

La confiance des Français dans les médias

39^{ème} édition du baromètre La Croix – Verian – La Poste

Résultats d'enquête

Laure Salvaing / Guillaume Caline / Alexandre Vassas

Janvier 2026

Toute reprise, totale ou partielle, des résultats de cette étude doit être accompagnée de la mention « Baromètre La Croix – Verian – La Poste sur la confiance des Français dans les médias »

verian 

LA CROIX


LA POSTE

**SOUS EMBARGO JUSQU'AU JEUDI
15 JANVIER**

Sommaire

Méthodologie	3
1. Intérêt et rapport à l'actualité	5
2. Les médias et le traitement de l'information en 2025	16
3. Confiance et leviers de confiance dans les médias	20
4. Image des journalistes et rôle de la presse en démocratie	32
5. Les Français et les médias locaux	39
6. La lutte contre la désinformation	43
7. La certification des médias sur internet	47

Méthodologie



La méthodologie

Echantillon



Échantillon de **1500 personnes**, représentatif de l'ensemble de la population âgée de 18 ans et plus

Méthode des **quotas** (sexe, âge, profession de la personne de référence) et **stratification par région et catégorie d'agglomération**

Mode de recueil



- Enquête réalisée sur internet

Dates de terrain



- Le terrain s'est déroulé du 24 au 30 novembre 2025

Le cas échéant, les évolutions indiquées dans ce rapport font référence aux précédentes enquêtes Verian réalisées pour La Croix. Jusqu'en 2023 ces enquêtes étaient réalisées en face-à-face. En janvier 2023, l'enquête a été réalisée par internet et par téléphone. Depuis novembre 2023 l'enquête a été réalisée uniquement par internet. En raison des changements de mode de recueil intervenus, les évolutions sont donc à interpréter avec prudence.

1

Intérêt et rapport à l'actualité

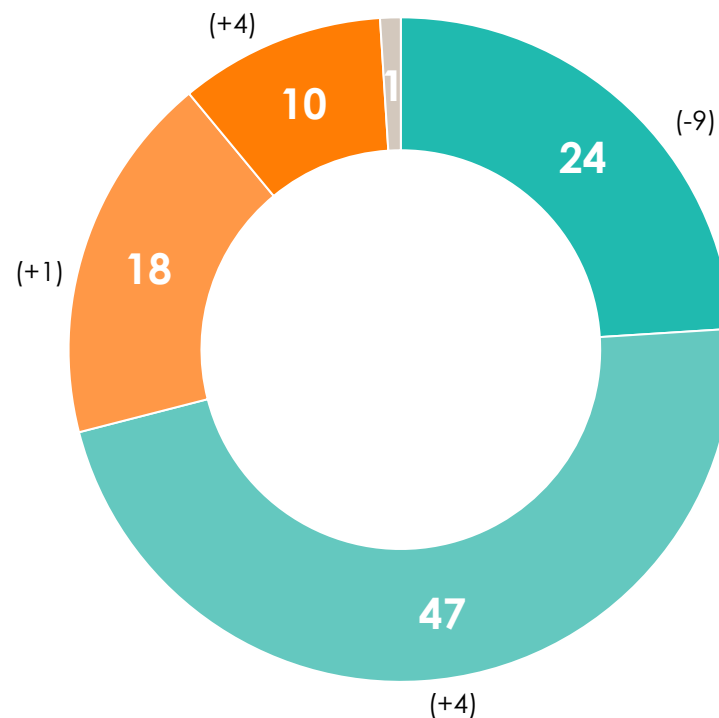
L'intérêt porté à l'actualité

En ce moment, diriez-vous que vous suivez ce qui se passe dans l'actualité avec...

En %

■ Un très grand intérêt ■ Un assez grand intérêt ■ Un assez faible intérêt ■ Un très faible intérêt ■ Sans opinion

Suivent l'actualité avec
un faible intérêt
28% (+5)



Suivent l'actualité avec
un grand intérêt
71% (-5)

Base : ensemble (1500)

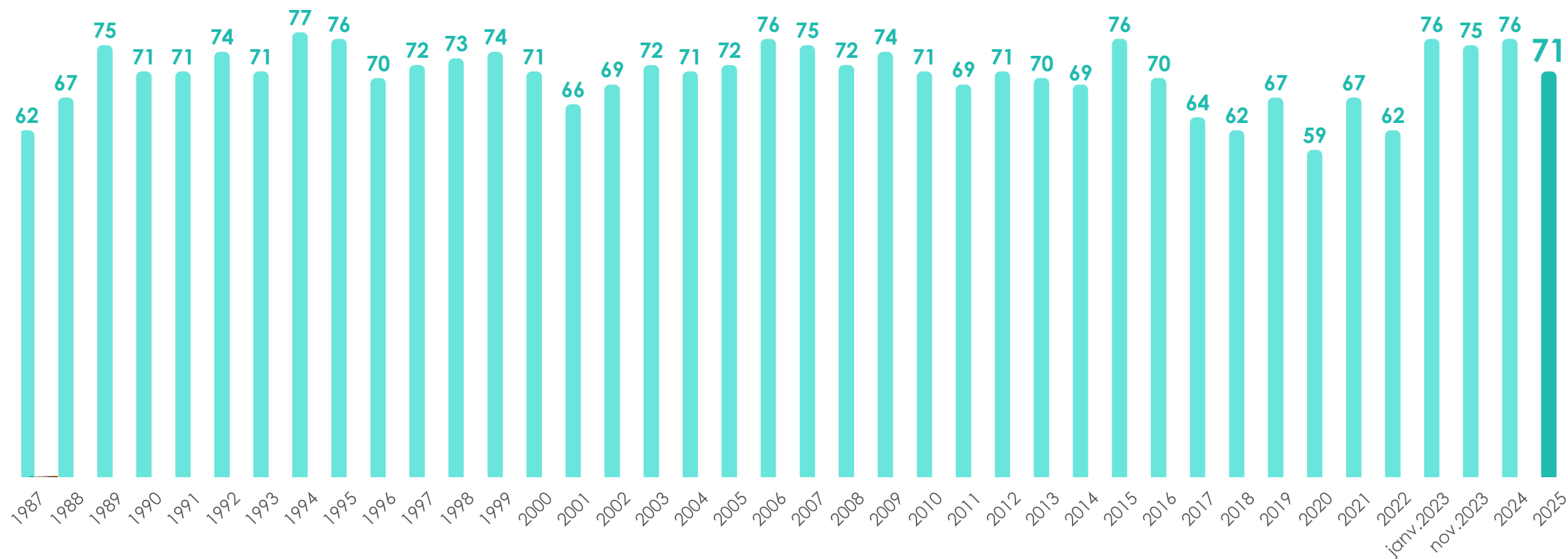
Evolutions 2024

L'intérêt porté à l'actualité (1987-2025)

En ce moment, diriez-vous que vous suivez ce qui se passe dans l'actualité avec...

Suivent l'actualité avec un grand intérêt

En %

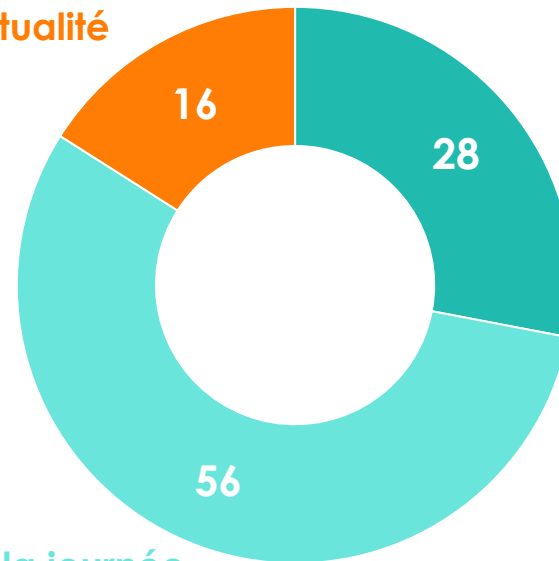


La fréquence de suivi de l'actualité

Quelle situation se rapproche le plus de la vôtre ?

En % **Sur une journée classique, je me tiens au courant de ce qui se passe dans l'actualité...**

...je ne cherche pas à me tenir au courant
de ce qui se passe dans l'actualité



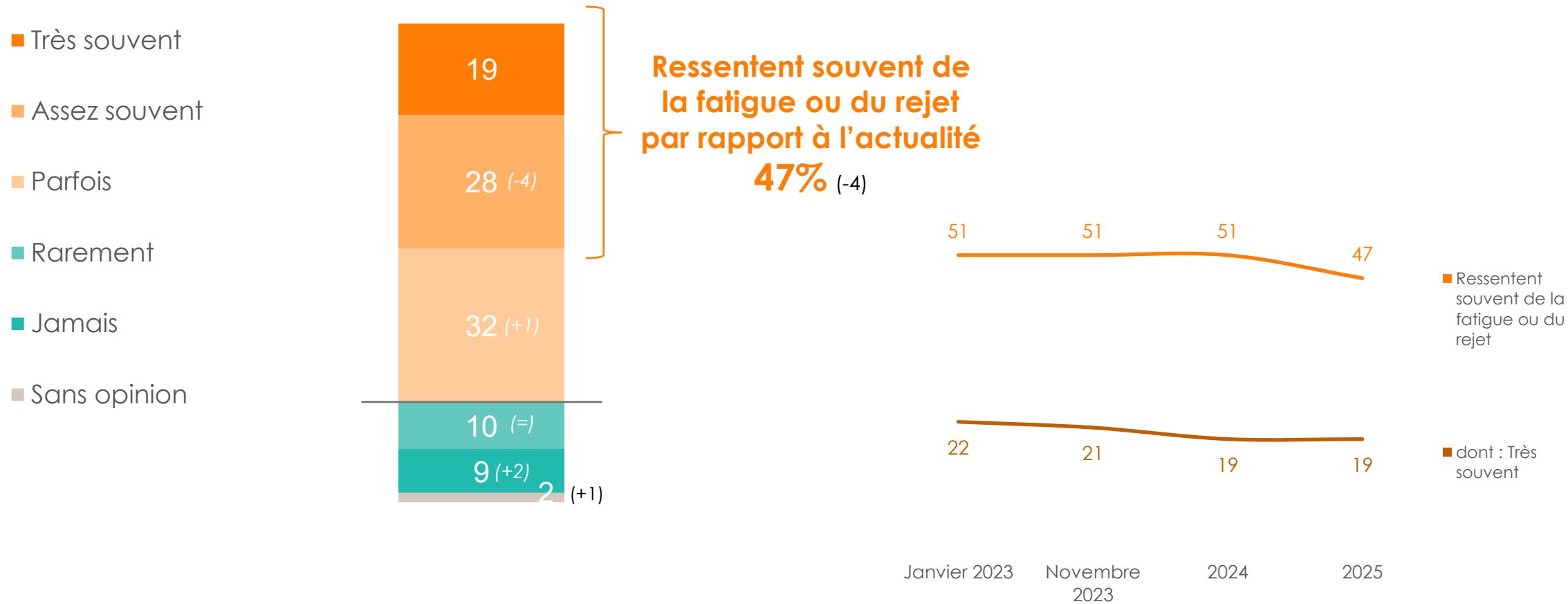
...à plusieurs reprises tout au long de
la journée

...une ou deux fois dans la journée
à des moments dédiés

Le sentiment de fatigue ou de rejet par rapport à l'actualité

Ces derniers mois, vous est-il arrivé de ressentir de la fatigue ou du rejet par rapport aux informations et à l'actualité ?

En %



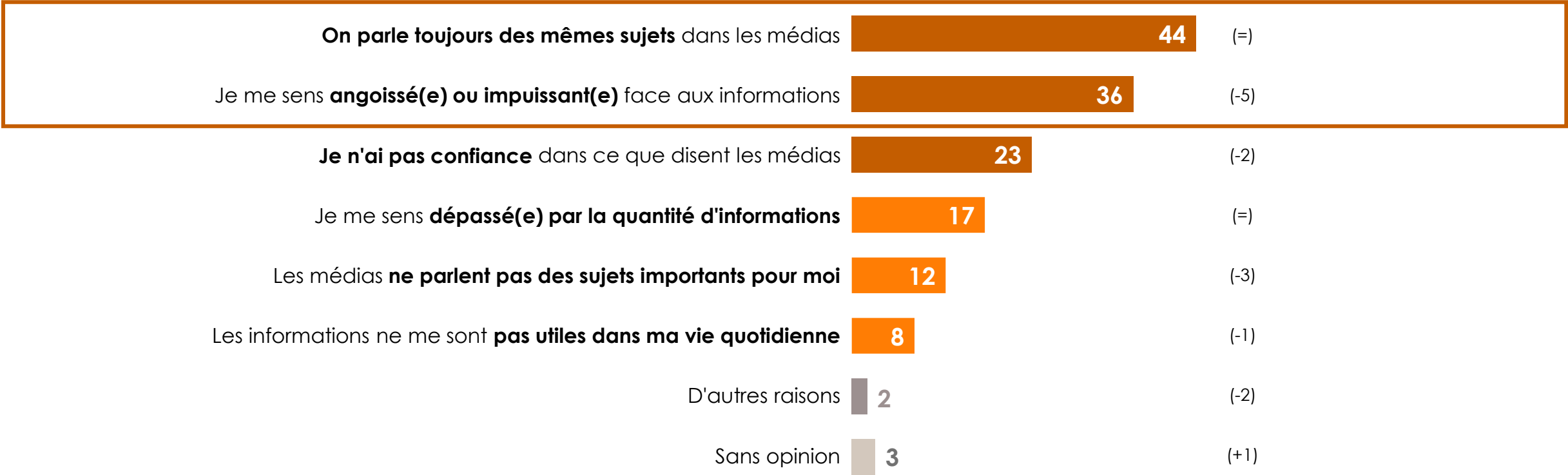
Base : ensemble (1500)

Les raisons au sentiment de rejet ou de fatigue informationnelle

Pour quelle(s) raison(s) vous arrive-t-il de ressentir de la fatigue ou du rejet par rapport aux informations et à l'actualité ?

En %

Evolutions
2024

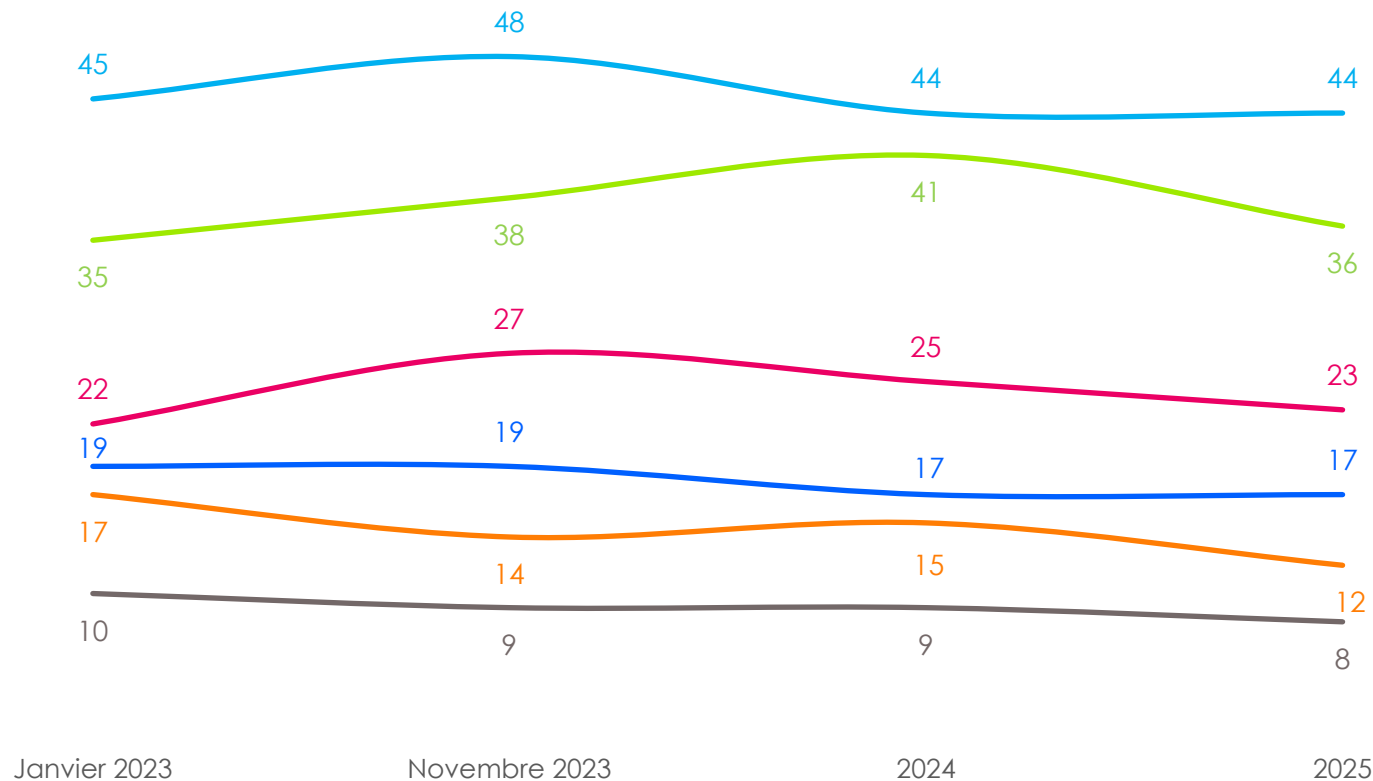


Base : A ceux qui ressentent de la fatigue ou du rejet par rapport à l'actualité (n= 1388)

Les raisons au sentiment de rejet ou de fatigue informationnelle

Pour quelle(s) raison(s) vous arrive-t-il de ressentir de la fatigue ou du rejet par rapport aux informations et à l'actualité ?

En %

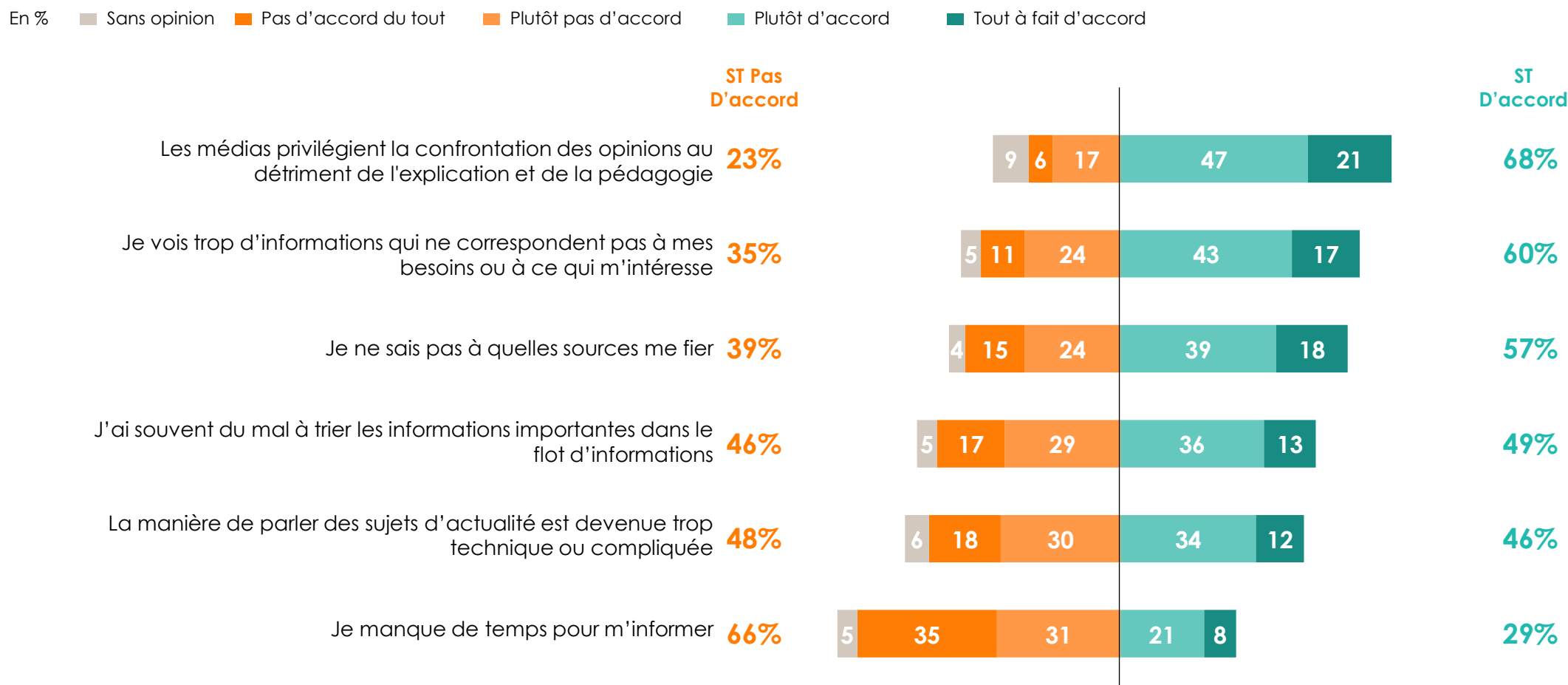


- On parle toujours des mêmes sujets dans les médias
- Je me sens **angoissé(e) ou impuissant(e)** face aux informations
- Je **n'ai pas confiance** dans ce que disent les médias
- Je me sens **dépassé(e)** par la quantité d'informations
- Les médias **ne parlent pas** des sujets importants pour moi
- Les informations ne me sont **pas utiles** dans ma vie quotidienne

Base : A ceux qui ressentent de la fatigue ou du rejet par rapport à l'actualité

Le rapport des Français au traitement de l'actualité

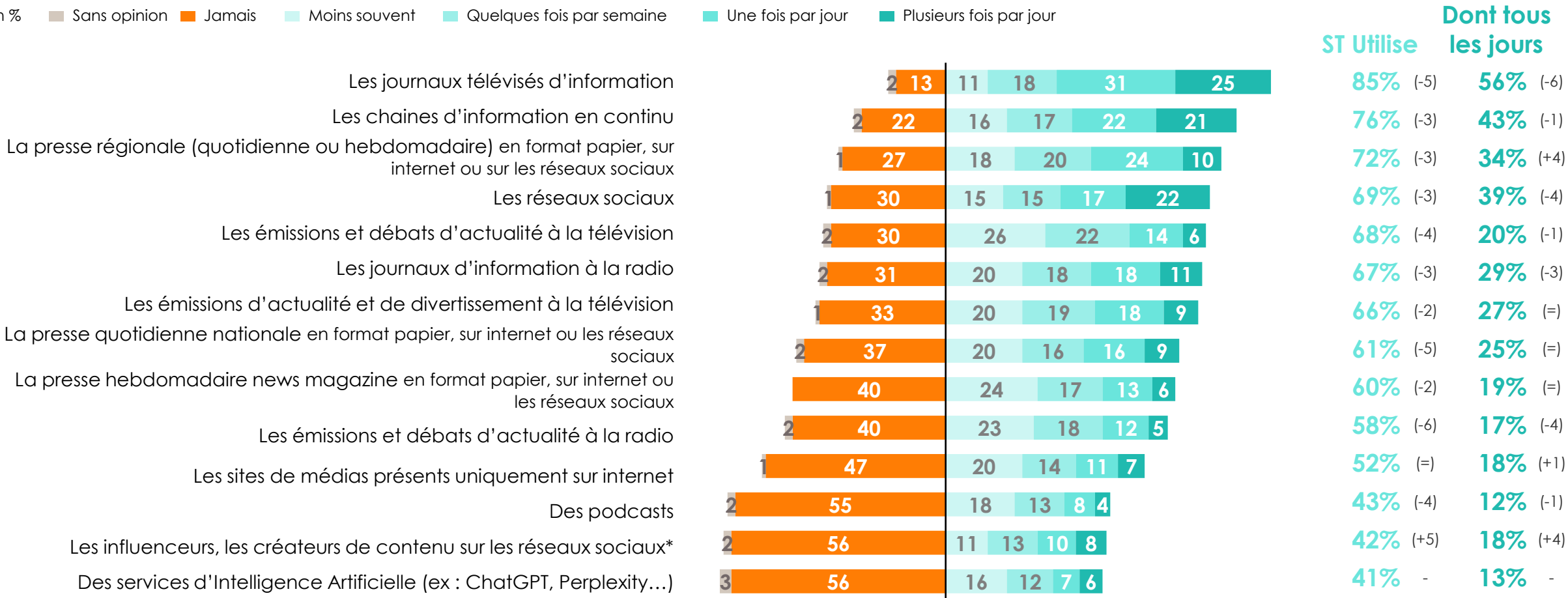
Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes concernant le suivi de l'actualité ?



Base : ensemble (1500)

La fréquence d'utilisation des médias

En général, à quelle fréquence est-ce que vous utilisez les médias suivants pour être informé(e) sur ce qu'il se passe dans l'actualité ?



Base : ensemble (1500)

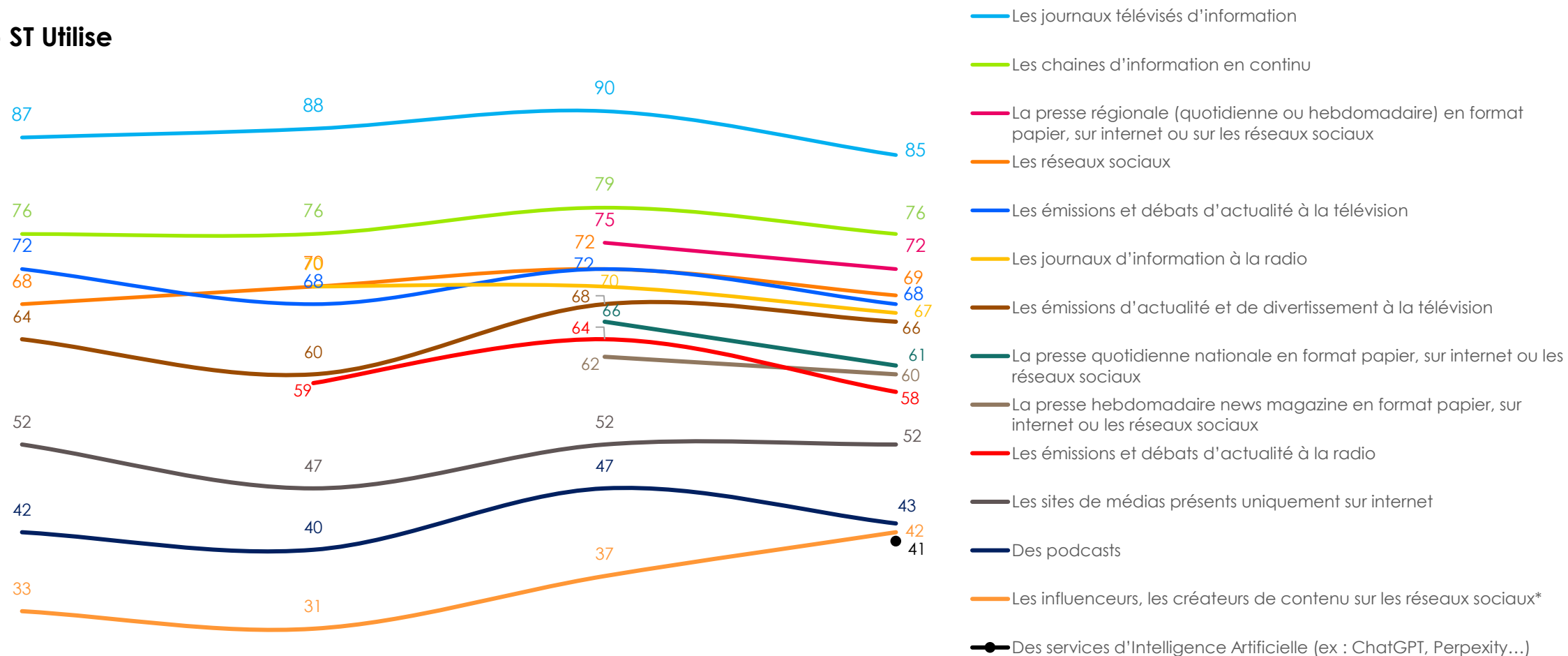
*Libellés modifiés par rapport aux précédentes vagues

Evolutions 2024

La fréquence d'utilisation des médias

En général, à quelle fréquence est-ce que vous utilisez les médias suivants pour être informé(e) sur ce qu'il se passe dans l'actualité ?

En % - ST Utilise



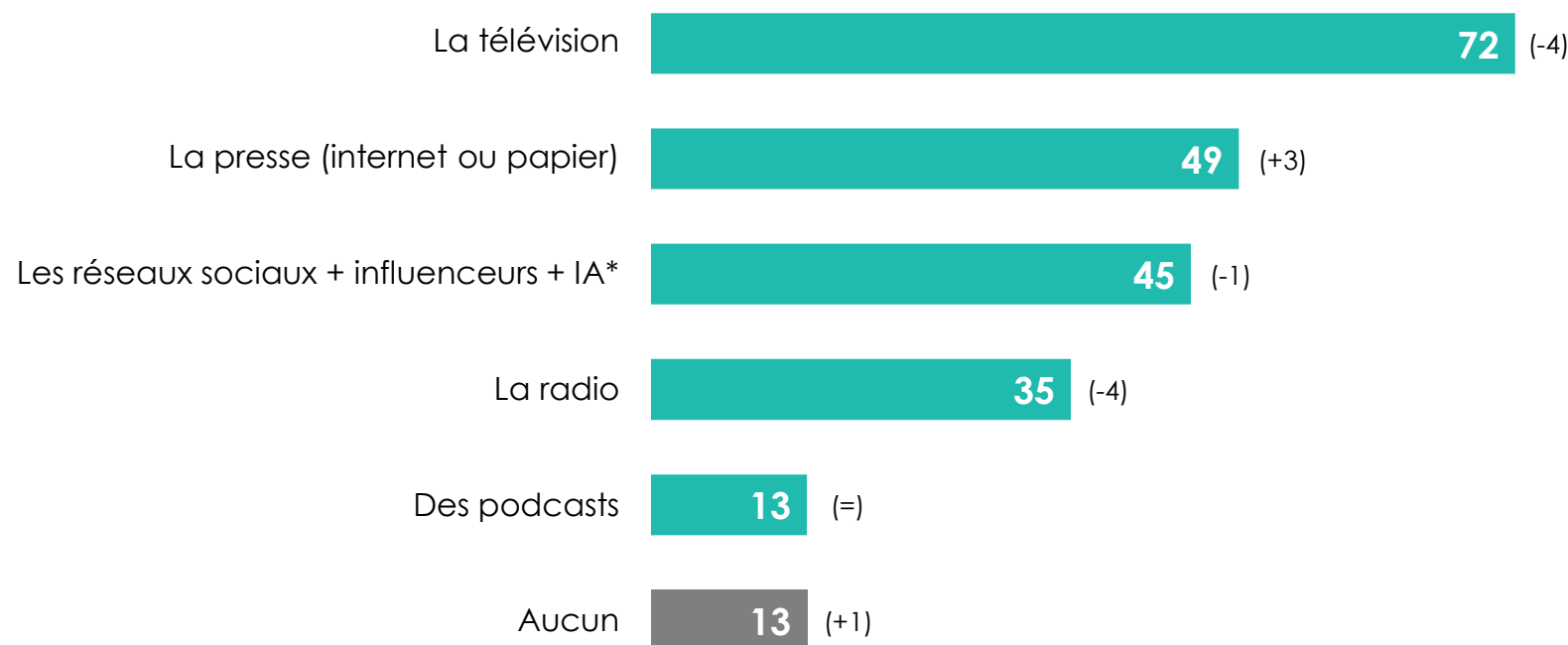
Base : ensemble (1500)

*Libellés modifiés par rapport aux précédentes vagues

Les médias utilisés quotidiennement – récapitulatif

En général, à quelle fréquence est-ce que vous utilisez les médias suivants pour être informé(e) sur ce qu'il se passe dans l'actualité ?

En %



Base : ensemble (1500)

*Libellé modifié par rapport aux précédentes vagues

Ces résultats ont été calculés à partir des réponses données par les répondants à la question détaillée de la page précédente.

2

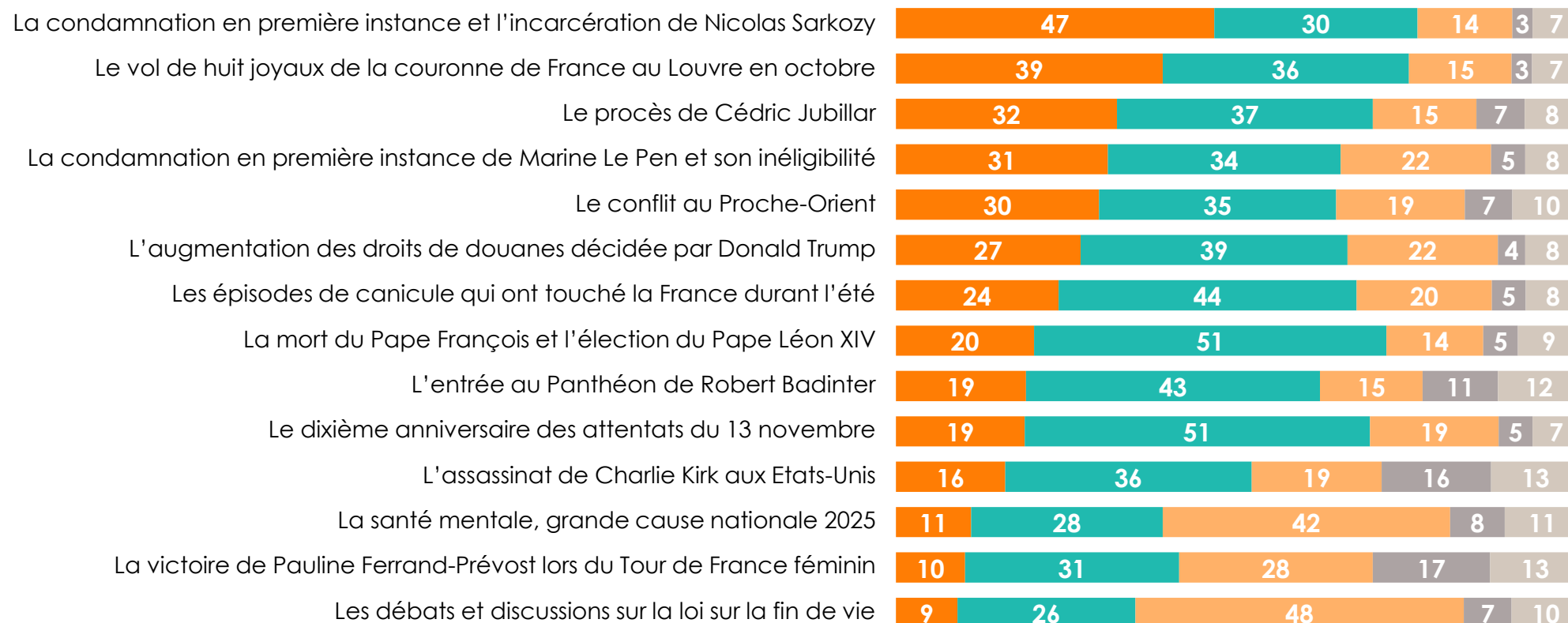
Les médias et le traitement de l'information en 2025

Le traitement médiatique de différents événements de 2025

Estimez-vous que les médias, en 2025, ont trop parlé, pas assez ou comme il faut des thèmes ou événements suivants ?

En %

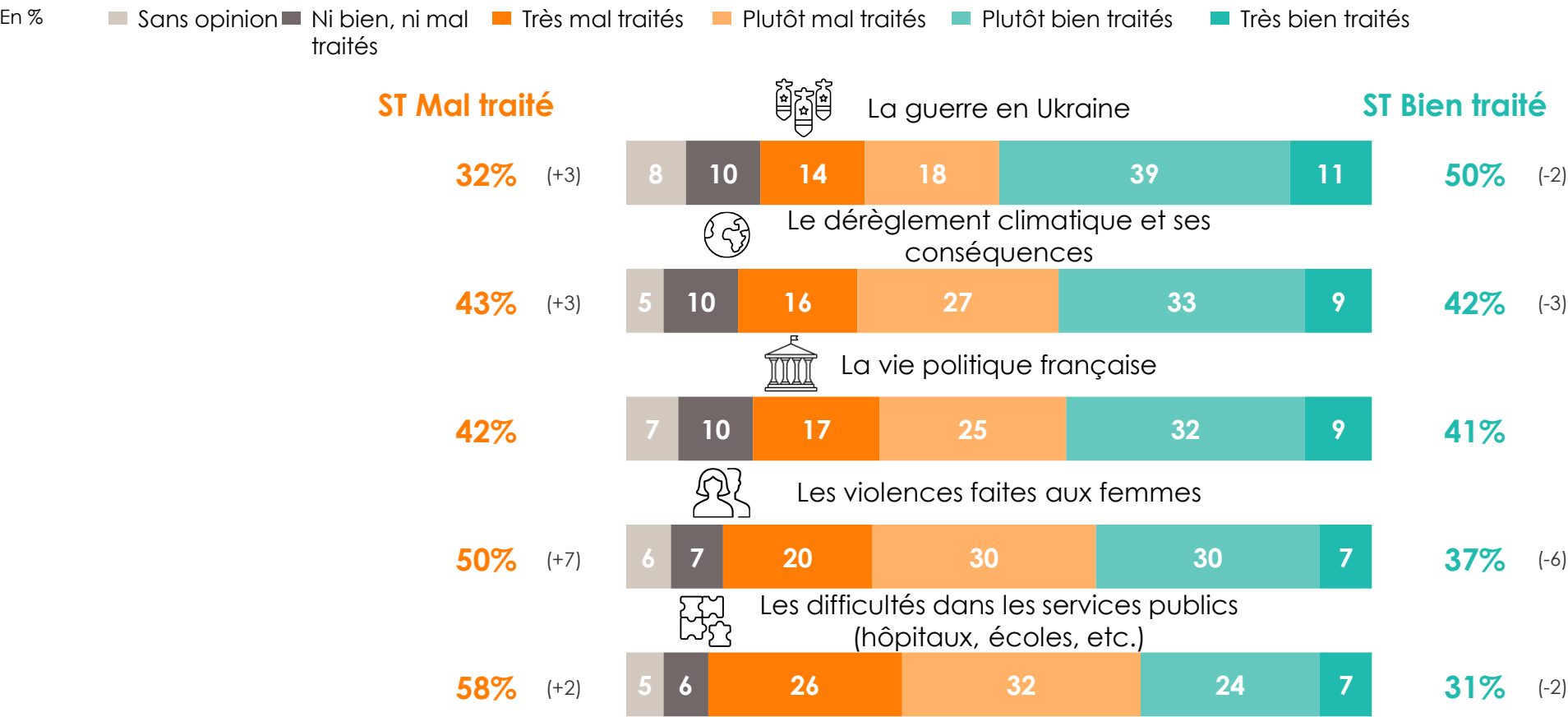
En ont trop parlé En ont parlé comme il faut N'en ont pas assez parlé Ne voient pas de quoi il s'agit Sans opinion



Base : ensemble (1500)

Le traitement par les médias de grands sujets de société

Dans l'ensemble, diriez-vous que les sujets suivants sont bien traités ou mal traités par les médias ?

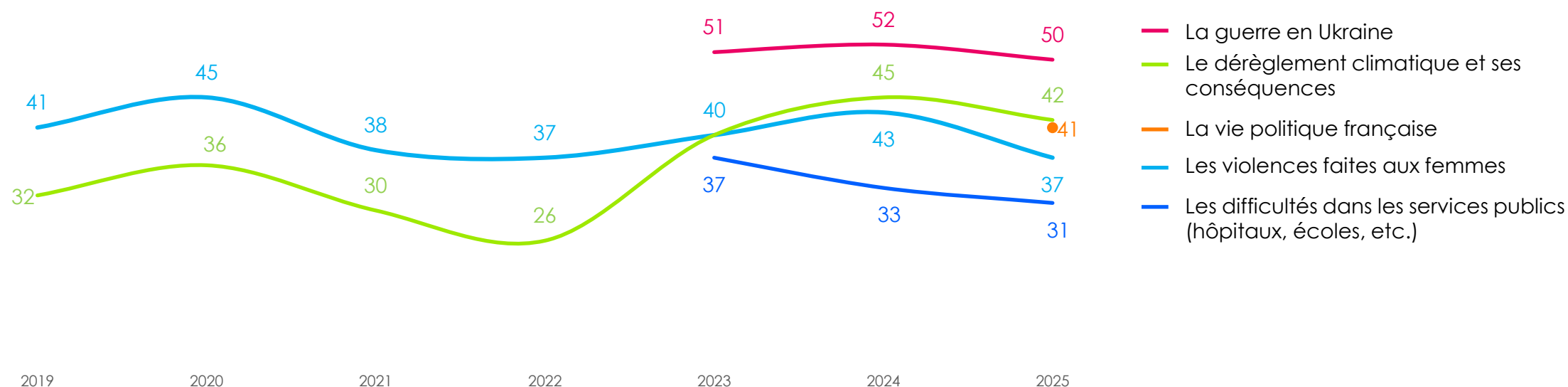


Base : ensemble (1500)

Le traitement par les médias de grands sujets de société - Evolutions

Dans l'ensemble, diriez-vous que les sujets suivants sont bien traités ou mal traités par les médias ?

En % - ST Bien traité



Base : ensemble (1500)

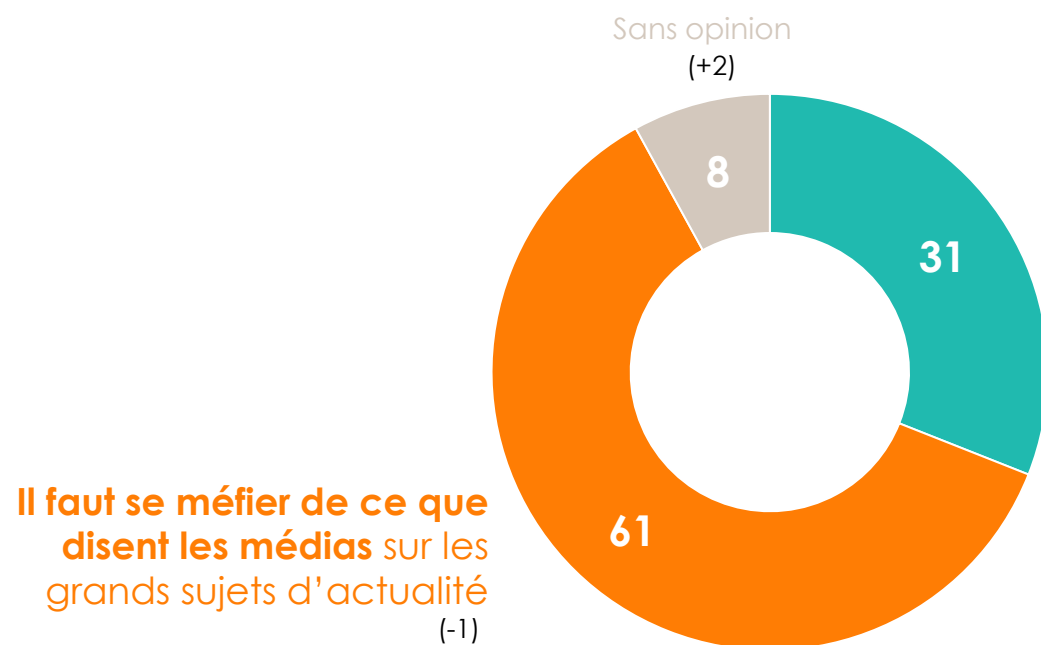
3

Confiance et leviers de confiance dans les médias

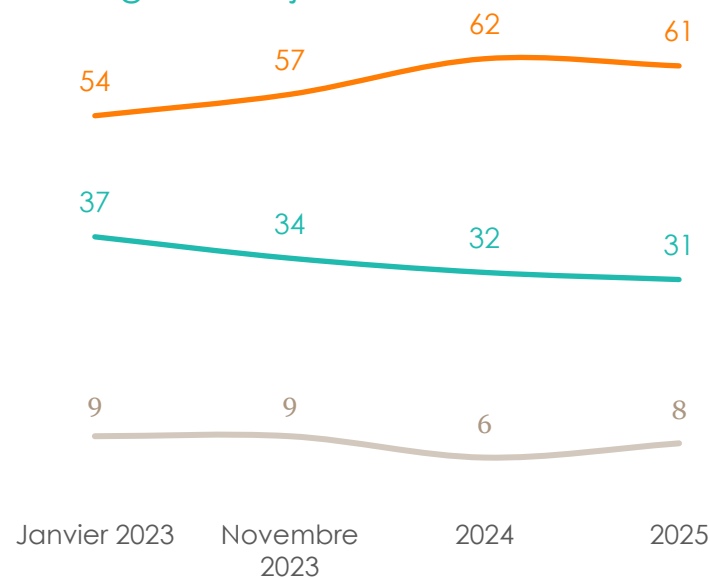
La confiance dans les médias sur les grands sujets d'actualité

Quelle affirmation se rapproche le plus de ce que vous pensez ?

En %



On peut avoir confiance dans ce que disent les médias sur les grands sujets d'actualité (-1)

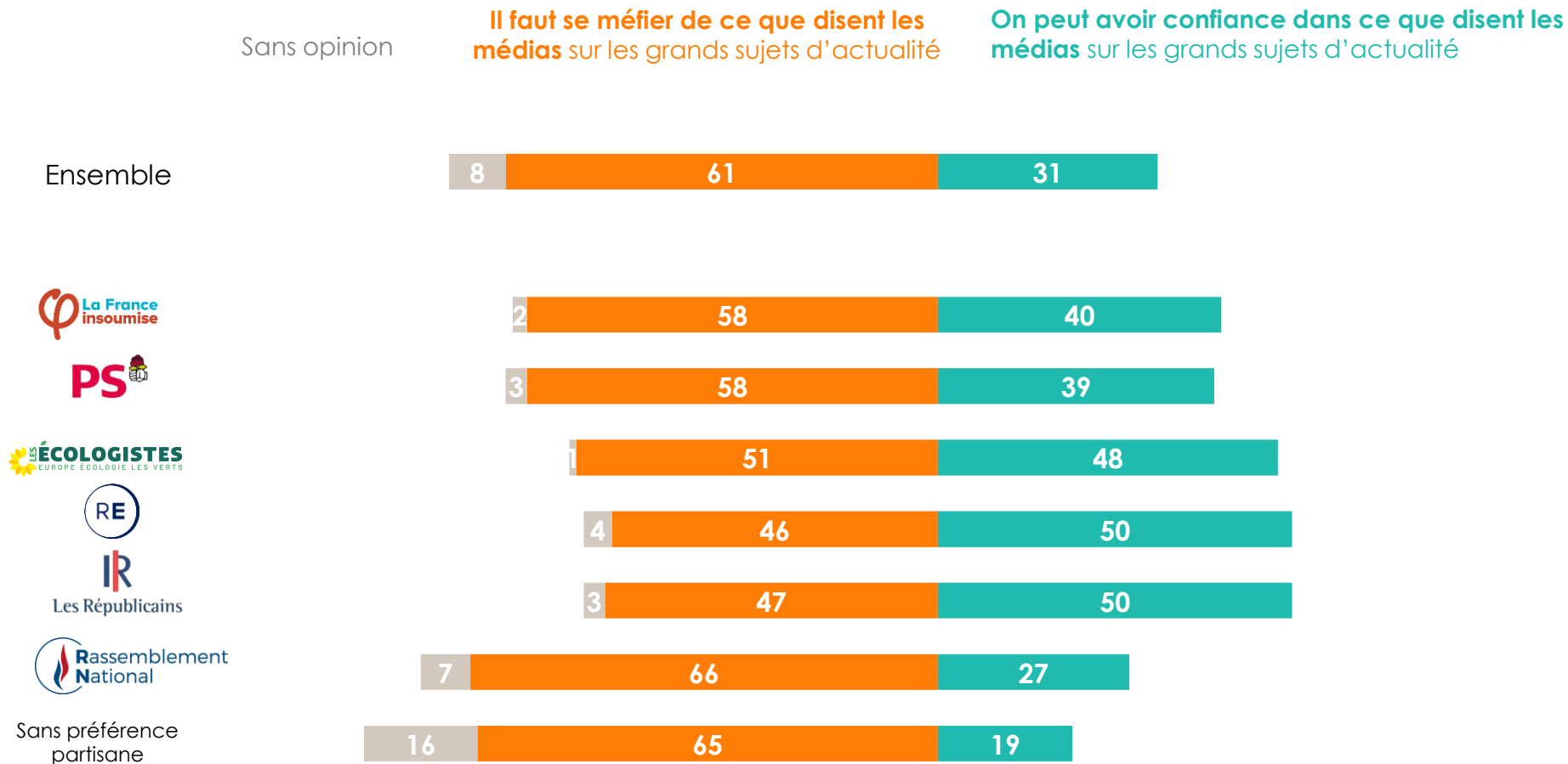


Base : ensemble (1500)

La confiance dans les médias sur les grands sujets d'actualité – selon la préférence partisane

Quelle affirmation se rapproche le plus de ce que vous pensez ?

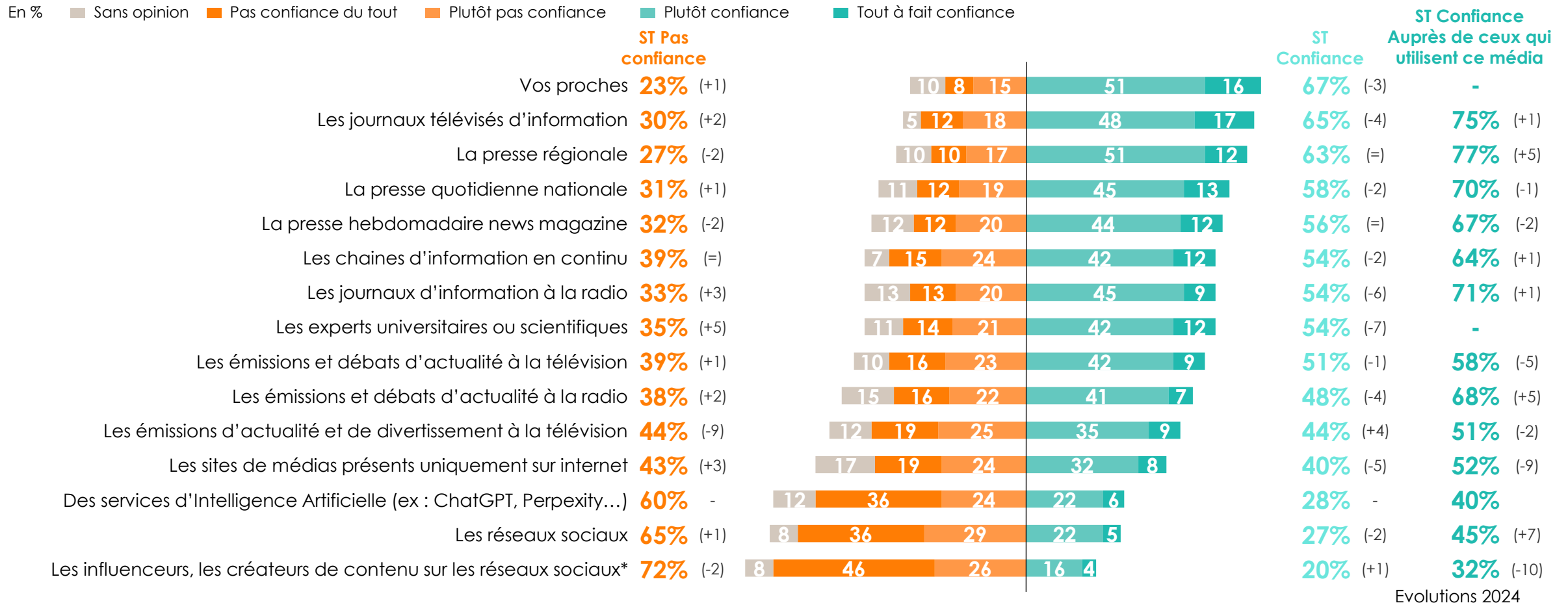
En %



Base : ensemble (1500)

La confiance dans les différents médias

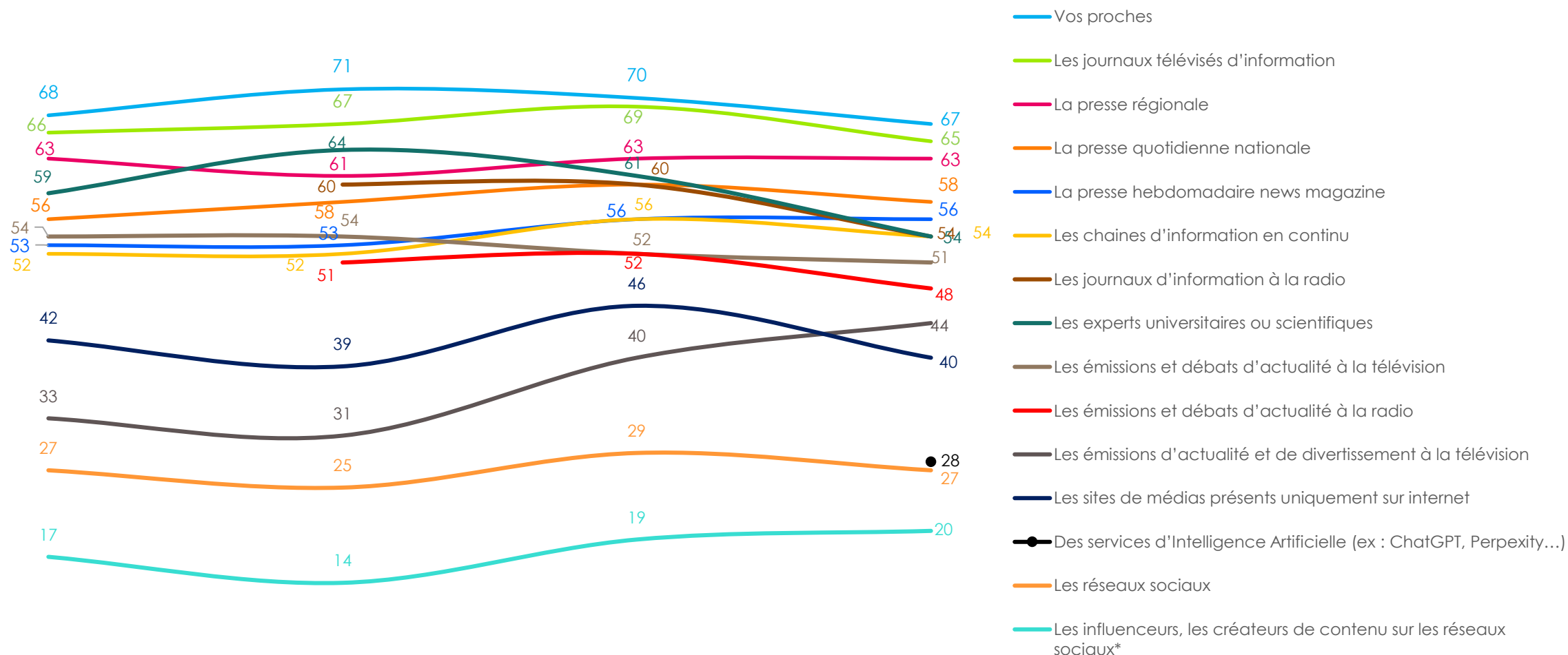
De manière générale faites-vous confiance aux médias ou aux personnes suivantes pour vous informer sur ce qui se passe dans l'actualité ?



Base : ensemble (1500)

La confiance dans les différents médias

De manière générale faites-vous confiance aux médias ou aux personnes suivantes pour vous informer sur ce qui se passe dans l'actualité ?



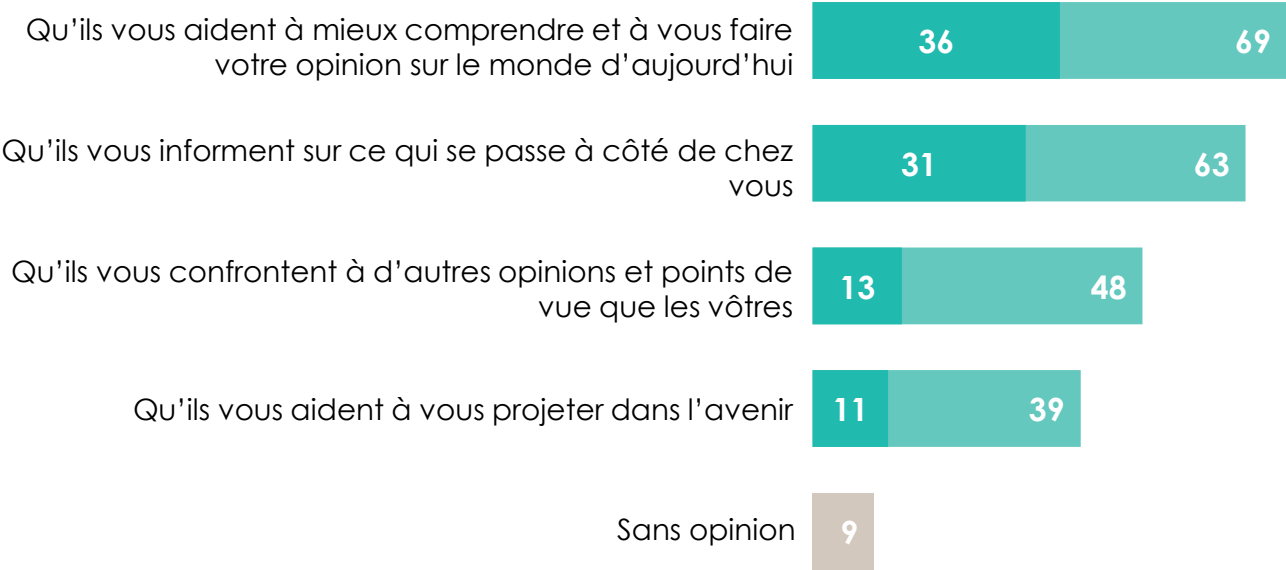
Base : ensemble (1500)

Les attentes vis-à-vis des médias

Quand vous suivez l'actualité qu'attendez-vous en priorité des médias ?

En %

■ Cité en premier ■ Cité au global



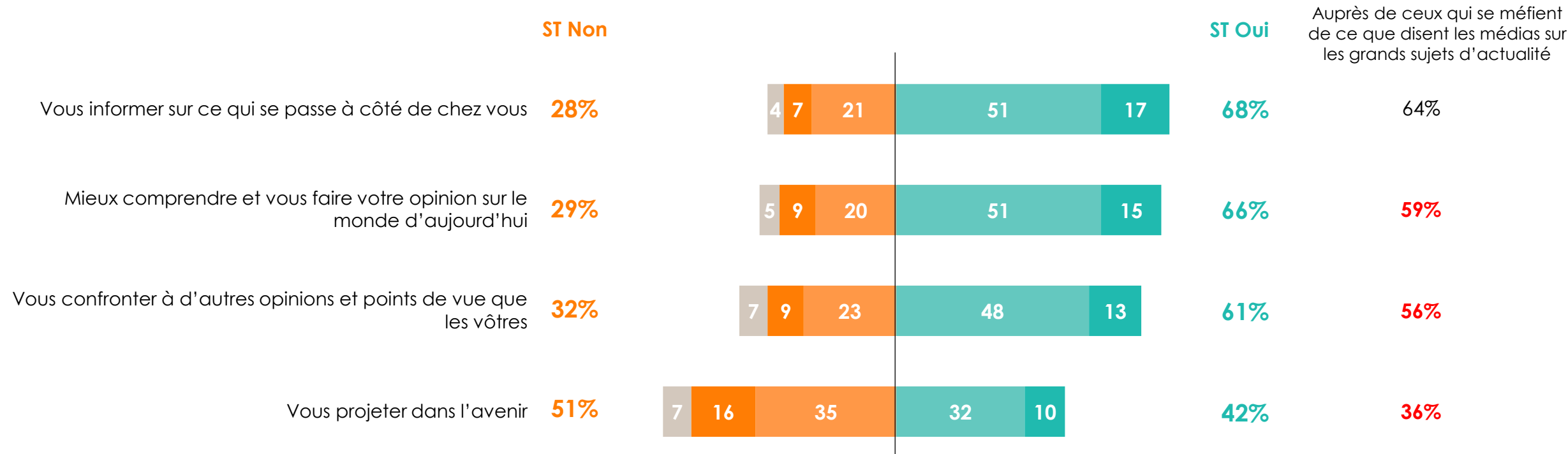
En fonction de l'âge...				
18-24	25-34	35-49	50-64	65+
68	57	60	73	79
52	56	52	68	75
46	44	46	44	56
34	32	42	41	42

Base : ensemble (1500)

L'impact perçu des médias sur la vision du monde et de l'actualité

Et diriez-vous qu'aujourd'hui les médias que vous consultez le plus vous permettent de...

En % ■ Sans opinion ■ Non, pas du tout ■ Non, plutôt pas ■ Oui, plutôt ■ Oui, tout à fait



Base : ensemble (1500)

Les attentes des citoyens pour renforcer la crédibilité des médias

Qu'est-ce que les médias devraient mettre en place concrètement pour que vous ayez davantage confiance en eux ?

En % Question ouverte – Réponses spontanées

ST GARANTIR LA VERACITE DES INFORMATIONS 34

Dire la vérité 13

Vérifier, citer et diversifier leurs sources 10

Etre transparent 4

Apporter des preuves 3

Etre honnête 3

Arrêter de mentir 2

Ne pas parler pour ne rien dire ou proposer des débats stériles / ne pas faire dans le sensationnel 1

Ne pas se contredire / reconnaître leurs erreurs 1

ST GARANTIR L'INDEPENDANCE ET LA NEUTRALITE DES JOURNALISTES ET DES REDACTIONS 14

Neutralité 8

Indépendance 7

Objectivité 1

Approfondir les sujets / des informations plus claires, précises et détaillées / Faire de la pédagogie 8

Présenter des points de vue différents (organiser des débats d'experts, utiliser des témoignages...) 8

ST DIVERSIFIER LES SUJETS TRAITES 4

Varié les sujets / Ne pas relayer les mêmes informations 2

Parler davantage de la France, des sujets locaux 2

Distinguer les faits et des opinions / Laisser les gens se faire leur propre opinion 4

Arrêter de manipuler / déformer les informations 4

Arrêter le négativisme / parler de choses positives 1

Citations de médias ou chaînes (BFM, France TV...) 1

Autres 6

Fait déjà confiance aux médias 1

Il n'y a rien à faire 6

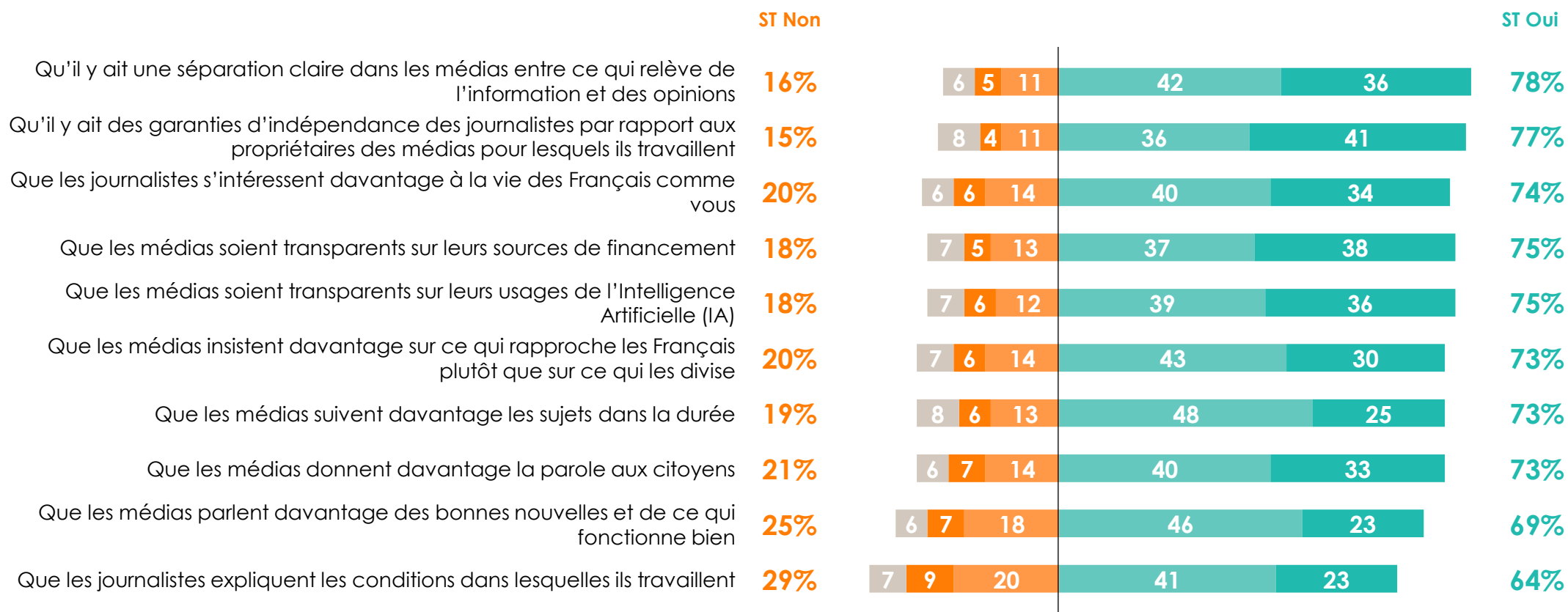
Ne sait pas 23

Base : ensemble (1500)

Les leviers pour renforcer la confiance dans les médias

Chacune des mesures ou initiatives suivantes pourraient-elles renforcer la confiance que vous avez dans les médias ?

En % ■ Sans opinion ■ Non, pas du tout ■ Non, plutôt pas ■ Oui, plutôt ■ Oui, tout à fait

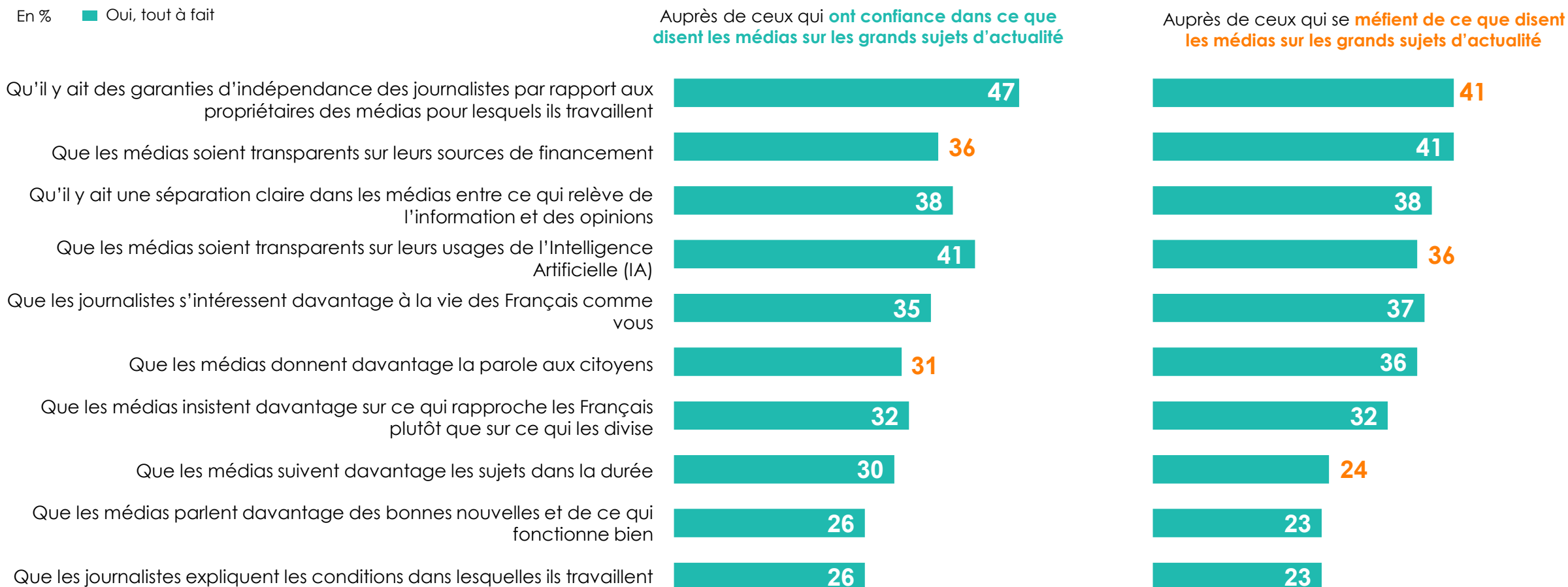


Base : ensemble (1500)

Les leviers pour renforcer la confiance – en fonction des niveaux de confiance

Chacune des mesures ou initiatives suivantes pourraient-elles renforcer la confiance que vous avez dans les médias ?

En % ■ Oui, tout à fait

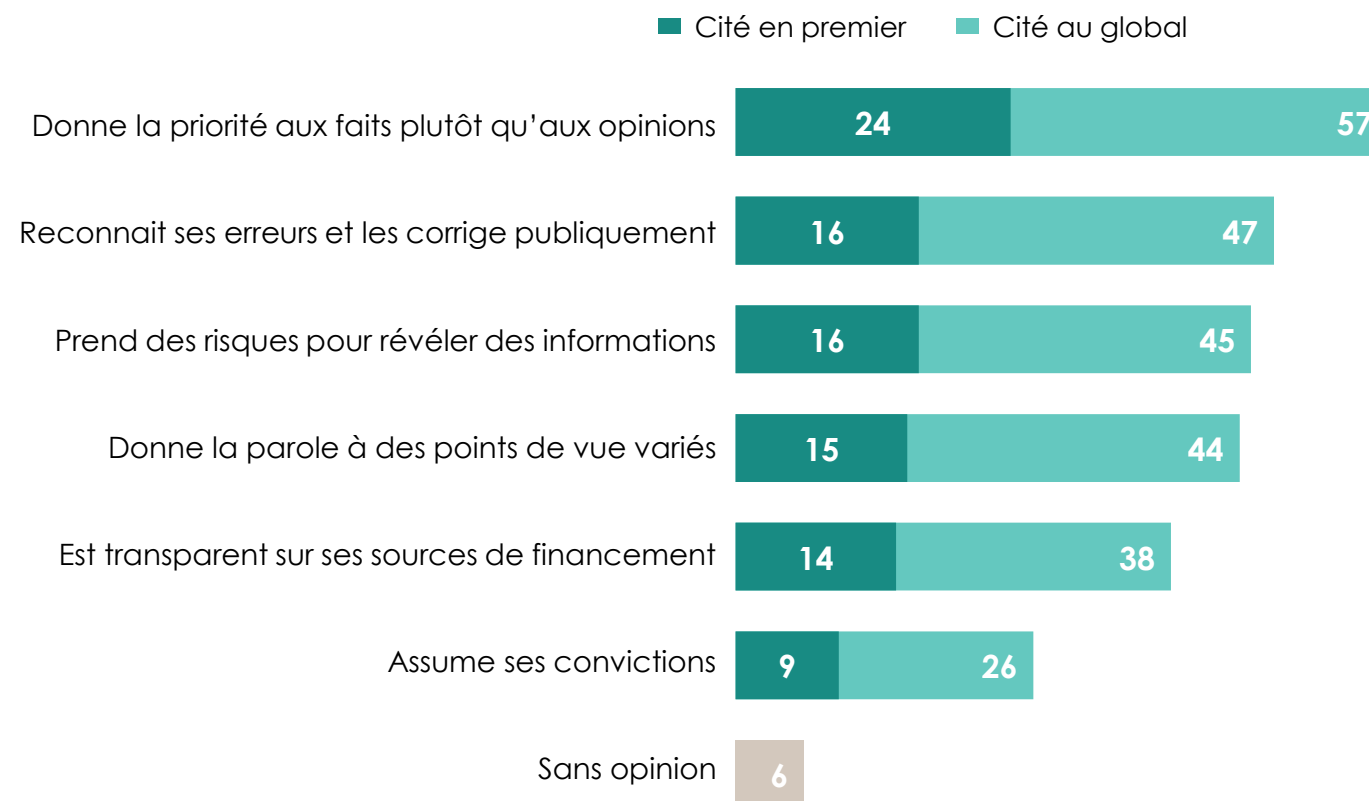


Base : ensemble (1500)

Les critères d'un média digne de confiance

Pour vous un média digne de confiance c'est un média qui...

En %

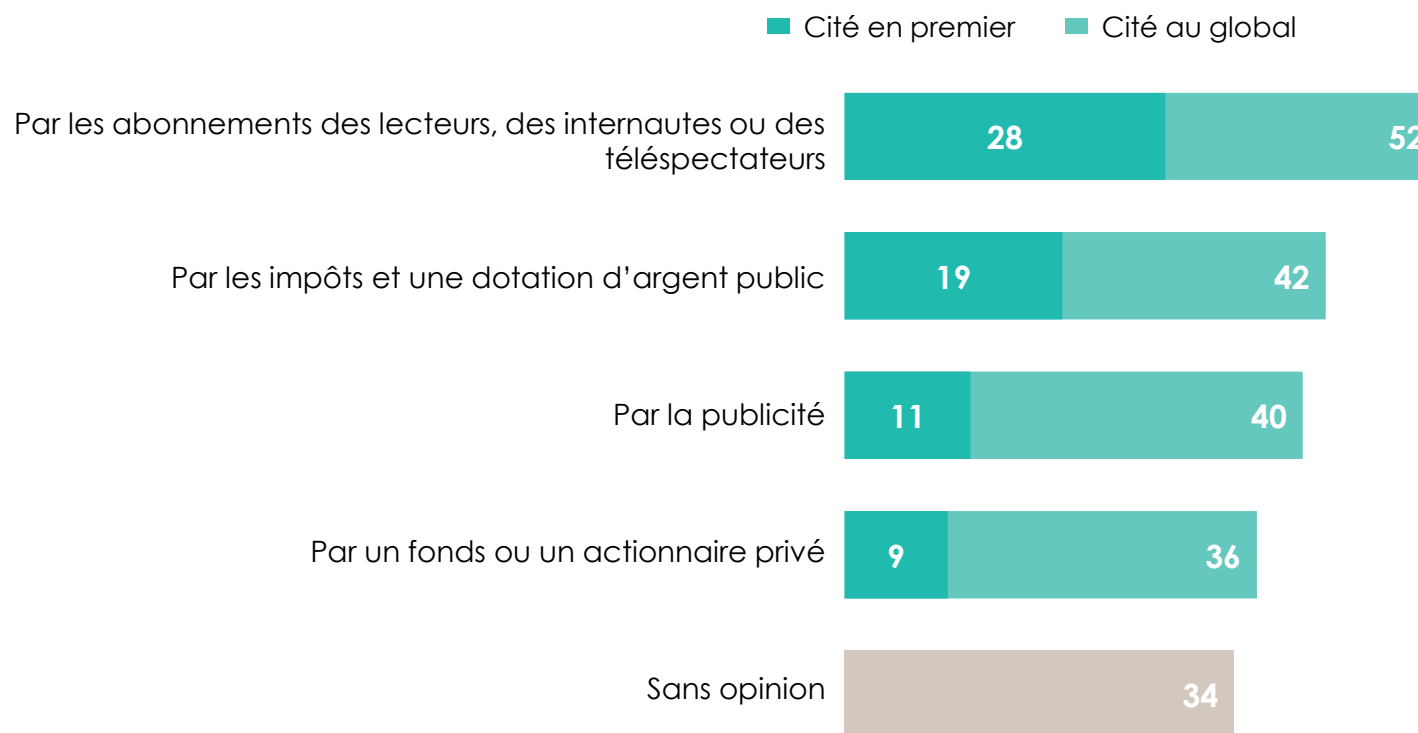


Base : ensemble (1500)

La perception de la crédibilité selon la source de financement

Dans quel type de média auriez vous le plus confiance ? Un média qui serait financé avant tout...

En %



Base : ensemble (1500)

4

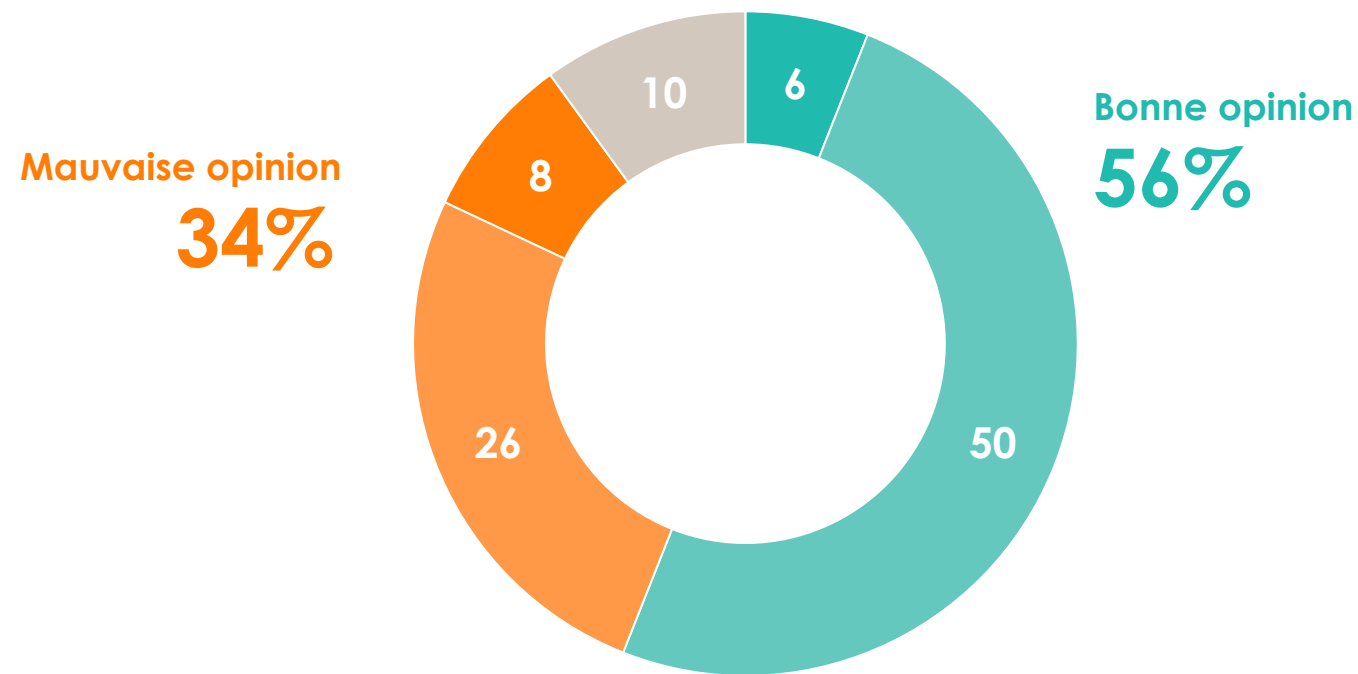
Image des journalistes et rôle de la presse en démocratie

L'image du métier de journaliste

D'une manière générale, avez-vous une bonne ou une mauvaise opinion des journalistes ?

En %

■ Une très bonne opinion ■ Une plutôt bonne opinion ■ Une plutôt mauvaise opinion ■ Une très mauvaise opinion ■ Sans opinion

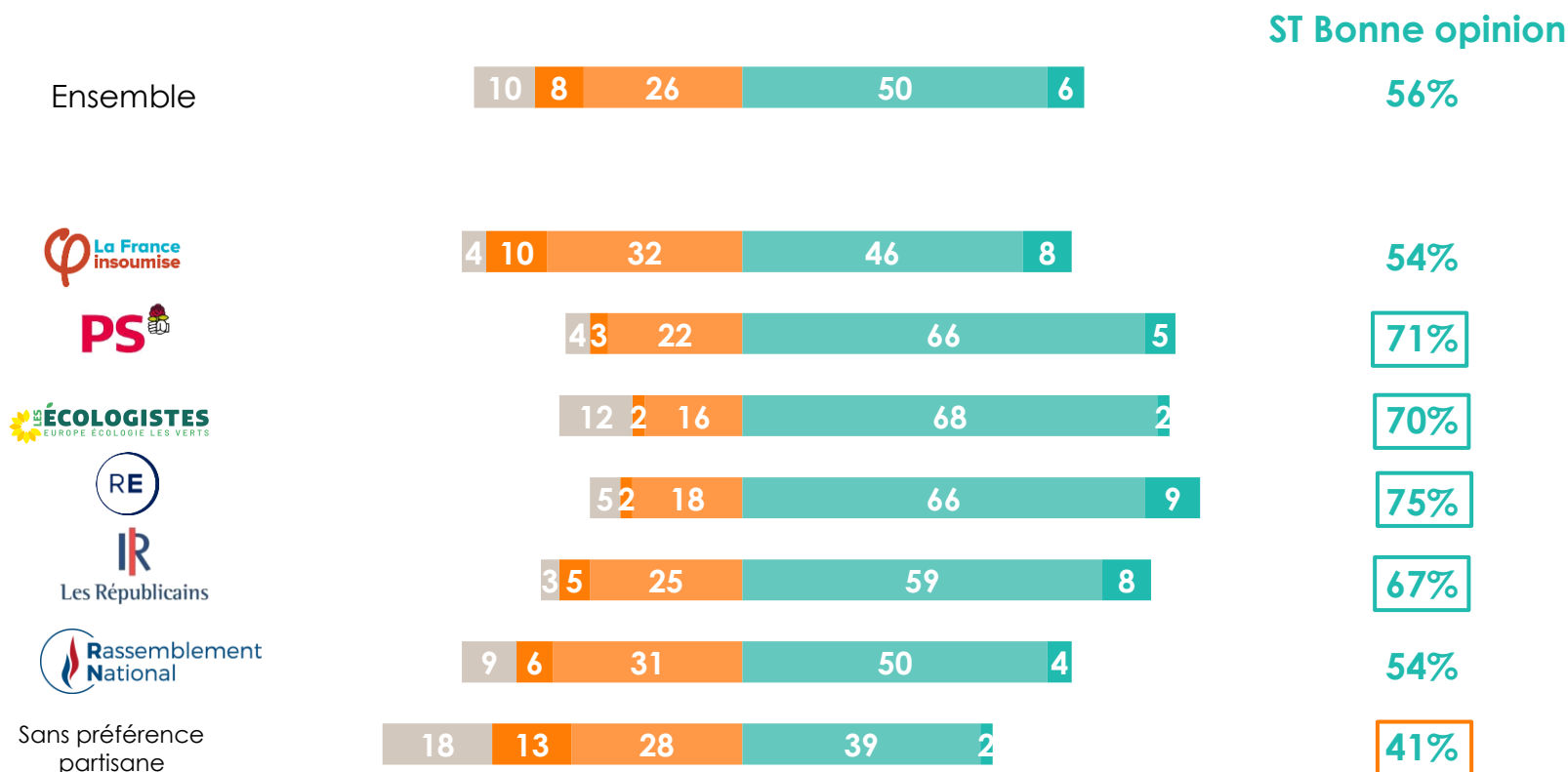


Base : ensemble (1500)

L'image du métier de journaliste – selon la préférence partisane

D'une manière générale, avez-vous une bonne ou une mauvaise opinion des journalistes ?

En % ■ Une très bonne opinion ■ Une plutôt bonne opinion ■ Une plutôt mauvaise opinion ■ Une très mauvaise opinion ■ Sans opinion



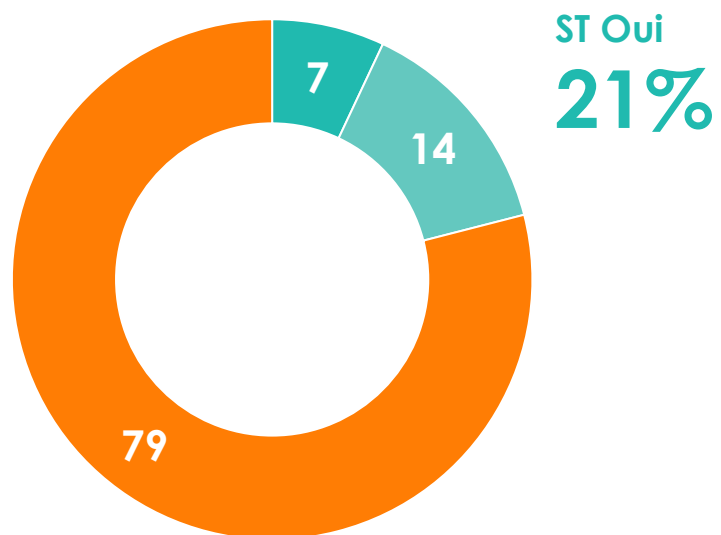
Base : ensemble (1500)

Les échanges des citoyens avec les journalistes

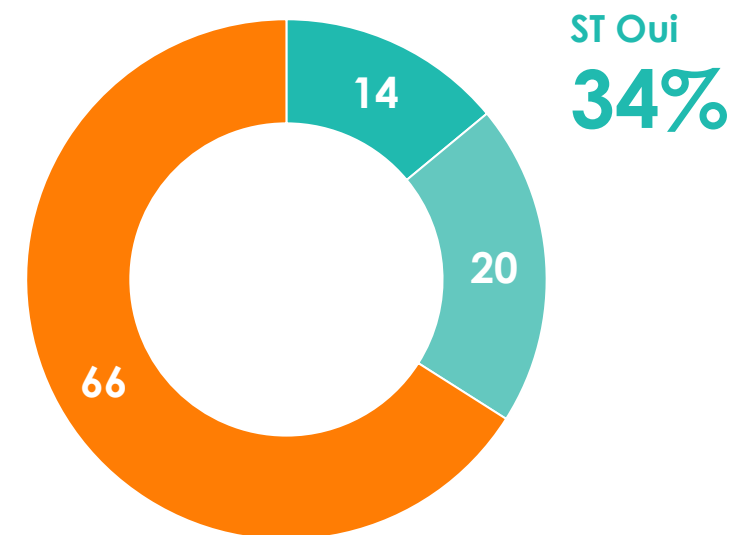
Avez vous déjà échangé avec un(e) journaliste ?

En % ■ Non jamais ■ Oui une fois ■ Oui plusieurs fois

Au cours des 12 derniers mois



Au cours de ma vie



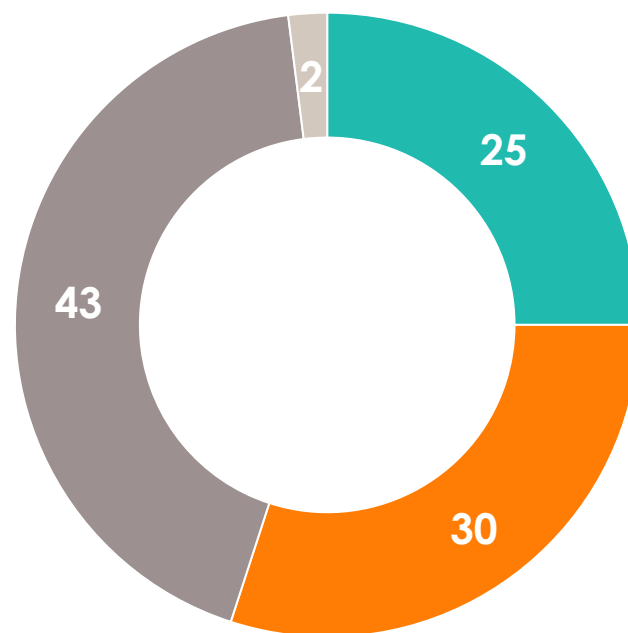
Base : ensemble (1500)

L'évaluation de l'impact d'un échange avec des journalistes

Cet échange a-t-il plutôt amélioré ou dégradé votre confiance dans les médias ?

En %

■ Sans opinion ■ N'a rien changé ■ Plutôt dégradé ■ Plutôt amélioré

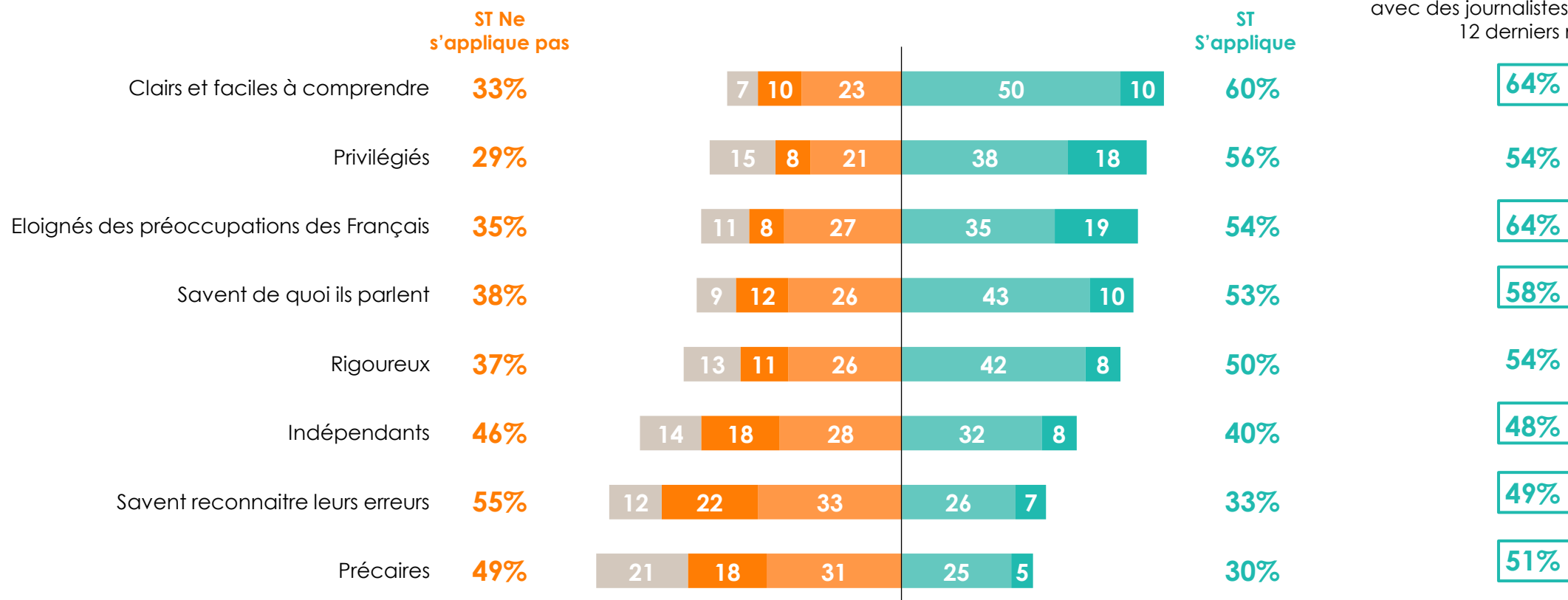


Base : Auprès de ceux qui ont déjà rencontré des journalistes (526)

Les traits d'image des journalistes

Pour chacun des qualificatifs suivants est ce qu'il s'applique à l'image que vous vous faites des journalistes en France ?

En % ■ Sans opinion ■ S'applique très mal ■ S'applique plutôt mal ■ S'applique plutôt bien ■ S'applique très bien

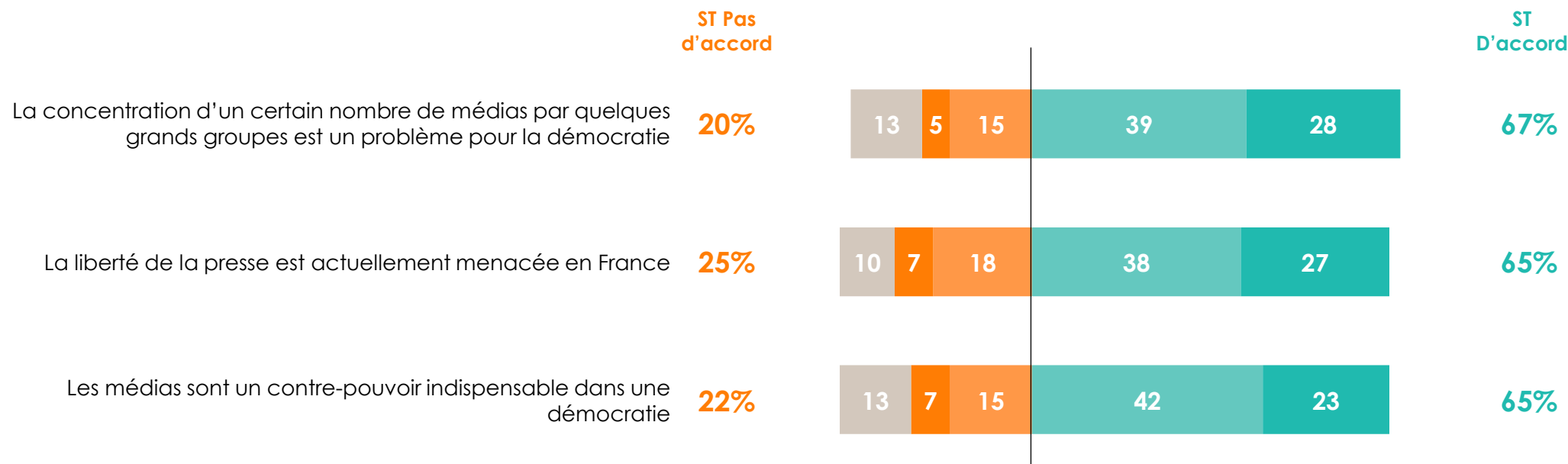


Base : ensemble (1500)

Le rôle de la presse dans la démocratie

Voici une série d'affirmations concernant le rôle de la presse dans une démocratie, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec ces affirmations ?

En % ■ Sans opinion ■ Pas d'accord du tout ■ Plutôt pas d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Tout à fait d'accord



Base : ensemble (1500)

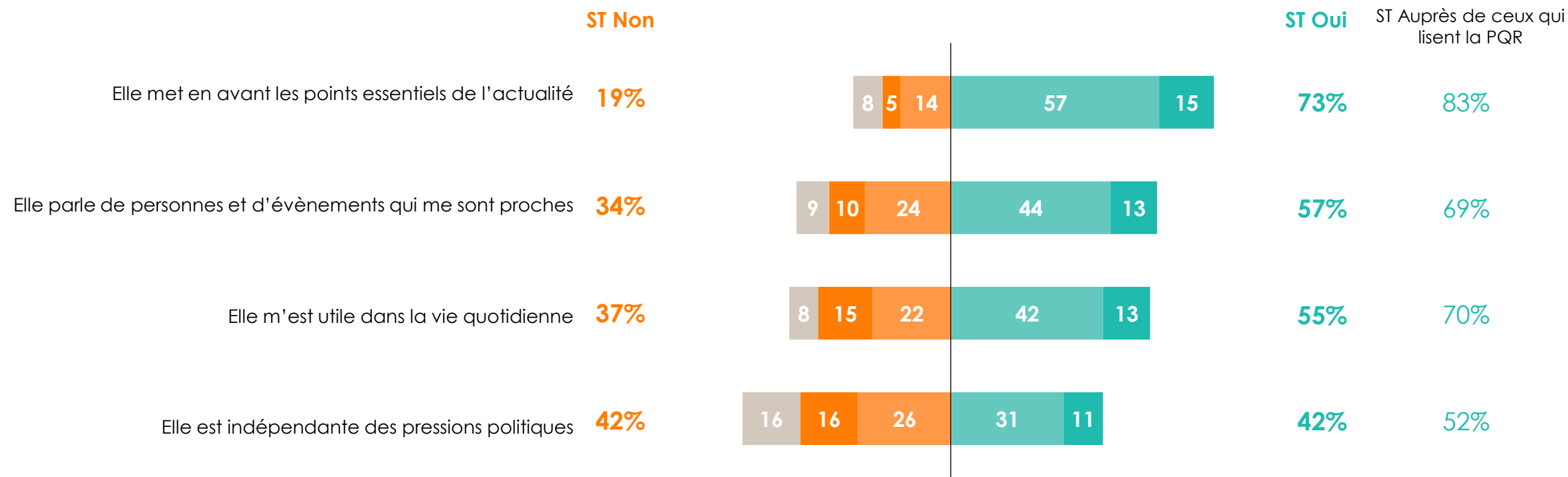
5

Les Français et les médias locaux

L'image de la presse quotidienne régionale

Les propositions suivantes correspondent-elles à l'image que vous avez de la presse quotidienne régionale (en ligne ou en format papier) ?

En % ■ Sans opinion ■ Non, pas du tout ■ Non, plutôt pas ■ Oui, plutôt ■ Oui, tout à fait



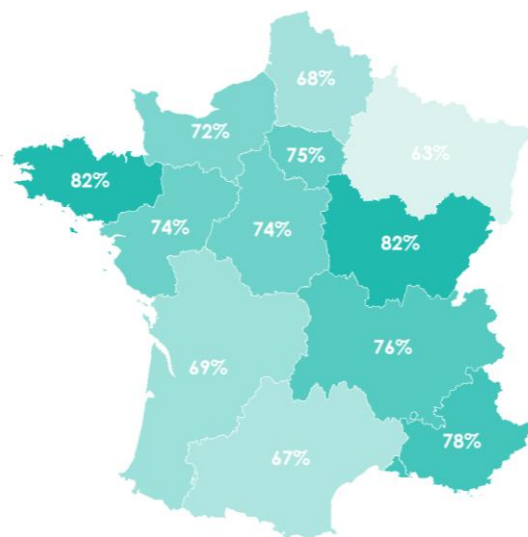
Base : ensemble (1500)

L'image de la presse quotidienne régionale – selon la région

Les propositions suivantes correspondent-elles à l'image que vous avez de la presse quotidienne régionale (en ligne ou en format papier) ?

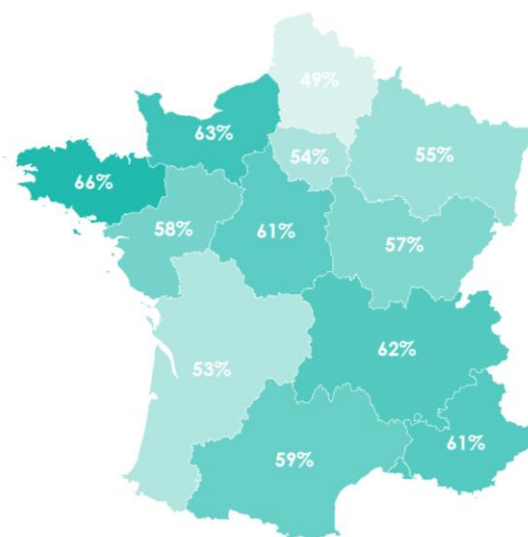
% Oui

Elle met en avant les
points essentiels de l'actualité



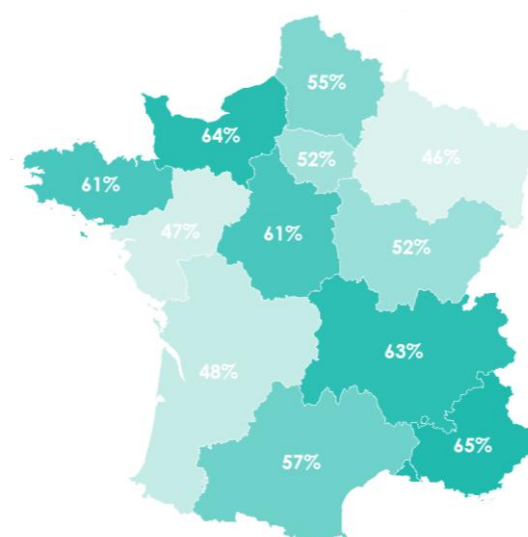
Moyenne
nationale : **73%**

Elle parle de personnes
et d'événements qui me sont proches



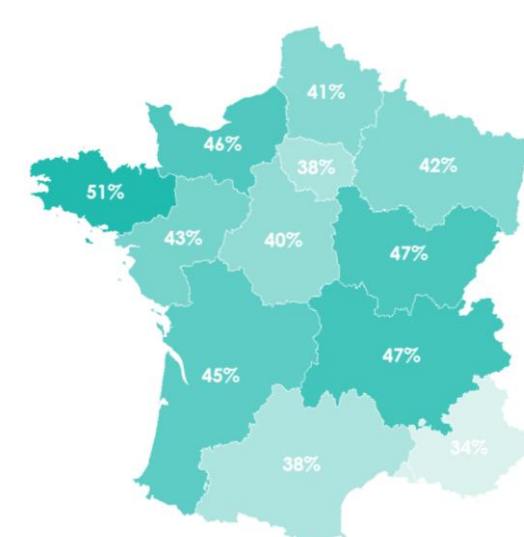
Moyenne
nationale : **57%**

Elle m'est utile
dans la vie quotidienne



Moyenne
nationale : **55%**

Elle est indépendante
des pressions politiques



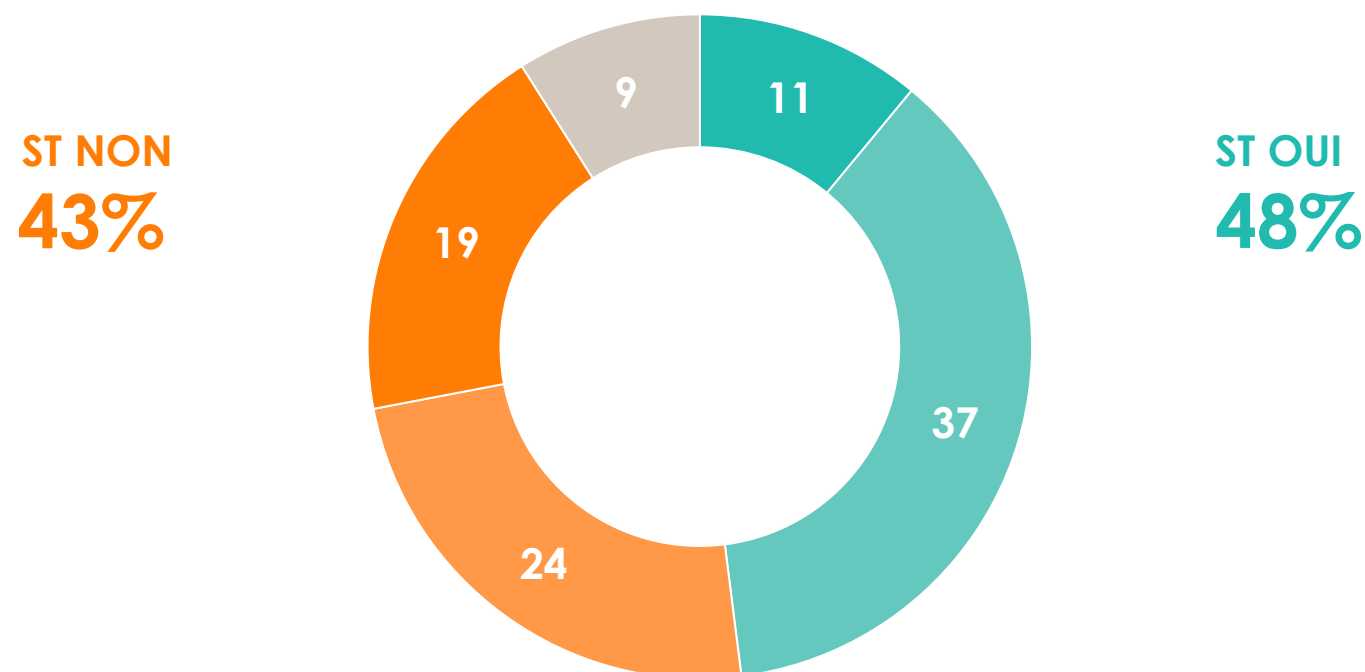
Moyenne
nationale : **42%**

L'importance des médias locaux dans les élections municipales

En mars 2026 auront lieu les élections municipales en France. Les médias locaux vous aident-ils à mieux comprendre les enjeux locaux pour ces élections ?

En %

■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout ■ Sans opinion



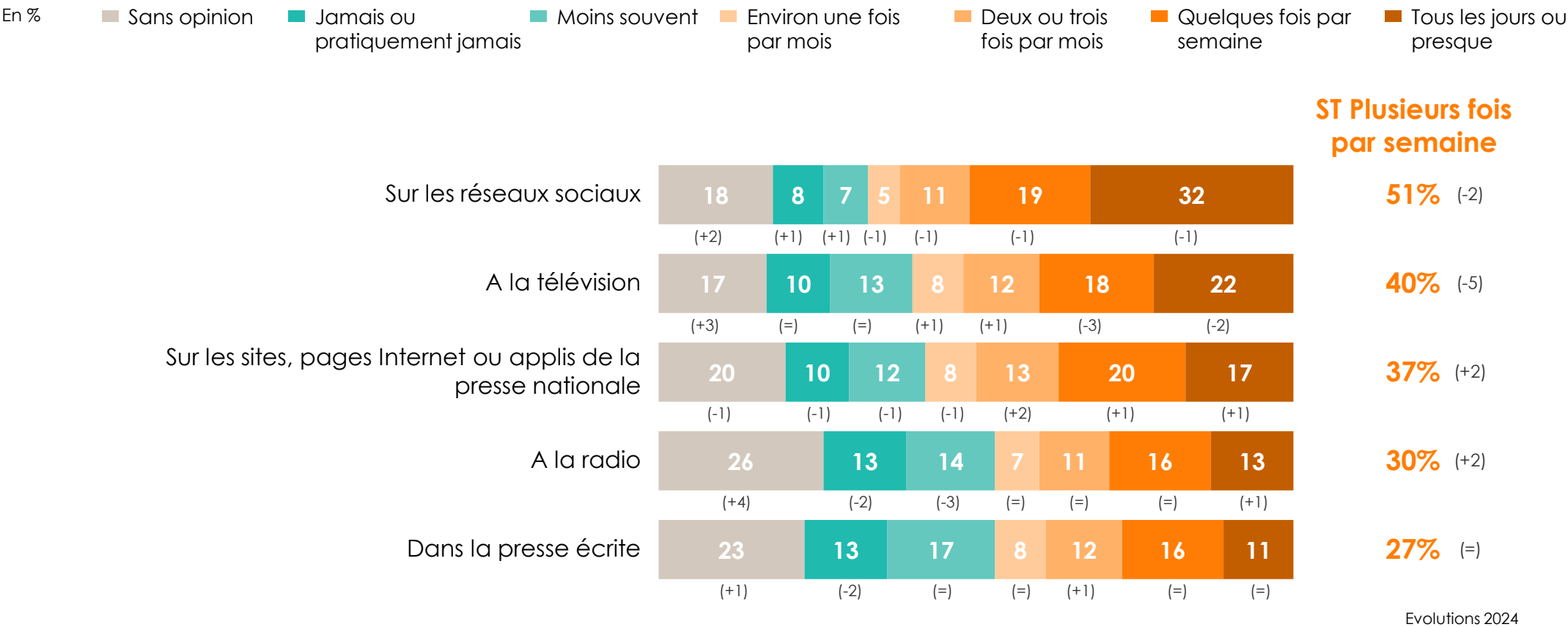
Base : ensemble (1500)

6

La lutte contre la désinformation

Le sentiment d’être confronté à des fausses informations

A quelle fréquence, diriez-vous que vous êtes confronté(e) à des informations qui déforment la réalité ou qui sont même fausses...

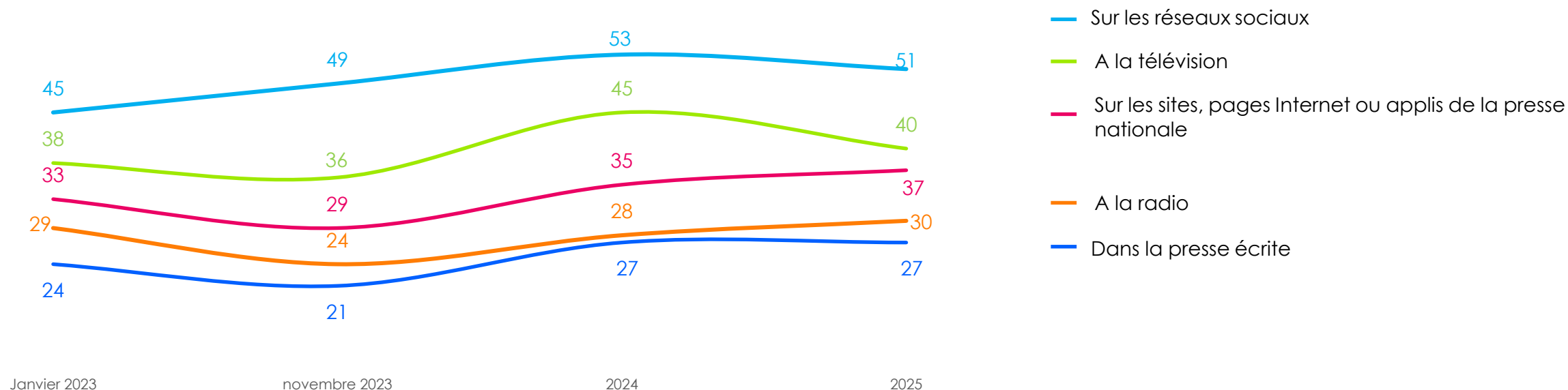


Base : ensemble (1500)

Le sentiment d'être confronté à des fausses informations

A quelle fréquence, diriez-vous que vous êtes confronté(e) à des informations qui déforment la réalité ou qui sont même fausses...

En % - ST Plusieurs fois par semaine



Base : ensemble (1500)

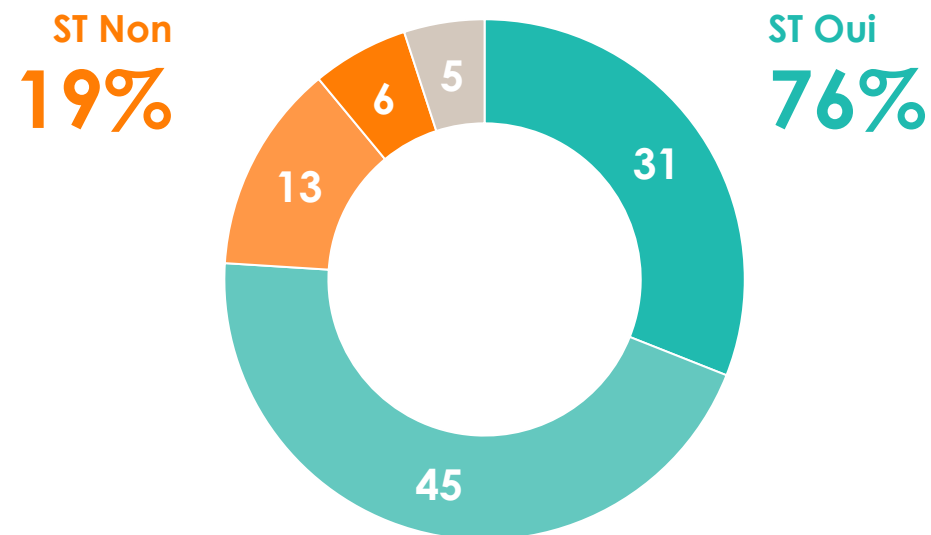
La perception des risques liés à la désinformation étrangère

Aujourd'hui, certains pays tentent d'influencer l'opinion publique en France, notamment en diffusant de fausses informations, dans le but de la déstabiliser ou de servir leurs propres intérêts.

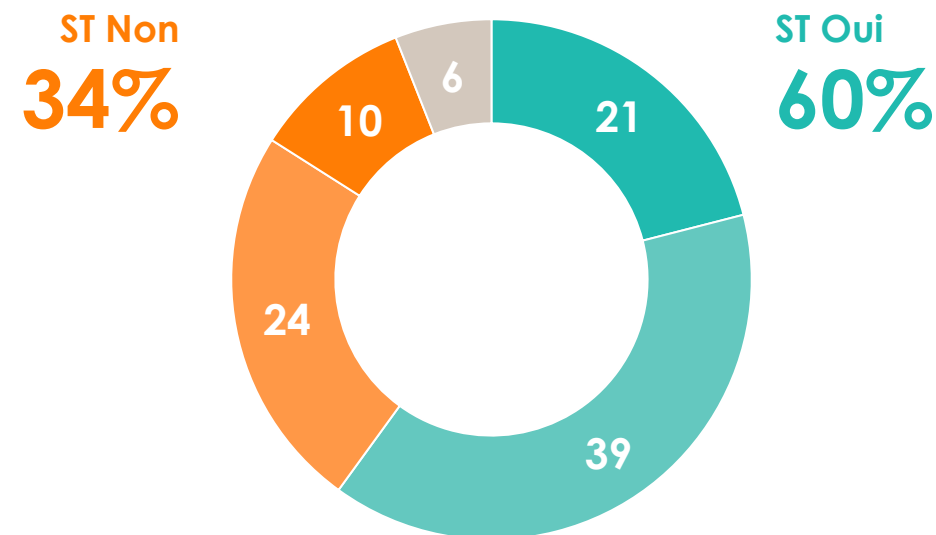
Est-ce quelque chose qui vous inquiète...

En % ■ Sans opinion ■ Non pas du tout ■ Non plutôt pas ■ Oui plutôt ■ Oui tout à fait

...pour la France en général



...dans le cadre des élections municipales de mars 2026



La certification des médias sur internet

Afin de tenir compte de l'actualité sur le sujet, les questions qui suivent ont fait l'objet d'une enquête spécifique, réalisée en ligne du 4 au 6 janvier 2026 auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de l'ensemble de la population âgée de 18 ans et plus. La représentativité a été assurée par la méthode des quotas.

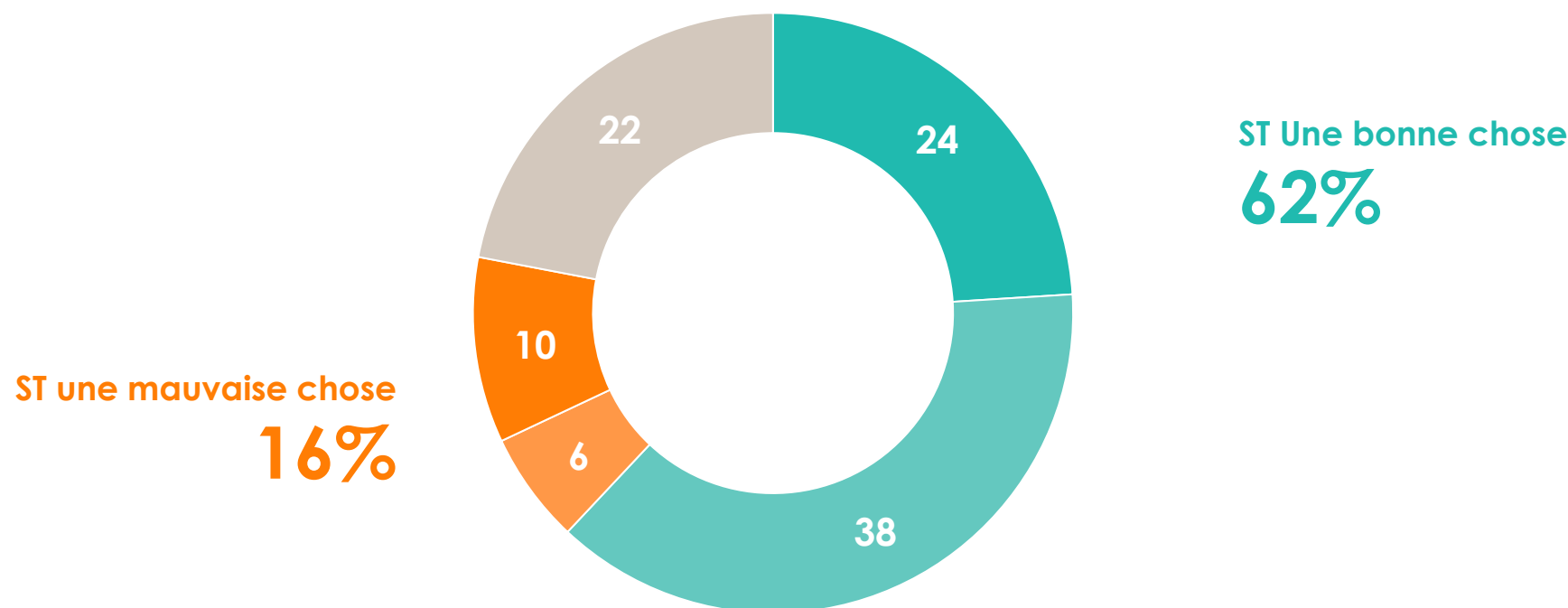
Jugement sur la création d'un label des médias sur Internet

Afin de renforcer la confiance des Français dans les médias et lutter contre la désinformation certains proposent de créer un « label » ou une « certification » des médias sur Internet. Ce label permettrait d'identifier les sites et médias d'information qui respectent les règles de déontologie journalistique, selon un ensemble de critères définis. Ce label serait attribué par une agence indépendante composée de professionnels des médias.

Pensez-vous qu'une telle initiative serait :

En %

■ Une très bonne chose ■ Une assez bonne chose ■ Une assez mauvaise chose ■ Une très mauvaise chose ■ Je ne sais pas



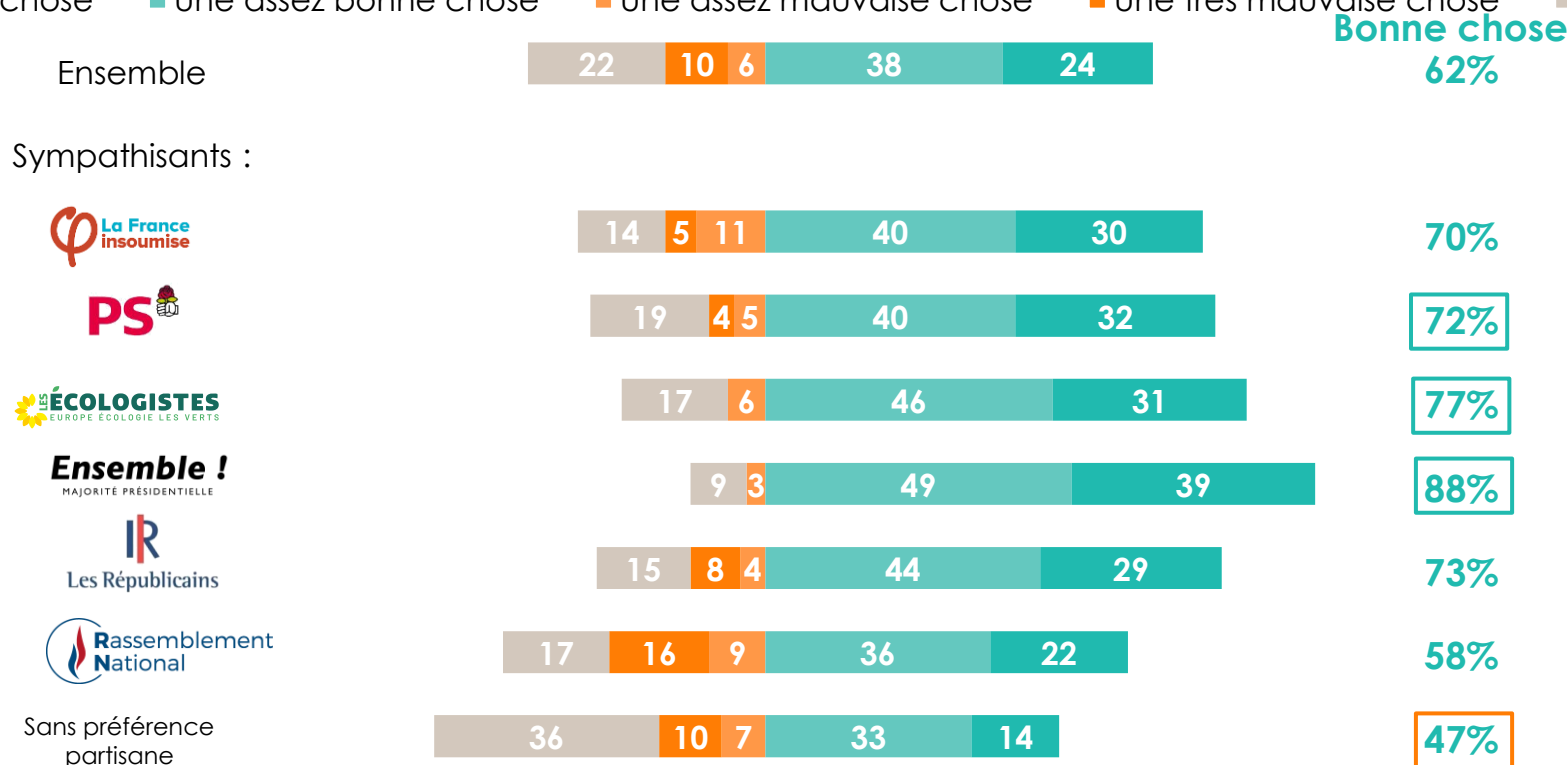
Base : ensemble (1000)

Jugement sur la création d'un label des médias sur Internet – selon la préférence partisane

Afin de renforcer la confiance des Français dans les médias et lutter contre la désinformation certains proposent de créer un « label » ou une « certification » des médias sur Internet. Ce label permettrait d'identifier les sites et médias d'information qui respectent les règles de déontologie journalistique, selon un ensemble de critères définis. Ce label serait attribué par une agence indépendante composée de professionnels des médias.

Pensez-vous qu'une telle initiative serait :

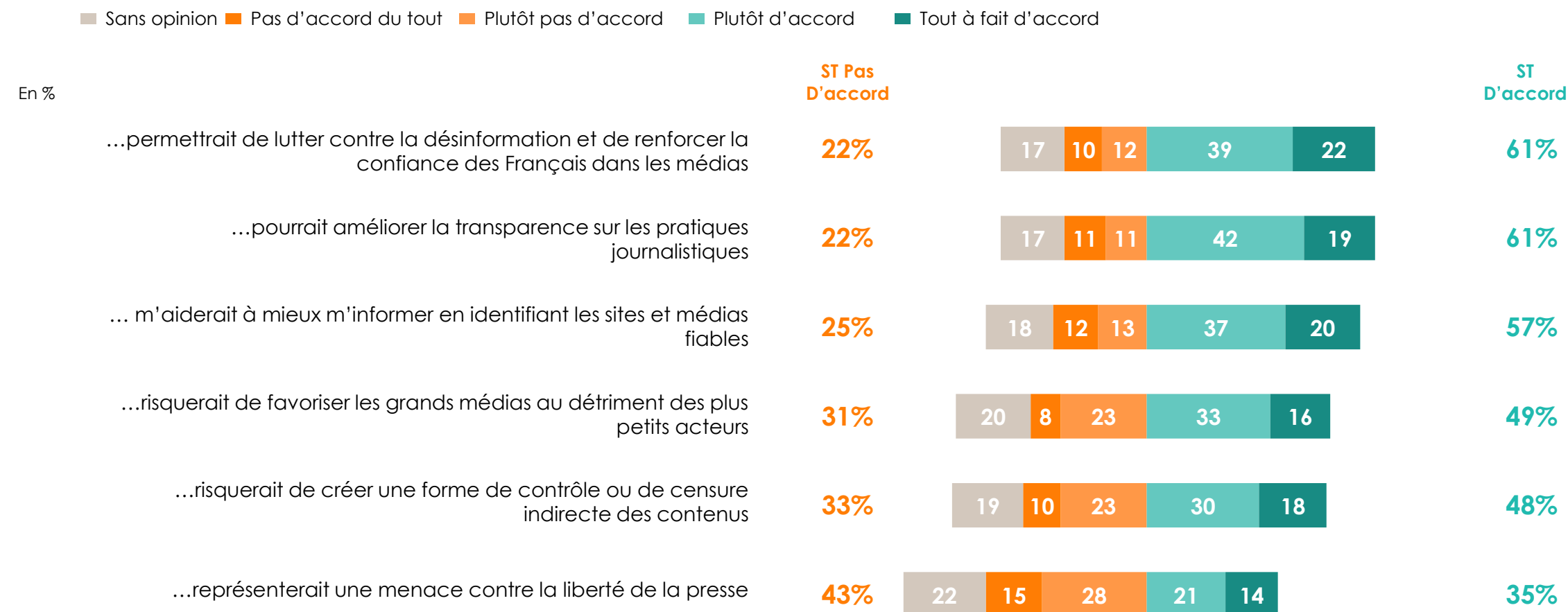
En % ■ Une très bonne chose ■ Une assez bonne chose ■ Une assez mauvaise chose ■ Une très mauvaise chose ■ Je ne sais pas



Base : ensemble (1000)

Perception détaillée de la création d'un label des médias sur Internet

Et êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes concernant la création de ce label ? La création de ce label...



Base : ensemble (1000)

L'équipe Verian

Laure SALVAING

Directrice générale Verian
France
laure.salvaing@veriangroup.com

Guillaume CALINE

Directeur Enjeux publics et opinion
guillaume.caline@veriangroup.com

Alexandre VASSAS

Chargé d'études senior
alexandre.vassas@veriangroup.com



Powering decisions
that shape the world.

