

pour

CMAMEDIA

Les Français et l'avenir de la presse

Quelles sont aujourd'hui les pratiques des Français en matière d'information ? Quel regard portent-ils plus particulièrement sur la presse et quelles attentes projettent-ils pour l'avenir ?

Mai 2026

Magalie Gérard, Directrice adjointe du Département Politique – Opinion

Sylvain Reich, Directeur conseil au Département Politique – Opinion

Hadrien Gouttefangeas, Chargé d'études senior au Département Politique – Opinion



Méthodologie d'enquête

P.3

1

Pratiques globales des Français en matière d'information

P.5

2

Usages et rapport des Français à la presse

P.14

3

Image de la presse

P.20

4

Risques et opportunités perçus pour l'avenir de la presse

P.29



Terrain

Enquête réalisée **en ligne** du **7 au 11 mai 2026**.



Echantillon

Échantillon de **1 059** personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



Quotas

Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille d'agglomération de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

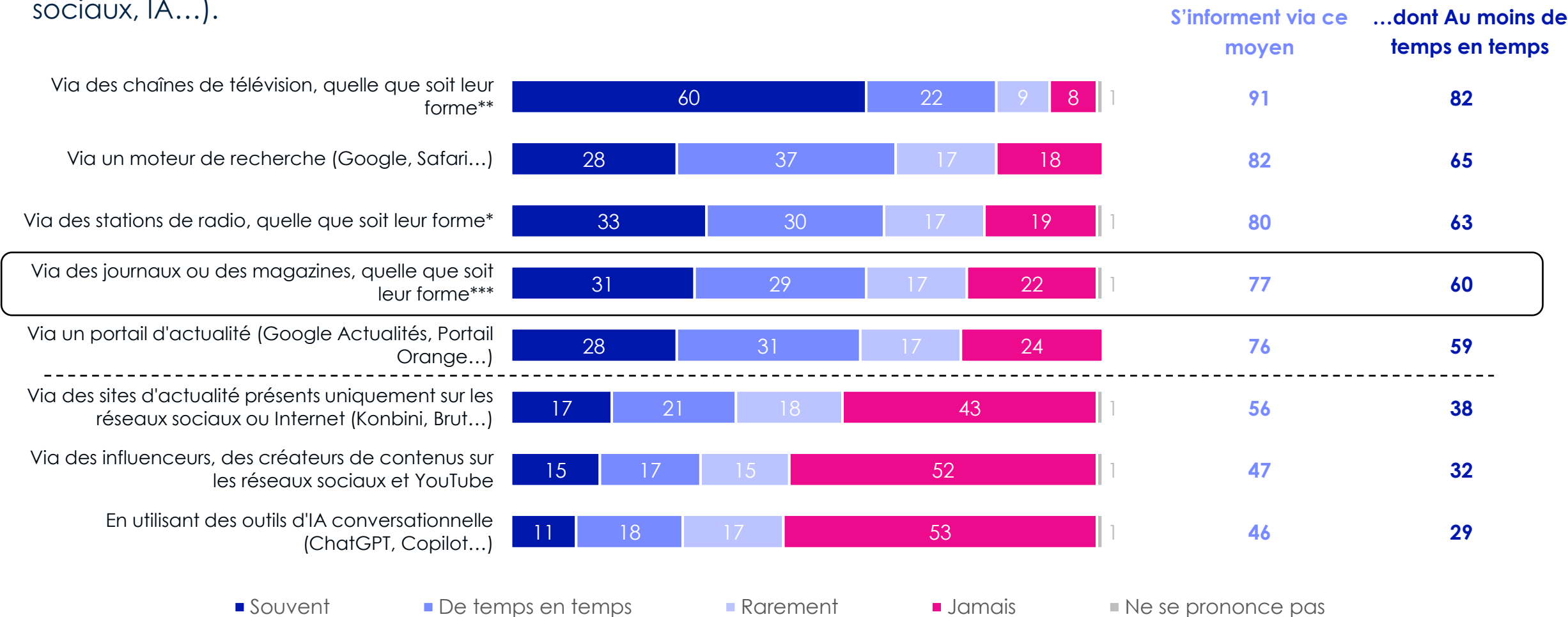
| Taille de l'échantillon | 5% ou 95% | 10% ou 90% | 20% ou 80% | 30% ou 70% | 40% ou 60% | 50% |
|-------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|-----|
| 100 interviews | 4,4 | 6,0 | 8,0 | 9,2 | 9,8 | 10 |
| 200 interviews | 3,1 | 4,3 | 5,7 | 6,5 | 6,9 | 7,1 |
| 300 interviews | 2,5 | 3,5 | 4,6 | 5,3 | 5,7 | 5,8 |
| 400 interviews | 2,2 | 3,0 | 4,0 | 4,6 | 4,9 | 5,0 |
| 500 interviews | 2,0 | 2,7 | 3,6 | 4,1 | 4,4 | 4,5 |
| 600 interviews | 1,8 | 2,4 | 3,3 | 3,8 | 4,0 | 4,1 |
| 800 interviews | 1,5 | 2,1 | 2,8 | 3,2 | 3,4 | 3,5 |
| 1 000 interviews | 1,4 | 1,8 | 2,5 | 2,9 | 3,0 | 3,1 |
| 2 000 interviews | 1,0 | 1,3 | 1,8 | 2,1 | 2,2 | 2,3 |
| 3 000 interviews | 0,8 | 1,1 | 1,5 | 1,7 | 1,8 | 1,8 |
| 4 000 interviews | 0,7 | 0,9 | 1,3 | 1,5 | 1,6 | 1,6 |
| 6 000 interviews | 0,6 | 0,8 | 1,1 | 1,3 | 1,4 | 1,4 |

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 point).

Pratiques globales des Français en matière d'information

La presse reste une source d'information de référence auprès de l'ensemble des générations de Français, comme les autres médias traditionnels (télévision, radio). Elle est cependant un peu plus en retrait chez les 18-24 ans, fortement concurrencée par les médias numériques et notamment les formats courts des réseaux sociaux.

Environ 3/4 de la population indique s'informer via la presse, et 6 Français sur 10 déclarent en avoir même une utilisation régulière. Si la radio, les moteurs de recherche et surtout la télévision sont davantage utilisés, la presse reste plus populaire que les médias les plus récents (réseaux sociaux, IA...).



A quelle fréquence avez-vous l'habitude de vous informer sur l'actualité... ?

Base : A tous, en %

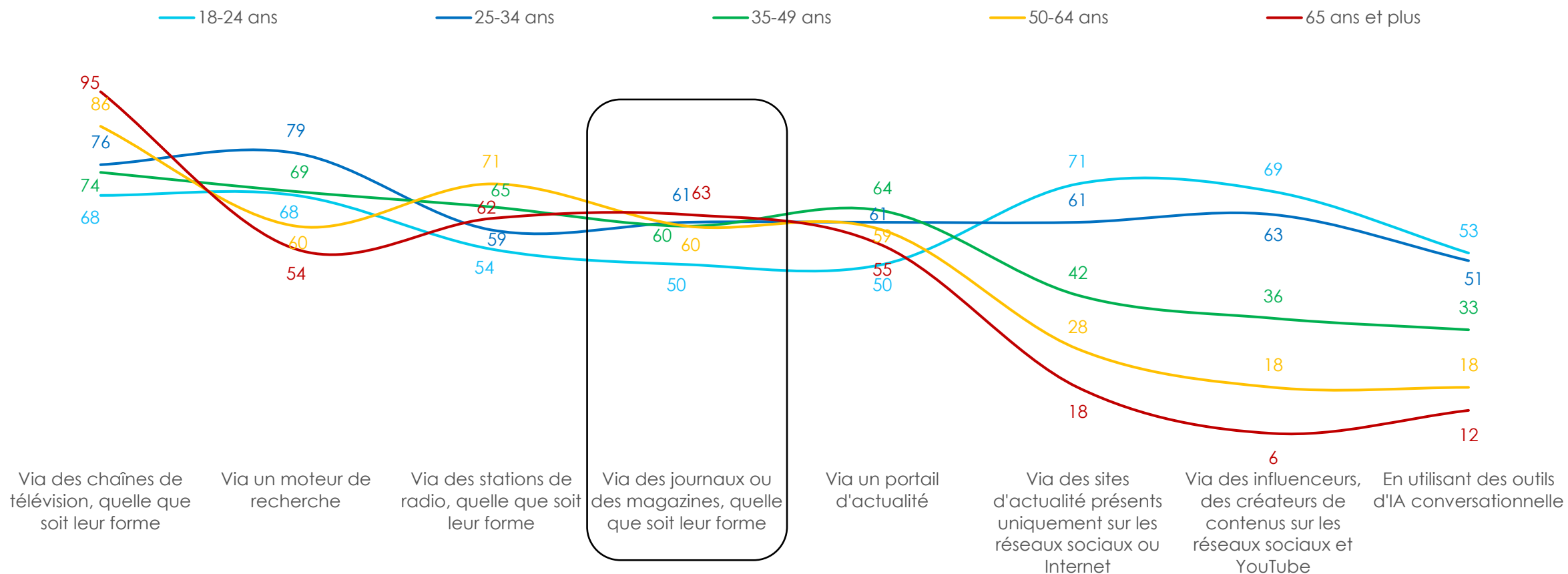
*(autoradio, réseaux sociaux, sites, applications, podcasts...)

** (téléviseur en direct ou en replay, réseaux sociaux, sites, applications...)

*** (papier, réseaux sociaux, sites, applications, podcasts...)

Les Français les plus âgés sont une large majorité à utiliser la télévision pour s'informer sur l'actualité et ont peu recours aux réseaux sociaux et à l'IA, quand les plus jeunes ont eux une utilisation plus diversifiée des différents types de médias.

S'informent au moins de temps en temps...

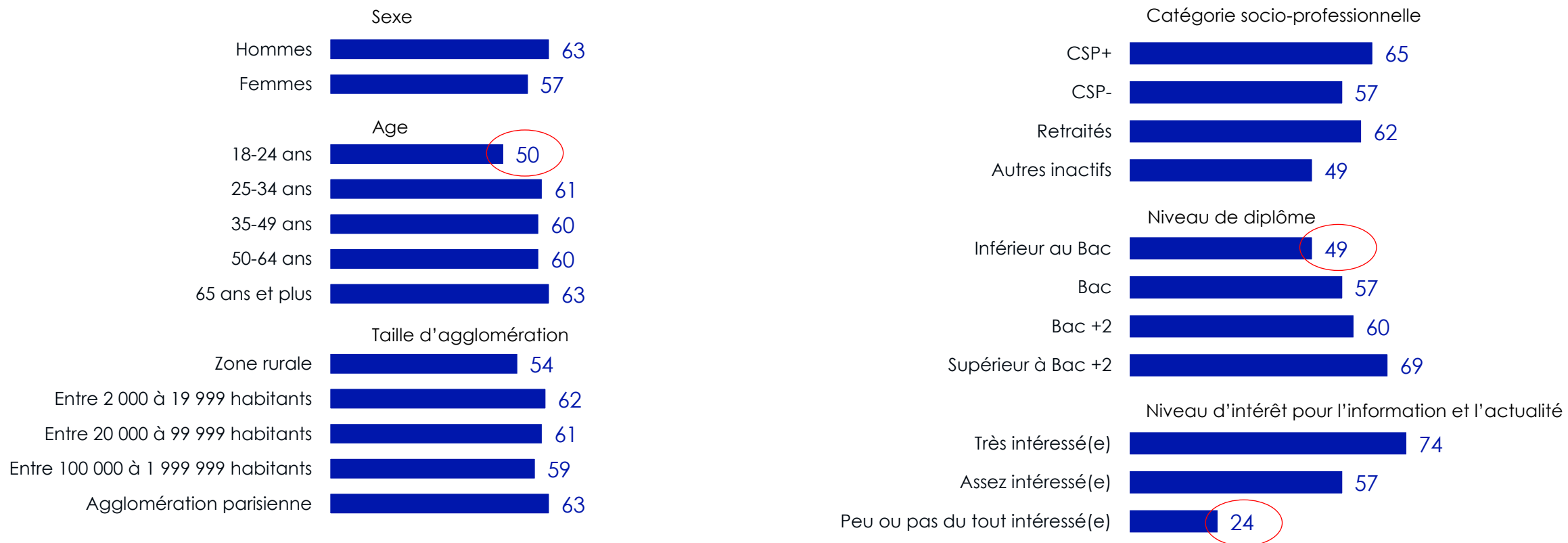


A quelle fréquence avez-vous l'habitude de vous informer sur l'actualité... ?

Base : A tous, en % de réponses « *Au moins de temps en temps* »

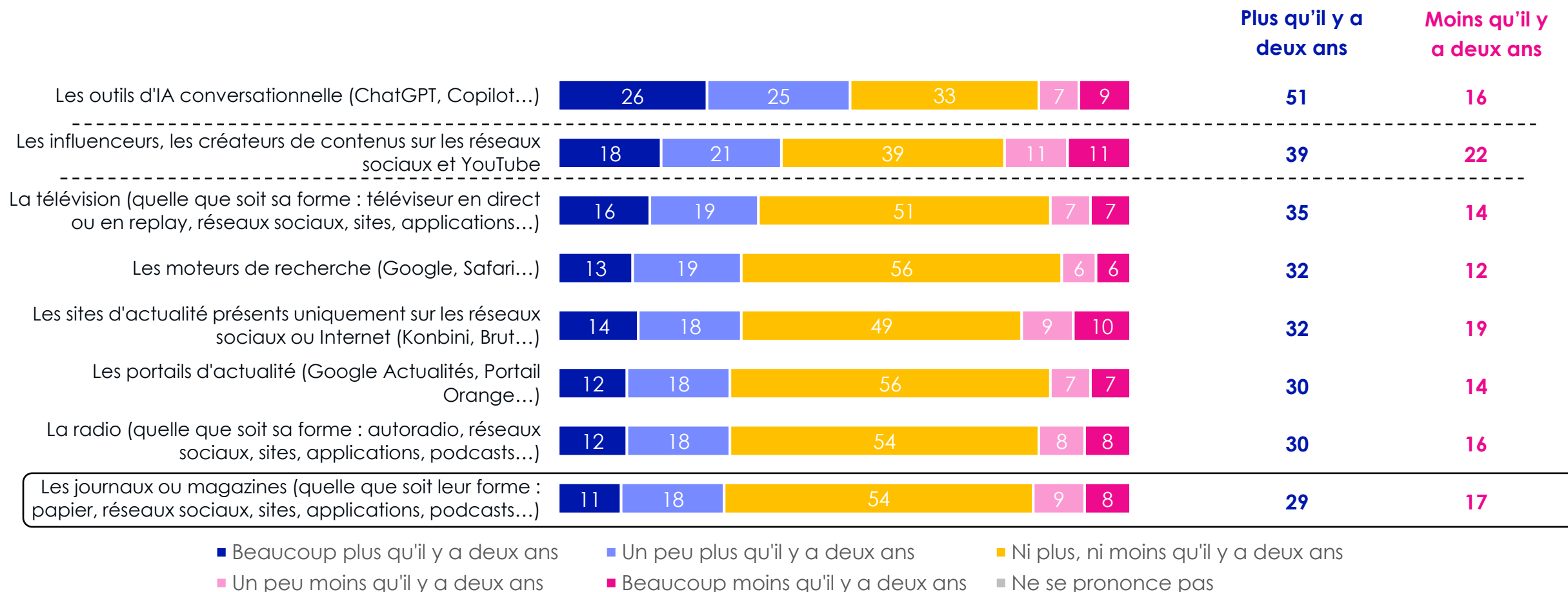
Plus précisément, si l'utilisation régulière des journaux et magazines pour s'informer sur l'actualité traverse la majorité des catégories de la population, les 18-24 ans, les moins diplômés et ceux qui portent le moins d'intérêt à l'actualité ont moins recours à ce type de médias que la moyenne.

60% des Français déclarent **au moins de temps en temps** s'informer sur l'actualité via des journaux ou magazines, quelle que soit leur forme



A quelle fréquence avez-vous l'habitude de vous informer sur l'actualité... ?
 Base : A tous, en % de réponses « Au moins de temps en temps »

Les outils d'intelligence artificielle et dans une moindre mesure des influenceurs et créateurs de contenus, sont davantage utilisés pour s'informer qu'il y a deux ans par les Français. La fréquence d'utilisation des autres médias (dont la presse) est plutôt restée stable.



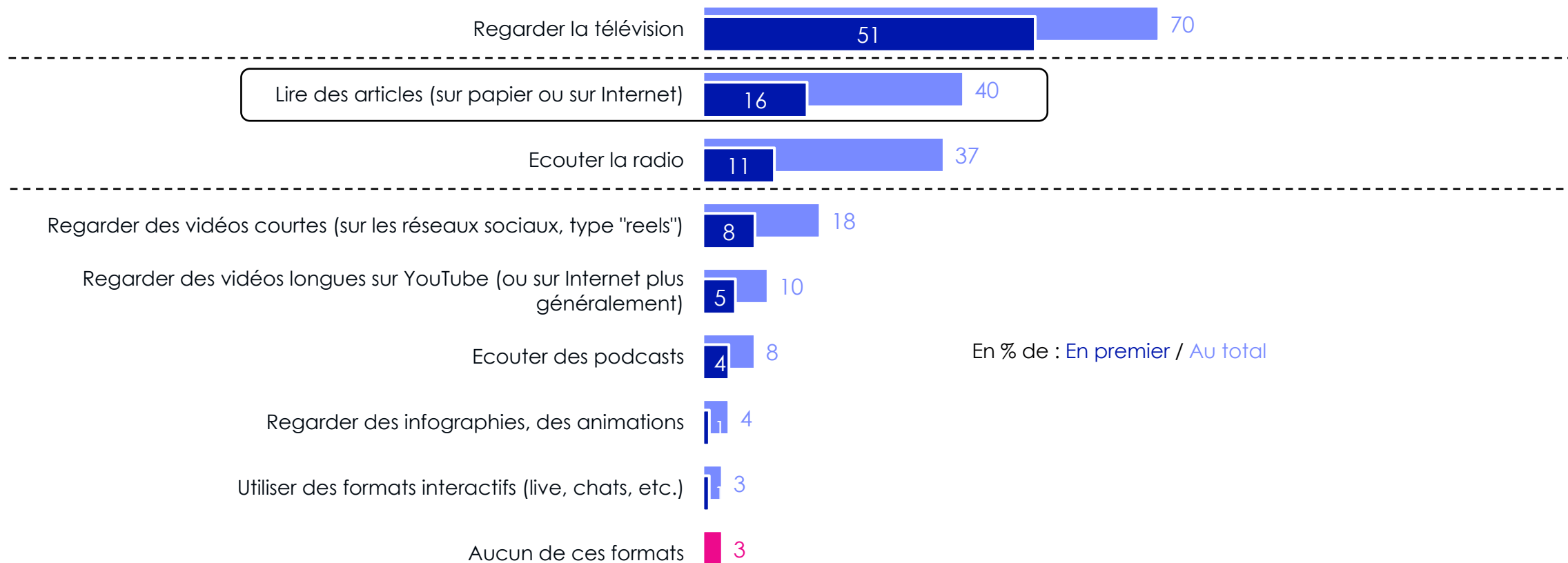
De manière générale, concernant la plupart de ces médias, les Français âgés de moins de 35 ans se montrent beaucoup plus volatiles que la moyenne en matière d'évolution de leur utilisation, que ce soit à la hausse ou à la baisse.

Et au cours des deux dernières années, avez-vous plus ou moins utilisé les moyens suivants pour vous informer sur l'actualité ?

Base : A ceux qui déclarent utiliser ces différents moyens pour s'informer sur l'actualité, en %

Dans un paysage médiatique élargi, la télévision reste le moyen d'information sur l'actualité préféré des Français, loin devant la presse et la radio.

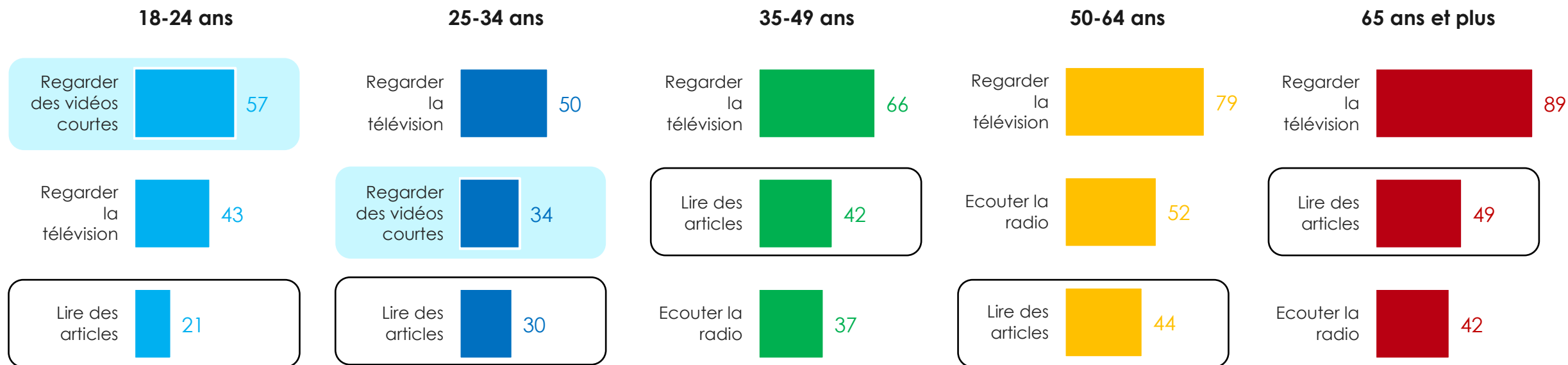
Moyens préférés d'information sur l'actualité



Pour vous informer sur l'actualité, vous préférez... ? Et en deuxième ?
Base : A tous, en %

Télévision et lecture d'articles figurent parmi les trois moyens d'information préférés des Français toutes générations confondues. La radio complète ce trio chez les personnes âgées de 35 ans et plus, quand le visionnage de vidéos courtes s'impose largement chez les plus jeunes (et notamment chez les 18-24ans)

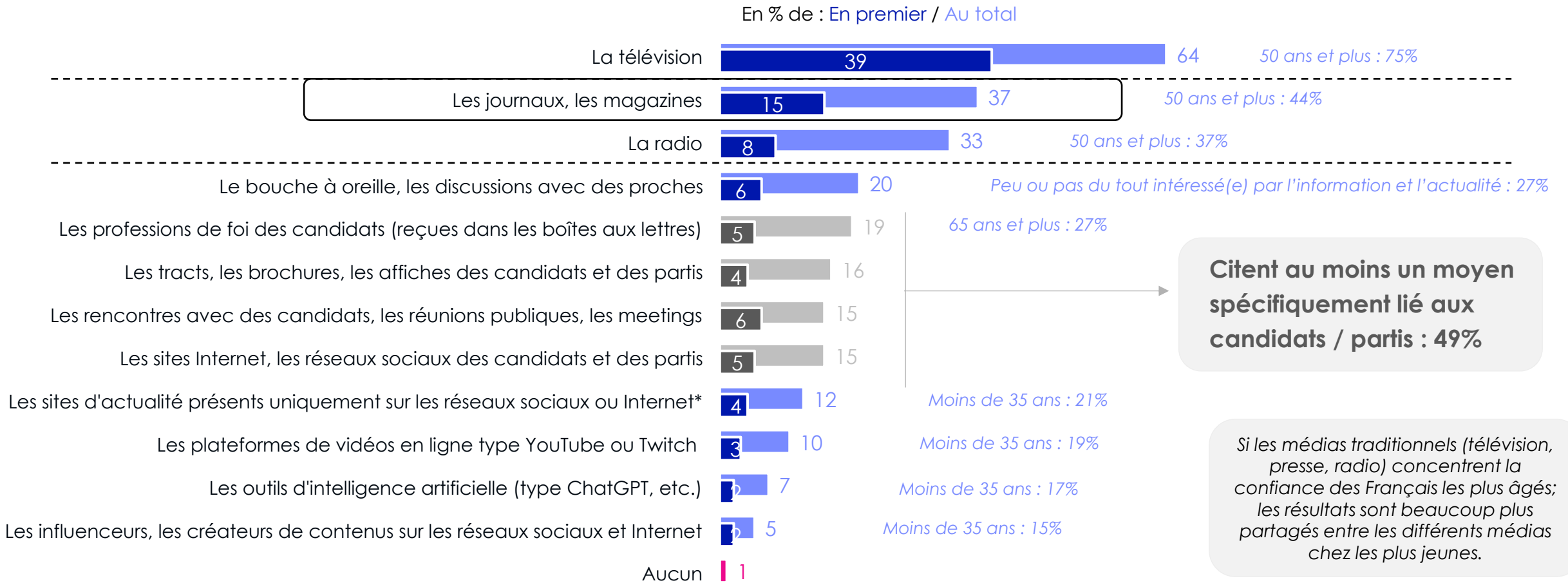
Top 3 des moyens d'information sur l'actualité préférés par tranches d'âge



Pour vous informer sur l'actualité, vous préférez... ? Et en deuxième ?
 Base : A tous, en % de réponses « Au total »

Dans le cadre de la campagne présidentielle de 2027, les médias traditionnels (télévision, presse, radio) sont également ceux auxquels les Français accordent le plus de confiance pour s'informer, devant les moyens liés directement aux candidats et aux partis et les médias numériques (nettement plus mobilisés par les plus jeunes que la moyenne).

Moyens d'informations recueillant le plus de confiance pour s'informer sur la campagne présidentielle



Parmi les moyens suivants, auquel faites-vous le plus confiance pour vous informer sur la campagne présidentielle à venir en 2027... ? Et en deuxième ? Et en troisième ?
Base : A tous, en %

*(Konbini, Brut...)

L'affaire Epstein et les actualités autour de la guerre en Iran constituent les « gros coups » journalistiques ayant le plus marqué les Français au cours des 12 derniers mois

Evocations de « gros coups » journalistiques marquants au cours des 12 derniers mois

« L'affaire Epstein. »

« Le déclenchement de la guerre entre Israël / les Etats-Unis et l'Iran. »



« Les différents procès de Nicolas Sarkozy. »

« Les actions de Donald Trump et de son administration. »

Le nuage de mots est automatiquement généré à partir de l'exhaustivité des réponses spontanées à la question ouverte. La taille d'un mot dans le visuel représente sa fréquence d'utilisation : le mot écrit en plus gros caractères est celui qui a été le plus utilisé par les sondés dans leurs réponses. L'emplacement d'un mot au sein du nuage n'a pas de signification particulière, pas plus que sa couleur.

Ces 12 derniers mois, quel « gros coup » journalistique (affaires, révélations, etc.) vous a le plus marqué ?

Question ouverte, réponses spontanées

Base : A tous

Usages et rapport des Français à la presse

Si la presse reste une source d'information importante pour les Français, elle n'est véritablement centrale que pour une minorité d'entre eux. Par ailleurs, le format papier, support principal de consultation avec le site internet, reste plébiscité par les plus âgés, quand les plus jeunes ont une demande d'alternatives plus prononcée (formats « réseaux sociaux », visuels, etc.)

Si 2/3 des Français indiquent que la presse est une source d'information importante pour eux, seuls 1 sur 5 en fait sa principale source d'information.

Rapport à la presse des Français qui l'utilisent pour s'informer (soit 77% de la population)



C'est une source d'information principale ou importante : 66%

CSP+ : 72%

Très intéressé(e) par l'information et l'actualité : 74%

18-24 ans : 58%

C'est une source d'information secondaire ou d'appoint : 25%

18-24 ans : 33%

Pas intéressé(e) par l'information et l'actualité : 30%

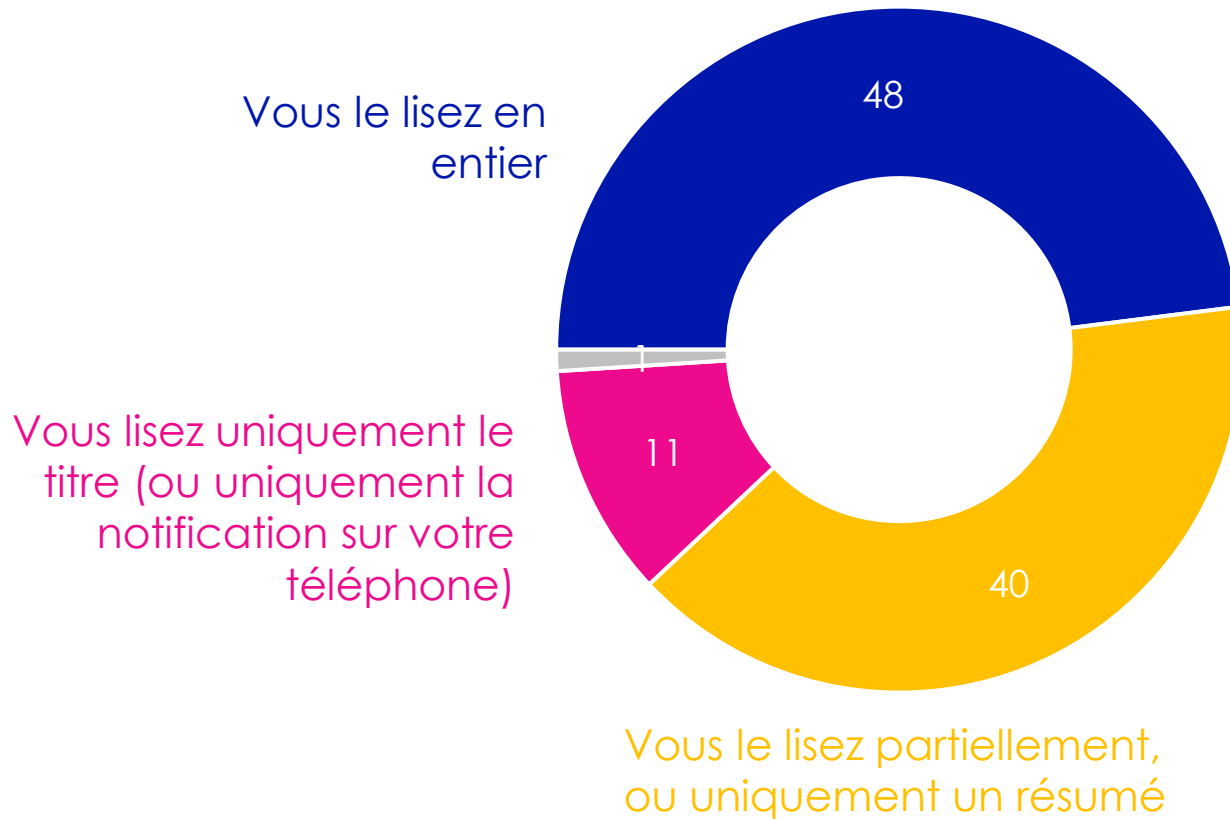
18-24 ans : 6%

Globalement, quelle utilisation avez-vous de la presse (quelle que soit sa forme : papier, réseaux sociaux, sites, applications, podcasts...) pour vous informer sur l'actualité ?

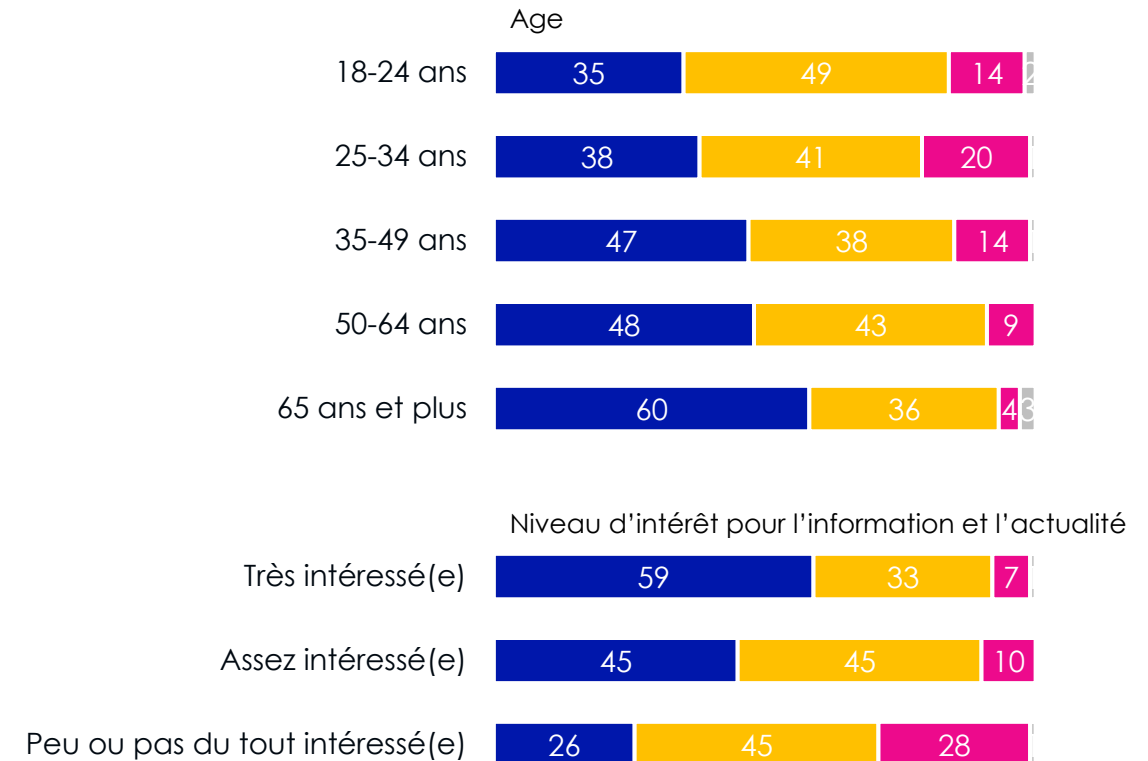
Base : A ceux qui déclarent s'informer via des journaux ou magazines, en %

Quand les Français consultent un article d'actualité, environ 1 sur 2 déclare le plus souvent le lire en entier. L'autre moitié indique plutôt le lire partiellement ou uniquement le titre, des pratiques nettement plus élevées chez les moins de 35 ans

Lorsque vous consultez un article d'actualité, le plus souvent...



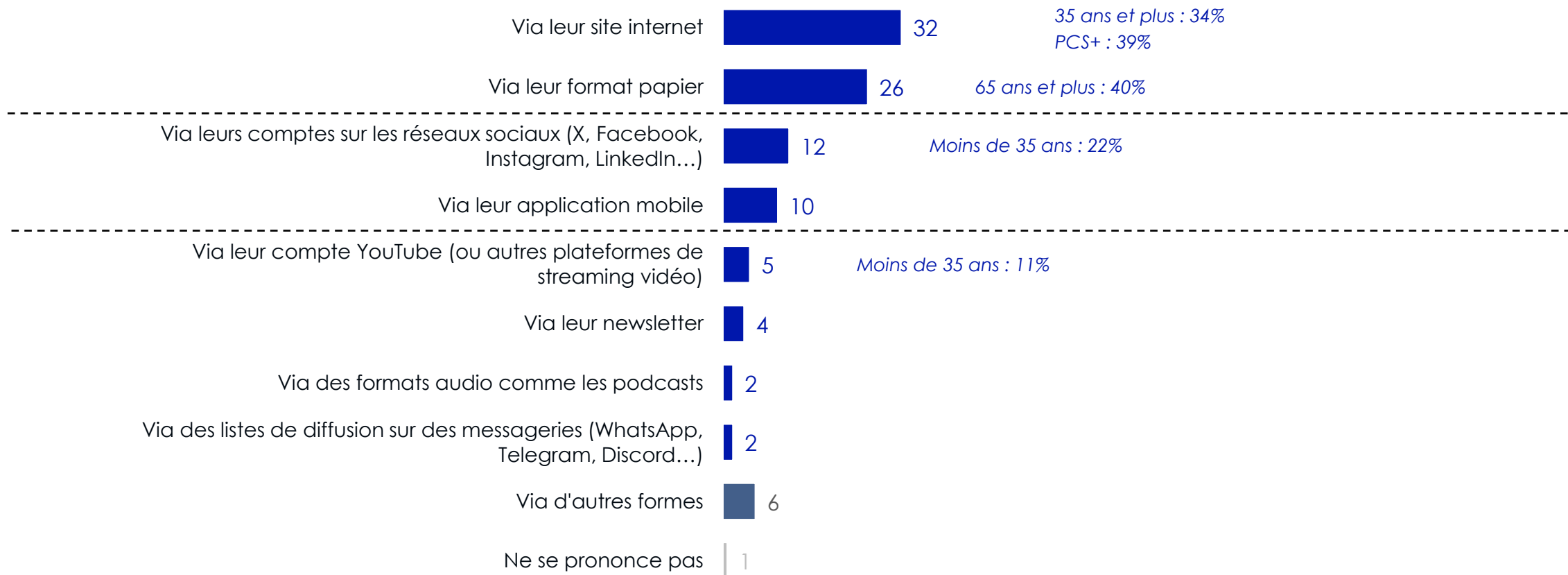
En % de : En entier / Partiellement / Uniquement le titre ou la notification / Ne se prononce pas



Lorsque vous consultez un article d'actualité, que faites-vous le plus souvent ?
Base : A tous, en %

Lorsqu'ils consultent la presse, les Français utilisent principalement deux formats : le site internet (notamment les plus jeunes) et le format papier (surtout chez les plus de 65 ans). Les comptes sur les réseaux sociaux et les applications mobiles sont néanmoins utilisés par une part non-marginale de la population.

Formes principales de consultation de la presse pour s'informer sur l'actualité



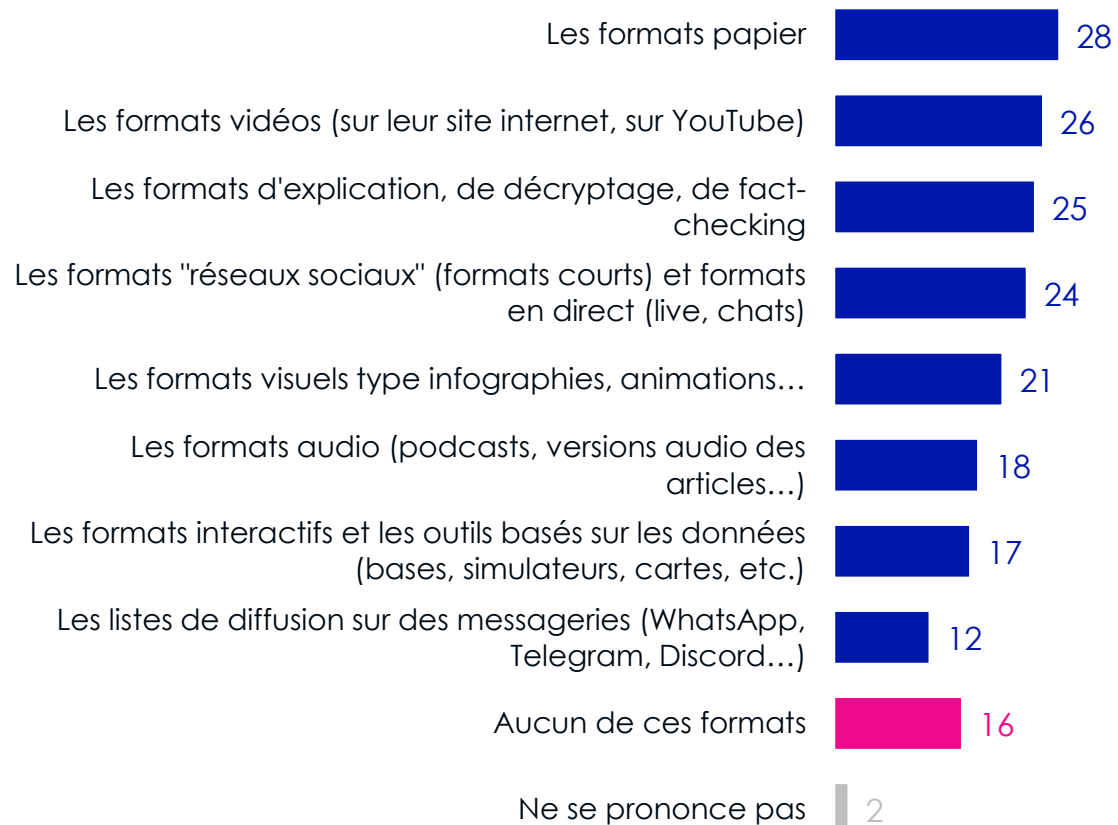
Et sous quelle forme consultez-vous le plus souvent les journaux et magazines pour vous informer sur l'actualité ?

Une seule réponse possible

Base : A ceux qui déclarent s'informer via des journaux ou magazines au moins rarement, en %

Les Français se montrent très partagés au sujet des formats à développer par la presse pour rester un acteur central de l'information : ils sont autant à citer les formats papier que les formats vidéo, d'explication et de fact-checking, ou les formats « réseaux sociaux ».

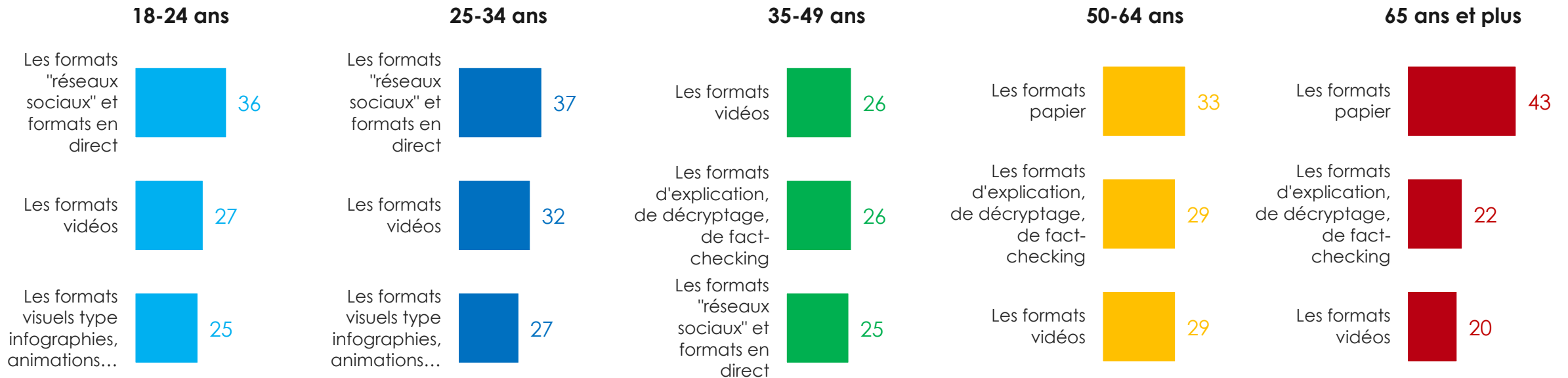
Formats à développer en priorité par la presse pour rester un acteur central de l'information



A l'avenir, quels formats parmi les suivants la presse devrait-elle développer en priorité pour rester un acteur central de l'information en France ?
Plusieurs réponses possibles
Base : A tous, en %

Les attentes des Français en matière de développement de formats divergent fortement selon l'âge : si les plus âgés restent attachés au format papier et d'explication, de décryptage, les plus jeunes réclament davantage des formats adaptés aux réseaux sociaux ou des formats visuels. Le format vidéo, constitue la seule modalité, dans des proportions plus ou moins importantes, à même de fédérer l'ensemble des générations.

Top 3 des formats à développer en priorité pour la presse par tranches d'âge



A l'avenir, quels formats parmi les suivants la presse devrait-elle développer en priorité pour rester un acteur central de l'information en France ?

Plusieurs réponses possibles

Base : A tous, en %

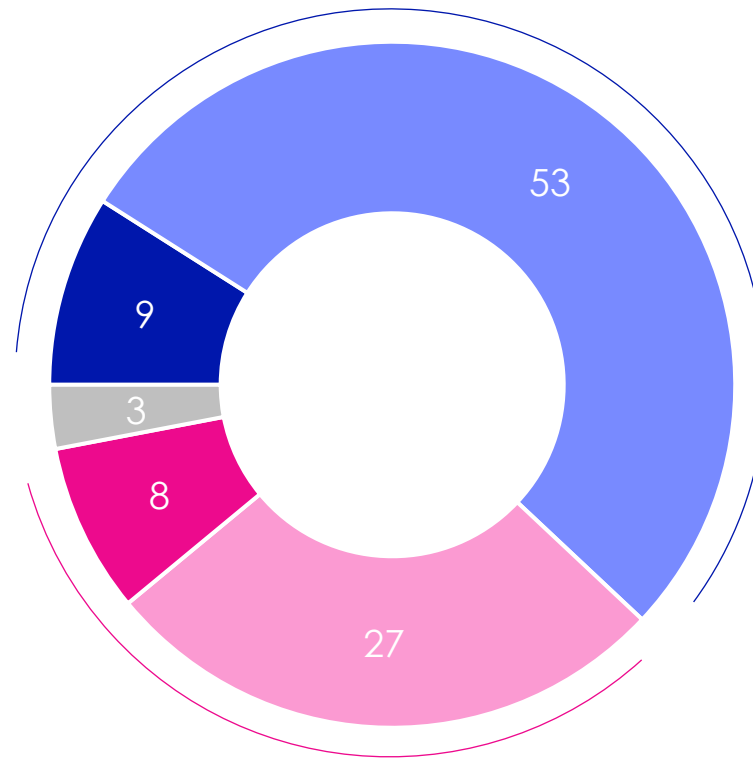
Image de la presse

Si la presse bénéficie d'une relative bonne image auprès des Français, elle est néanmoins critiquée sur de nombreux aspects (fiabilité, représentation, partialité, pluralisme), y compris par ses adeptes.

Si un peu plus de 6 Français sur 10 déclarent avoir une bonne image de la presse en France, cette opinion reste modérée. A l'inverse, un peu plus d'1/3 d'entre eux indiquent en avoir une mauvaise image.

Ont une bonne image de la
presse en France : 62%

Une mauvaise image : 35%



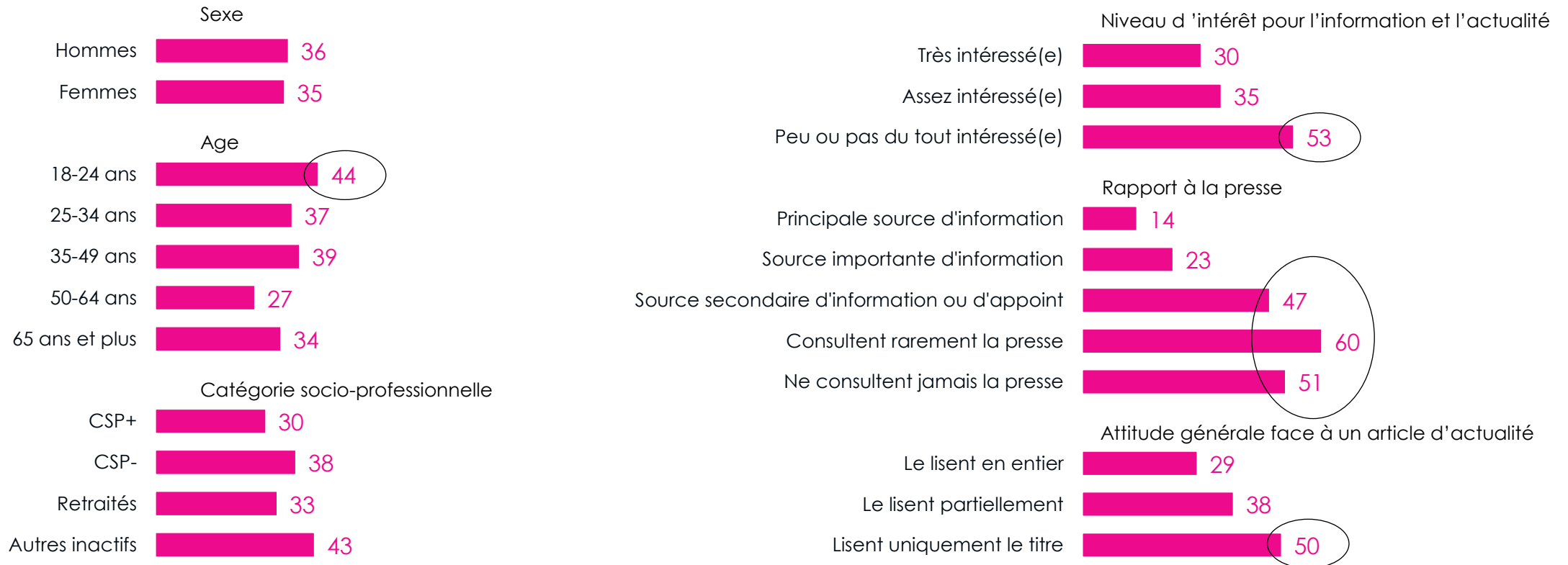
- Une très bonne image
- Plutôt une bonne image
- Plutôt une mauvaise image
- Une très mauvaise image
- Ne se prononce pas

Et diriez-vous que vous avez globalement une bonne ou une mauvaise image de la presse en France ?

Base : A tous, en %

La mauvaise image de la presse est davantage prononcée chez certaines catégories de population : les 18-24 ans, les Français les moins intéressés par l'actualité et ceux qui ont le rapport le plus distant avec elle.

35% des Français déclarent avoir **une mauvaise image** de la presse en France



Et diriez-vous que vous avez globalement une bonne ou une mauvaise image de la presse en France ?

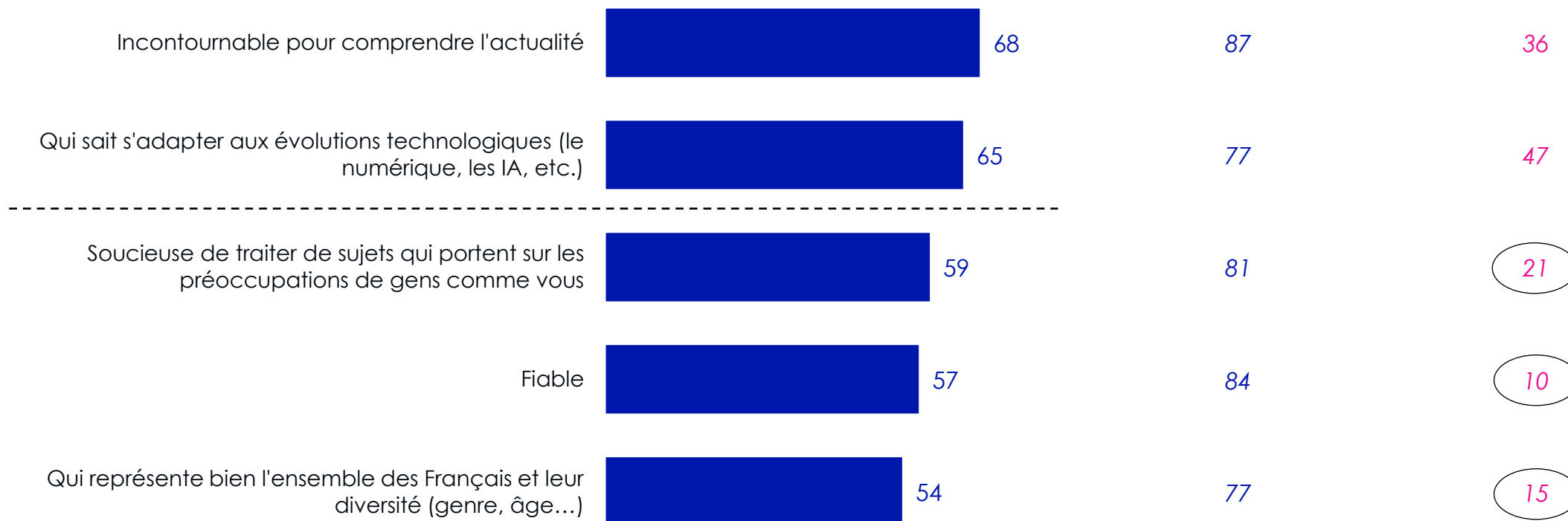
Base : A tous, en % de réponses « **Une mauvaise image** »

Si environ 2/3 des Français estiment la presse incontournable pour comprendre l'actualité et réactive face aux évolutions technologiques, ils se montrent un peu plus partagés concernant sa fiabilité et sa capacité à bien représenter l'ensemble des Français et leurs préoccupations.

S'applique bien à la presse en France...

Après de ceux qui ont une bonne image de la presse en France

Après de ceux qui ont une mauvaise image de la presse en France

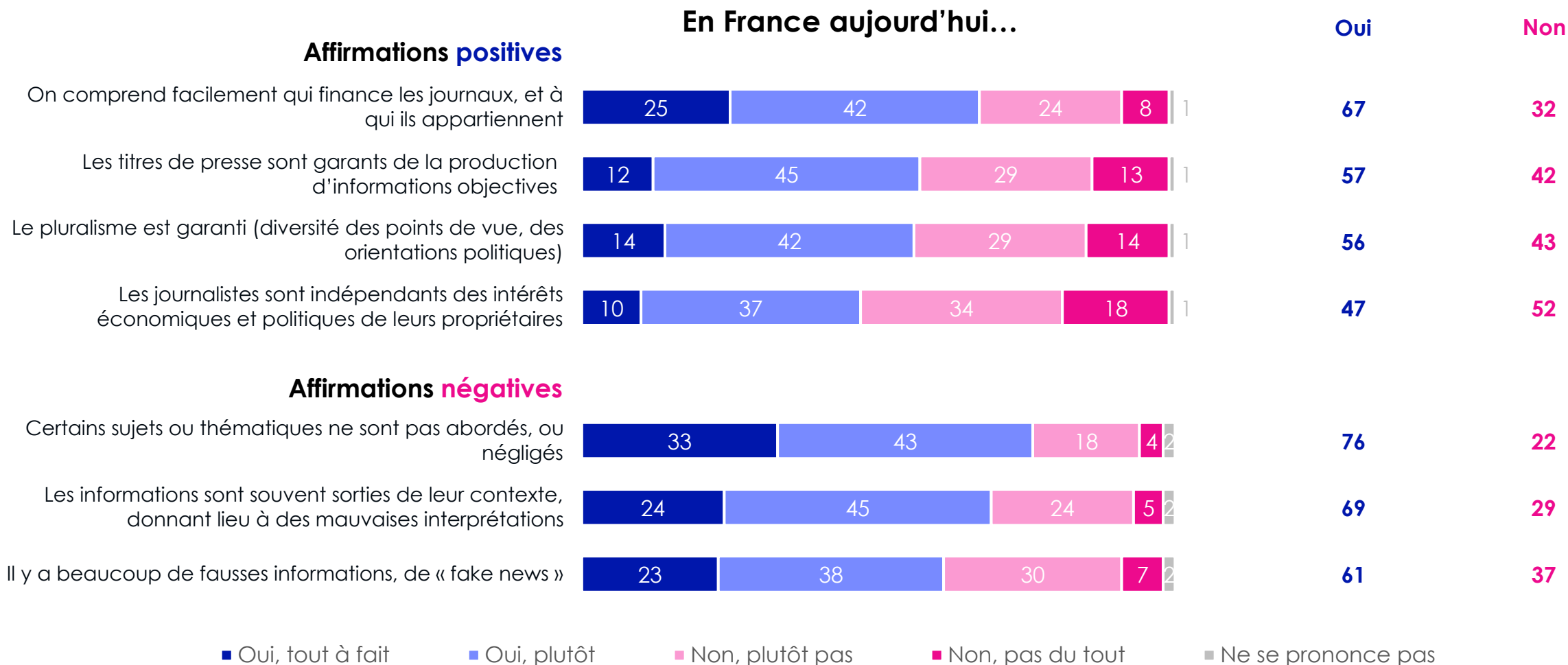


De manière générale, les Français de 50 ans et plus estiment davantage que la moyenne que ces différentes caractéristiques s'appliquent bien à la presse en France.

Diriez-vous de chacune des caractéristiques suivantes qu'elle s'applique bien ou mal à la presse en France ?

Base : A tous, en % de réponses « *S'applique bien* »

Dans le détail, les représentations des Français vis-à-vis de la presse sont très nuancées. La grande majorité d'entre eux estiment que certains sujets sont négligés, et se montrent divisés quant à son pluralisme, son objectivité, son indépendance. Le risque de désinformation (doute sur la véracité des informations délivrée et de distorsion médiatique constitue également des points de fragilité



En ce qui concerne la presse, pensez-vous qu'en France aujourd'hui... ?

Base : A tous, en %

Les Français pour qui la presse est un moyen d'information important valorisent plus que la moyenne les attributs positifs mais se montrent tout aussi (voir plus) critiques que les autres sur les aspects négatifs.

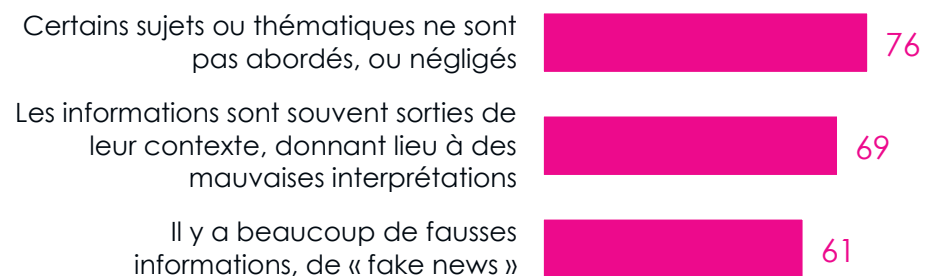
Rapport à la presse

Affirmations positives



| | Principale source d'information | Source importante d'information | Source secondaire d'information ou d'appoint | Consultent rarement la presse | Ne consultent jamais la presse |
|--|---------------------------------|---------------------------------|--|-------------------------------|--------------------------------|
| On comprend facilement qui finance les journaux, et à qui ils appartiennent | 72 | 74 | 67 | 50 | 58 |
| Les titres de presse sont garants de la production d'informations objectives | 76 | 67 | 49 | 36 | 43 |
| Le pluralisme est garanti (diversité des points de vue, des orientations politiques) | 71 | 68 | 45 | 34 | 45 |
| Les journalistes sont indépendants des intérêts économiques et politiques de leurs propriétaires | 65 | 53 | 41 | 30 | 37 |

Affirmations négatives



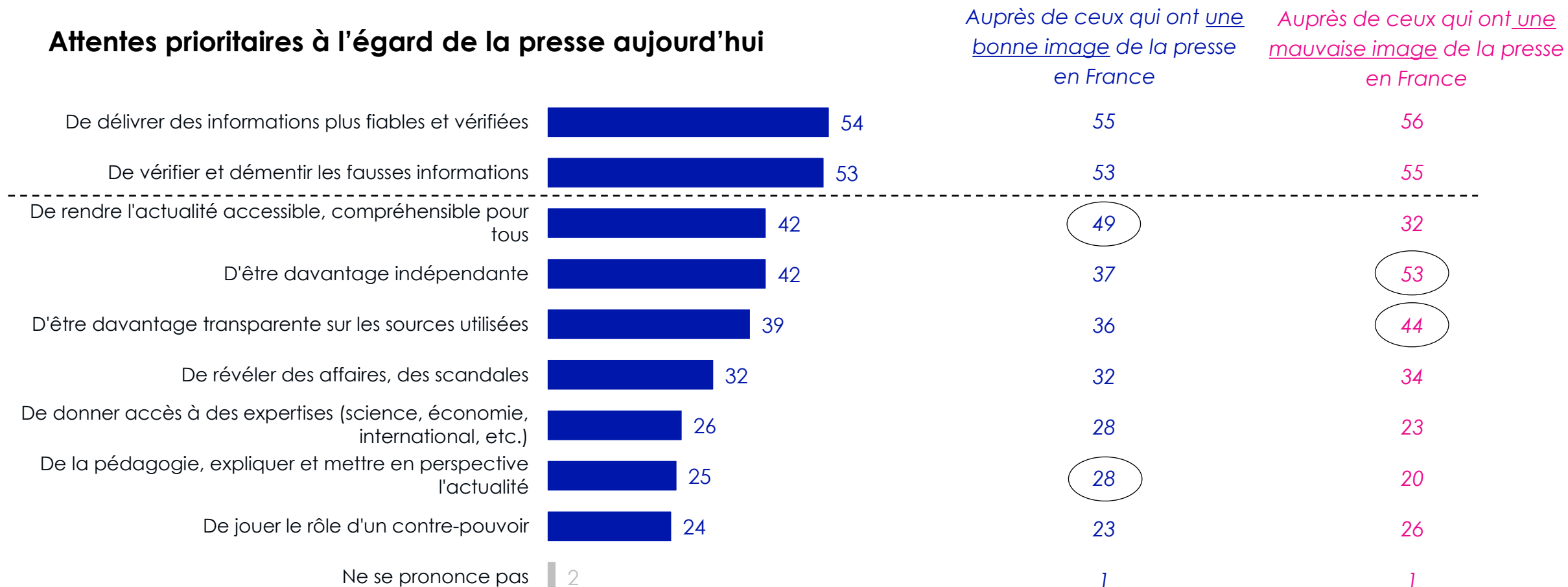
| | | | | | |
|--|----|----|----|----|----|
| Certains sujets ou thématiques ne sont pas abordés, ou négligés | 82 | 78 | 78 | 72 | 72 |
| Les informations sont souvent sorties de leur contexte, donnant lieu à des mauvaises interprétations | 69 | 70 | 76 | 64 | 68 |
| Il y a beaucoup de fausses informations, de « fake news » | 63 | 58 | 62 | 63 | 60 |

En ce qui concerne la presse, pensez-vous qu'en France aujourd'hui... ?

Base : A tous, en % de réponses « Oui »

Les principales attentes des Français à l'égard de la presse aujourd'hui concernent l'amélioration de la fiabilité de leurs informations. Ceux qui en ont une mauvaise image insistent également sur davantage d'indépendance et de transparence.

Attentes prioritaires à l'égard de la presse aujourd'hui



De manière générale, les Français de 50 ans et plus ont davantage d'attentes sur la majorité de ces sujets que les plus jeunes.

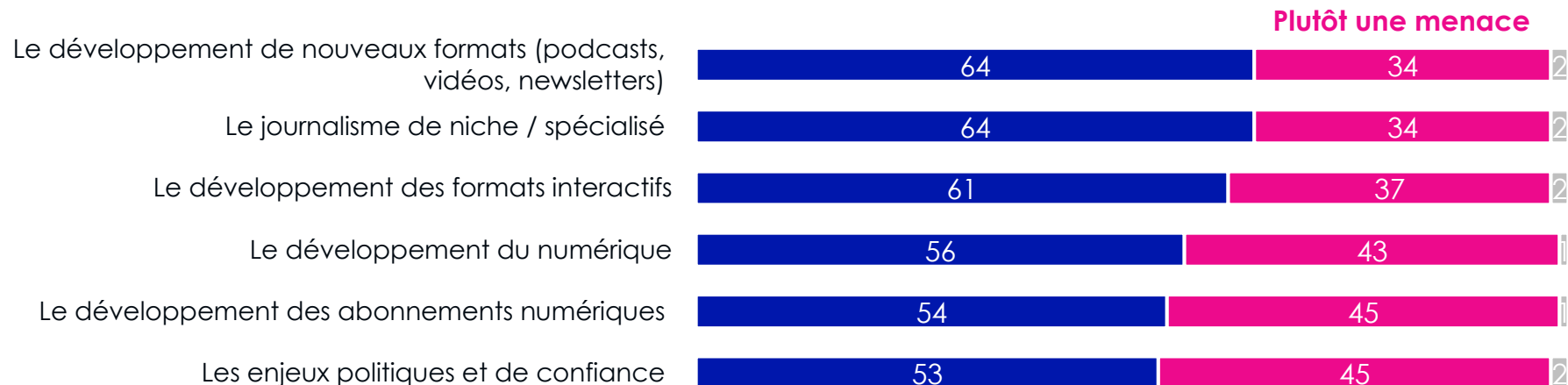
Qu'attendez-vous en priorité de la presse aujourd'hui ?
 Plusieurs réponses possibles
 Base : A tous, en %

Risques et opportunités perçus pour l'avenir de la presse

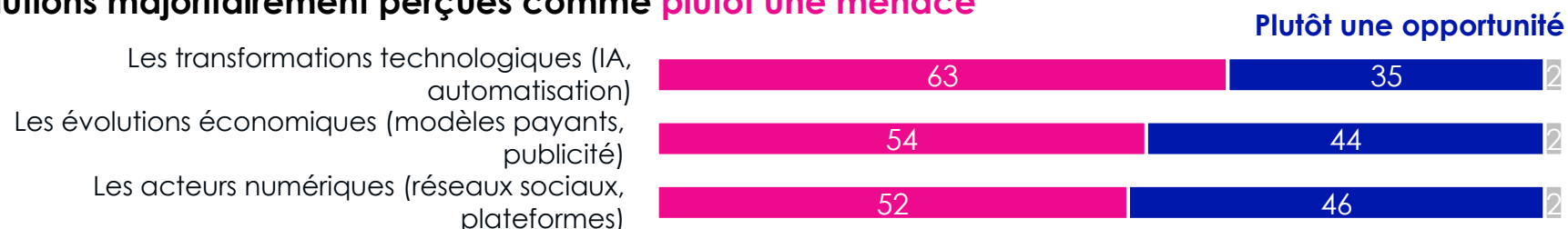
Le développement des nouveaux formats numériques apparaît comme un atout pour la presse dans les prochaines années aux yeux des Français. Ils sont en revanche inquiets au sujet de l'intelligence artificielle, dont l'émergence est majoritairement perçue comme une menace, à l'exception des plus jeunes qui lui font plutôt confiance et qui pourraient davantage l'utiliser exclusivement à l'avenir pour s'informer.

Si les évolutions numériques et les nouveaux formats (vidéos, interactifs, podcasts...) sont considérés par une majorité de Français comme des opportunités pour la presse à l'avenir, le développement de l'IA et dans une moindre mesure l'avènement d'acteurs numériques ou les évolutions économiques sont perçus comme des menaces potentielles.

Evolutions majoritairement perçues comme **plutôt une opportunité**



Evolutions majoritairement perçues comme **plutôt une menace**

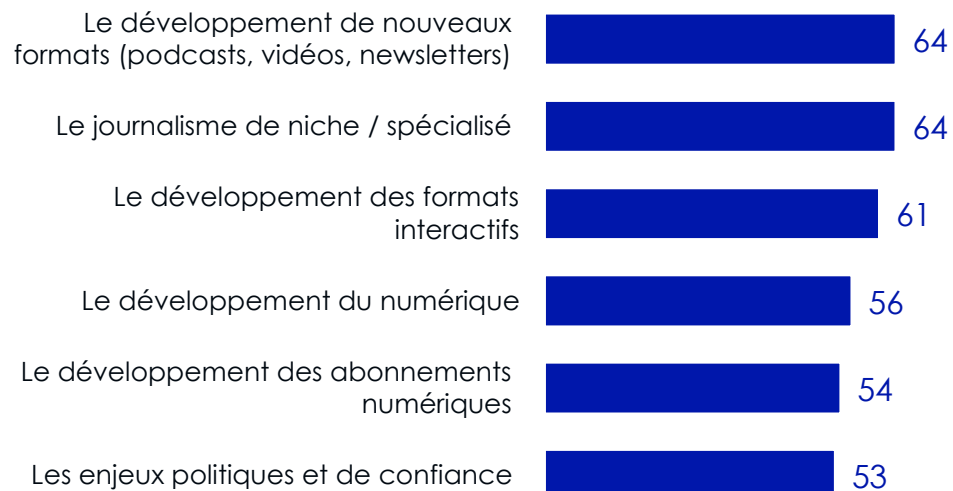


Chacune des évolutions suivantes constituera-t-elle selon vous plutôt une opportunité ou plutôt une menace pour la presse dans les prochaines années ?

Base : A tous, en %

Les éléments perçus plutôt comme des menaces pour la presse à l'avenir, et notamment les transformations technologiques comme l'IA, le sont encore davantage auprès des Français les plus âgés. Les réseaux sociaux et les plateformes sont les acteurs pour lesquels les perceptions diffèrent le plus entre les générations.

Evolutions majoritairement perçues comme plutôt une opportunité



| | Age | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| | 18-24 ans | 25-34 ans | 35-49 ans | 50-64 ans | 65 ans et plus |
| Le développement de nouveaux formats (podcasts, vidéos, newsletters) | 66 | 62 | 71 | 66 | 56 |
| Le journalisme de niche / spécialisé | 52 | 53 | 67 | 70 | 65 |
| Le développement des formats interactifs | 63 | 53 | 71 | 65 | 54 |
| Le développement du numérique | 71 | 63 | 65 | 50 | 42 |
| Le développement des abonnements numériques | 56 | 49 | 57 | 54 | 52 |
| Les enjeux politiques et de confiance | 46 | 44 | 54 | 58 | 56 |

Evolutions majoritairement perçues comme plutôt une menace



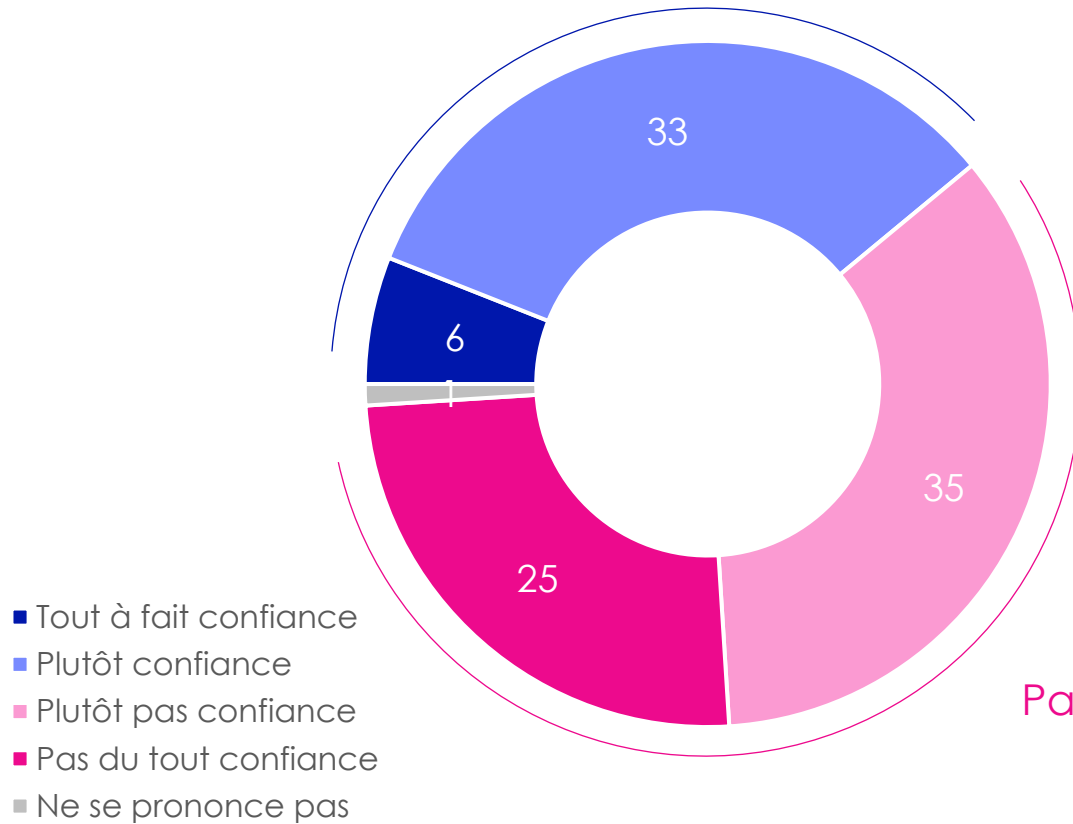
| | | | | | |
|---|----|----|----|----|----|
| Les transformations technologiques (IA, automatisation) | 52 | 53 | 60 | 70 | 70 |
| Les évolutions économiques (modèles payants, publicité) | 53 | 53 | 47 | 57 | 60 |
| Les acteurs numériques (réseaux sociaux, plateformes) | 26 | 40 | 46 | 61 | 68 |

Chacune des évolutions suivantes constituera-t-elle selon vous plutôt une opportunité ou plutôt une menace pour la presse dans les prochaines années ?

Base : A tous, en %

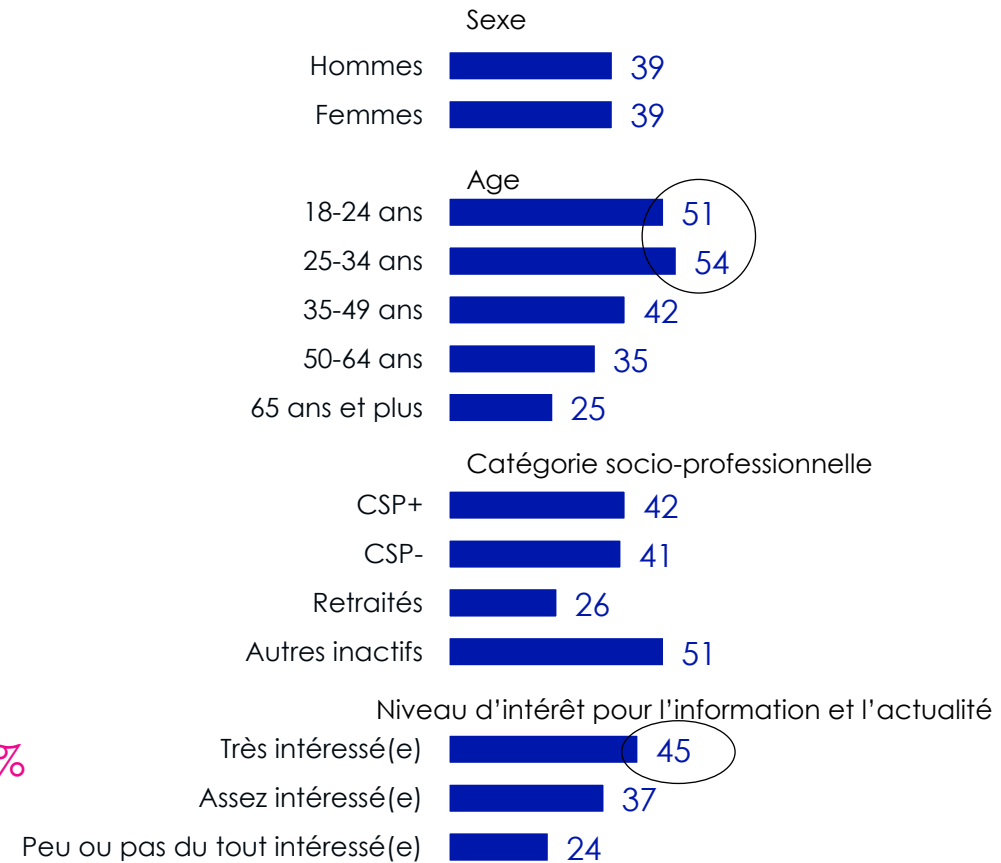
A l'heure actuelle, seule une minorité de Français déclarent avoir confiance dans les informations produites par les outils d'intelligence artificielle. Cette confiance est néanmoins majoritaire chez les 18-35 ans.

Ont confiance dans les informations produites par les outils d'intelligence artificielle : 39%



Pas confiance : 60%

En % de : Confiance

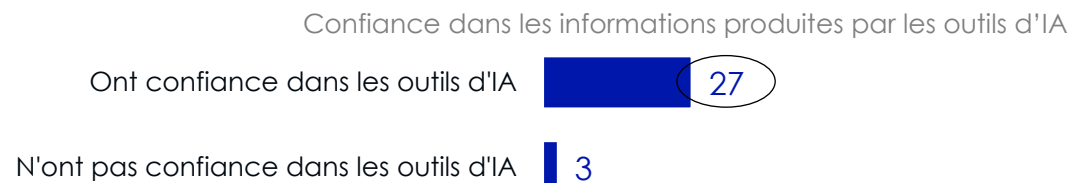
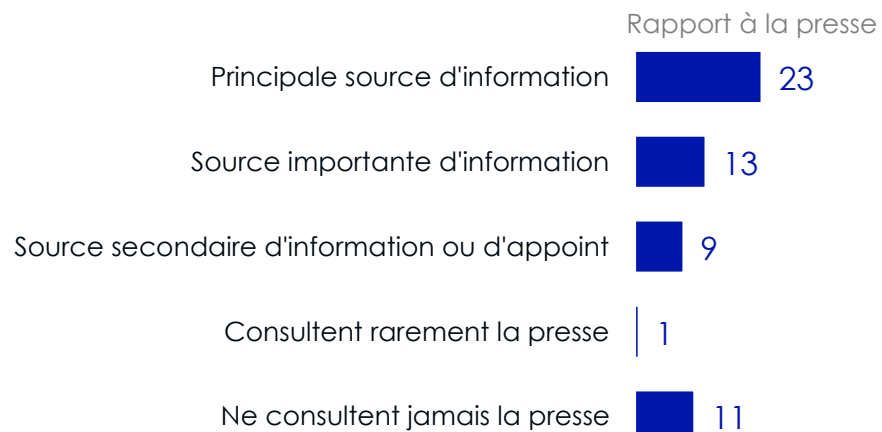
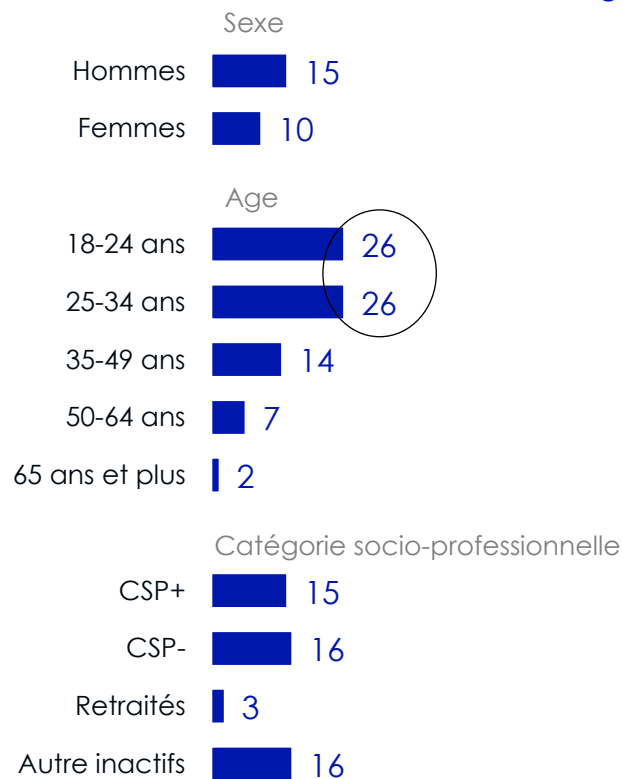


Avez-vous globalement confiance dans les informations sur l'actualité produites par les outils d'intelligence artificielle (ChatGPT, Copilot...) ?

Base : A tous, en %

12% des Français indiquent qu'ils pourraient s'informer sur l'actualité exclusivement en utilisant des outils d'intelligence artificielle, un chiffre qui progresse à 26% chez les moins de 35 ans.

12% des Français déclarent qu'ils pourraient s'informer sur l'actualité **uniquement en utilisant des outils d'intelligence artificielle**



Seriez-vous prêt à vous informer sur l'actualité uniquement en utilisant des outils d'intelligence artificielle ?

Base : A tous, en %

La gratuité des contenus apparaît comme la motivation principale des Français pour consulter davantage la presse, accompagnée de gages de confiance renforcés dans le travail journalistique.

Motivations qui pourraient inciter les Français à consulter davantage la presse à l'avenir

Rapport à la presse

| Motivation | Principale source d'information | Source importante d'information | Source secondaire d'information ou d'appoint | Consultent rarement la presse | Ne consultent jamais la presse |
|---|---------------------------------|---------------------------------|--|-------------------------------|--------------------------------|
| Des contenus gratuits <i>CSP- : 52%</i> | 44 | 47 | 49 | 48 | 49 |
| Des gages de confiance renforcés dans le travail journalistique <i>50 ans et plus : 52%</i> | 48 | 48 | 47 | 26 | 33 |
| Des formats plus courts / synthétiques | 22 | 32 | 33 | 25 | 34 |
| Une place plus grande accordée à l'information locale <i>50 ans et plus : 35%</i> | 30 | 32 | 30 | 26 | 18 |
| Des contenus plus personnalisés | 25 | 19 | 19 | 14 | 16 |
| Des offres d'abonnement plus attractives | 23 | 22 | 15 | 9 | 10 |
| Une meilleure expérience numérique <i>Moins de 35 ans : 24%</i> | 19 | 20 | 17 | 10 | 11 |
| Ne se prononce pas | 1 | - | 1 | 4 | 5 |

Au final, qu'est-ce qui pourrait vous inciter à consulter davantage la presse à l'avenir pour vous informer sur l'actualité ?

Plusieurs réponses possibles

Base : A tous, en %



Contacts Toluna – Harris Interactive en France :

Jean-Daniel Lévy

Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion

jdlevy@toluna.com

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Copyright © Toluna

All rights reserved. Nothing from this report is allowed to be multiplied, to be stored in an automated file, or to be made public electronically, mechanically, by photocopies, recording or any other manner, without written consent of Toluna.