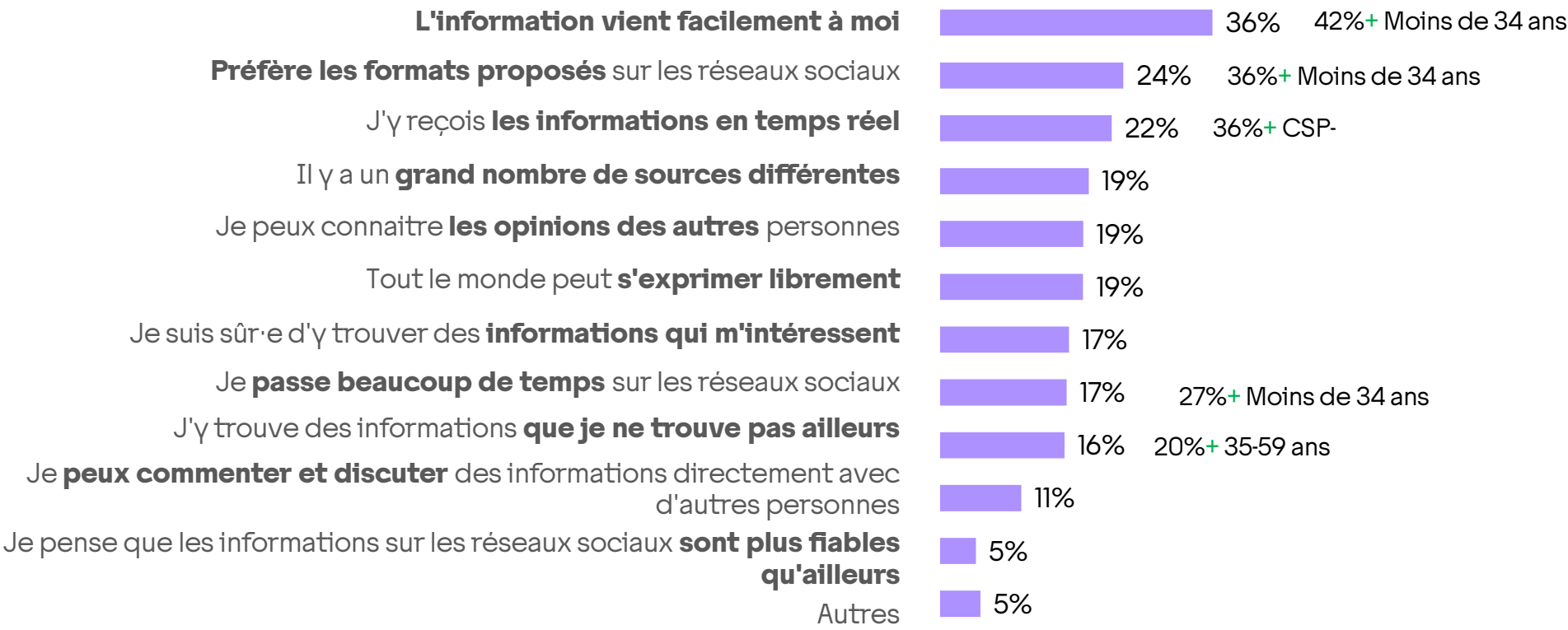
67%

ont déjà cessé de suivre un média parce qu'ils le jugeaient trop influencé

(vs 63% des Français)



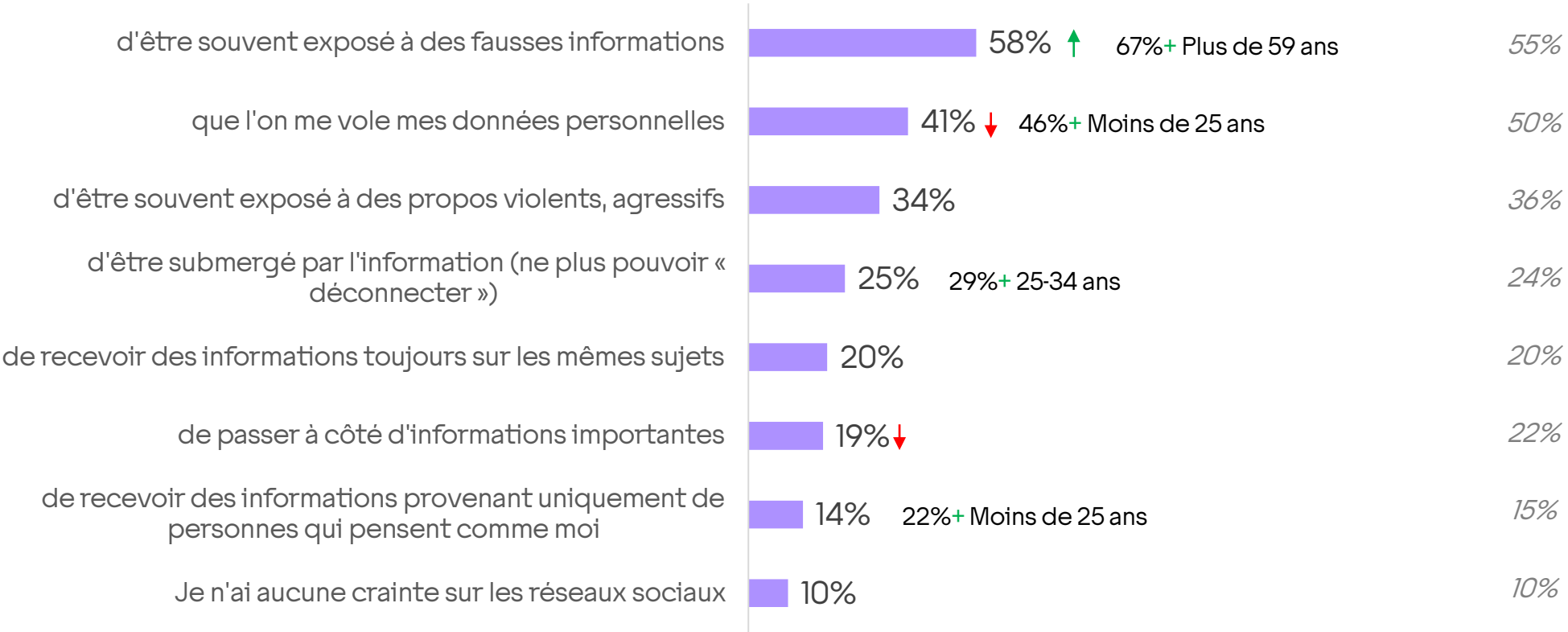
Les réseaux sociaux sont appréciés pour la facilité et la rapidité d'accès à l'information qu'ils offrent, ainsi l'adéquation des formats qu'ils proposent.



Néanmoins, la crainte largement partagée de se retrouver face à de fausses informations progresse.

Sur les réseaux sociaux, j'ai peur ...

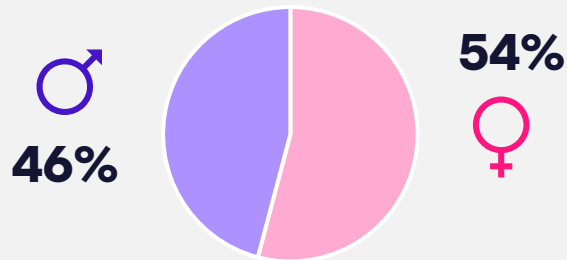
2023





58% des utilisateurs des réseaux sociaux ont peur d'y être exposés à des fausses informations.

Il s'agit...



24% + (vs 17%)
ont moins de 25 ans.

Ils sont plus nombreux à venir de l'enseignement supérieur (**40%+** vs 33%) et à habiter dans des grandes villes (**37%+** 100 000 habitants et + vs 31%).

28% + (vs 19%)
des Français inquiets face aux fausses informations **s'informent principalement via les réseaux sociaux et plateformes en ligne.**

54% + (vs 38%)

des Français inquiets face aux fausses informations font partie des plus informés, voire des hyper-informés.

Ils sont **34%+** (vs 28%) **à s'informer plus qu'auparavant**, notamment car ils ressentent le besoin de comprendre une actualité de plus en plus complexe (**47%+** vs 41%).

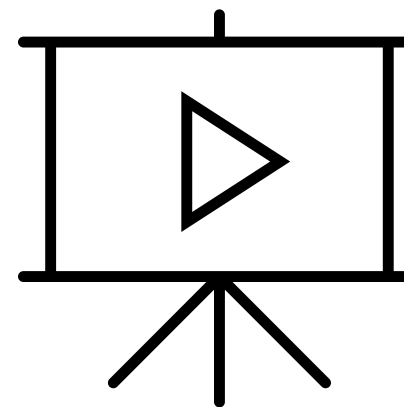
Ils sont **50%+** (vs 46%) à trouver **difficile d'accéder à une information fiable.**

Et, **31%+** (vs 27%) sont plus critiques quant à l'indépendance des médias.

(vs XX%) = moyenne des Français



FOCUS SUR YOUTUBE



4% des Français privilégient les plateformes de partage de vidéos en ligne pour s'informer

88%

d'entre eux déclarent s'intéresser à l'information politique et générale

(vs 85% des Français)

90%

s'informent tous les jours

(vs 92% des Français)

8,6

marques média consultées en moyenne pour s'informer

(vs 9,2 moyenne des Français)

44%+

se sont davantage informés sur l'information politique et générale ces derniers temps

(vs 28% des Français)

61%

évitent les informations, parfois ou souvent

(vs 55% des Français)

55% ↓ -15 pts

doutent toujours ou souvent de la fiabilité des informations diffusées dans les médias

(vs 47% des Français)

53%+

utilisent des outils d'IA conversationnelle pour s'informer

(vs 37% des Français)

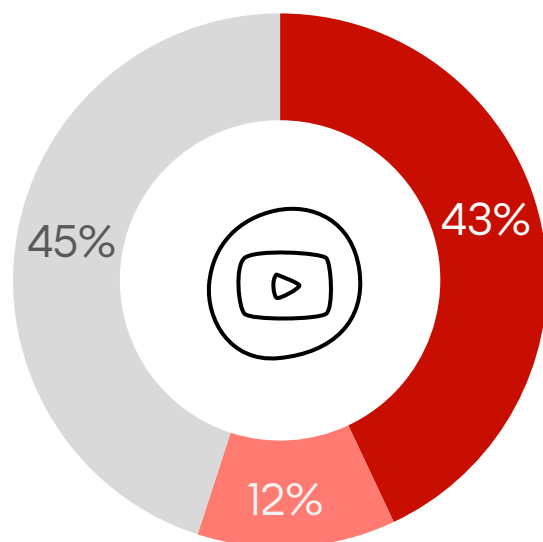
73%+

ont déjà cessé de suivre un média parce qu'ils le jugeaient trop influencé

(vs 63% des Français)



/ Plus de la moitié des Français utilisent régulièrement YouTube pour s'informer.



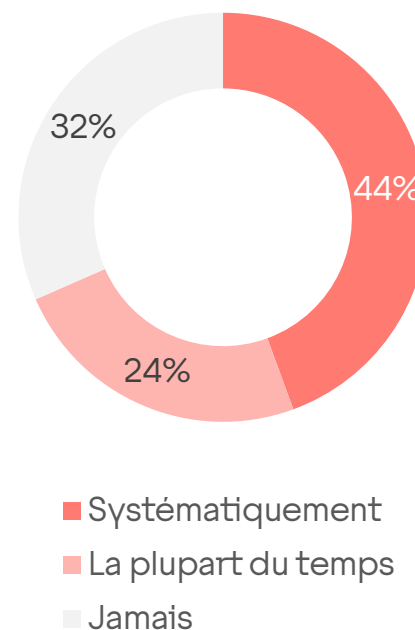
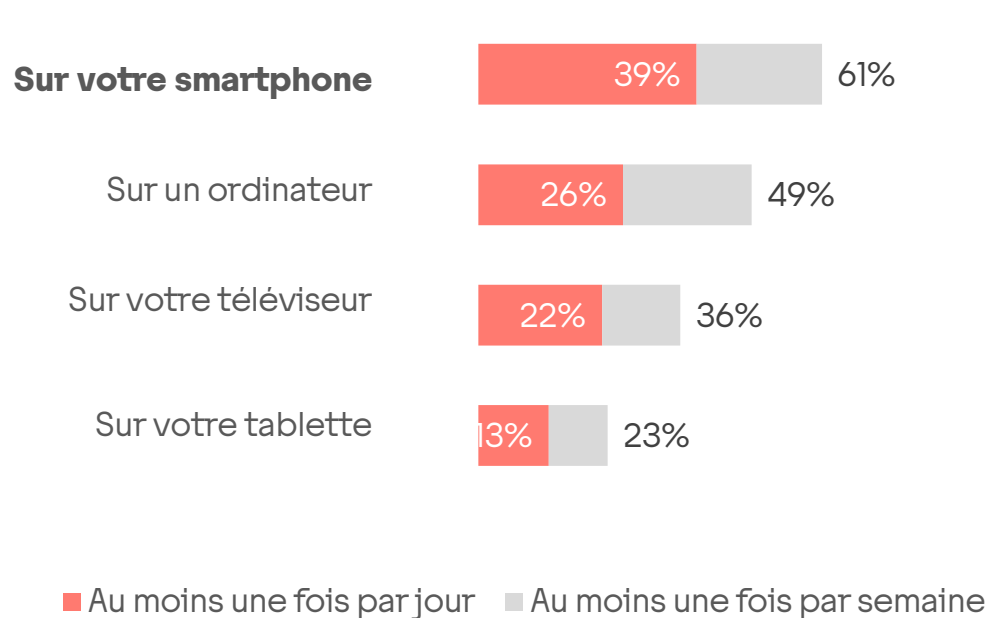
- Au moins une fois par semaine
- Moins souvent
- Jamais

55%
des Français utilisent
YouTube pour s'informer
sur l'information politique
et générale

82%+ hyper-informés
79%+ 15-25 ans

/ Les Français qui utilisent YouTube pour s'informer le font principalement via leur smartphone ou un ordinateur et en utilisant un compte personnel.

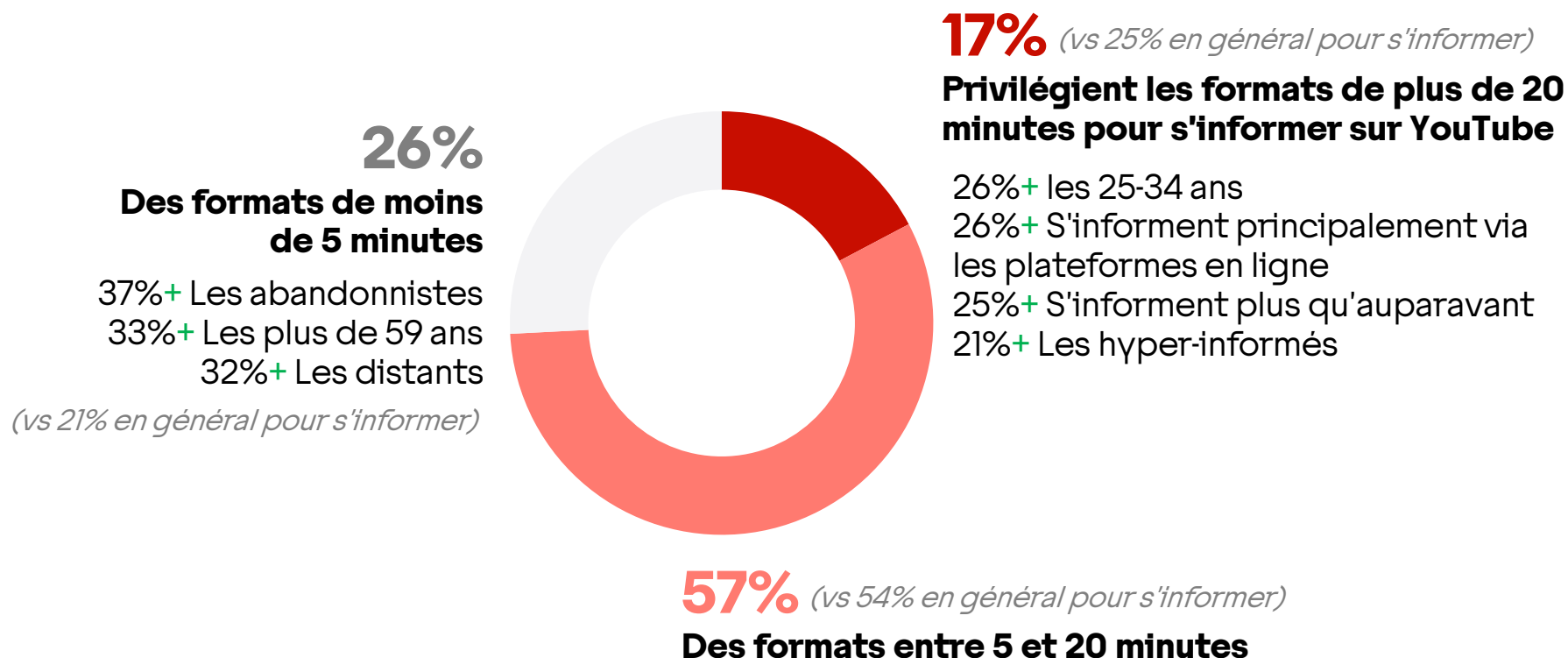
À quelle fréquence vous informez-vous sur YouTube...



44%
des utilisateurs de YouTube s'y connectent systématiquement avec un compte personnel.

NEW!

/ Sur YouTube comme ailleurs, la préférence va aux contenus d'information qui durent entre 5 et 20 minutes.

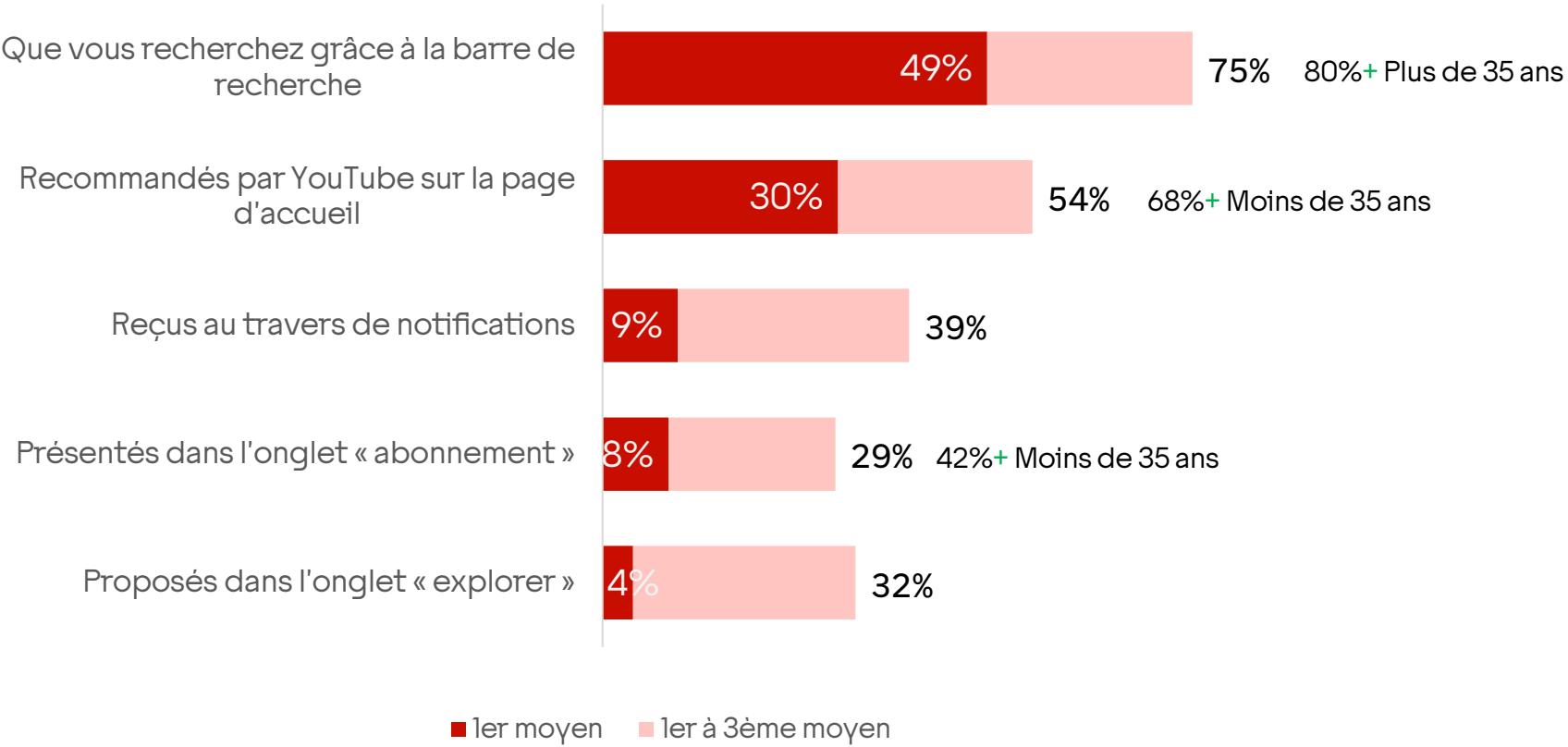


NEW!

YT4. Le plus souvent, pour vous informer sur YouTube vous privilégiez
BASE : Utilise YT pour s'informer (2107)

Les utilisateurs de YouTube accèdent à l'information de manière active, grâce à la barre de recherche.

Vous consultez généralement des contenus...



- Lorsqu'ils s'informent, la majorité des utilisateurs de YouTube accèdent aux contenus **via la barre de recherche** (75%), signe d'une démarche proactive.
- Les contenus recommandés sur la page d'accueil (54%) ou reçus via notifications (39%) constituent les autres principales portes d'entrée, tandis que les onglets « abonnement » (29%) et « explorer » (32%) sont moins utilisés.

NEW!

/ Peu d'utilisateurs sont abonnés aux médias traditionnels sur YouTube, débouchant sur une consommation de l'information souvent mixte (produite par des médias et des créateurs de contenus).

Informations produites
par les médias
(télévision, radio
presse)

Un peu
des deux

Informations non
produites par les médias
(créateurs de contenus,
anonymes...)

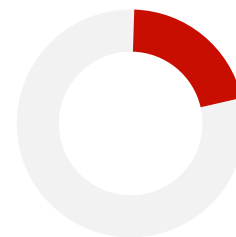
19%

46%

25%

25%+ Agglo Parisienne
22%+ CSP+

36%+ Moins de 35 ans
30%+ CSP-



21%
**des utilisateurs de
YouTube sont abonnés à
des comptes de médias
traditionnels.**

29%+ hyper-informés
28%+ chez les 15-25 ans

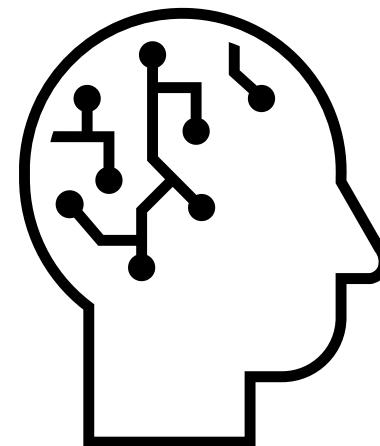
NEW!

YT5. Sur YouTube êtes-vous abonné à un ou plusieurs comptes de grands médias traditionnels (Le Monde, Le Figaro, France 2, TF1, France Inter, BFM, Cs...) ? / YT3. Et lorsque vous vous informez sur YouTube, s'agit-il le plus souvent...

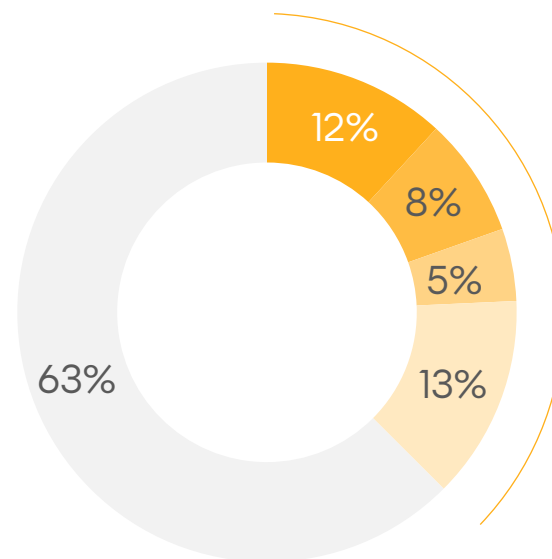
BASE : Utilise YT pour s'informer (2107)

NEW!

FOCUS UTILISATION DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE POUR S'INFORMER



/ 37% des Français utilisent des outils d'IA conversationnelle pour s'informer, 12% quotidiennement.



37%

des Français utilisent des **outils d'IA conversationnelle** pour s'informer.

- Au moins une fois par jour
- Au moins une fois par semaine
- Au moins une fois par mois
- Moins souvent
- Jamais

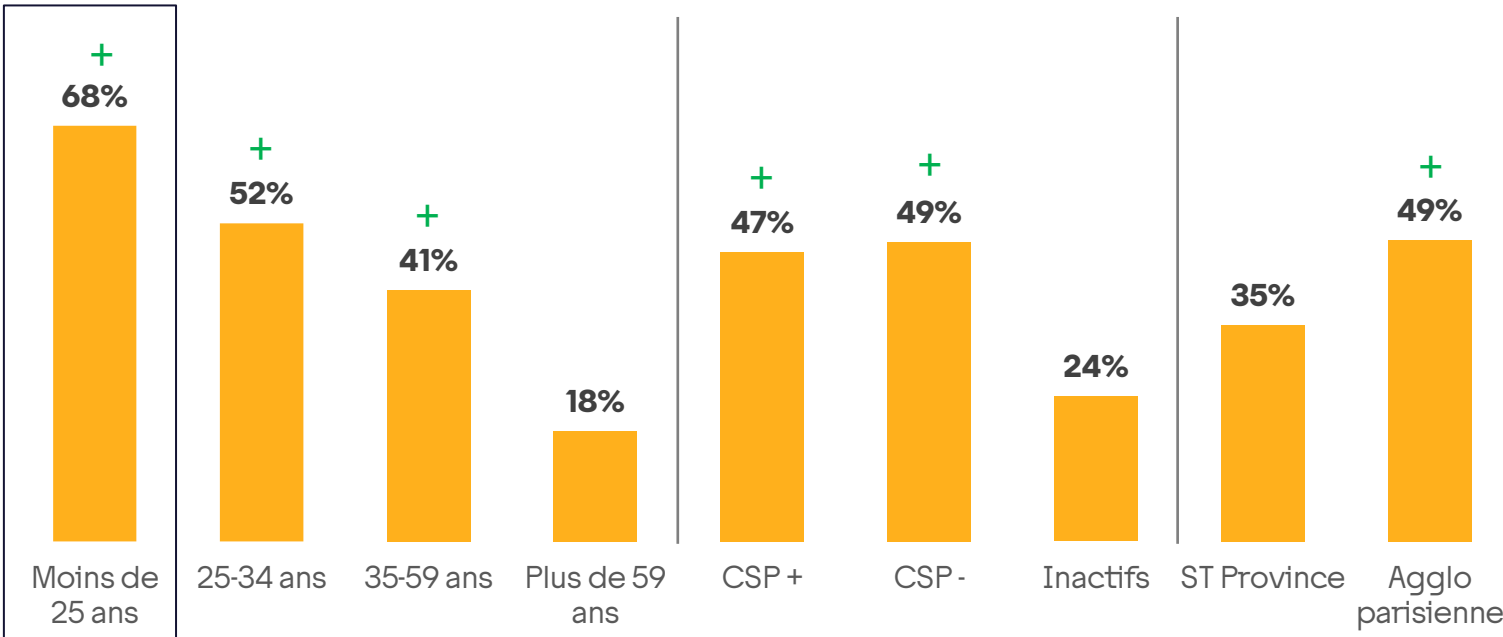
NEW!

NEWS1. A quelle fréquence avez-vous l'habitude de vous informer...
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

2/3 des moins de 35 ans utilisent les outils d'IA pour s'informer.

37%

des Français utilisent des outils d'IA conversationnelle pour s'informer.

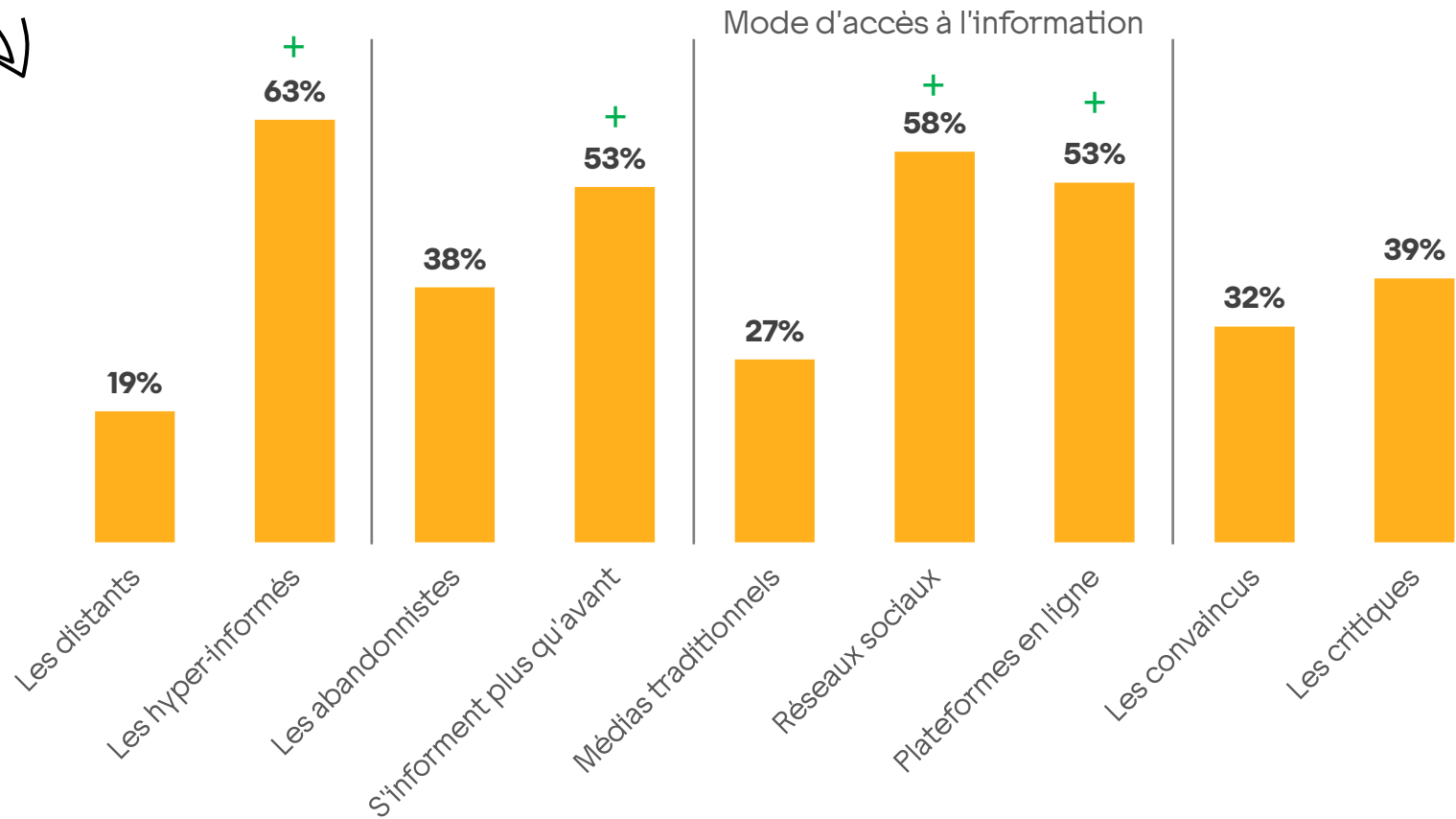
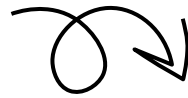


NEW!

/ Les hyper-informés et ceux qui s'informent plus qu'avant utilisent davantage l'IA, ce qui laisse penser que ces outils ont pu renforcer leur consommation d'information.

37%

des Français utilisent des outils d'IA conversationnelle pour s'informer.



NEW!

NEWS1. A quelle fréquence avez-vous l'habitude de vous informer...
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)



24% des Français s'informent via des outils IA au moins une fois par mois.

94% +

d'entre eux déclarent s'intéresser à l'information politique et générale

(vs 85% des Français)

96% +

s'informent tous les jours

(vs 92% des Français)

11,8 +

marques média consultées en moyenne pour s'informer

(vs 9,2 moyenne des Français)

36% +

se sont davantage informés sur l'information politique et générale ces derniers temps

(vs 28% des Français)

Mode principal pour s'informer

44% -

TV, Radio, Presse

(vs 62%)

32% +

Réseaux sociaux, plateforme vidéo, IA (vs 20%)

24% +

Sites média, Portail et agrégateurs (vs 18%)

61% +

évitent les informations, parfois ou souvent

(vs 55% des Français)

54% +

doutent toujours ou souvent de la fiabilité des informations diffusées dans les médias

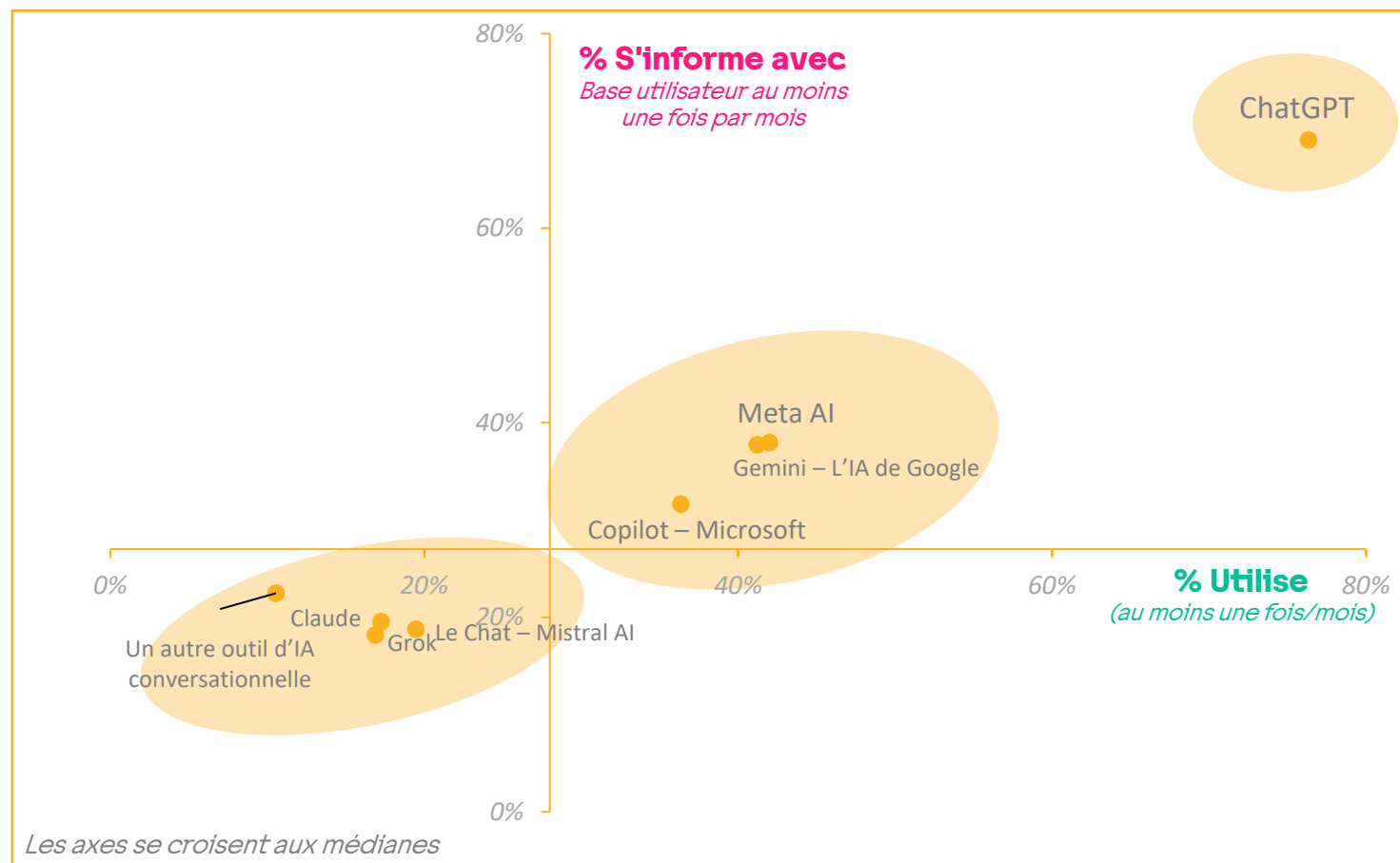
(vs 47% des Français)

76% +

ont déjà cessé de suivre un média parce qu'ils le jugeaient trop influencé

(vs 63% des Français)

/ Les outils d'IA les plus utilisés sont aussi les plus consultés pour s'informer.



3,1

Nombre moyen d'outils IA utilisés au moins une fois par mois

dont **2,9** utilisés pour s'informer

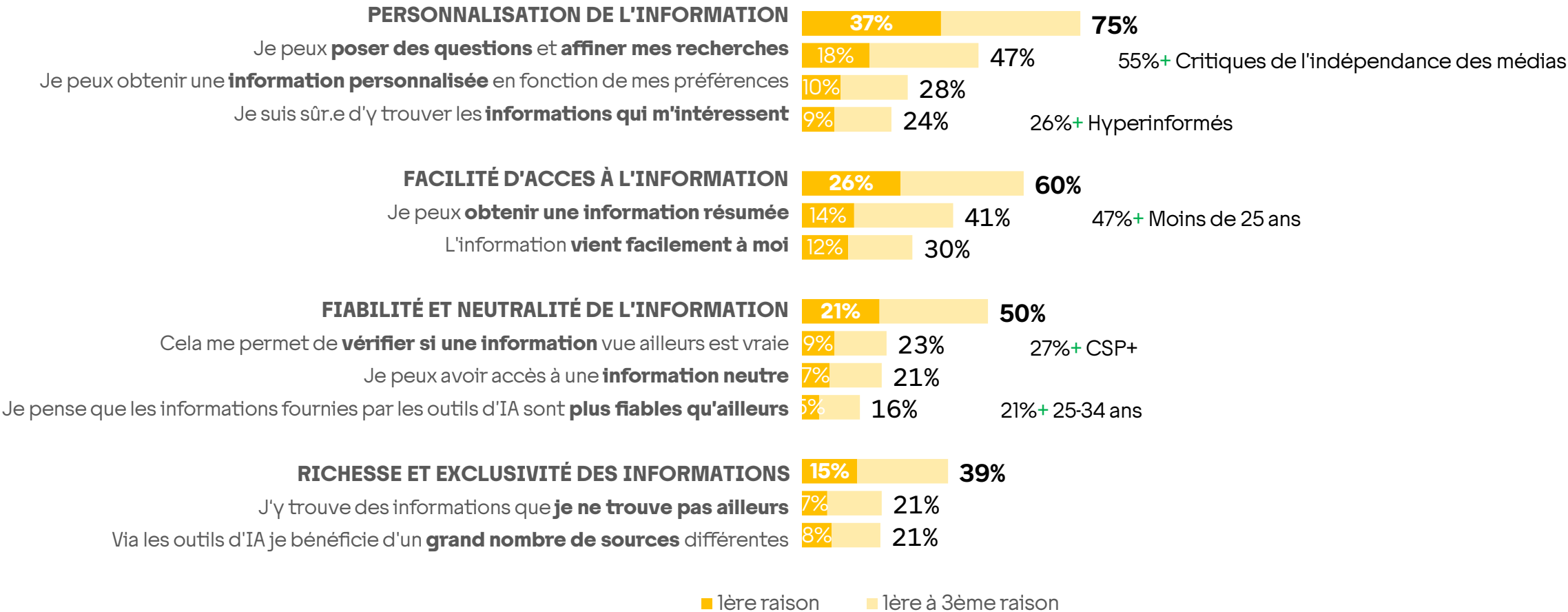
- La grande majorité des utilisateurs d'outils d'IA conversationnelles utilisent ChatGPT en général et **spécifiquement pour s'informer**.
- On note un second groupe un peu moins répandu mais également utilisé par 4 utilisateurs sur 10 pour s'informer : Meta, Gemini et Copilot
- Enfin, un dernier groupe d'agents d'IA conversationnelles, dont le niveau d'usage général est plus faible et peu utilisé pour s'informer : Claude, Grok, Le Chat, etc.

NEW!

IA1. A quelle fréquence utilisez-vous les outils d'IA conversationnelles ci-dessous ? BASE : Utilise l'IA pour s'informer (858)

IA2. Et l'utilisez-vous pour vous informer que ce soit sur la politique, la société, le sport, la culture ... BASE : Utilise les outils d'IA cités (804)

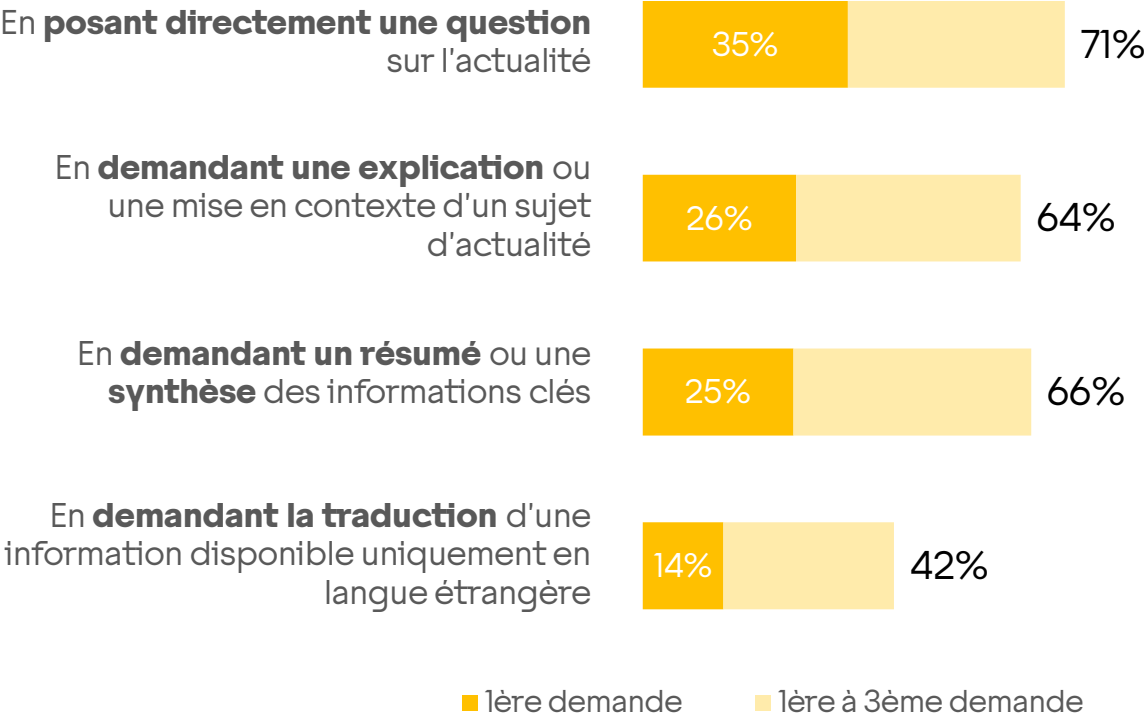
Les utilisateurs qui recourent à l'IA conversationnelle pour s'informer mettent en avant un accès rapide, personnalisé et simplifié à une information ciblée.



NEW!

IA3 Pourquoi utilisez-vous les outils d'IA conversationnelle pour vous informer ? (Top 1 à 3)
BASE : Utilise l'IA pour s'informer (850)

/ Plus d'un tiers des utilisateurs d'IA accèdent en premier lieu à l'information de façon interactive, « en posant directement une question ».



- Dans plus d'un tiers des cas **le premier échange se fait en posant directement une question sur l'actualité.**
- Pour un quart des utilisateurs, l'accès à l'information via les outils d'IA conversationnelle passe par **demande une explication** ou **demande un résumé** de l'information.

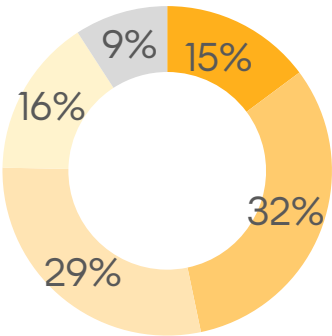
NEW!

Près de la moitié des Français qui s'informent via IA consultent les liens sources indiqués par l'outil, notamment les plus jeunes.

47%
consultent régulièrement les liens sources vers lesquels l'outil renvoie

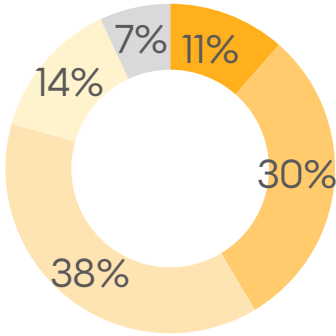
59%+ 25-34 ans
54%+ CSP+
61%+ Agglo parisienne

- Systématiquement
- Souvent
- De temps en temps
- Rarement
- Jamais



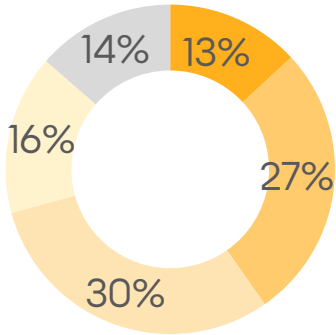
41%
discutent régulièrement de l'information avec leur entourage

51%+ 25-34 ans
51%+ CSP+
49%+ Agglo parisienne



40%
comparent régulièrement cette information avec d'autres médias

53%+ 25-34 ans
47%+ CSP+
56%+ Agglo parisienne



NEW! IA5. Après avoir consulté une information fournie par des outils d'IA conversationnelle (Chatgpt, Copilot, ...), à quelle fréquence réalisez-vous les actions suivantes ...
BASE : Utilise l'IA pour s'informer (850)

03

CONFIANCE, PERCEPTION DE L'INDÉPENDANCE DES MÉDIAS ET ATTENTES VIS-À- VIS DE L'INFORMATION

CONFIANCE DANS LES MÉDIAS

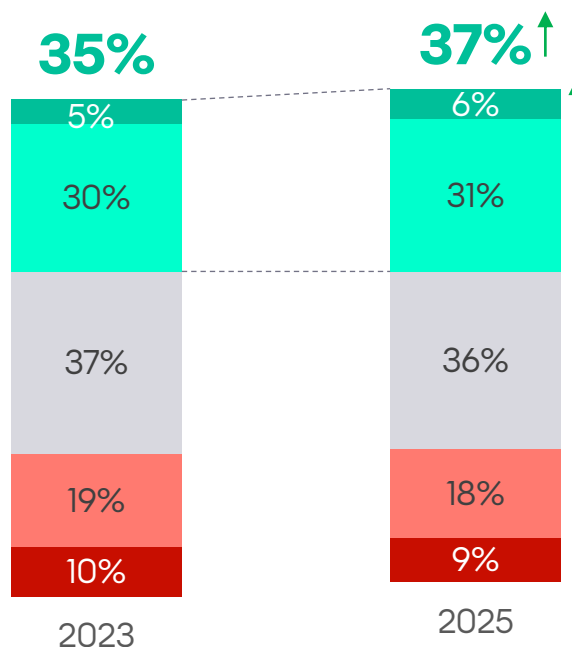


Une confiance générale envers l'information qui s'améliore légèrement par rapport à 2023.

« Je pense que l'on peut faire confiance à la plupart des informations la plupart du temps »

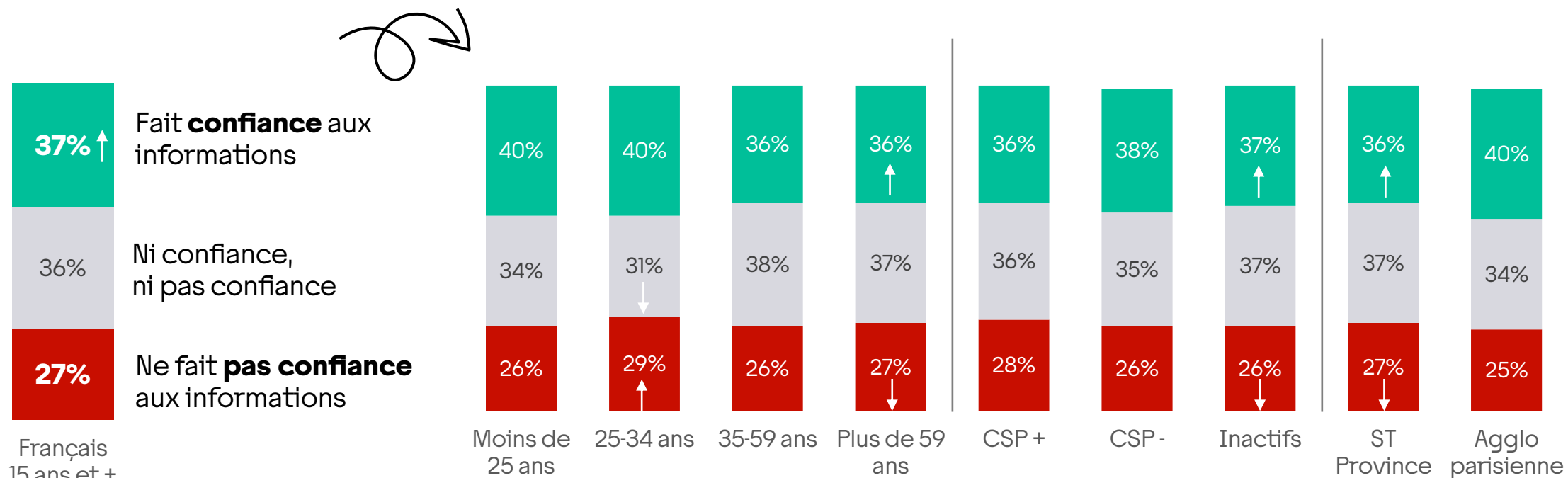
Total Fait confiance aux informations

- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Ni d'accord, ni pas d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord



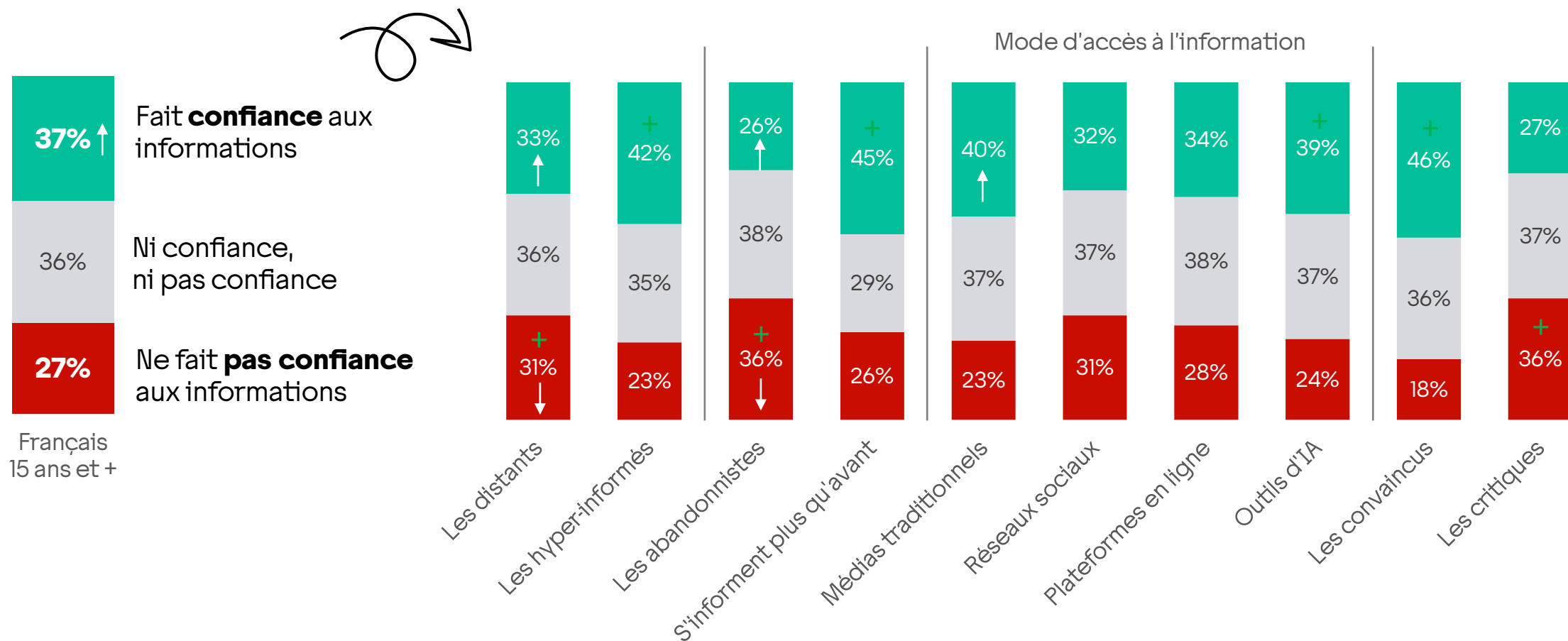
- **La confiance envers l'information reste plutôt faible malgré une évolution à la hausse**, ne réunissant pas la majorité des Français intéressés par les sujets d'actualité générale et politique, **mais qui enregistre une hausse par rapport à 2023** (+2 points).
- **Les 25-34 ans et les 35-49 ans** sont plus nombreux que la moyenne à se déclarer « tout à fait d'accord » avec cette affirmation (respectivement 10% et 7%).
- Avec une part toujours importante de Français sans avis (1/3 des répondants)

La confiance s'améliore notamment auprès des plus de 59 ans, des inactifs et de ceux qui habitent dans les régions.



CONFI. Veuillez nous indiquer votre niveau d'accord avec l'affirmation suivante :
Je pense que l'on peut faire confiance à la plupart des informations la plupart du temps
BASE : Info générale et politique (2939)

La confiance progresse auprès de ceux qui prennent de la distance vis-à-vis de l'information, des abandonnistes et de ceux qui privilégient les médias éditorialisés.

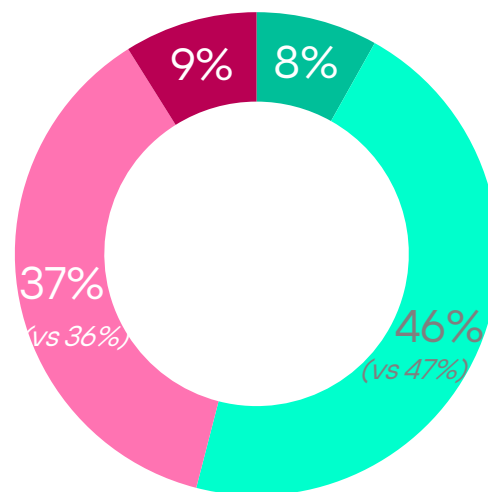


CONFI. Veuillez nous indiquer votre niveau d'accord avec l'affirmation suivante :
Je pense que l'on peut faire confiance à la plupart des informations la plupart du temps
BASE : Info générale et politique (2939)

/ Les Français sont partagés sur la facilité d'accès à une information fiable.

(vs 45%) **46%**
Jugent **difficile**
d'accéder à une
information fiable

61% + Les abandonnistes
59% + Les critiques de
l'indépendance des médias
53% + Les plus de 59 ans
51% + Les distants

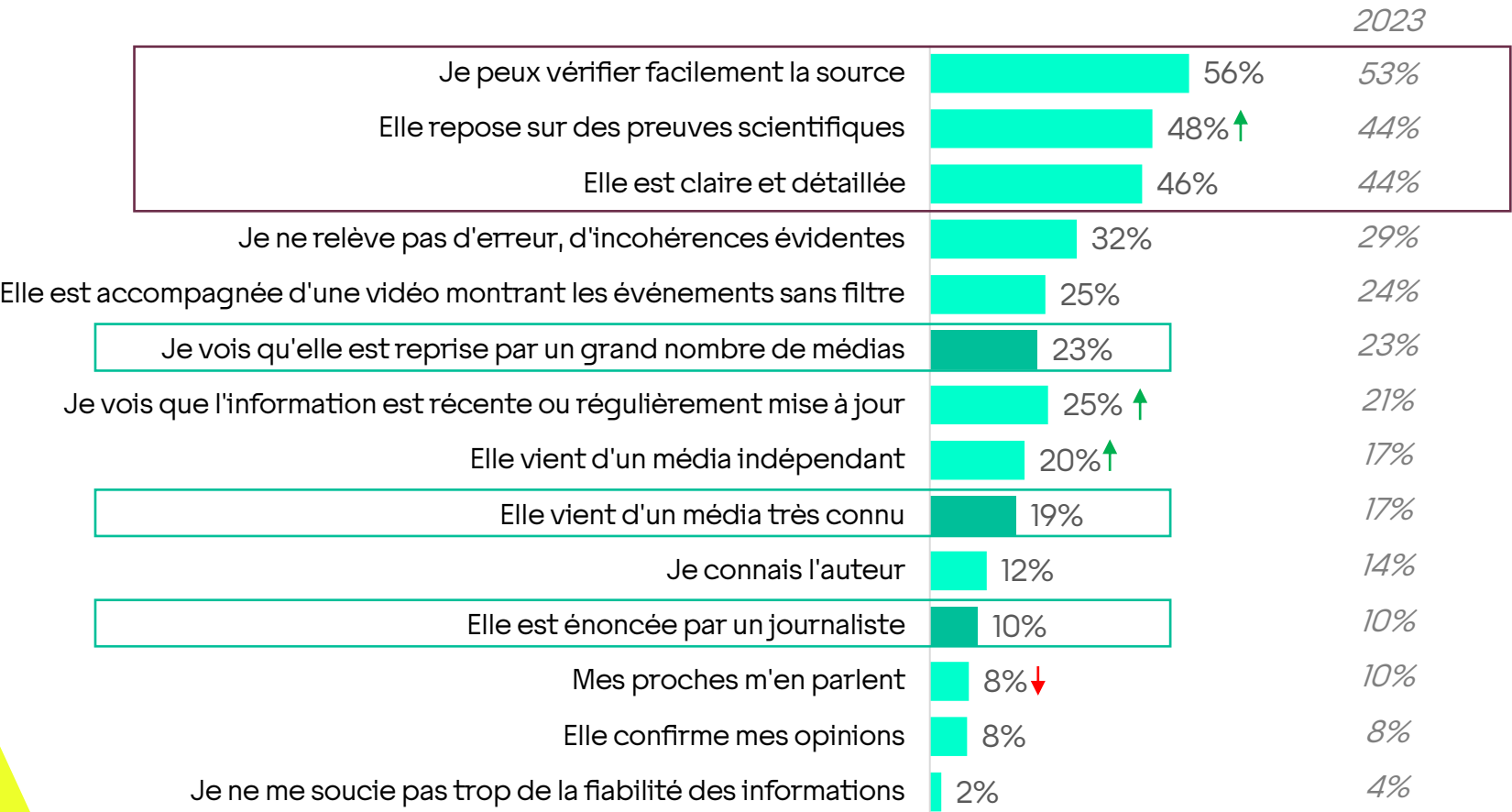


■ Très facile
■ Plutôt facile
■ Plutôt difficile
■ Très difficile

54% (vs 55%)
Jugent **facile**
d'accéder à une
information fiable

64%+ Les moins de 25 ans
63%+ Les convaincus de l'indépendance
des médias
61%+ Utilise les outils d'IA pour s'informer
60%+ Les hyper-informés
59%+ Les 25-34 ans
57%+ S'informent plus qu'auparavant

Une information est jugée fiable lorsqu'elle peut être facilement vérifiée, repose sur des preuves scientifiques (en progression depuis 2023) et se distingue par sa clarté et son niveau de détail.



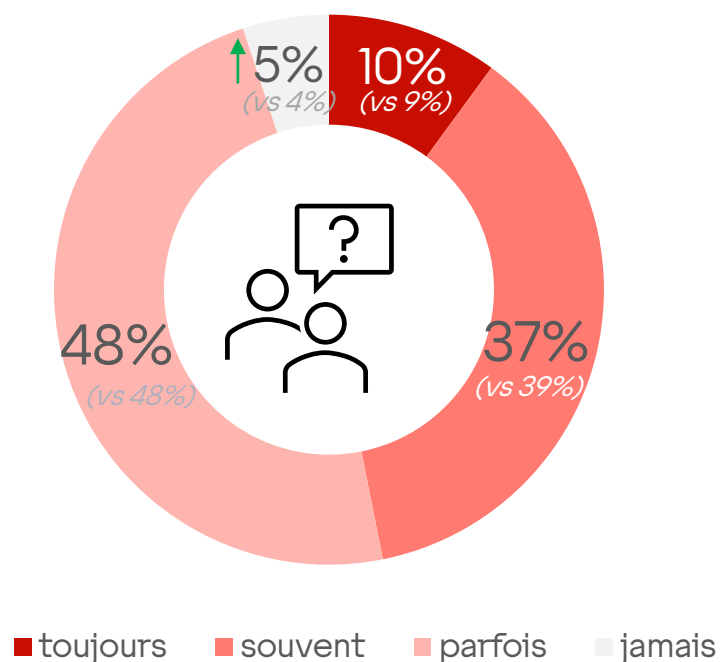
Pour près de la moitié des Français, une information fiable est une information :

- dont on peut facilement **vérifier la source**,
- qui repose sur **des preuves**,
- qui est énoncée de façon **claire et détaillée**.

37%
des Français citent la caution média de l'information (« vient d'un média très connu, est énoncée par un journaliste, est reprise dans les médias »).

INFOFIABLEDEF. Voici une liste de phrases, sélectionnez celles qui, selon vous, complètent l'affirmation suivante. Je pense qu'une information est fiable quand... (Max 5 modalités)
BASE : Info générale et politique (2939)

/ Près de la moitié des Français continuent de douter de la fiabilité des informations diffusées par les médias.

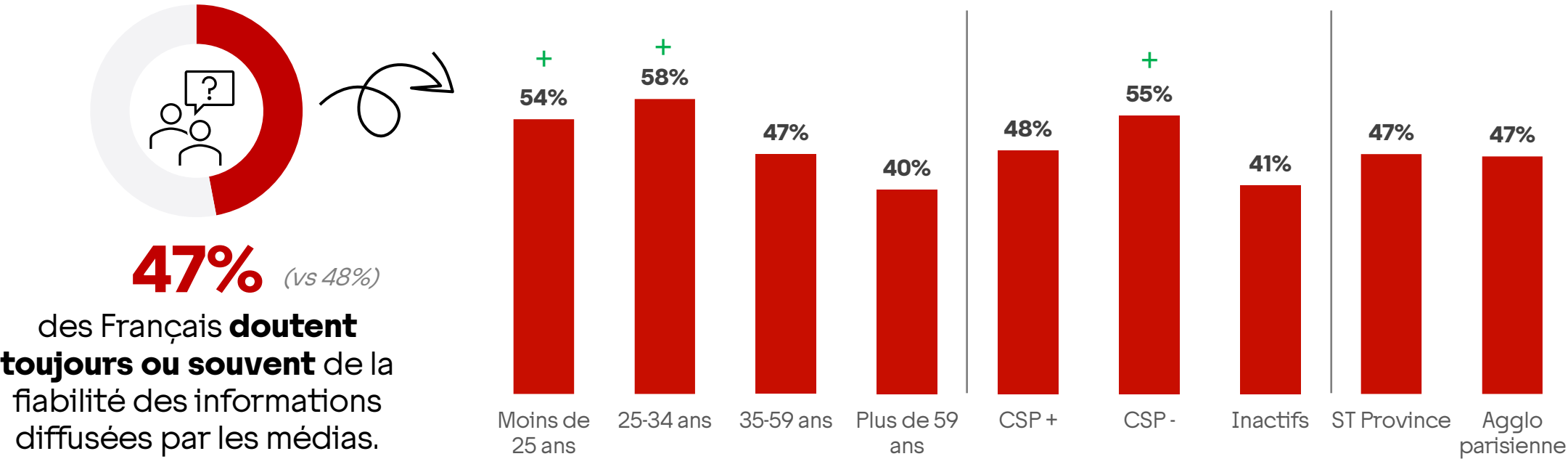


47% (vs 48%)

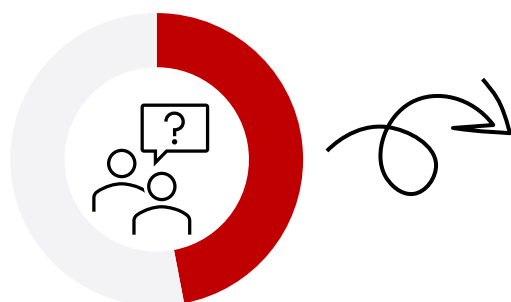
des Français **doutent toujours ou souvent** de la fiabilité des informations diffusées par les médias.

- 64%+ Les critiques de l'indépendance des médias
- 59%+ S'informent principalement via les réseaux sociaux
- 58%+ Les 25-34 ans
- 54%+ Utilisent les outils d'IA pour s'informer
- 54%+ Les moins de 25 ans
- 54%+ Les abandonnistes
- 53%+ S'informent plus qu'auparavant
- 52%+ Les hyper-informés

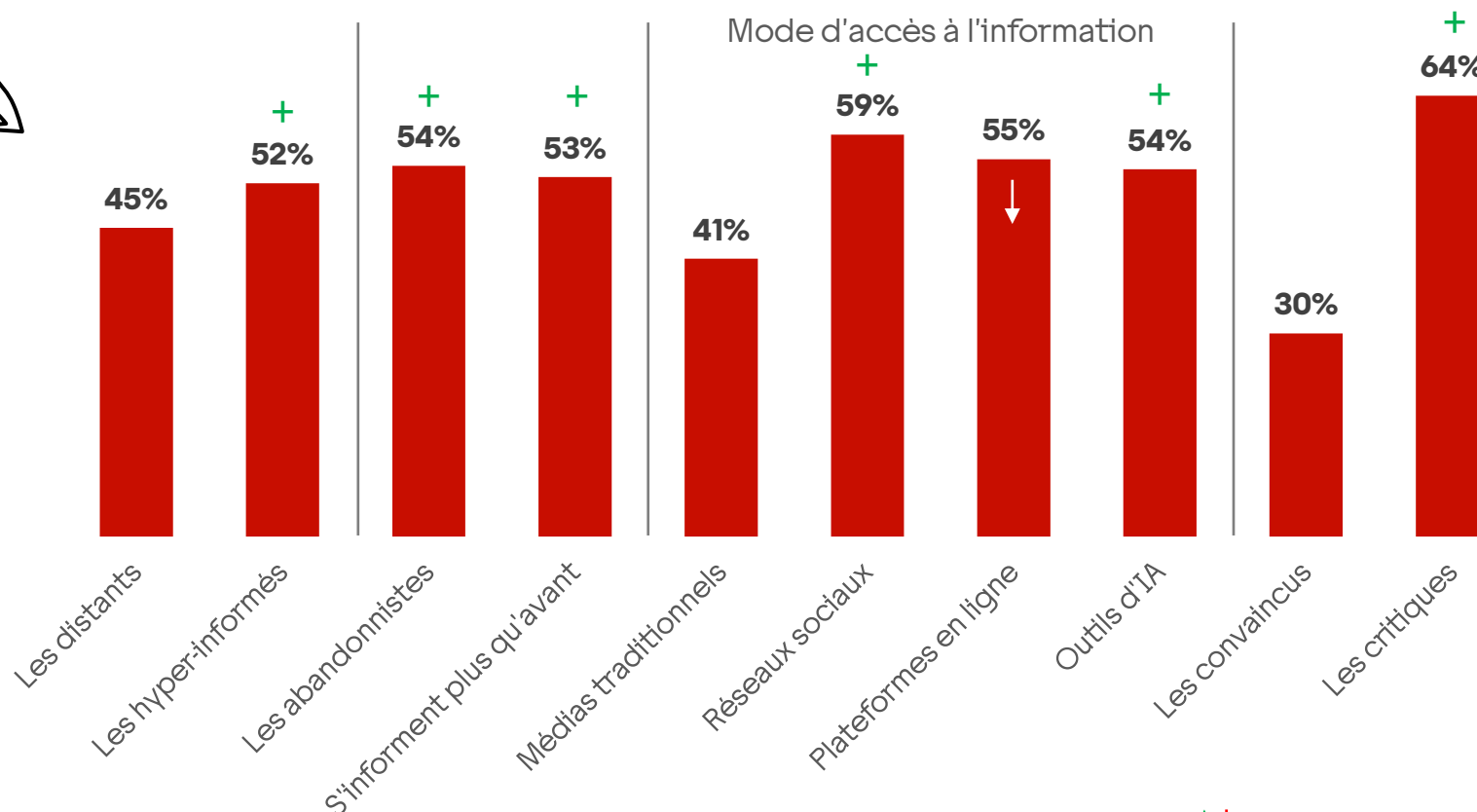
Les moins de 35 ans et les CSP- sont plus nombreux à douter.



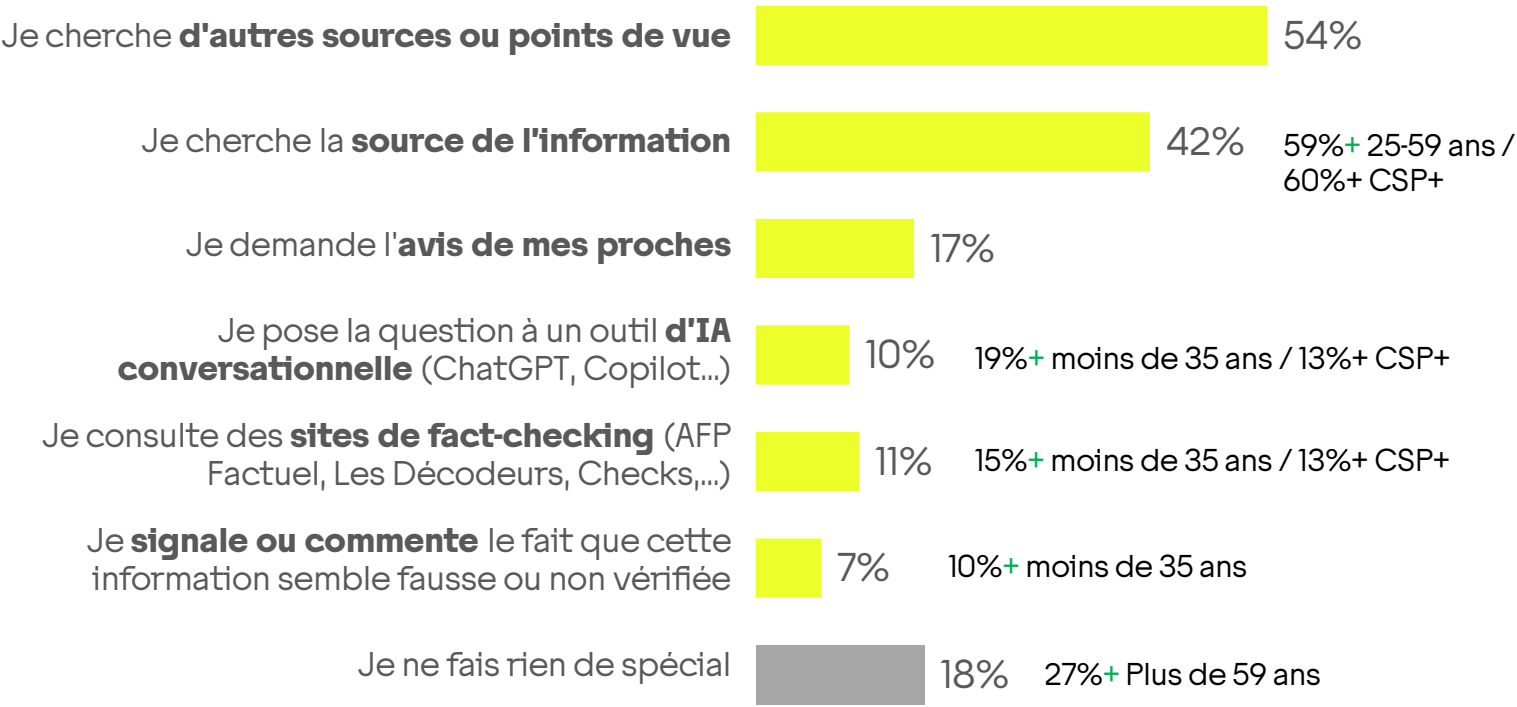
Le doute quant à la fiabilité des informations concerne autant les hyper-informés que les abandonnistes et les critiques de l'indépendance des médias. Les utilisateurs des réseaux sociaux et des outils IA doutent aussi davantage que la moyenne.



des Français **doutent toujours ou souvent** de la fiabilité des informations diffusées par les médias.



Lorsqu'ils doutent d'une information, la majorité des Français cherchent d'autres sources ou vérifient la source de l'information.



- L'utilisation de l'IA pour vérifier l'information reste marginale, mais elle est plus fréquente chez les moins de 35 ans : un sur cinq y a recours.
- Les outils de fact-checking, eux aussi, sont encore très peu utilisés, par 1 français sur 10.
- Près de d'un quart de la population ne réagit pas face aux fausses informations, révélant ainsi l'ampleur du défi en matière de sensibilisation et de mobilisation contre la désinformation.

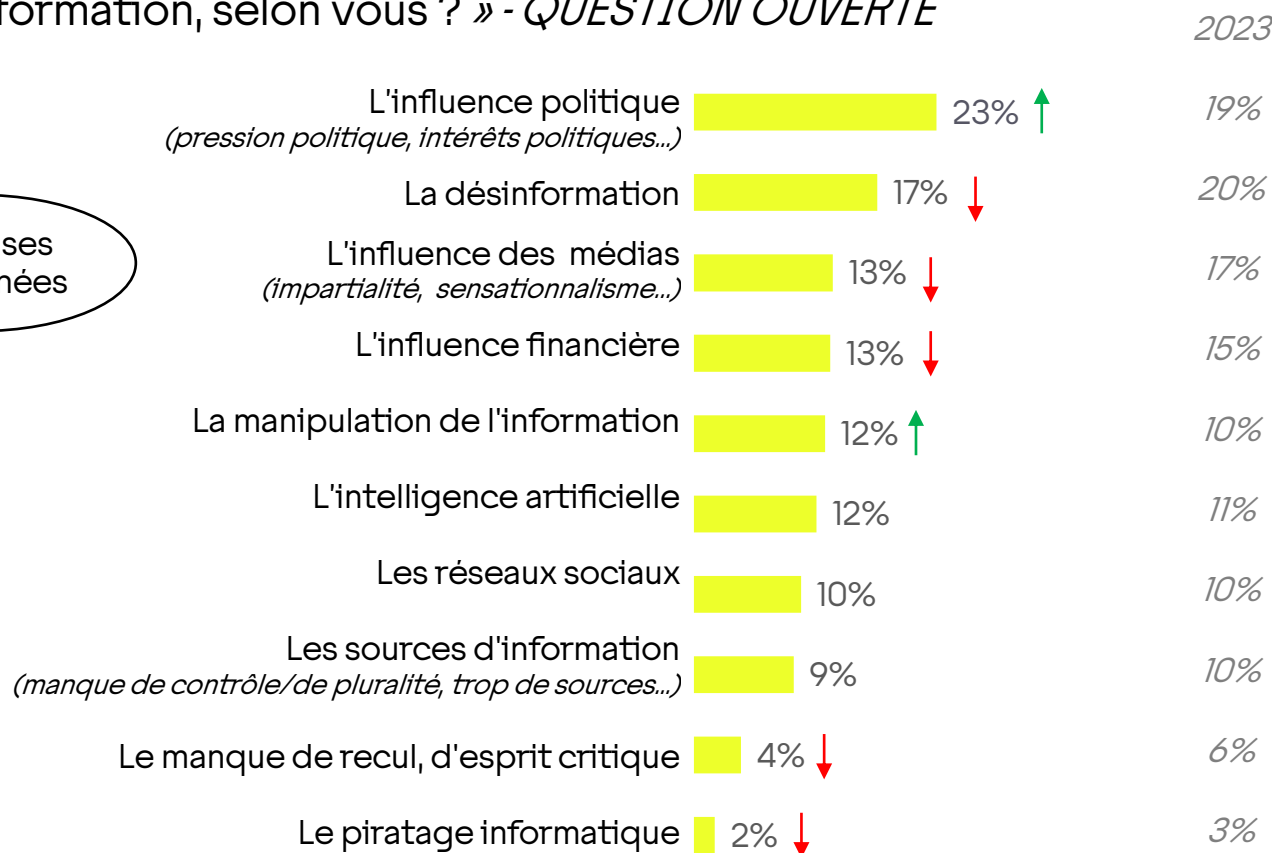
NEW!

DEFIANCEx. Et lorsque vous doutez d'une information, quelles actions entreprenez-vous pour vérifier sa fiabilité ?
BASE : Doute toujours ou souvent de la fiabilité des infos diffusées par les médias (1366)

Les influences politiques et la désinformation restent les 2 principales menaces sur la fiabilité de l'information citées spontanément.

« Quelles sont les principales menaces pour la fiabilité de l'information, selon vous ? » - *QUESTION OUVERTE*

Réponses spontanées



- **L'influence politique** (pression du pouvoir, intérêts politiques, partis extrémistes...) **est la première menace à la fiabilité de l'information** pour plus d'un Français sur 5, en hausse depuis la dernière mesure (+4 points).
- **La désinformation** (fausses informations, manque de transparence, complotisme...) **est la deuxième menace citée.**

« Les médias disent ce que le gouvernement veut bien. »

« Un contrôle de la presse par le gouvernement. »

« Les mensonges des chaînes de TV et la désinformation. »

« L'achat des médias à des fins de propagande. »

PERCEPTION DE L'INDÉPENDANCE DES MÉDIAS



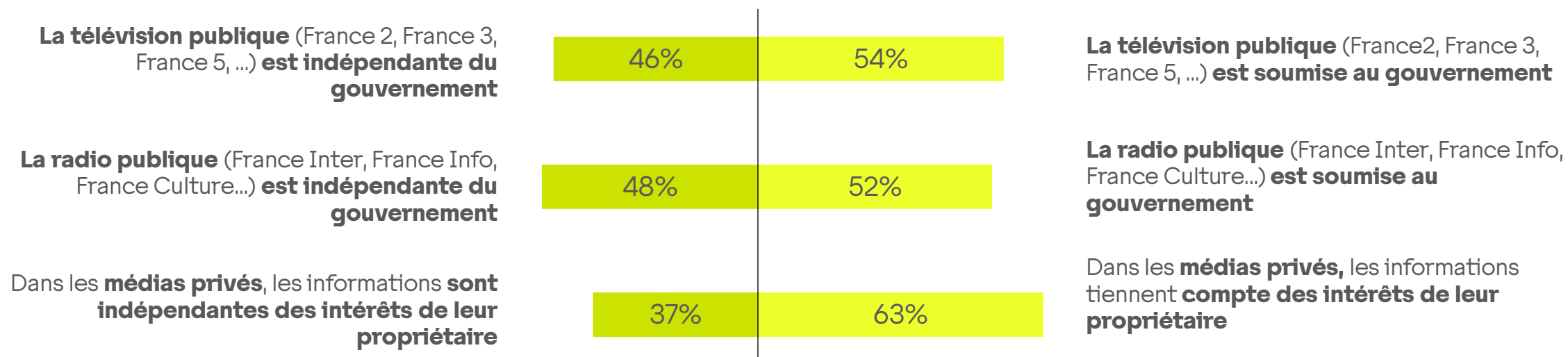
Les Français qui doutent de la fiabilité des informations diffusées par les médias évoquent en premier lieu les pressions politiques et la recherche de sensationnalisme qui s'imposent aux journalistes.



- Une part significative de Français considèrent que les journalistes sont soumis aux **pressions des politiques** (52%) et **des propriétaires de médias** (42%, -5 pts).
- Une proportion croissante estime par ailleurs que les journalistes **expriment leurs opinions plutôt que des faits** (28%, +5 pts), et qu'ils sont **déconnectés du quotidien des Français** (21%, +4 pts).

■ 1ère raison citée ■ 1ère à 3ème raisons citées

/ Une majorité de Français doute de l'indépendance des médias privés et publics.

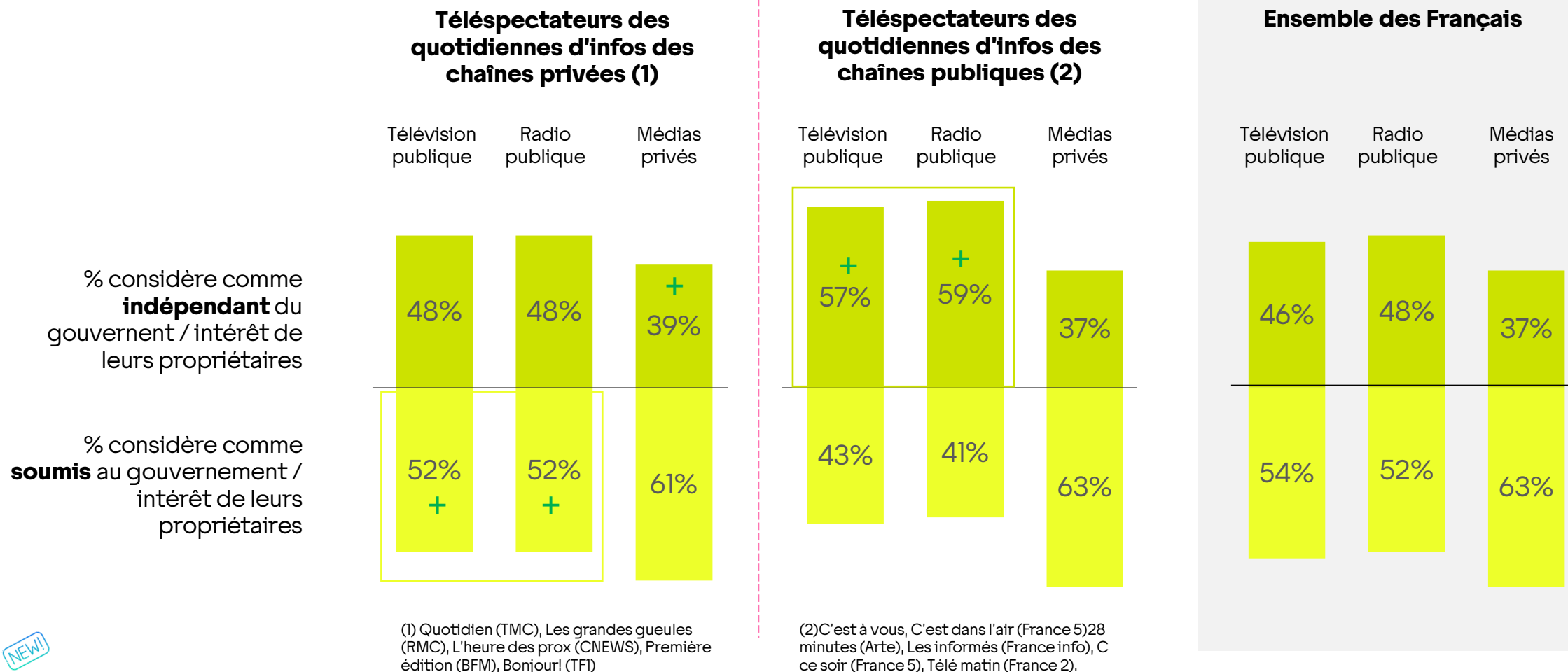


- Les Français apparaissent **divisés** quant à l'indépendance de l'audiovisuel public : 46% estiment que la télévision publique est indépendante du gouvernement (48% pour la radio publique), tandis qu'une faible majorité exprime l'avis inverse.
- La perception est **plus critique à l'égard des médias privés** : seuls 37% jugent leurs informations indépendantes des intérêts de leur propriétaire, contre 63% qui estiment que ces intérêts influencent leur contenu.

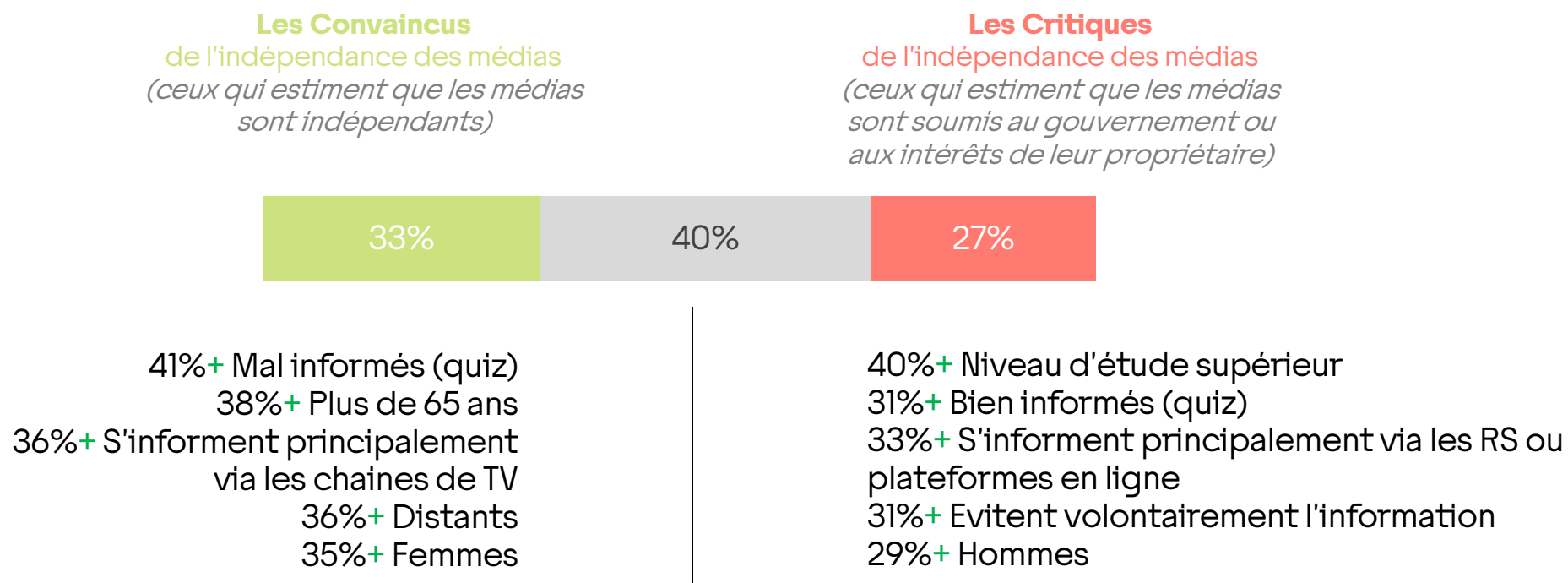
NEW!!

MEN1. Pour chacune des propositions suivantes, quelle est celle dont vous êtes le plus proche ? En France...
 BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

Une perception de l'indépendance des médias corrélée aux sources d'informations consultées



/ Un tiers des Français considèrent les médias comme indépendants, tandis que 27% adoptent une posture plus critique, estimant qu'ils sont soumis aux intérêts de leurs propriétaires ou du gouvernement.



NEW!!

Cibles construites à partir d'un scoring des variables :

MEN1 – Indépendance ou dépendance des médias / MEN2 – Fréquence de cessation de suivi d'un média jugé trop influencé par ses actionnaires

Les **convaincus de l'indépendance des médias** = Score total inférieur à 3 (estiment que les médias sont indépendants).

Les **critiques de l'indépendance des médias** = Score total supérieur à 4 (estiment que les médias sont soumis au gouvernement ou aux intérêts de leur propriétaire)

BASE : Ensemble de la population (3377 individus)



25% des Français sont convaincus de l'indépendance des médias

81% -

d'entre eux déclarent s'intéresser à l'information politique et générale

(vs 85% des Français)

91%

s'informent tous les jours

(vs 92% des Français)

7,9 -

marques média consultées en moyenne pour s'informer

(vs 9,2 moyenne des Français)

49%+

se sont autant informés sur l'information politique et générale ces derniers temps

(vs 72% des Français)

Mode principal pour s'informer

66%+

TV, Radio, Presse

(vs 62%)

17%

Réseaux sociaux, plateforme vidéo, IA (vs 20%)

17%

Sites média, Portail et agrégateurs (vs 18%)

44% -

évitent les informations, parfois ou souvent

(vs 55% des Français)

30% -

doutent toujours ou souvent de la fiabilité des informations diffusées dans les médias

(vs 47% des Français)

32% -

utilisent des outils d'IA conversationnelle pour s'informer

(vs 37% des Français)

27% des Français sont critiques de l'indépendance des médias

88% +

d'entre eux déclarent s'intéresser à l'information politique et générale

(vs 85% des Français)

92%

s'informent tous les jours

(vs 92% des Français)

8,5

marques média consultées en moyenne pour s'informer

(vs 9,2 moyenne des Français)

30%

se sont plus informés...

(vs 28% des Français)

28%

se sont moins informés...

(vs 26% des Français)

...sur l'information politique et générale ces derniers temps

Mode principal pour s'informer

57% -

TV, Radio, Presse

(vs 62%)

24% +

Réseaux sociaux, plateforme vidéo, IA (vs 20%)

19%

Sites média, Portail et agrégateurs (vs 18%)

60% +

évitent les informations, parfois ou souvent

(vs 55% des Français)

64% +

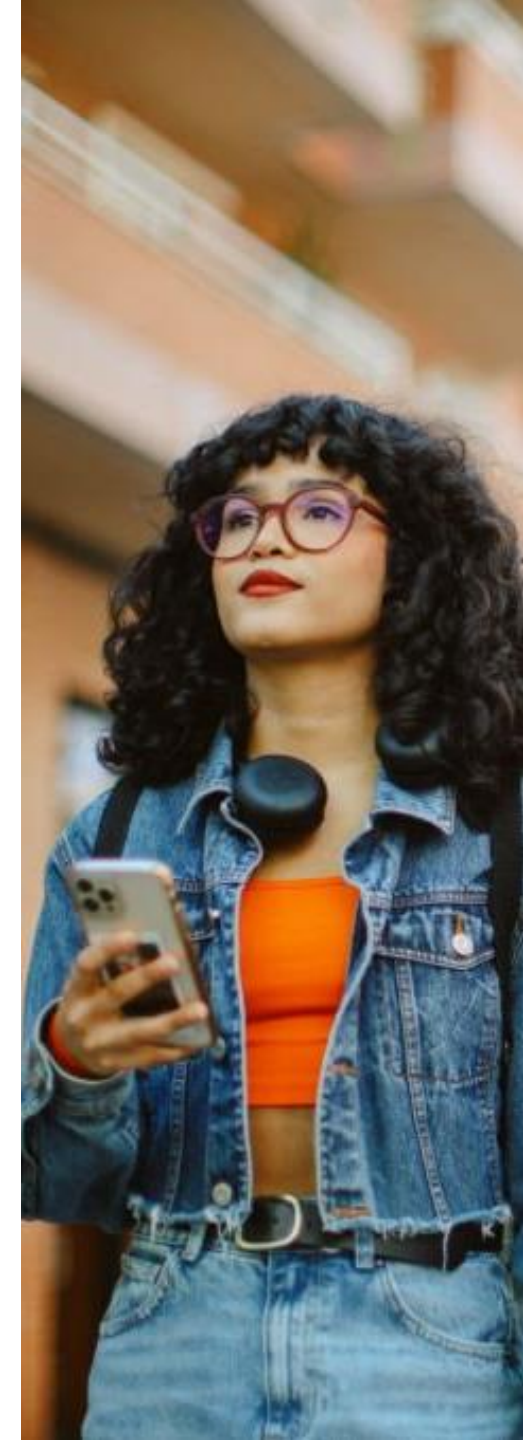
doutent toujours ou souvent de la fiabilité des informations diffusées dans les médias

(vs 47% des Français)

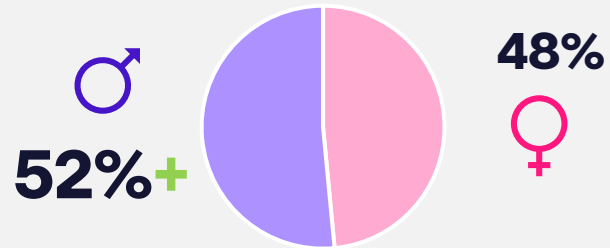
39%

utilisent des outils d'IA conversationnelle pour s'informer

(vs 37% des Français)



Les critiques de l'indépendance des médias (27%)



Les Français « critiques » vis-à-vis de l'indépendance des médias sont plus nombreux à avoir un niveau d'enseignement supérieur (**40%+** vs 33%) et à occuper des foyers de 2 personnes (**35%+** vs 31%).

23%+ (vs 33%) s'informent principalement via les RS et plateformes en ligne.

88% + (vs 85%)

des Français « critiques » **sont intéressés par l'information** politique et générale, et **68%+** (vs 60%) sont **bien informés** (quiz).

- Leurs motivations principales :
- Comprendre le monde qui les entoure (**47%+** vs 44%)
 - Se faire leur propre opinion (**46%+** vs 38%)

64% + (vs 47%)

Des Français « critiques » ont des **doutes sur la fiabilité des informations** diffusées par les médias.

- **41%+** (vs 33%) trouvent les journalistes trop proches du pouvoir, des élites
- **57%+** (vs 49%) pensent que les journalistes sont soumis aux pressions politiques

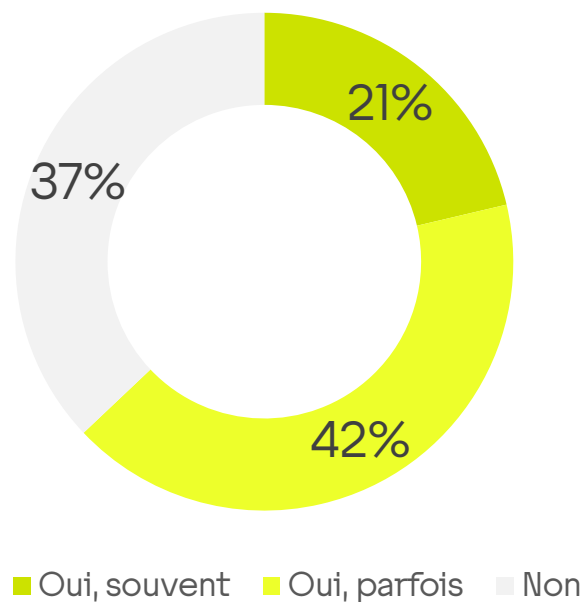
Ils sont **36%+** (vs 27%) à ne pas avoir confiance en la plupart des informations et **46%+** (vs 33%) à ne pas faire confiance aux journalistes.

→ **40%+** (vs 27%) pensent que les journalistes se trompent régulièrement

59% + (vs 46%)

Des Français « critiques » trouvent qu'il est difficile d'accéder à une information fiable. Et **60%+** (vs 55%) évitent volontairement le contact avec l'information.

/ Près de deux tiers des Français déclarent avoir déjà cessé de suivre un média parce qu'ils le jugeaient trop influencé par ses actionnaires.



63%

des Français ont déjà **cessé de suivre un média parce qu'ils le jugeaient trop influencé par ses actionnaires**

76%+ Les hyper-informés
68%+ Les retraités
67%+ CSP+
66%+ 35-59 ans

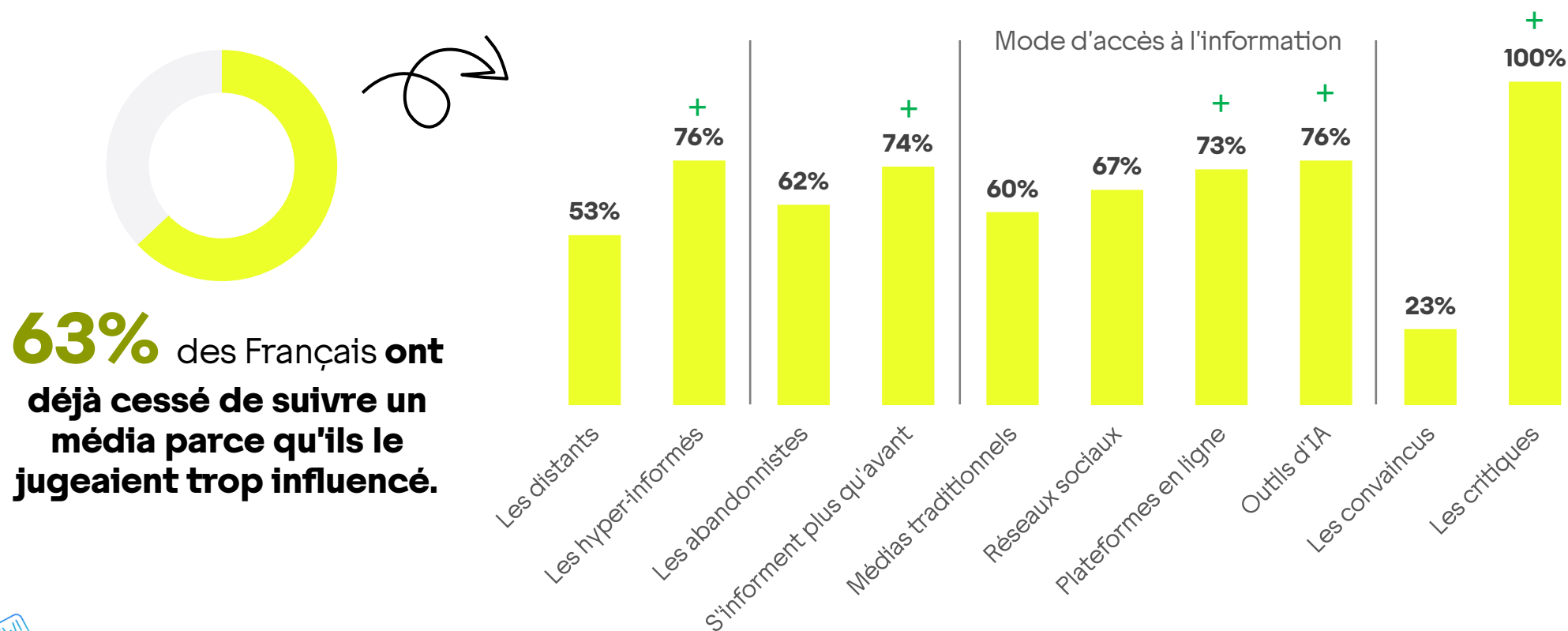
- Les 35-59 ans, les CSP+, les Franciliens, les hyperinformés et ceux qui s'informent en ligne sont plus nombreux à avoir déjà cessé de suivre un média car ils le jugeaient trop influencé.

NEW!

MEN2. Avez-vous déjà cessé de suivre un média (journal, chaîne TV, radio, site...) parce que vous le jugiez trop influencé par ses actionnaires (médiats publics, groupe privé, industriel, financier, etc.) ?

BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

/ Les Français s'informent plus qu'avant, les hyper-informés, les critiques, mais aussi ceux s'informent via les plateformes en ligne et les outils IA, sont sensiblement plus nombreux à avoir déjà cessé de suivre un média qu'ils jugeaient trop influencé.



63% des Français **ont déjà cessé de suivre un média parce qu'ils le jugeaient trop influencé.**

NEW!

MEN2. Avez-vous déjà cessé de suivre un média (journal, chaîne TV, radio, site...) parce que vous le jugiez trop influencé par ses actionnaires (médias publics, groupe privé, industriel, financier, etc.) ?



QUIZZ

Les Français connaissent-ils les actionnaires/propriétaires des médias français ?

Une question posée à la fin de la partie « Indépendance des médias »

Certains médias français appartiennent à des groupes privés ou publics.

Nous vous proposons de les associer à leur principal groupe ou actionnaire.

Glissez chaque média dans la colonne correspondant à son propriétaire.

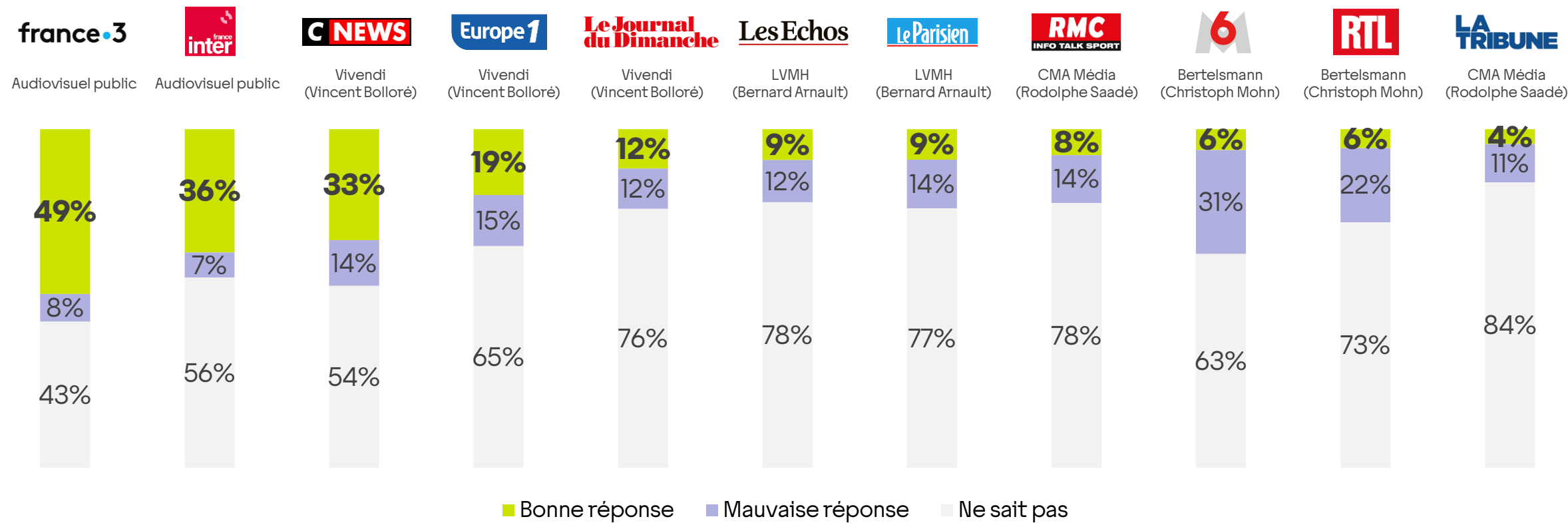
Une option « Je ne sais pas » est disponible si vous ne souhaitez pas vous prononcer



Réponses proposées :

- CMA Média – Rodolphe Saadé
- Vivendi – Vincent Bolloré
- Audiovisuel public – État français
- LVMH – Bernard Arnault
- Bertelsmann – Christoph Mohn
- Je ne sais pas

Une majorité des Français ignore à qui appartiennent les médias.



2 bonnes attributions
sur 11, en moyenne

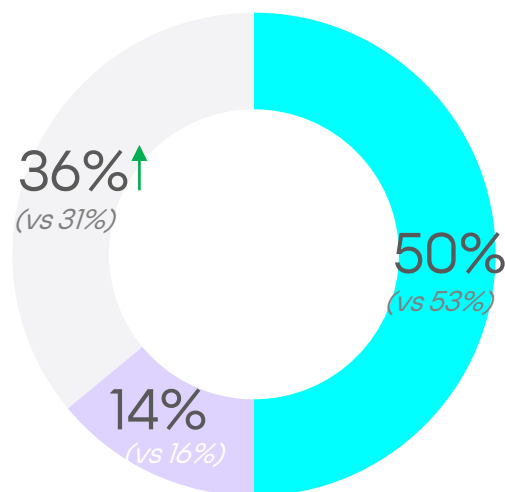
NEW!

quizMEN. Certains médias français appartiennent à des groupes privés ou publics. Nous vous proposons de les associer à leur principal groupe ou actionnaire.
BASE : Ensemble de la population (3377 individus)

ATTENTES VIS-À-VIS DE L'INFORMATION ET DES JOURNALISTES



Les Français préfèrent que les informations soient sélectionnées par une équipe éditoriale plutôt que par un algorithme.



- par une rédaction, des journalistes
- par un programme informatique, un algorithme
- cela m'est égal

59%+ Plus de 59 ans
53%+ Hyperinformés

50% (vs 53%)

des Français préfèrent
que leurs informations soient
**sélectionnées par une rédaction
ou des journalistes**

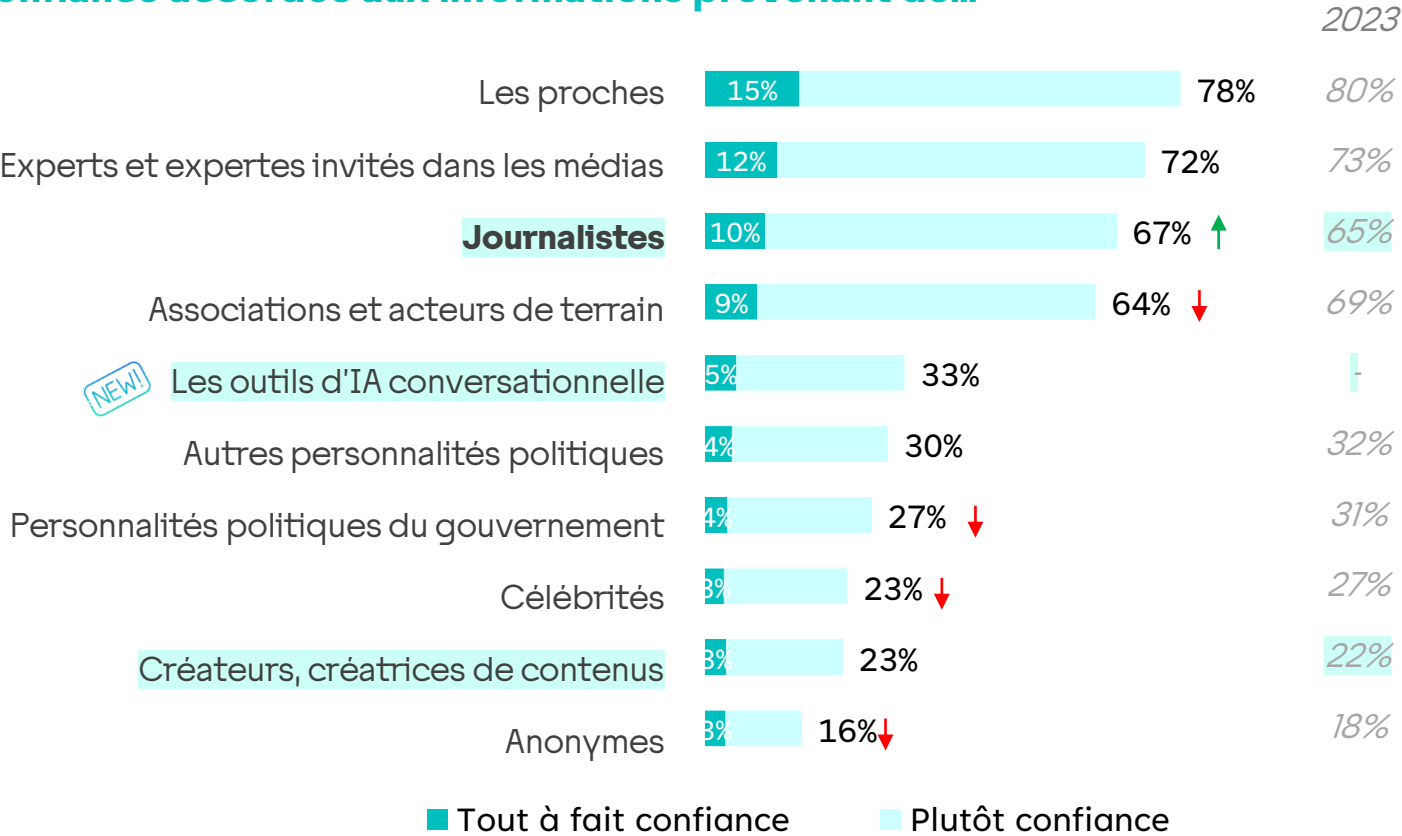
- Si la préférence pour la sélection éditoriale recule légèrement par rapport à 2023 (-3 points), elle reste largement dominante, traduisant un attachement persistant à l'expertise journalistique dans la hiérarchisation de l'information.

SELECT. Dans les médias, les sujets présentés sont sélectionnés par une rédaction, des journalistes, tandis que sur les réseaux sociaux, ils le sont généralement par des programmes informatiques (algorithmes). Vous préférez qu'on vous propose des informations sélectionnées ...

Base : Utilise les Réseaux Sociaux (2039)

Les journalistes, une source jugée parmi les plus fiables, avec une confiance en hausse par rapport à la dernière mesure.

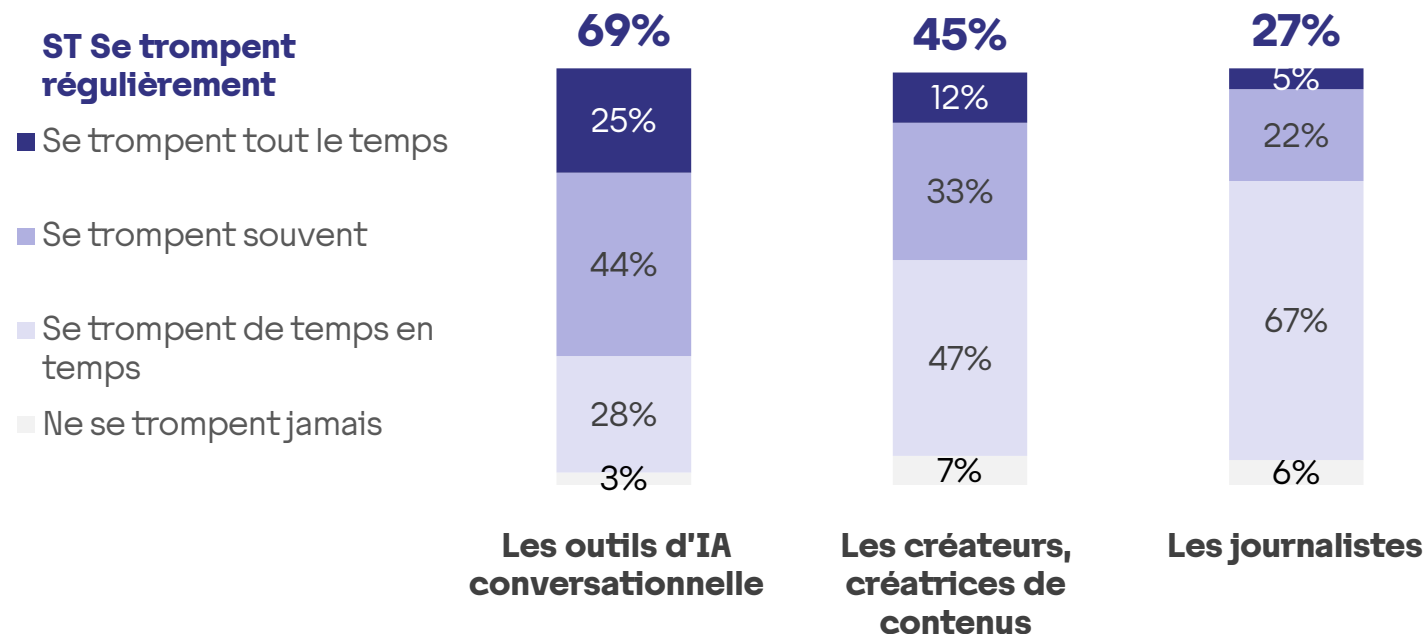
Confiance accordée aux informations provenant de...



- Une confiance d'autant plus grande envers **les journalistes** chez les CSP+ (73%), les franciliens (72%), les hyper-informés (70%), ceux qui s'informent plus qu'auparavant (72%) et les convaincus de l'indépendance des médias (76%).
- **Les outils d'IA** sont plus dignes de confiance chez les moins de 25 ans (57%), 25-34 ans (41%), les CSP- (43%), les hyper-informés (43%), ceux qui s'informent plus qu'auparavant (42%), ceux qui s'informent principalement via les réseaux sociaux (45%), et via une IA (56%).
- **Les créateurs de contenus** inspirent davantage confiance chez les moins de 25 ans (46%), les 25-34 ans (36%), les CSP- (35%), les hyper-informés (29%), ceux qui s'informent plus qu'auparavant (32%), ceux qui s'informent principalement via les réseaux sociaux (40%), via les plateformes (50%), via l'IA (34%).

Les journalistes sont aussi la source jugée comme la moins sujette aux erreurs.

Perception de la fréquence d'erreur



- Les Français qui jugent que **les journalistes** se trompent régulièrement sont davantage des CSP- (29%), les abandonnistes (40%), ceux qui s'informent principalement via les réseaux sociaux (32%) et les critiques de l'indépendance des médias (40%).
- Les créateurs de contenus** sont perçus comme faisant plus d'erreur par les plus de 59 ans (86%), les inactifs (81%), les distants (71%) et les critiques de l'indépendance des médias (49%).
- Enfin, les Français qui pensent que **les outils d'IA** se trompent plus sont les plus de 59 ans (58%), les inactifs (54%), les distants (51%), les abandonnistes (55%) et les critiques de l'indépendance des médias (49%). À l'inverse, les plus jeunes font plus confiance à l'IA.

NEW!

INF4. Et diriez-vous que ...
BASE : Info générale et politique (2939)

Les Français continuent de croire aux missions et valeurs de la profession de journaliste

ATTENTES ENVERS LES JOURNALISTES

Fournir des informations **fiables et vérifiées**

Détecter les fausses nouvelles et **lutter contre leur propagation**

Permettre que **tous les points de vue s'expriment librement**

Rester neutres en toutes circonstances

NEW! Maintenir une **indépendance** vis-à-vis des pouvoirs politiques et économiques

Révéler les grands scandales politiques ou financiers

Donner **la parole à tout le monde** y compris les minorités

Sélectionner et hiérarchiser les informations les plus importantes

Expliquer comment ils **choisissent et fabriquent les informations**

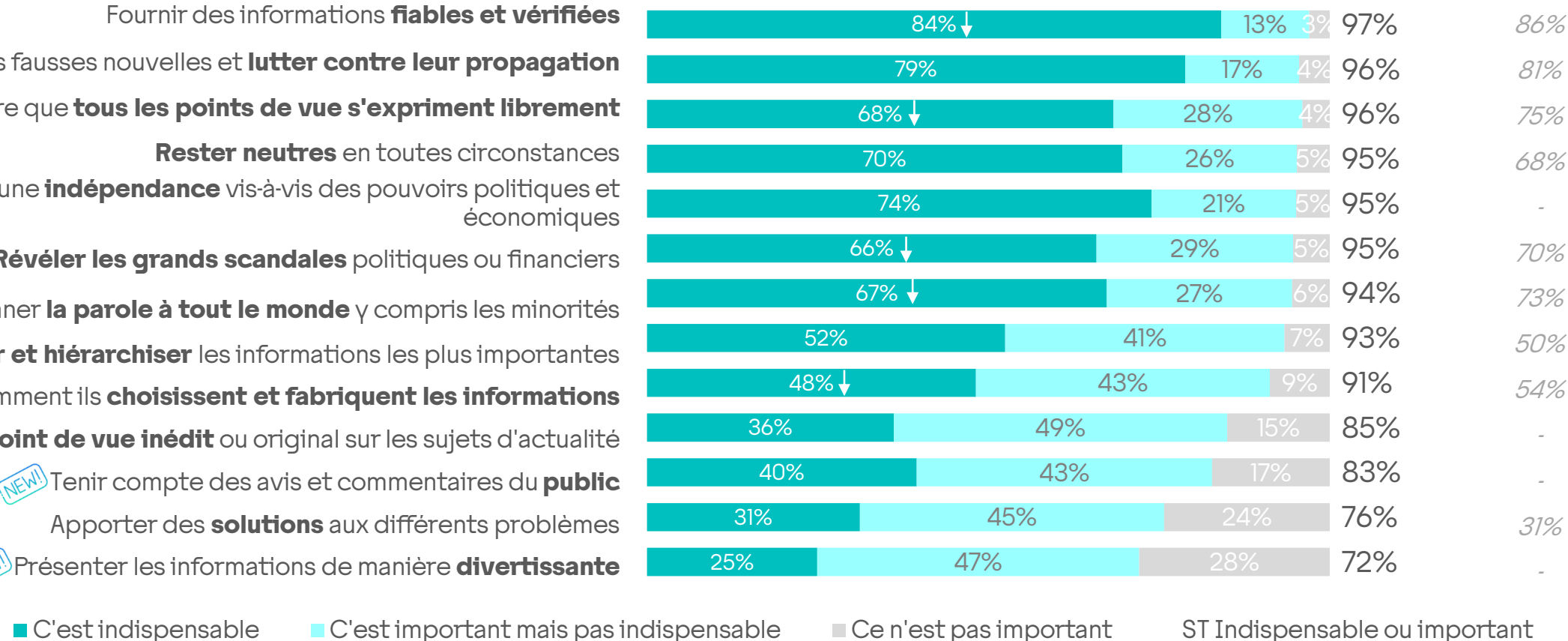
NEW! Offrir un **point de vue inédit** ou original sur les sujets d'actualité

NEW! Tenir compte des avis et commentaires du **public**

Apporter des **solutions** aux différents problèmes

NEW! Présenter les informations de manière **divertissante**

2023
(C'est indispensable)



■ C'est indispensable

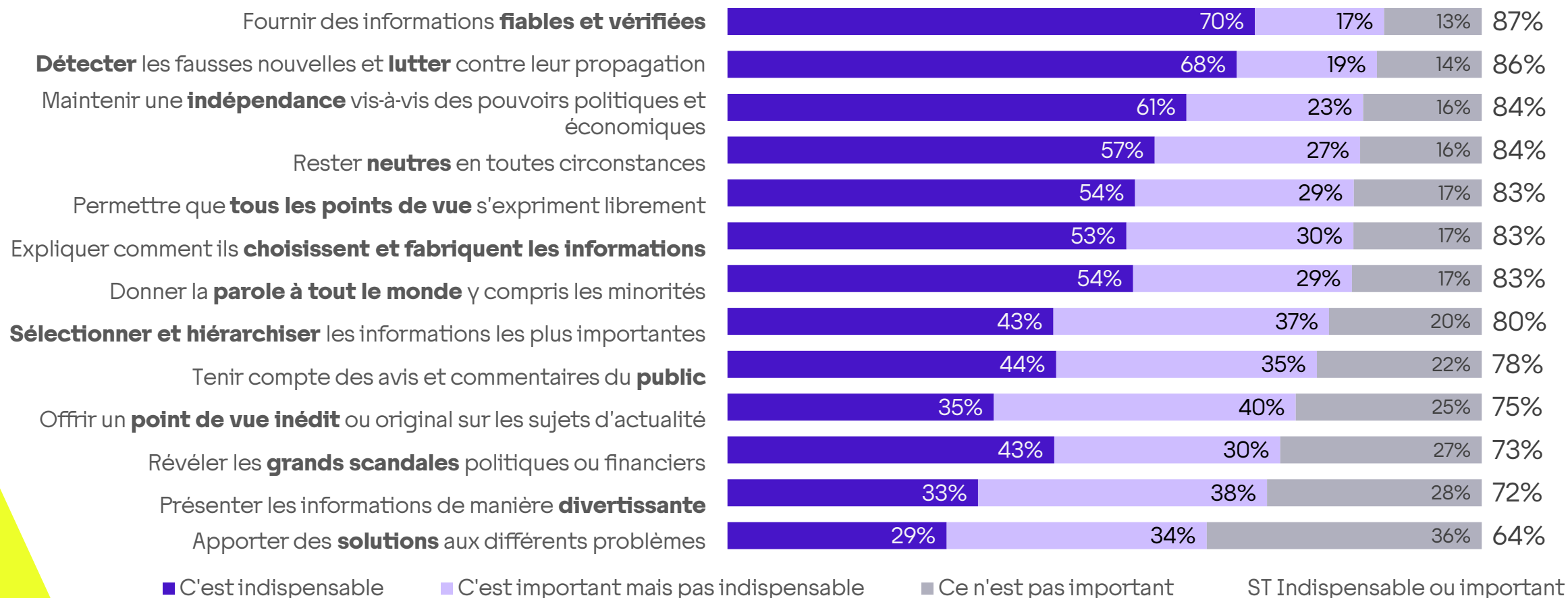
■ C'est important mais pas indispensable

■ Ce n'est pas important

ST Indispensable ou important

Ils attendent des créateurs de contenus de la fiabilité, d'aider à détecter les fausses informations et de rester indépendants.

ATTENTES ENVERS LES CRÉATEURS, CRÉATRICES DE CONTENUS



NEW!

ATTENTES CRÉATEURS. Pour vous, les créateurs de contenus (YouTubeurs, Streamers, Influenceurs) doivent

BASE : Info générale et politique (2796)

Si les Français sont plus exigeants avec les journalistes, ils attendent de leur part comme de celle des créateurs de contenus de lutter contre la désinformation, ainsi qu'une forme de neutralité.

	ATTENTES ENVERS LES JOURNALISTES	ATTENTES ENVERS LES CRÉATEURS DE CONTENUS	Delta en faveur des journalistes
Fournir des informations fiables et vérifiées	84% +	70%	+14
Détecter les fausses nouvelles et lutter contre leur propagation	79% +	68%	+11
Maintenir une indépendance vis-à-vis des pouvoirs politiques et économiques	74% +	61%	+13
Rester neutres en toutes circonstances	70% +	57%	+13
Permettre que tous les points de vue s'expriment librement	68% +	54%	+14
Donner la parole à tout le monde y compris les minorités	67% +	54%	+14
Révéler les grands scandales politiques ou financiers	66% +	43%	+23
Sélectionner et hiérarchiser les informations les plus importantes	52% +	43%	+9
Expliquer comment ils choisissent et fabriquent les informations	48%	53% +	-5
Tenir compte des avis et commentaires du public	40%	44% +	-4
Offrir un point de vue inédit ou original sur les sujets d'actualité	36%	35%	1
Apporter des solutions aux différents problèmes	31%	29%	2
Présenter les informations de manière divertissante	25%	33% +	-8

SYNTHÈSE



/ Un intérêt fort pour l'information

Une **large majorité** des Français continue de **s'intéresser à l'information** politique et générale, en premier lieu pour **suivre les grands événements** de l'actualité.

La volonté de **comprendre le monde**, de **s'instruire** et de **se cultiver** figurent également parmi leurs principales motivations.

Même si les Français se considèrent **globalement bien informés**, leur connaissance réelle de l'actualité reste toutefois inégale.



/ Une légère contraction de la consommation de l'information et une propension à payer limitée

Une partie des Français déclare **s'informer moins qu'auparavant** et **éviter les actualités**, préférant consacrer leur temps à d'autres activités, une tendance encore **plus marquée chez les jeunes**.

Si certains ont payé pour accéder à l'information au cours de l'année écoulée, **l'accès gratuit reste majoritaire**.



/ Mode d'accès à l'information : entre pluralité des médias et bascule générationnelle vers le digital

La quasi-totalité des Français s'informe encore **quotidiennement**. La télévision reste le mode d'accès principal à l'information pour une part significative de la population, même si **les plus jeunes privilégient davantage les réseaux sociaux** et les plateformes en ligne.

Les **outils d'intelligence artificielle effectuent en parallèle une percée rapide** et sont d'ores et déjà utilisés régulièrement par une part significative de la population.



/ Une confiance dans l'information qui reste fragile

Une moitié des Français juge qu'il est **facile d'accéder à une information fiable**, tandis qu'une autre exprime régulièrement des **doutes sur la fiabilité des contenus** qu'elle consulte.

Les principales raisons évoquées sont les **pressions politiques sur les médias** et la **propagation de la désinformation**.



/ Une indépendance des médias remise en cause par une partie des Français

Une part significative des Français indiquent avoir **déjà cessé de suivre un média** parce qu'ils le jugeaient **trop influencé** par ses actionnaires.

Pour autant, lorsqu'on les interroge sur leur **connaissance de l'actionnariat** des principaux médias, ils sont une large majorité à **ne pas pouvoir se prononcer**.



/ Des attentes fortes vis-à-vis de l'information : fiabilité, vérification et indépendance

Dans ce contexte de défiance, les Français maintiennent des attentes élevées à l'égard des journalistes, notamment pour fournir une **information fiable et vérifiée**, et aider à **débunker les fausses informations**.

Ils attendent également des médias qu'ils restent **indépendants des pouvoirs politiques et économiques** et qu'ils **fassent preuve de neutralité** dans le traitement de l'actualité.

ANNEXES



Les cibles clés (1/2)



Intérêt pour l'information : *les Distants (45%) vs. les Hyper-informés (38%)*

Cibles construites à partir d'un scoring de la variable :

NEWS1 – Nombre de moyen d'accéder à l'information de façon quotidienne (entre 0 et 9)

Les Distants = 1er quintile (ceux qui s'informent via peu de modes d'accès et/ou peu de fois dans la journée).

Les Hyper-informés = 5ème quintile (ceux qui s'informent via beaucoup de modes d'accès et/ou souvent dans la journée)



Dynamique d'information : *Ceux qui s'informent plus qu'auparavant (28%) vs. les Abandonnistes (12%)*

À partir de la question DYN1 Dynamique d'information

ST s'informent plus qu'auparavant = « Un peu plus qu'avant » ou « Beaucoup plus qu'avant »

Abandonnistes = « Beaucoup moins qu'avant » ou « J'ai complètement arrêté »



Mode d'accès global à l'information : *Ceux qui utilisent les outils d'IA au moins une fois par mois (24%)*

À partir de la question :

NEWS1 – À quelle fréquence avez-vous l'habitude de vous informer...

Outils d'IA = ceux qui utilisent les outils d'IA conversationnelle (Chatgpt, Copilot, ...) pour s'informer **au moins une fois par mois**.

Les cibles clés (2/2)



Mode d'accès principal à l'information : Médias éditorialisés (61%) vs. Réseaux sociaux (15%) vs. Plateformes en ligne (4%)

À partir de la question :

NEWSIBIS – Et parmi les modes d'information que vous avez cités lequel est votre principal moyen de vous informer ?

Médias éditorialisés = ceux qui s'informent principalement via la télévision, la radio ou la presse écrite.

Réseaux sociaux = ceux qui s'informent principalement via les Réseaux sociaux (Facebook, X (anciennement Twitter), TikTok, LinkedIn ...).

Plateformes en ligne = ceux qui s'informent principalement via les plateformes en ligne (YouTube, Twitch, ...).



Indépendance des médias : les Convaincus (25%) vs. les Critiques (27%)

Cibles construites à partir d'un scoring des variables :

MEN1 – Indépendance ou dépendance des médias : score de 1 attribué pour chaque modalité 2 sélectionnée (média soumis au gouvernement ou aux intérêts de son propriétaire).

MEN2 – Fréquence de cessation de suivi d'un média jugé trop influencé par ses actionnaires : score attribué : Oui, souvent= 3, Oui, parfois= 2

Les convaincus de l'indépendance des médias = Score total inférieur à 3 (ceux qui estiment que les médias sont indépendants).

Les critiques de l'indépendance des médias = Score total supérieur à 4 (ceux qui estiment que les médias sont soumis au gouvernement ou aux intérêts de leur propriétaire)

WWW.ARCOM.FR