

# La confiance des Français dans les médias

39<sup>ème</sup> 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 »



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

# Sommaire

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

# 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

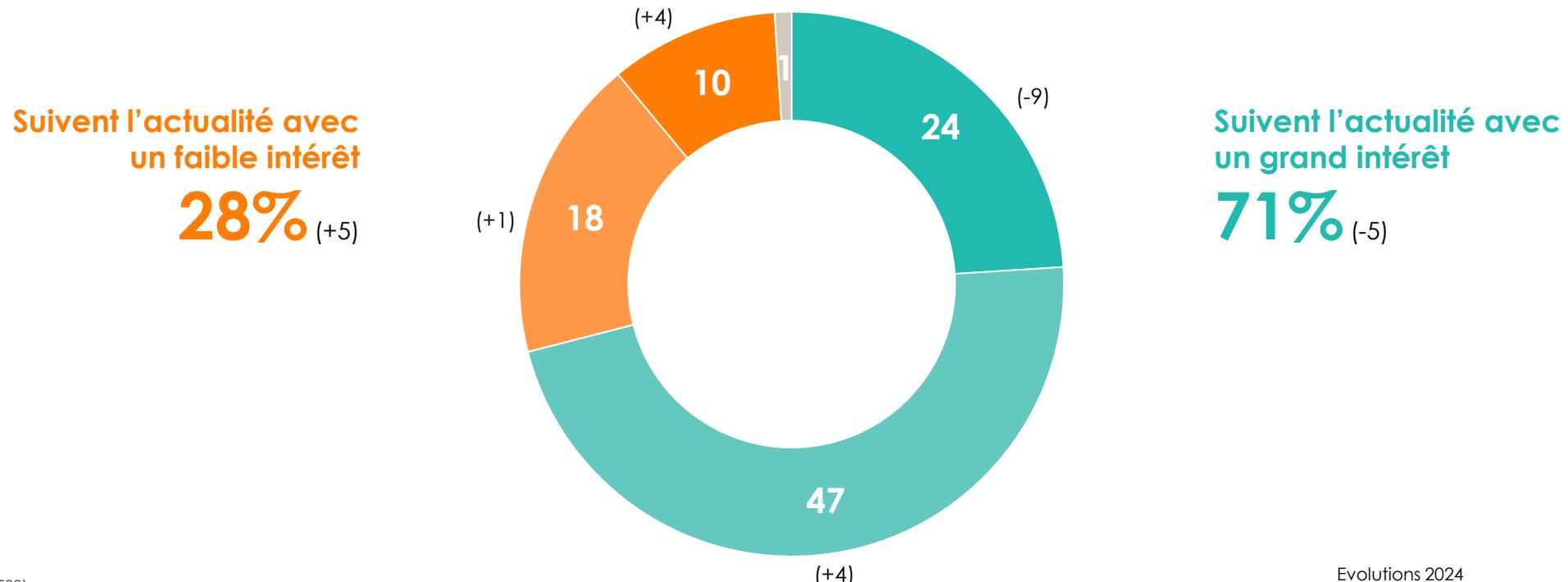
# Intérêt et rapport à l'actualité

# 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



Base : ensemble (1500)

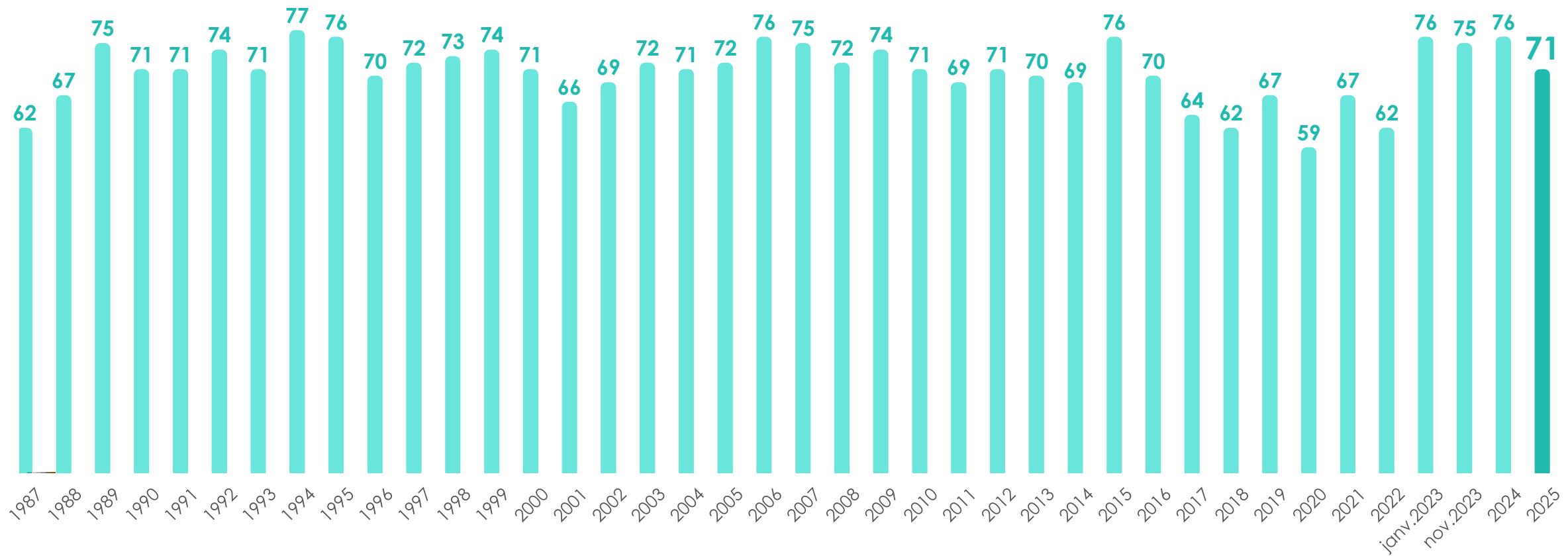
Evolutions 2024

# 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 %

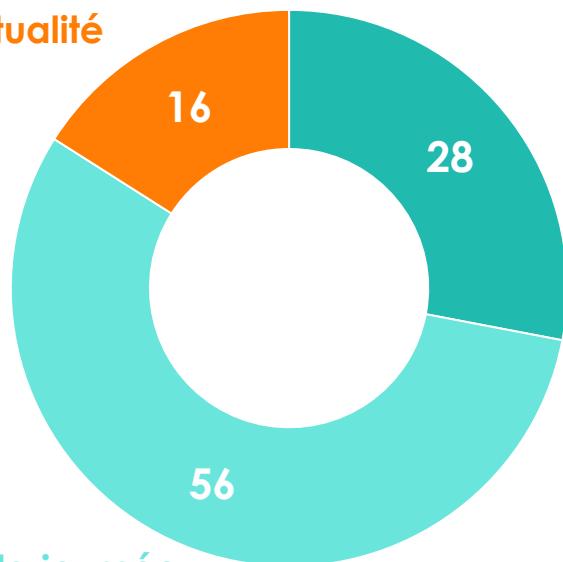


# La fréquence de suivi de l'actualité

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**



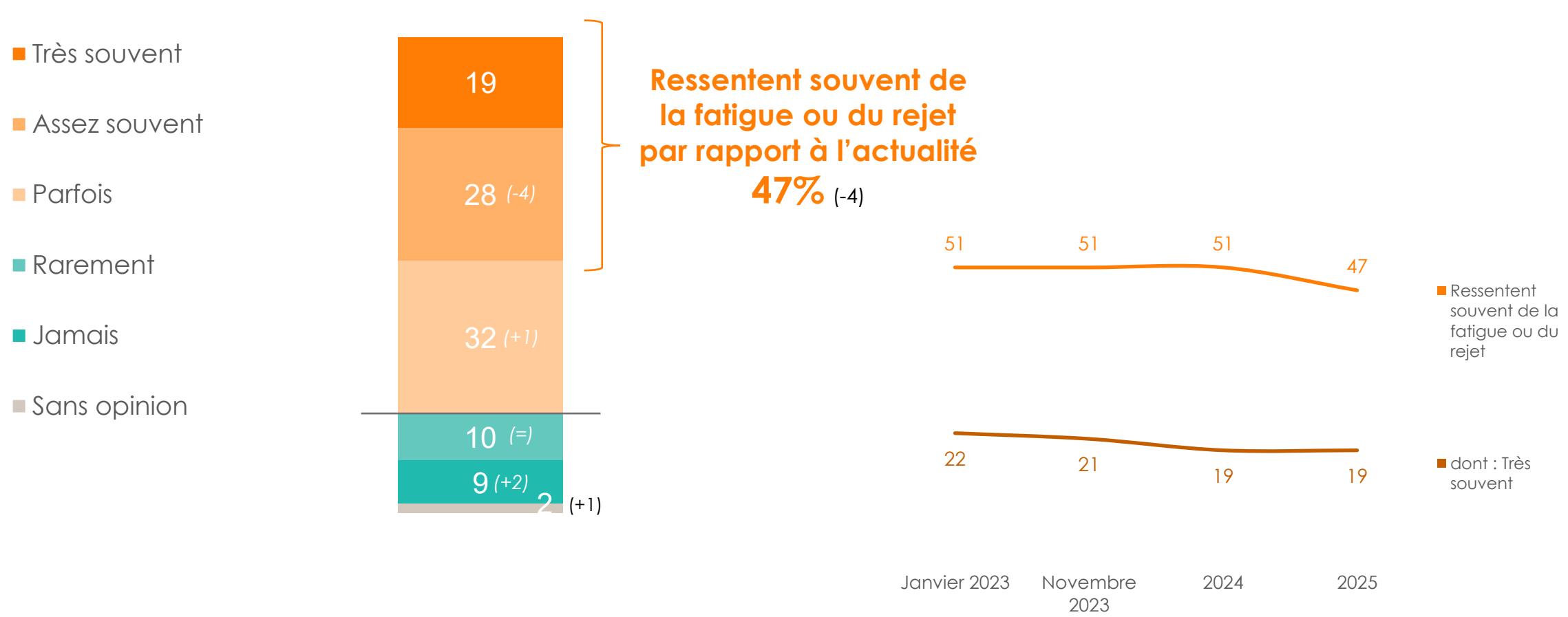
**...à plusieurs reprises tout au long de la journée**

Base : ensemble (1500)

# 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 %



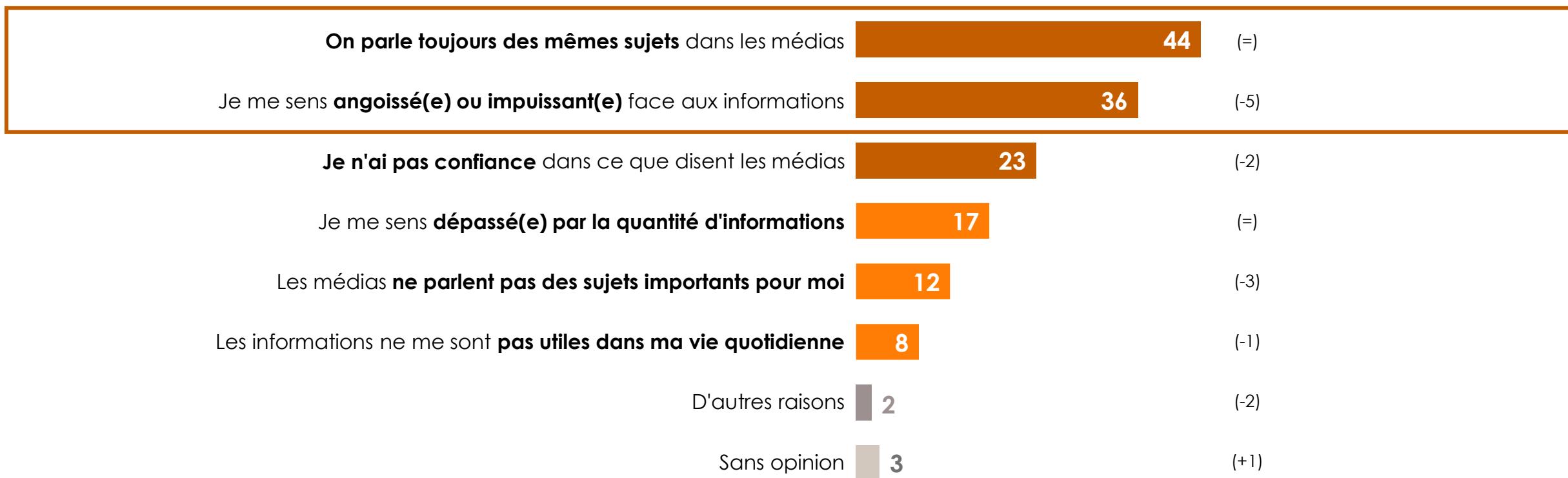
Base : ensemble (1500)

# 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

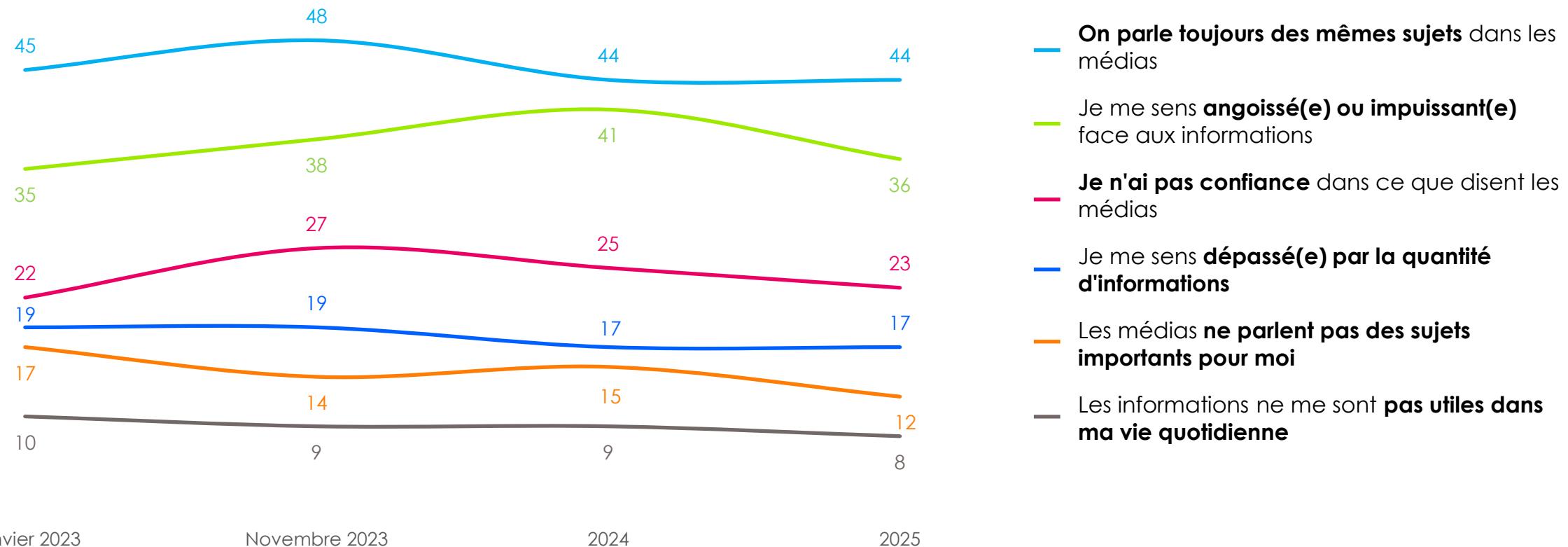


Base : A ceux qui ressentent de la fatigue ou du rejet par rapport à l'actualité (n= 1388)

# 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 %

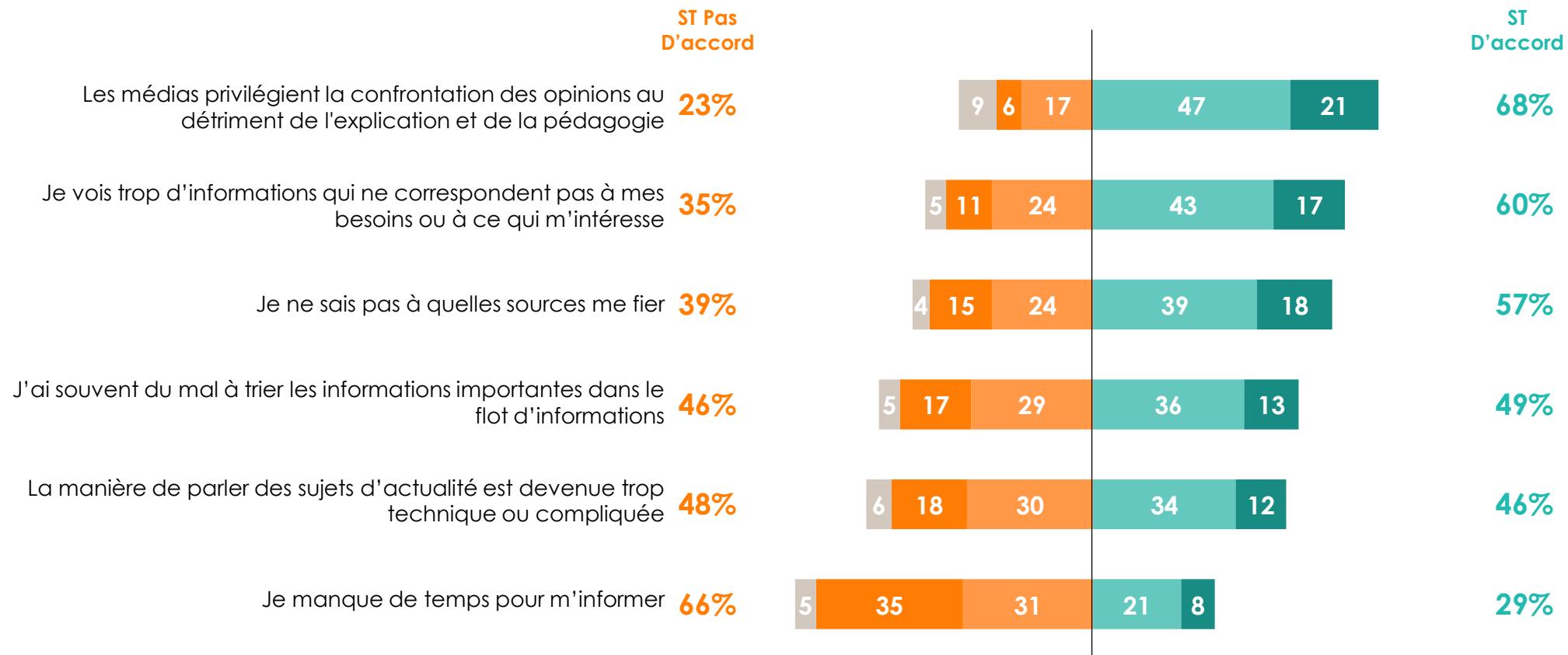


Base : A ceux qui ressentent de la fatigue ou du rejet par rapport à l'actualité

# 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 ?

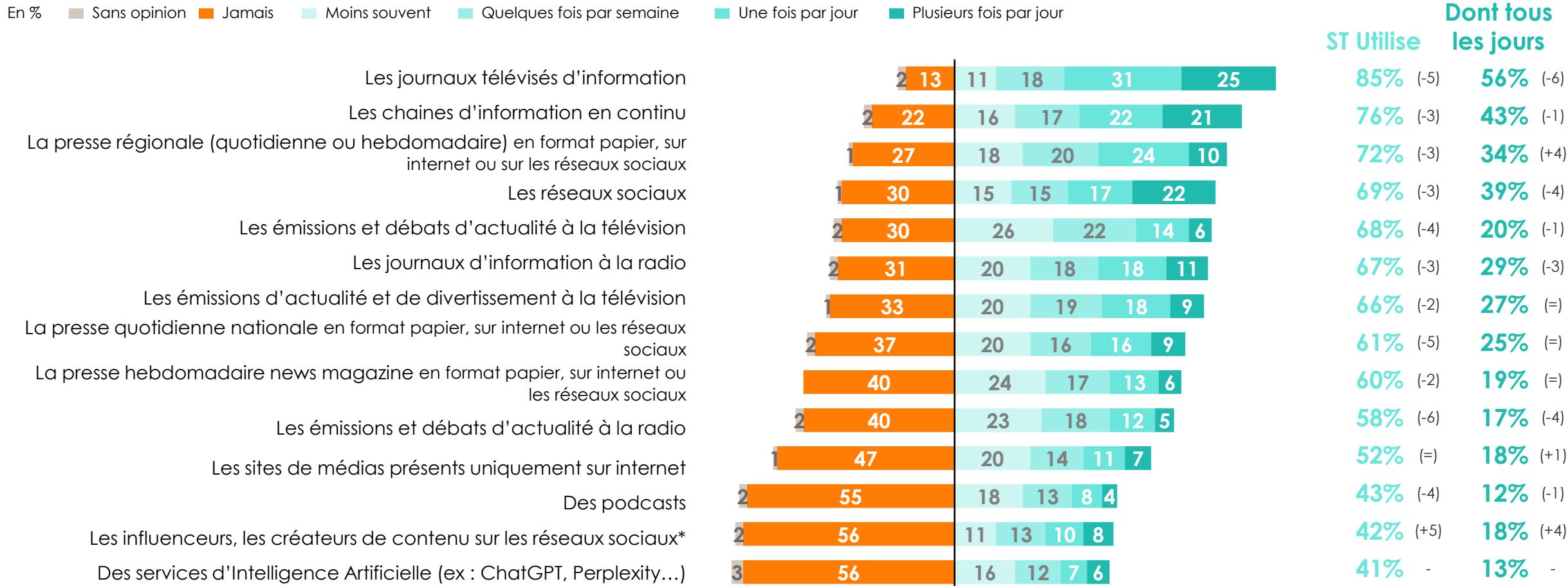
En %      ■ Sans opinion    ■ Pas d'accord du tout    ■ Plutôt pas d'accord    ■ Plutôt d'accord    ■ Tout à fait d'accord



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 ?

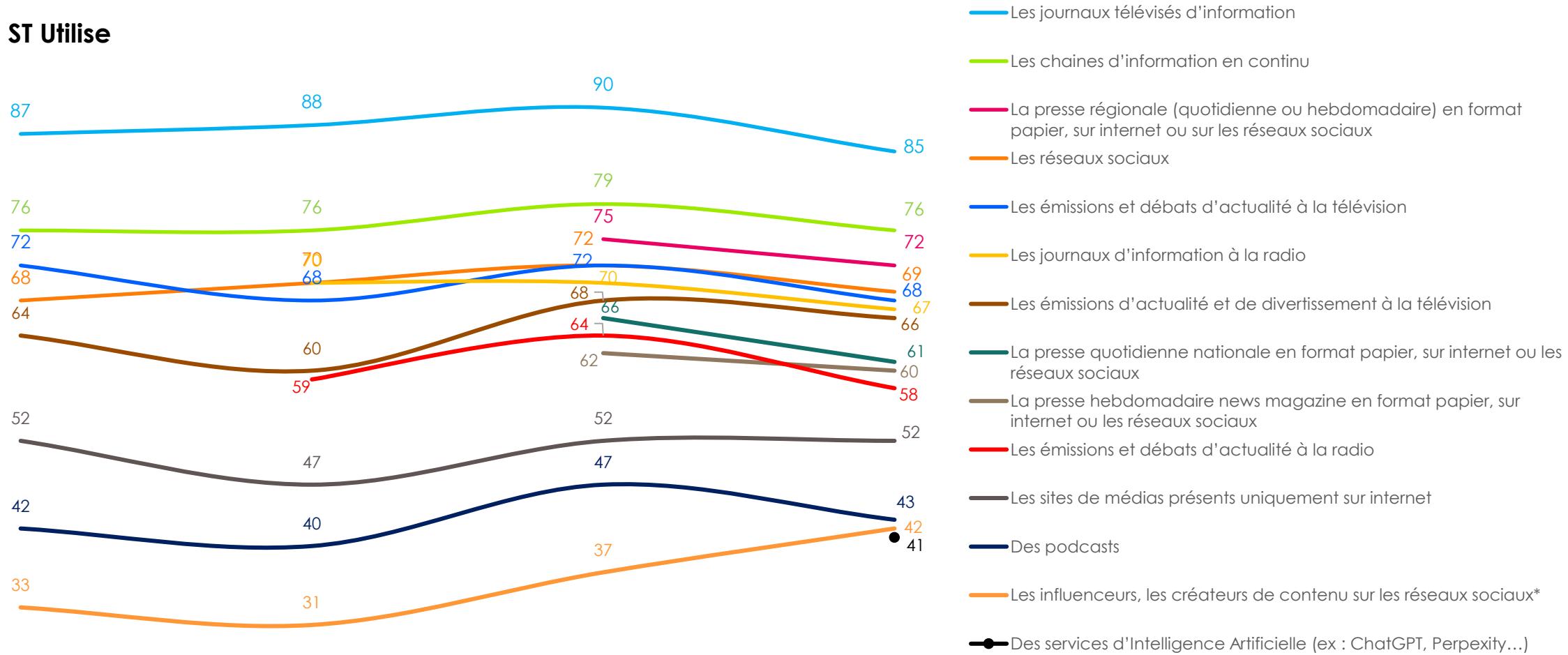


Base : ensemble (1500)

# 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 Utilisé

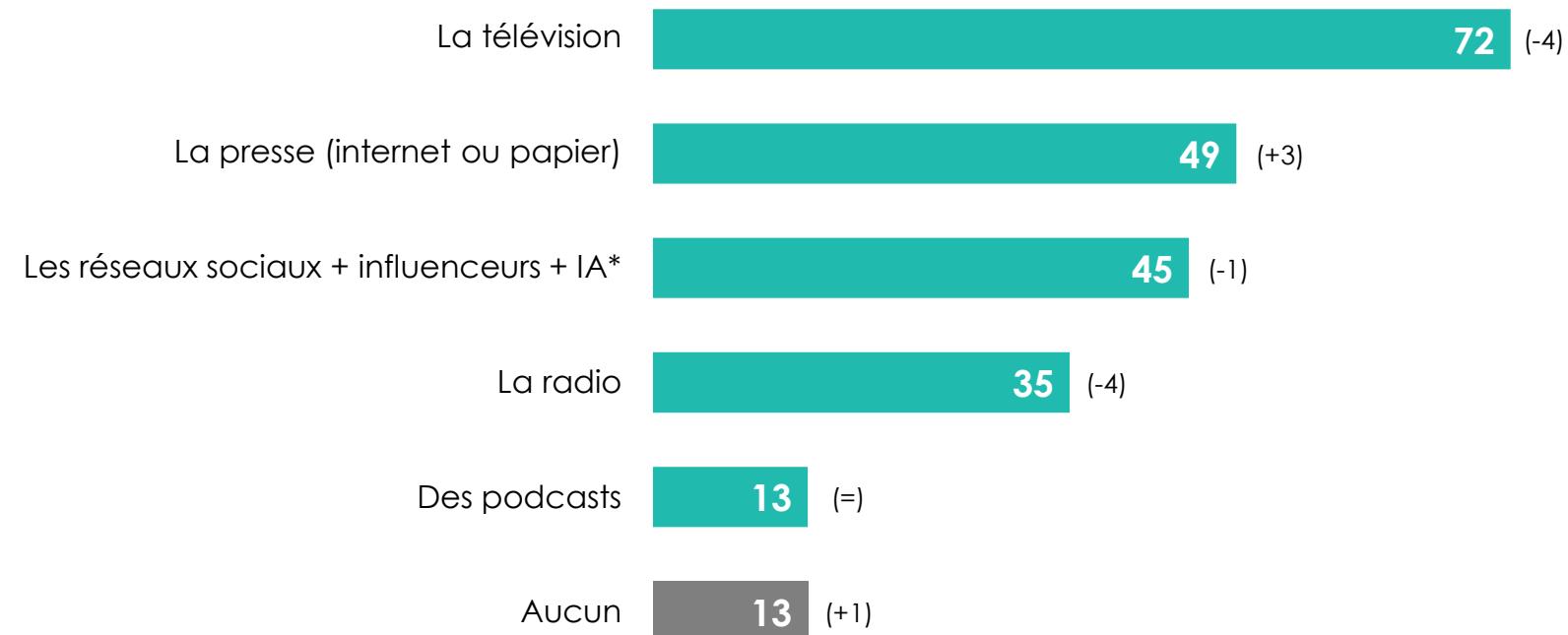


Base : ensemble (1500)

# 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

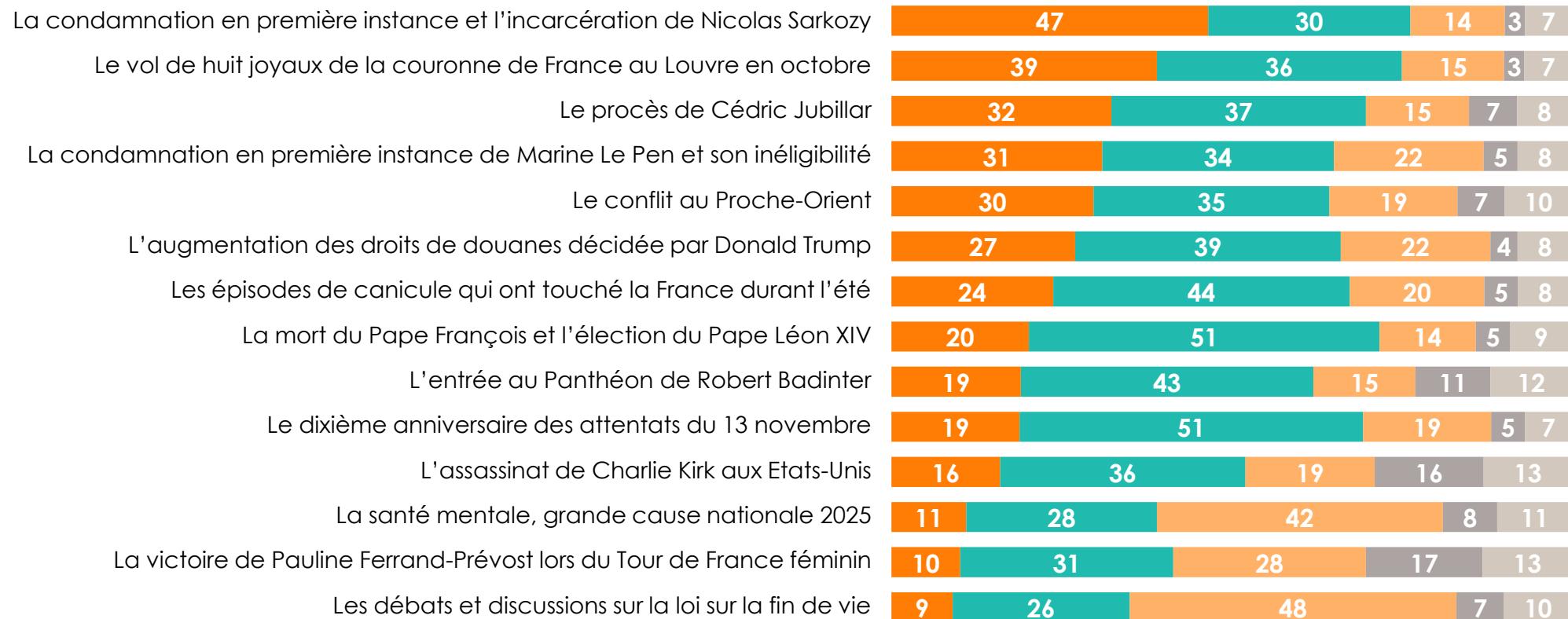
# Les médias et le traitement de l'information en 2025

# 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 ?

En %

■ Sans opinion ■ Ni bien, ni mal ■ Très mal traités ■ Plutôt mal traités ■ Plutôt bien traités ■ Très bien traités

## ST Mal traité

**32%** (+3)



La guerre en Ukraine

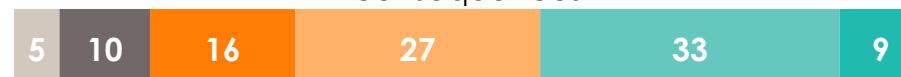
## ST Bien traité

**50%** (-2)



Le dérèglement climatique et ses conséquences

**43%** (+3)



La vie politique française

**42%**



Les violences faites aux femmes

**50%** (+7)



Les difficultés dans les services publics  
(hôpitaux, écoles, etc.)

**58%** (+2)



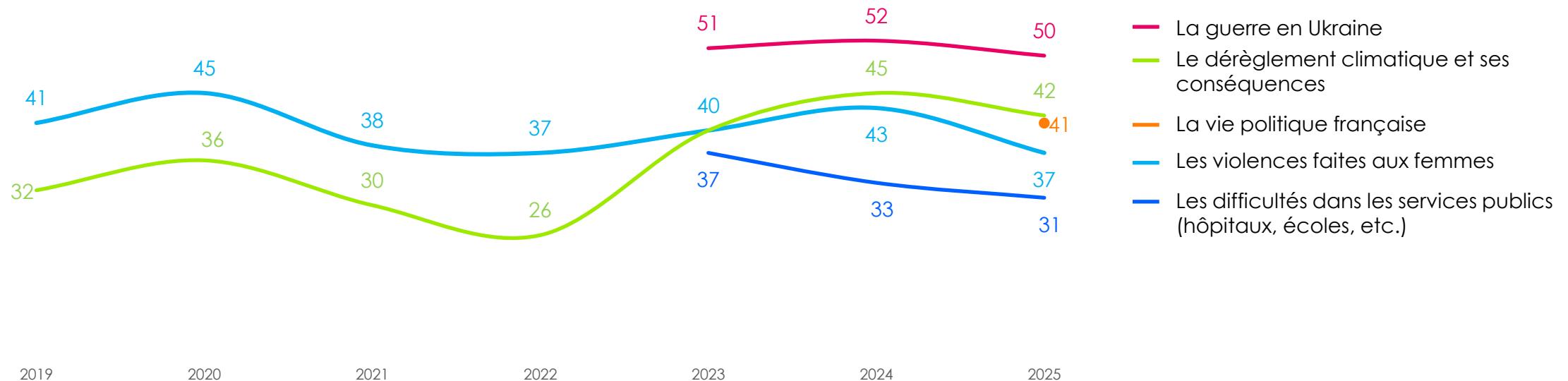
**31%** (-2)

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)

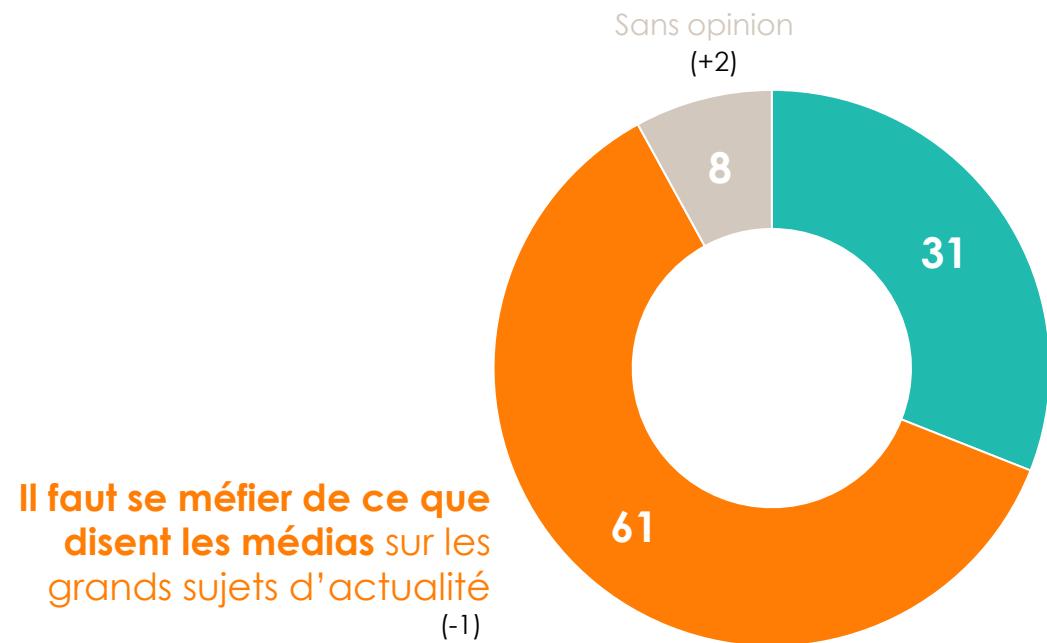
3

# 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 ?

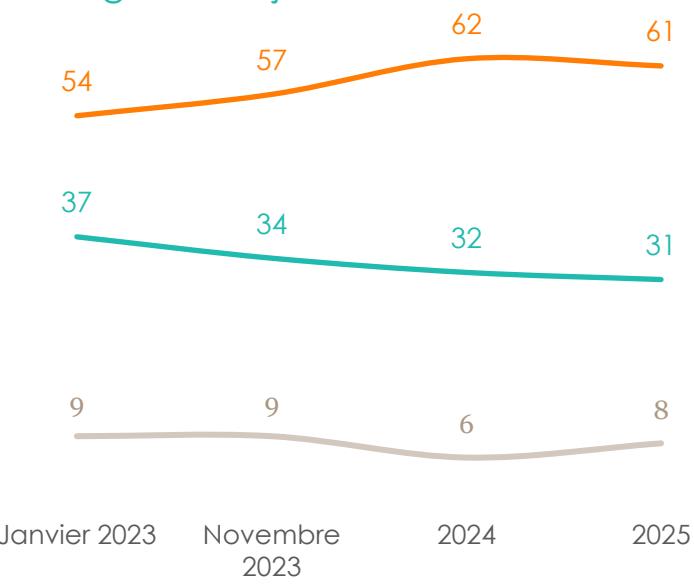
En %



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

(-1)

**Il faut se méfier de ce que disent les médias** sur les grands sujets d'actualité  
(-1)

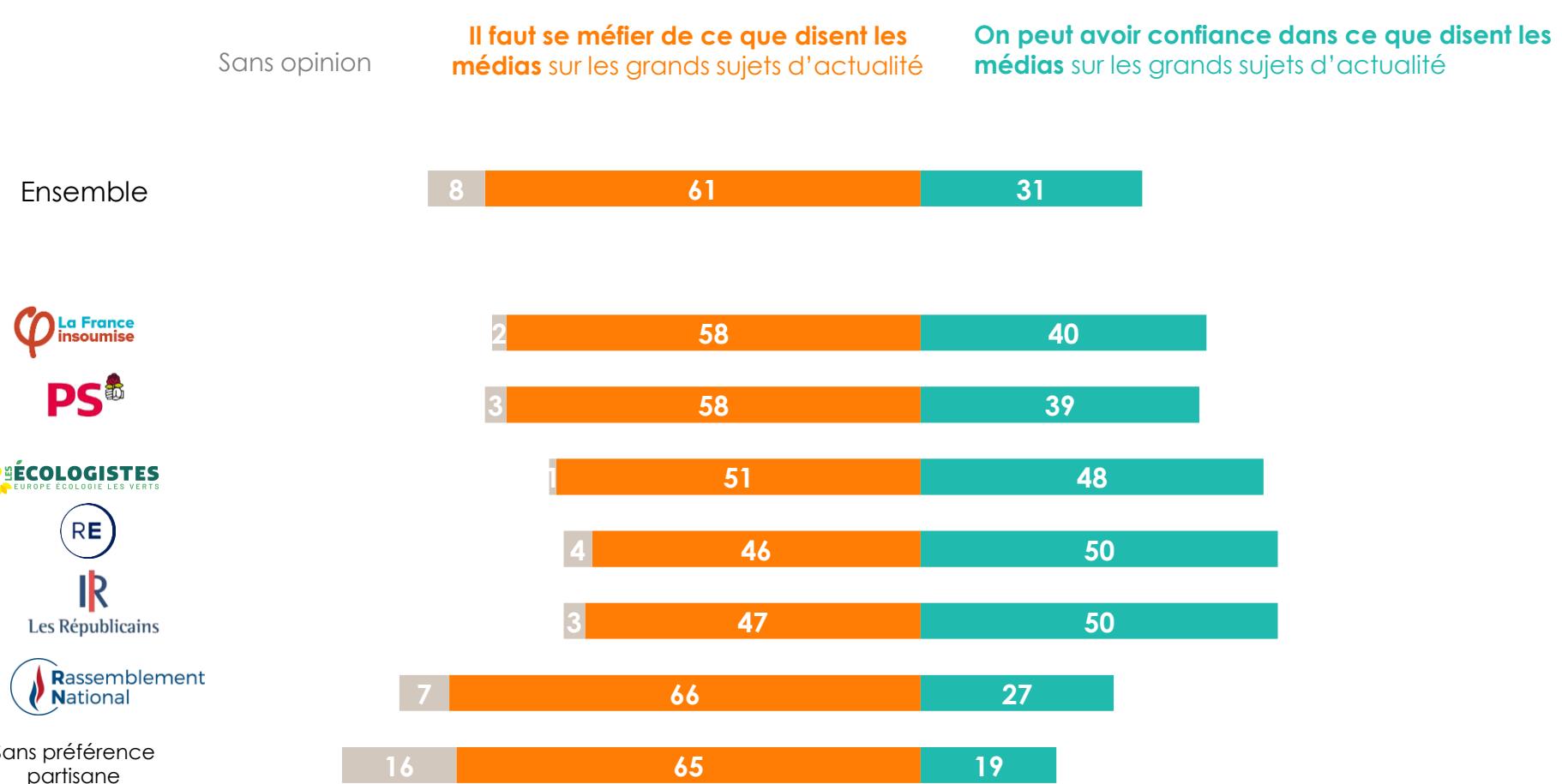


Base : ensemble (1500)

# 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 ?

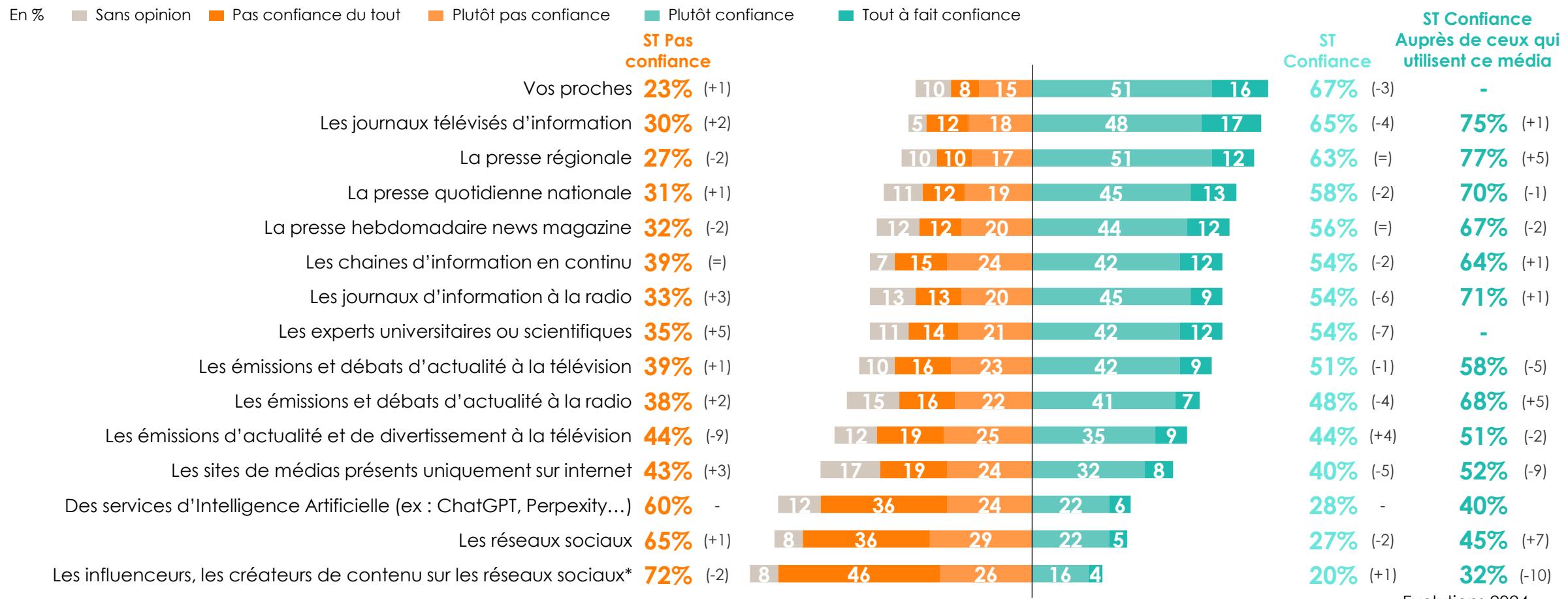
En %



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 ?

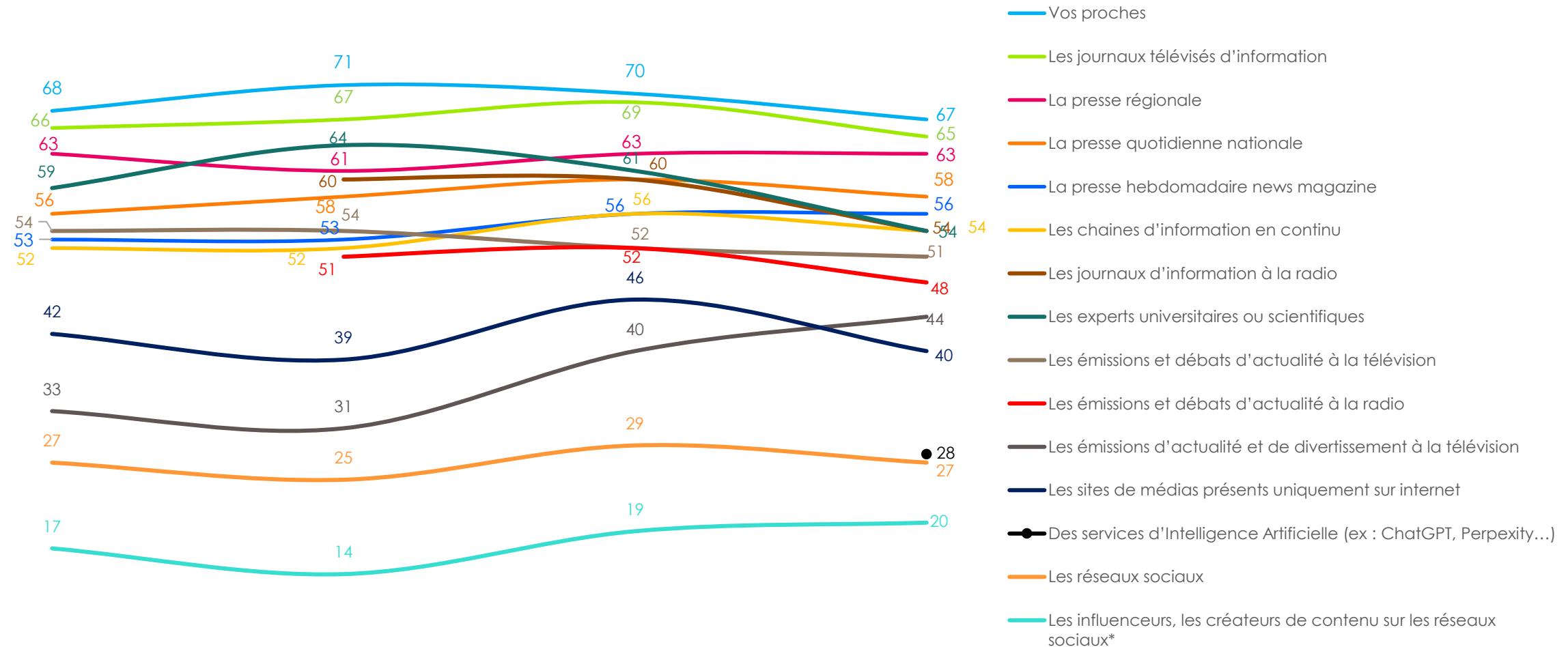


Base : ensemble (1500)

Evolutions 2024

# 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 ?

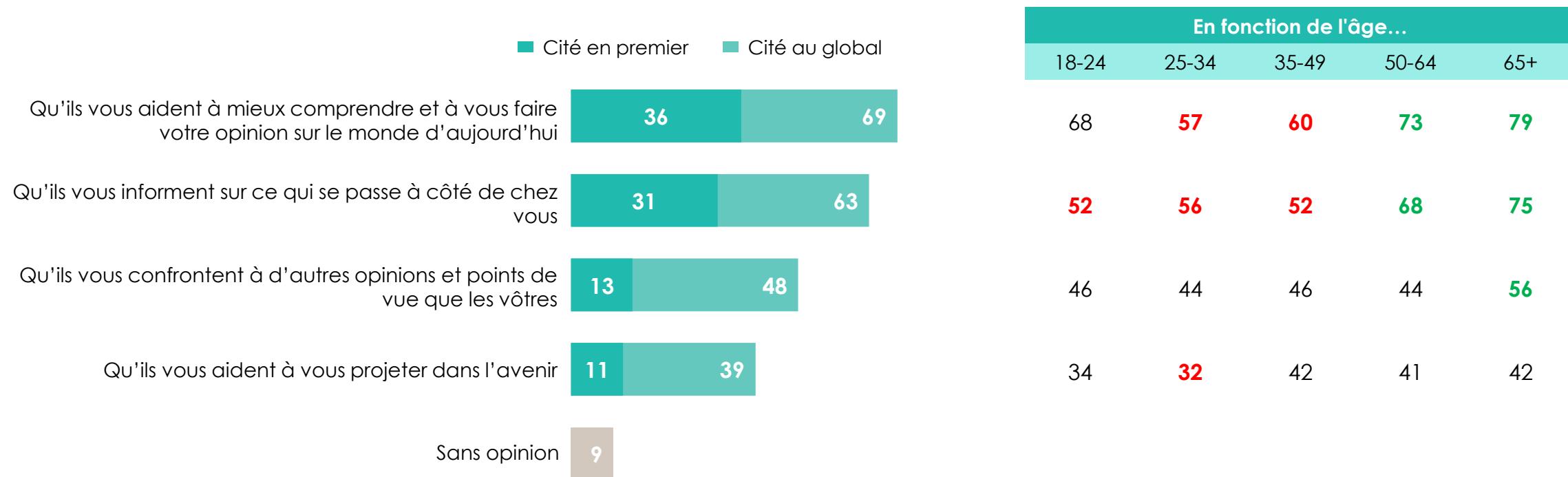


Base : ensemble (1500)

# Les attentes vis-à-vis des médias

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

En %

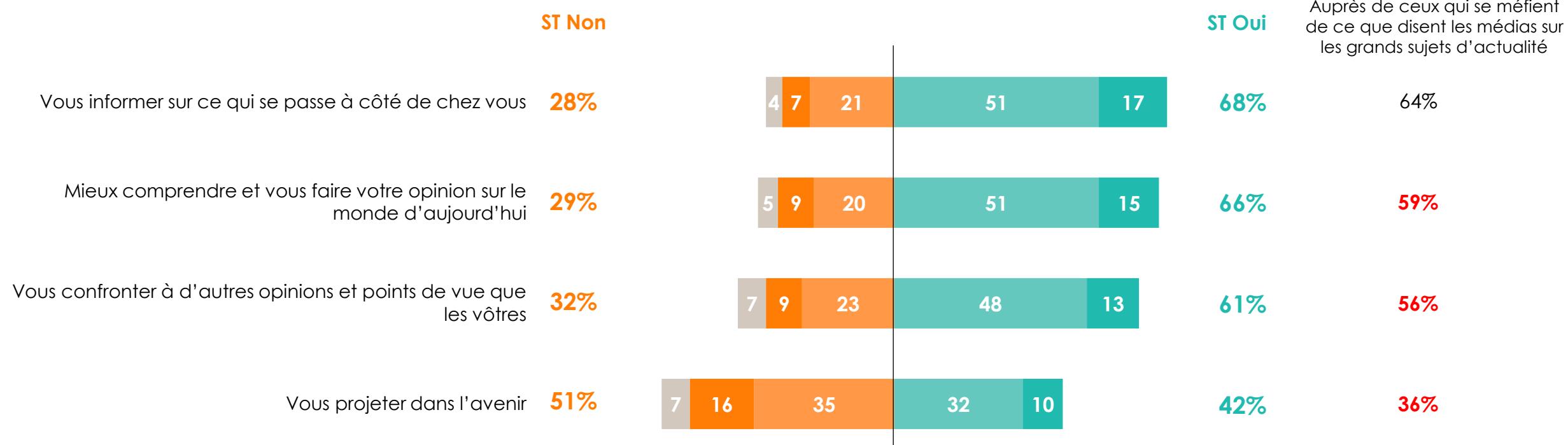


Base : ensemble (1500)

# 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

Varier 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 chaines (BFM, France TV...)

1

Autres

6

Fait déjà confiance aux médias

1

Il n'y a rien à faire

6

Ne sait pas

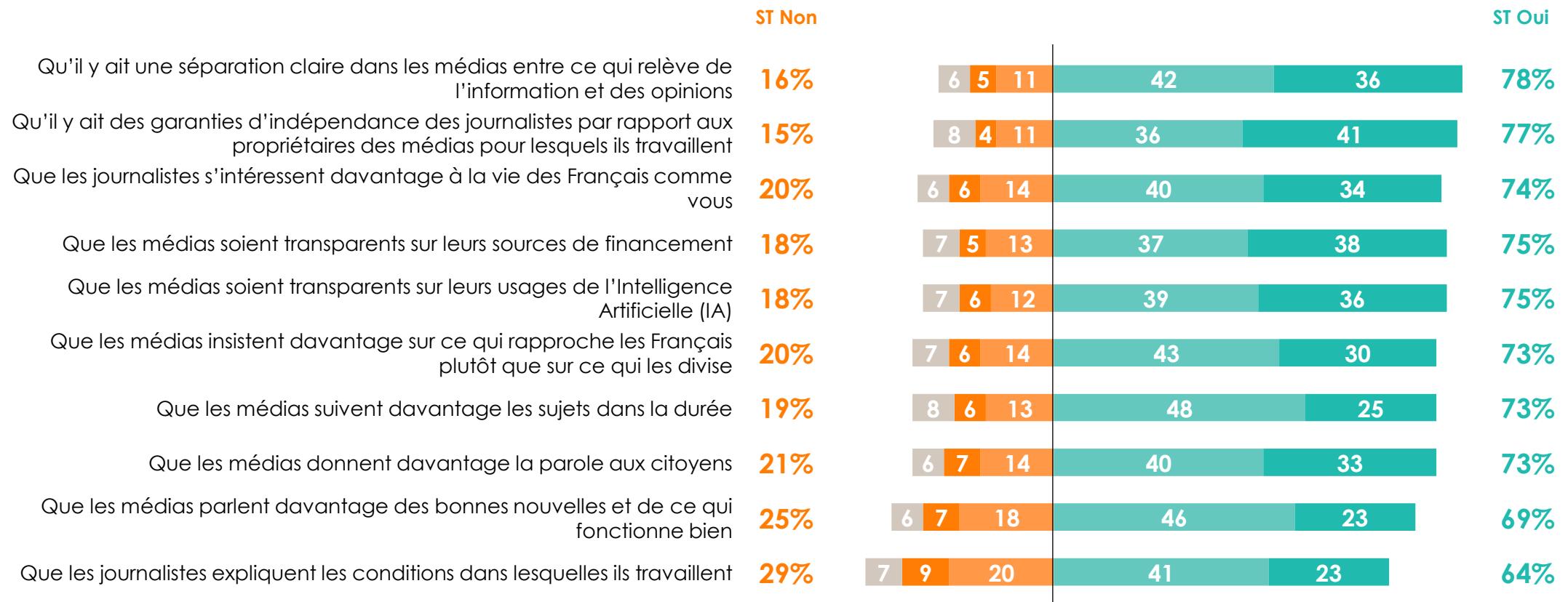
23

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

Auprès de ceux qui **ont confiance dans ce que disent les médias sur les grands sujets d'actualité**

Auprès de ceux qui se **méfient de ce que disent les médias sur les grands sujets d'actualité**

Qu'il y ait des garanties d'indépendance des journalistes par rapport aux propriétaires des médias pour lesquels ils travaillent

**47**

**41**

Que les médias soient transparents sur leurs sources de financement

**36**

**41**

Qu'il y ait une séparation claire dans les médias entre ce qui relève de l'information et des opinions

**38**

**38**

Que les médias soient transparents sur leurs usages de l'Intelligence Artificielle (IA)

**41**

**36**

Que les journalistes s'intéressent davantage à la vie des Français comme vous

**35**

**37**

Que les médias donnent davantage la parole aux citoyens

**31**

**36**

Que les médias insistent davantage sur ce qui rapproche les Français plutôt que sur ce qui les divise

**32**

**32**

Que les médias suivent davantage les sujets dans la durée

**30**

**24**

Que les médias parlent davantage des bonnes nouvelles et de ce qui fonctionne bien

**26**

**23**

Que les journalistes expliquent les conditions dans lesquelles ils travaillent

**26**

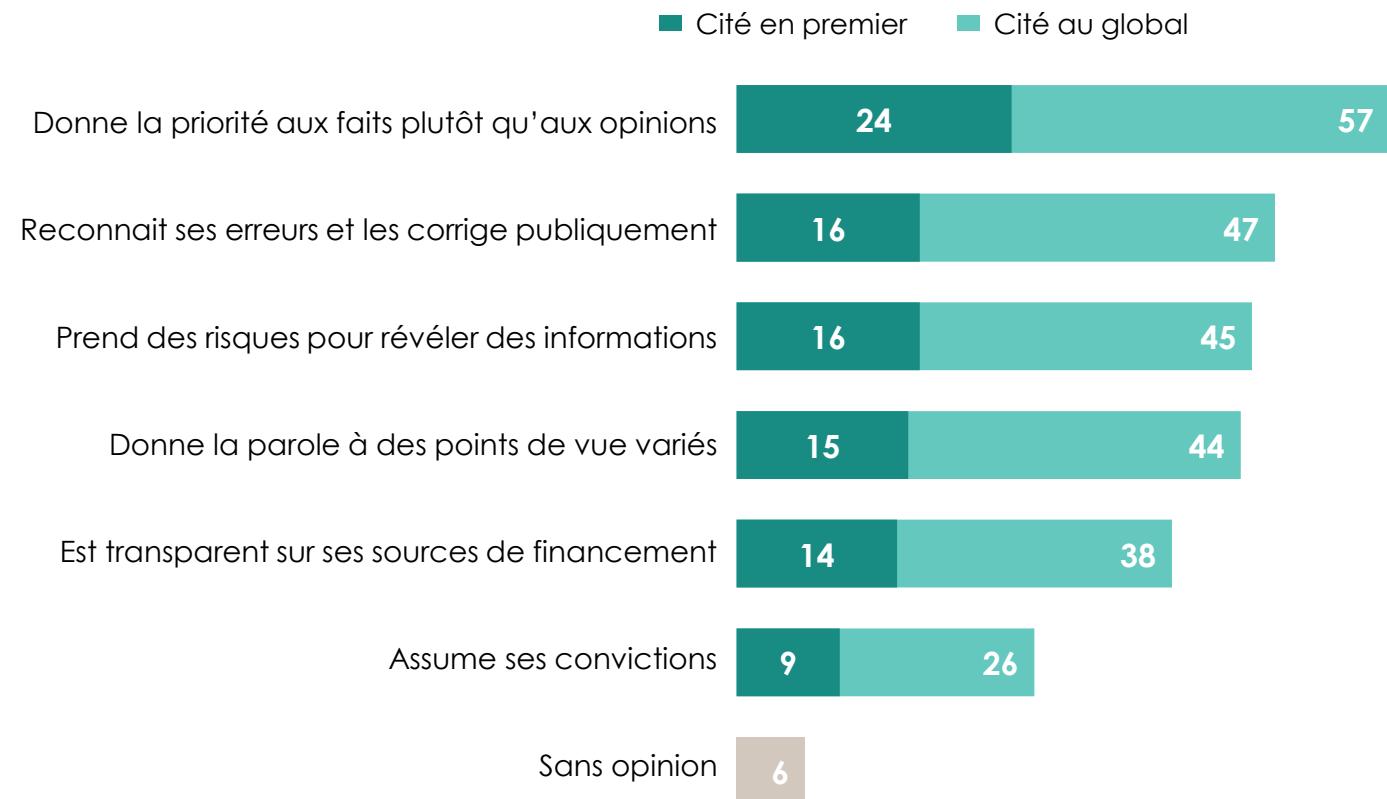
**23**

Base : ensemble (1500)

# Les critères d'un média digne de confiance

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

En %

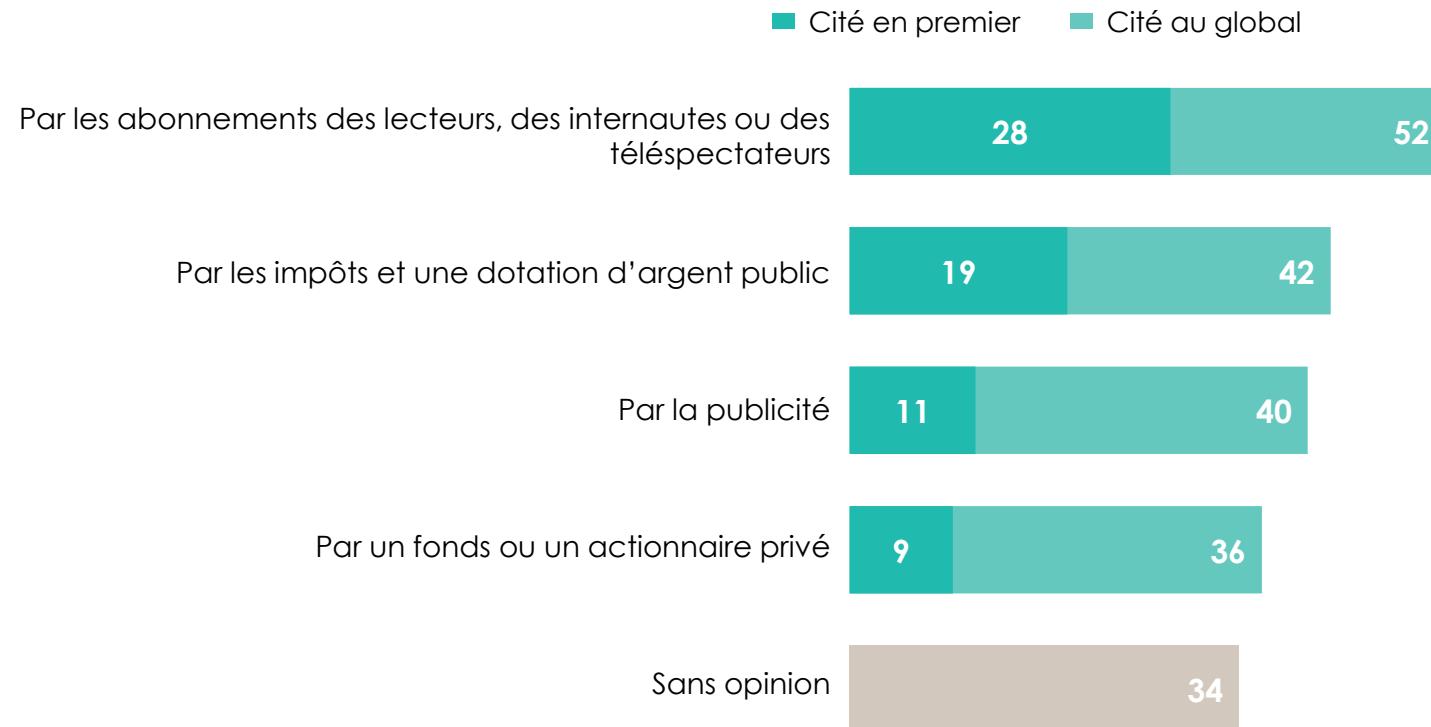


Base : ensemble (1500)

# 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

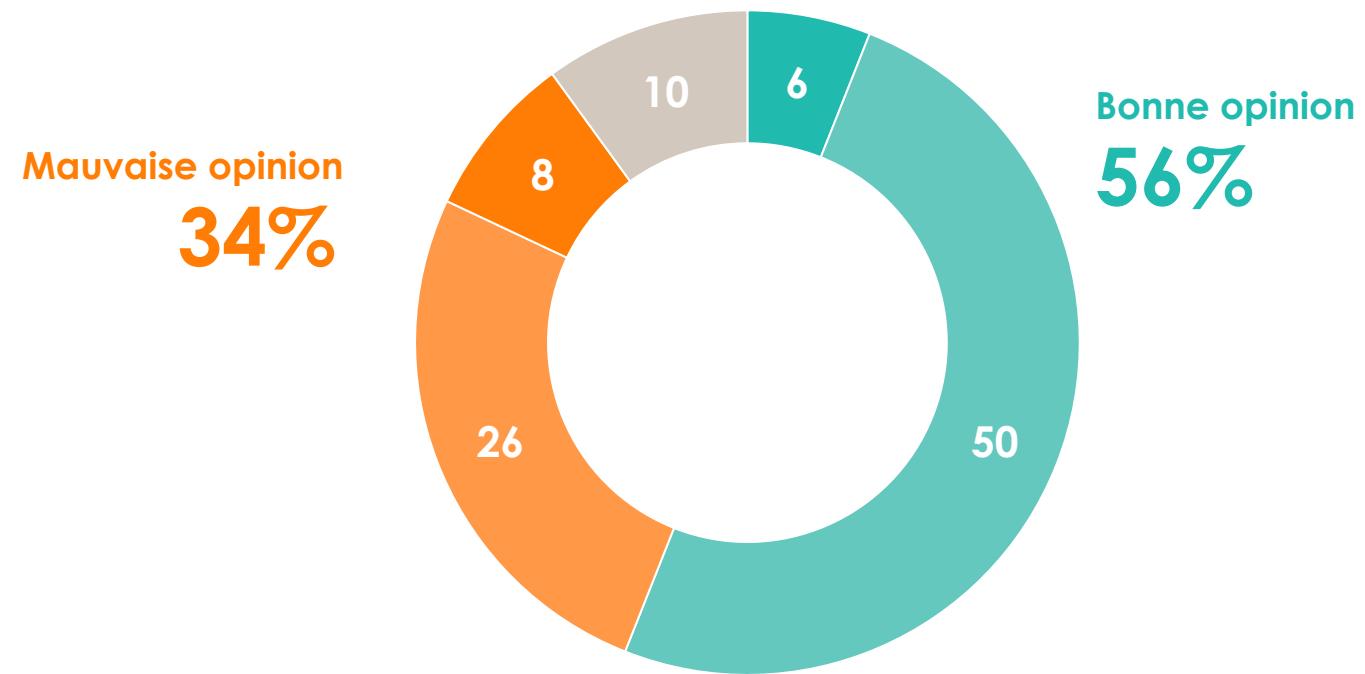
# Image des journalistes et rôle de la presse en démocratie

# 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



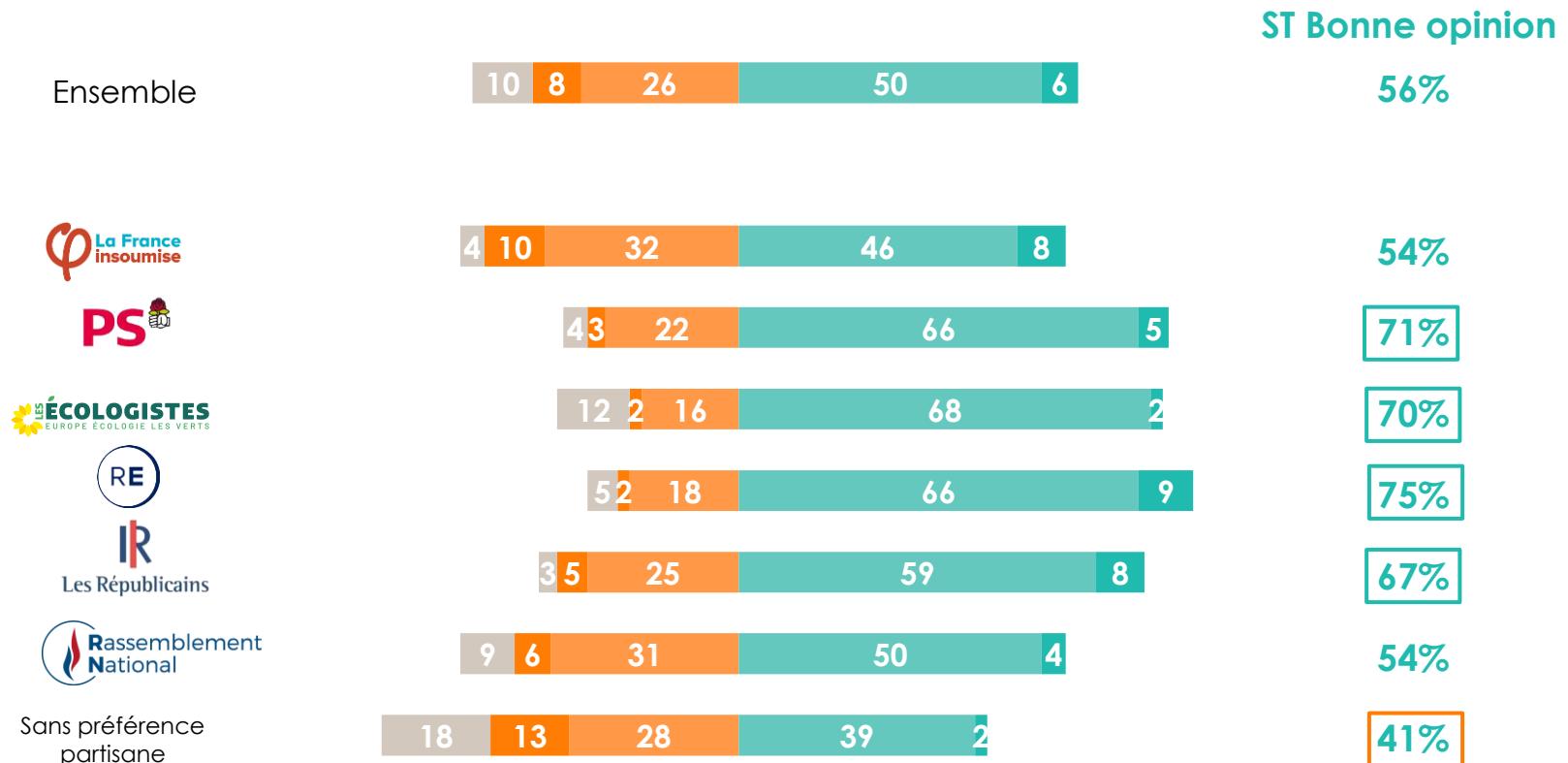
Base : ensemble (1500)

# 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)

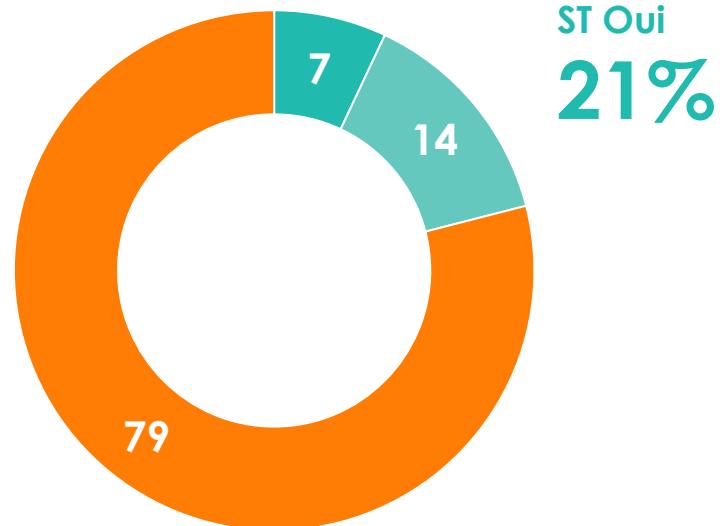
# Les échanges des citoyens avec les journalistes

Avez vous déjà échangé avec un(e) journaliste ?

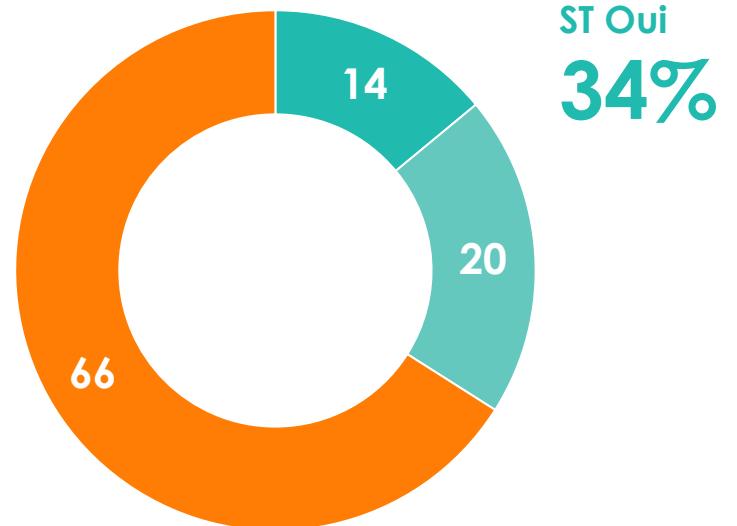
En %

■ Non jamais ■ Oui une fois ■ Oui plusieurs fois

Au cours des 12 derniers mois



Au cours de ma vie



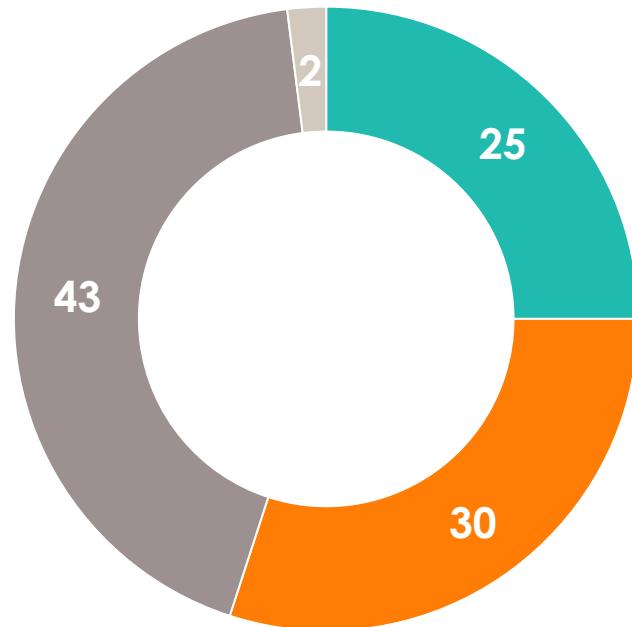
Base : ensemble (1500)

# 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



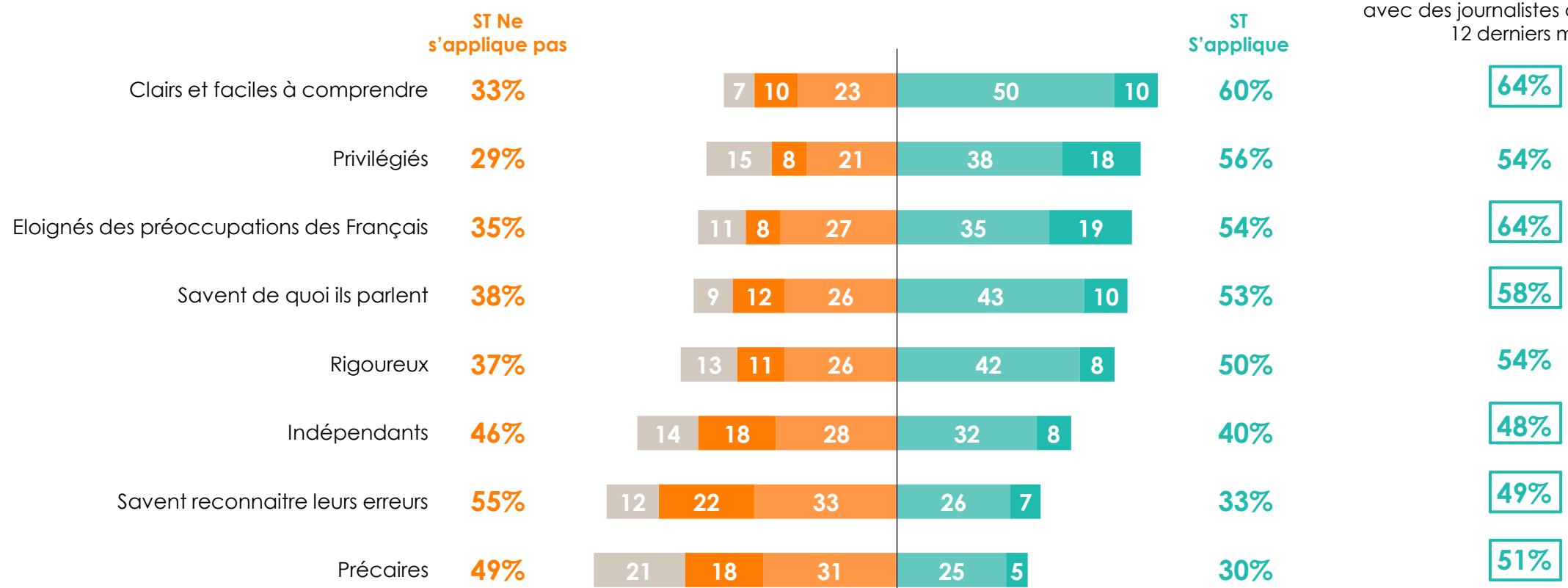
Base : Auprès de ceux qui ont déjà rencontré des journalistes (526)

# 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

Auprès de ceux qui ont échangé avec des journalistes au cours des 12 derniers mois



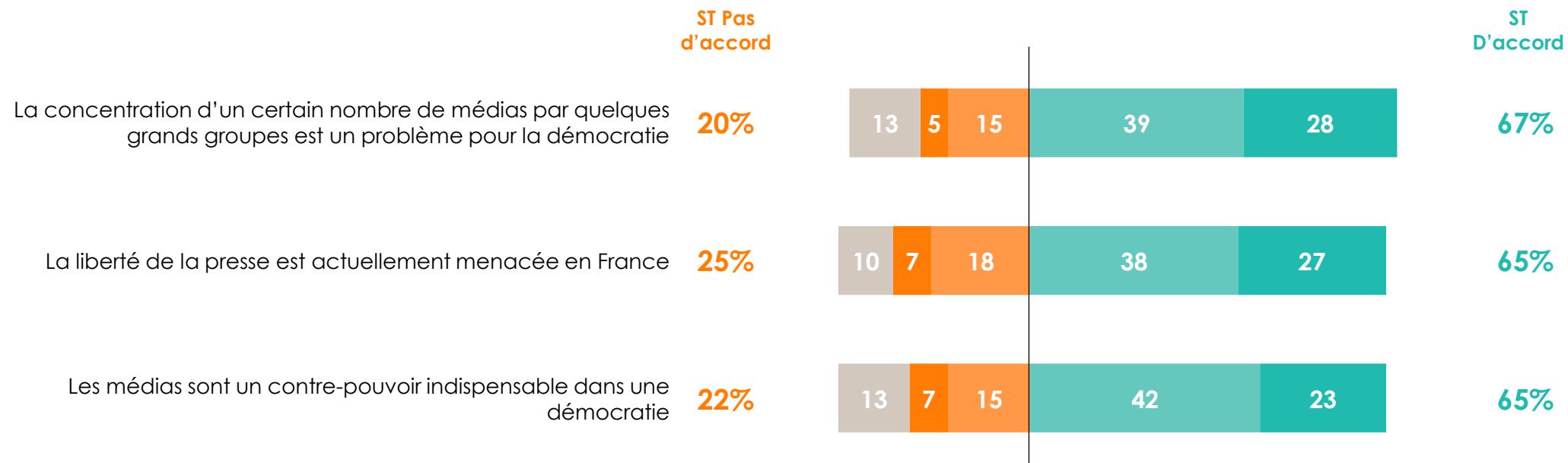
Base : ensemble (1500)

# 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



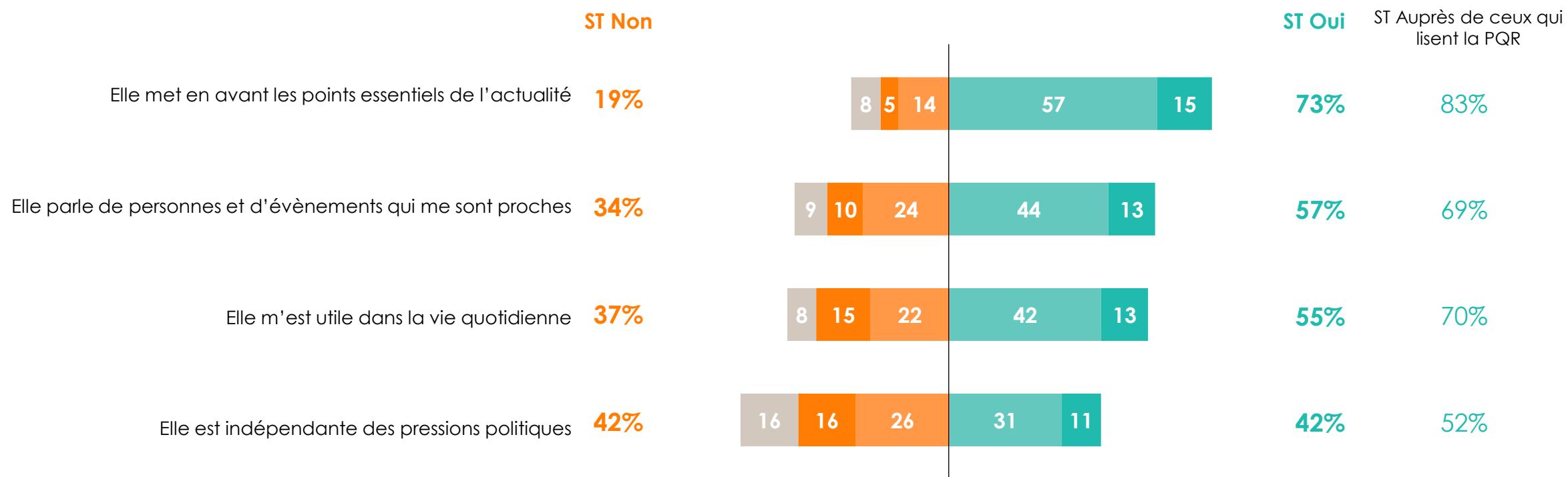
Base : ensemble (1500)

# 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



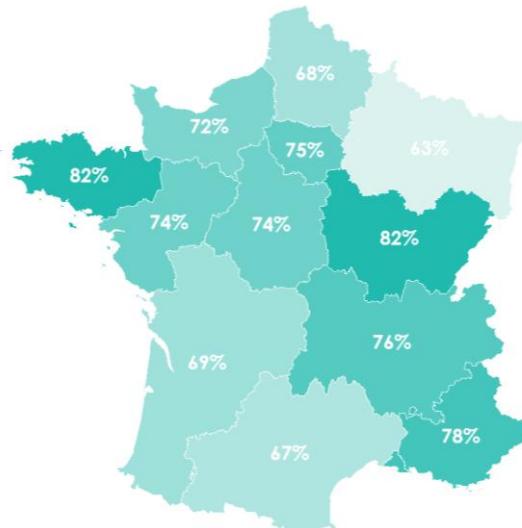
Base : ensemble (1500)

# 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) ?

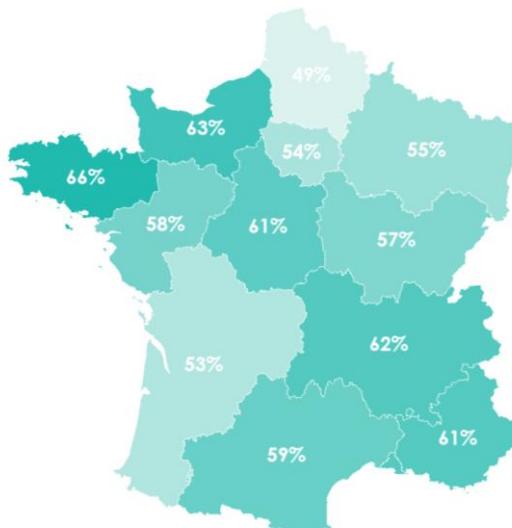
% Oui

**Elle met en avant les points essentiels de l'actualité**



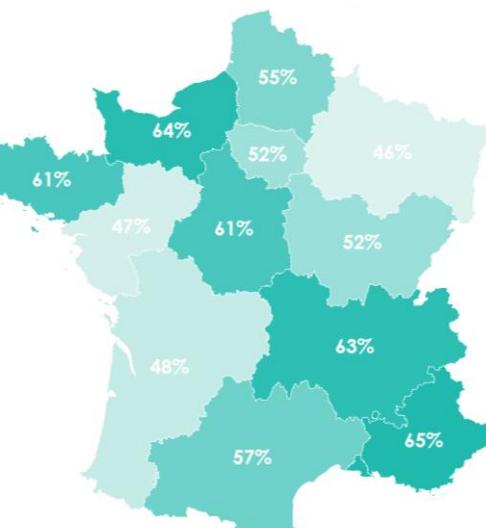
Moyenne nationale : 73%

**Elle parle de personnes et d'évènements qui me sont proches**



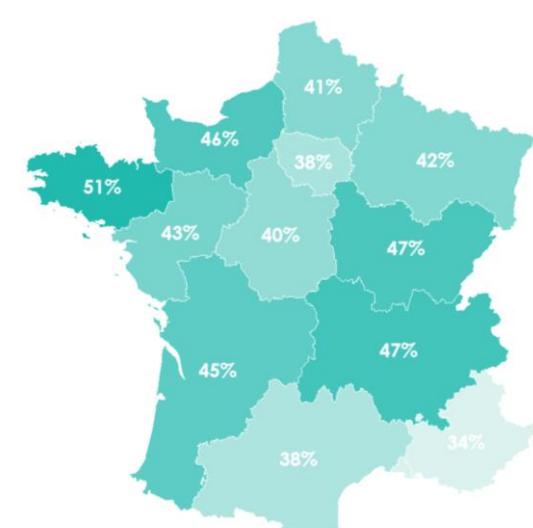
Moyenne nationale : 57%

**Elle m'est utile dans la vie quotidienne**



Moyenne nationale : 55%

**Elle est indépendante des pressions politiques**



Moyenne nationale : 42%

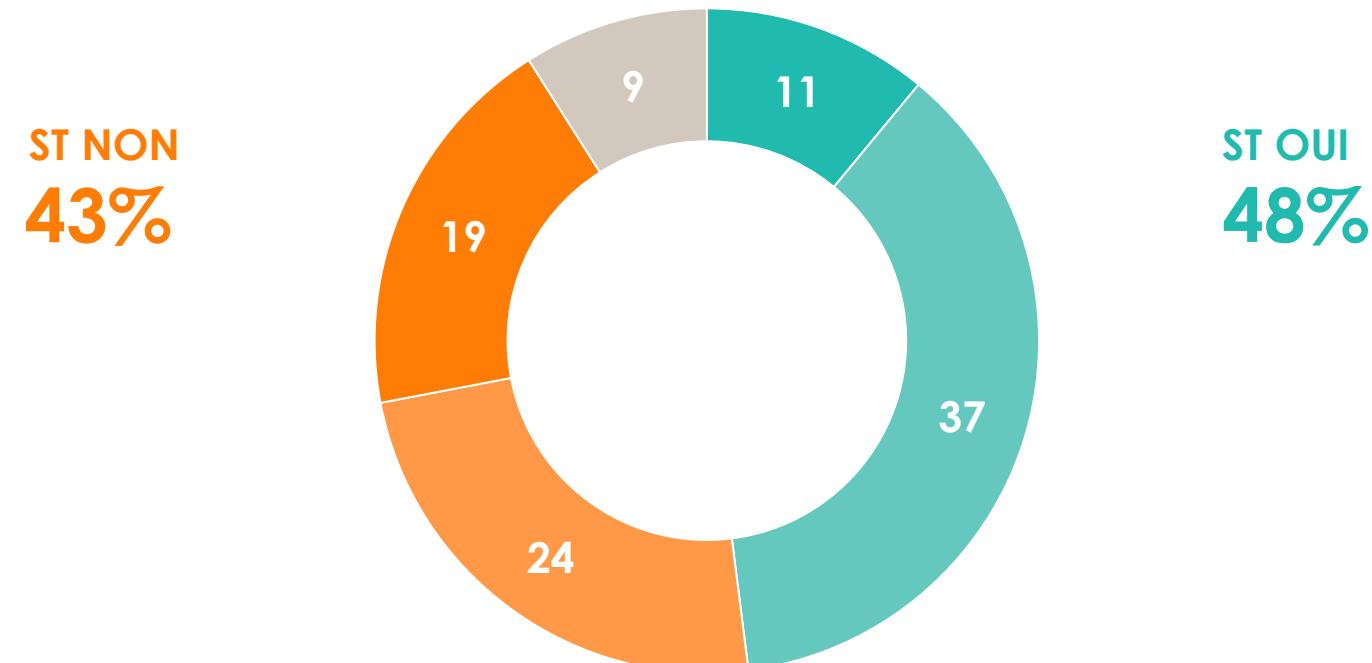
Base : ensemble (1500)

# 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)

# 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...

En %

Sans opinion

Jamais ou pratiquement jamais

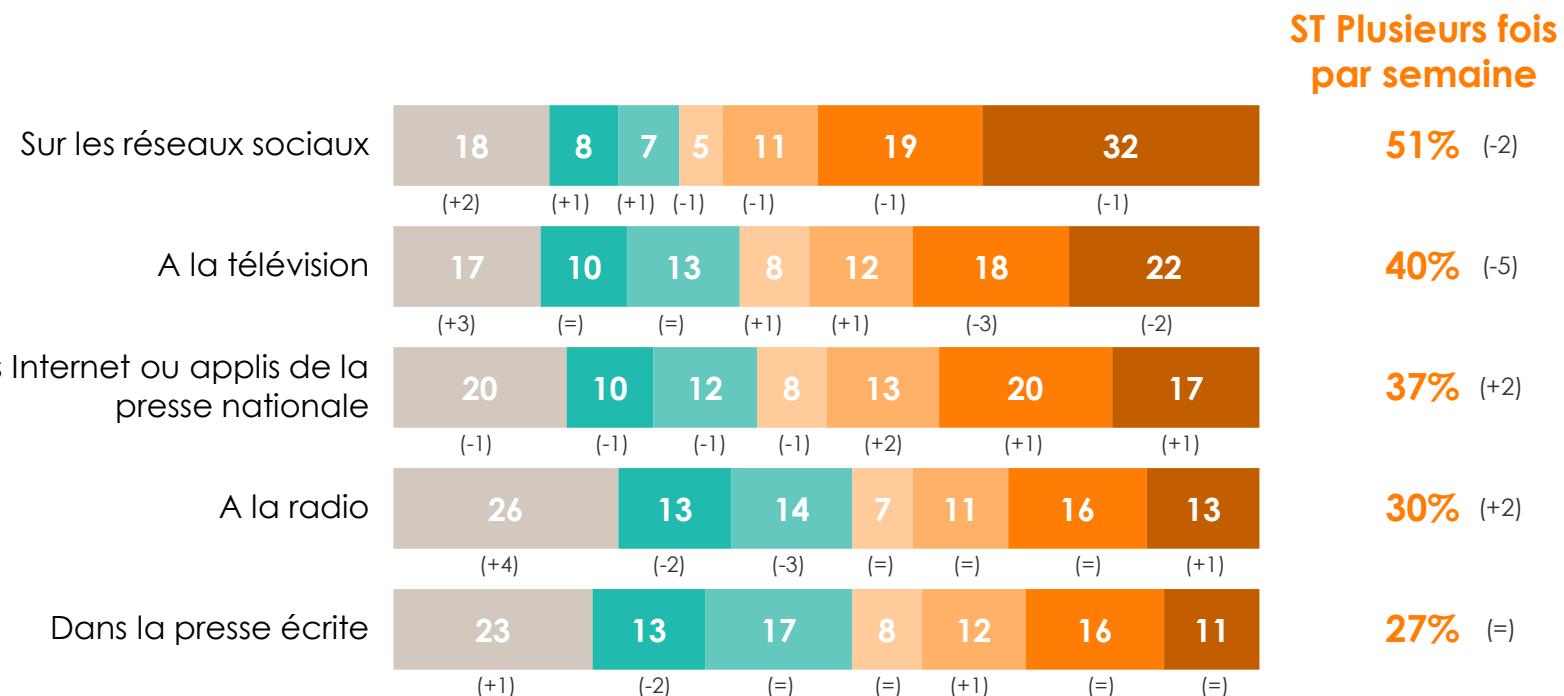
Moins souvent

Environ une fois par mois

Deux ou trois fois par mois

Quelques fois par semaine

Tous les jours ou presque

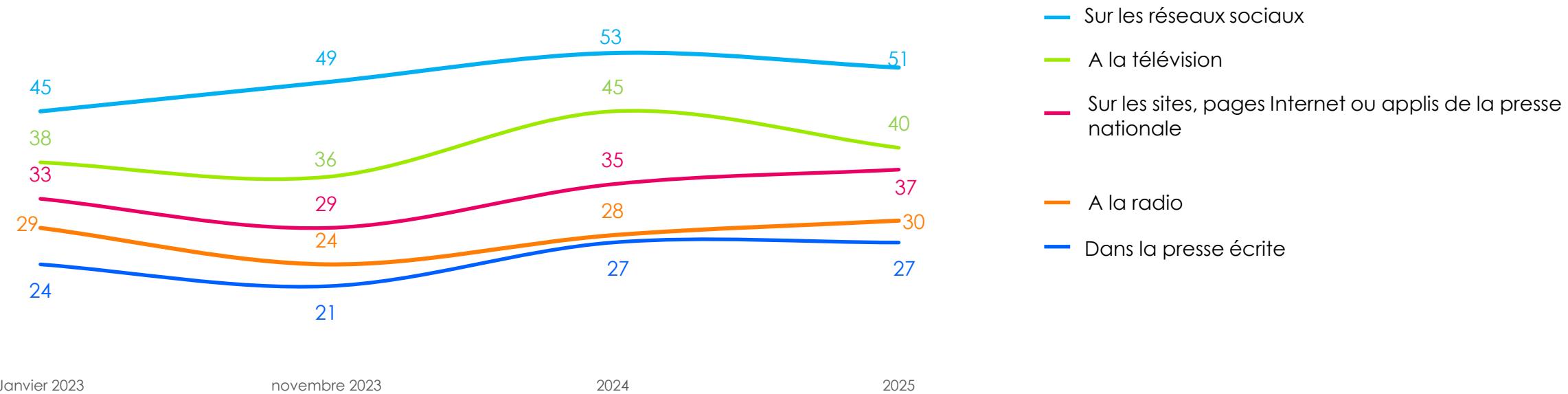


Base : ensemble (1500)

# 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)

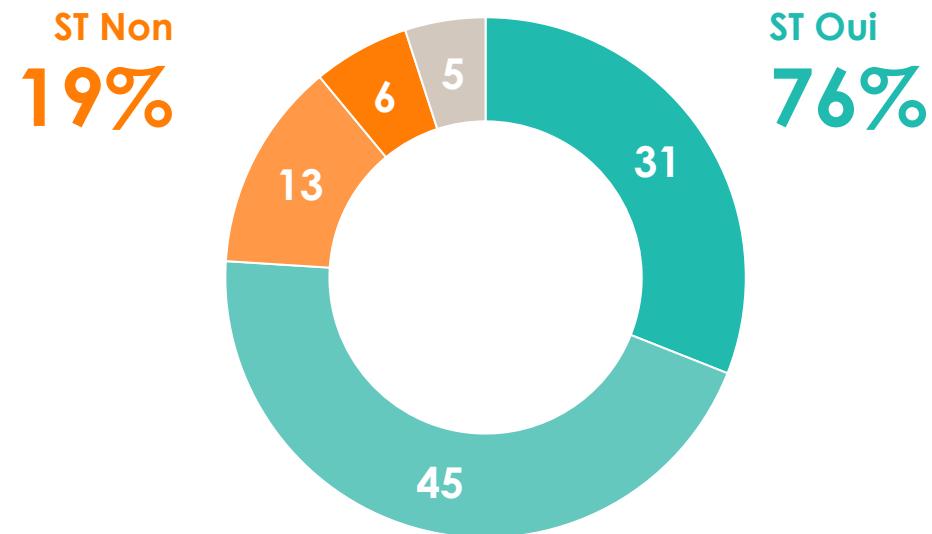
# La perception des risques liés à la désinformation étrangère

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.

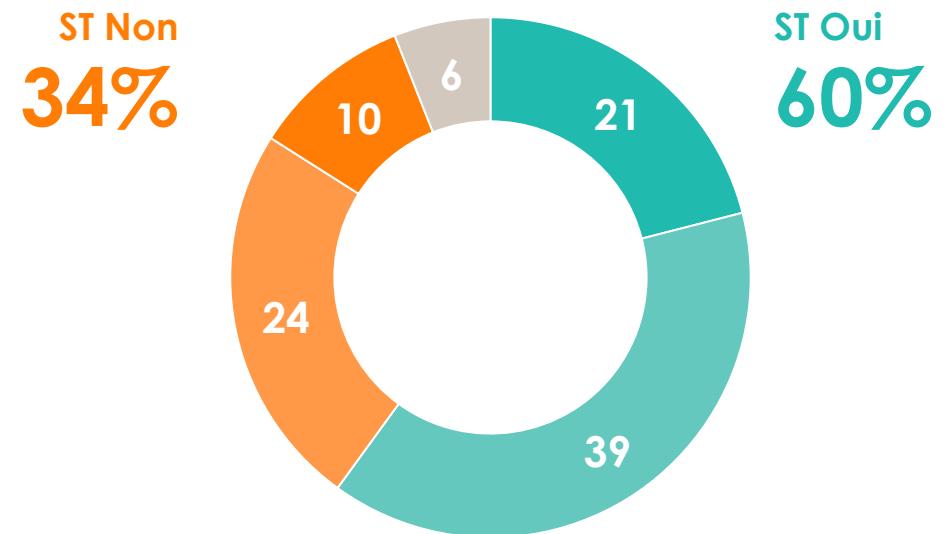
Est-ce quelque chose qui vous inquiète...

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



Base : ensemble (1500)

# 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.

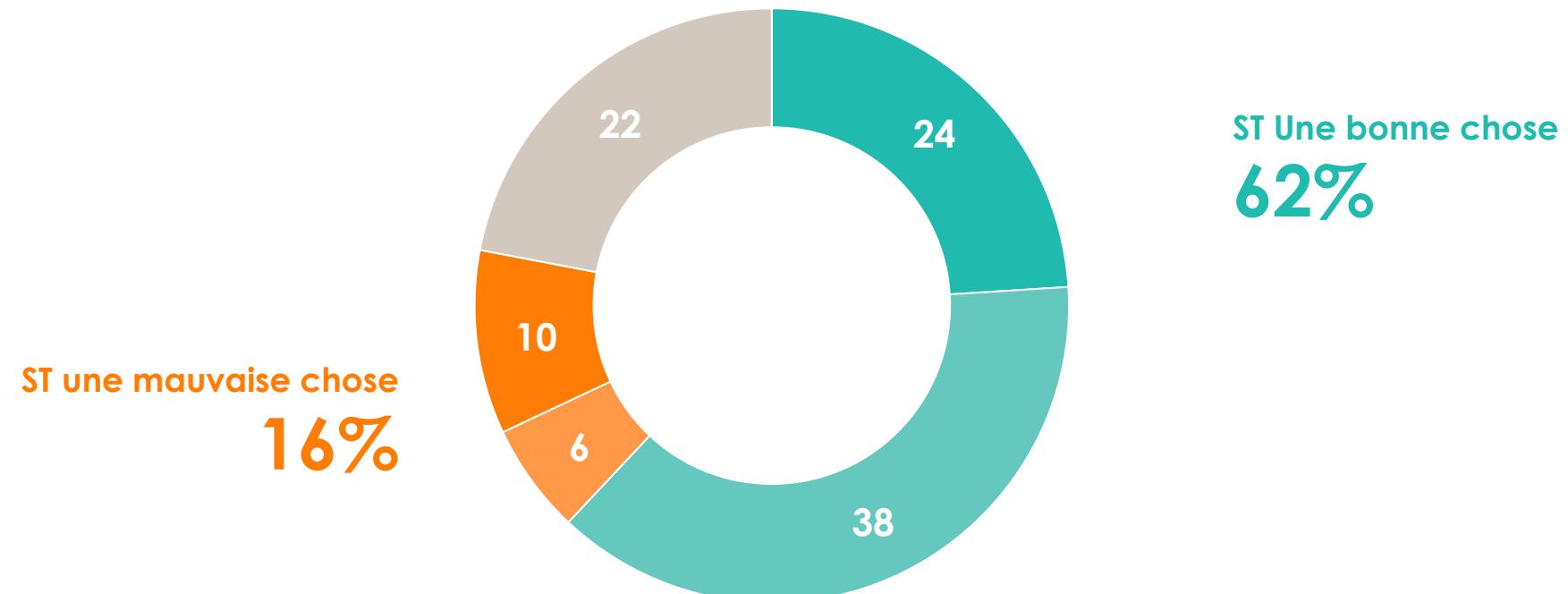
# Jugement sur la création d'un label des médias sur Internet

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)

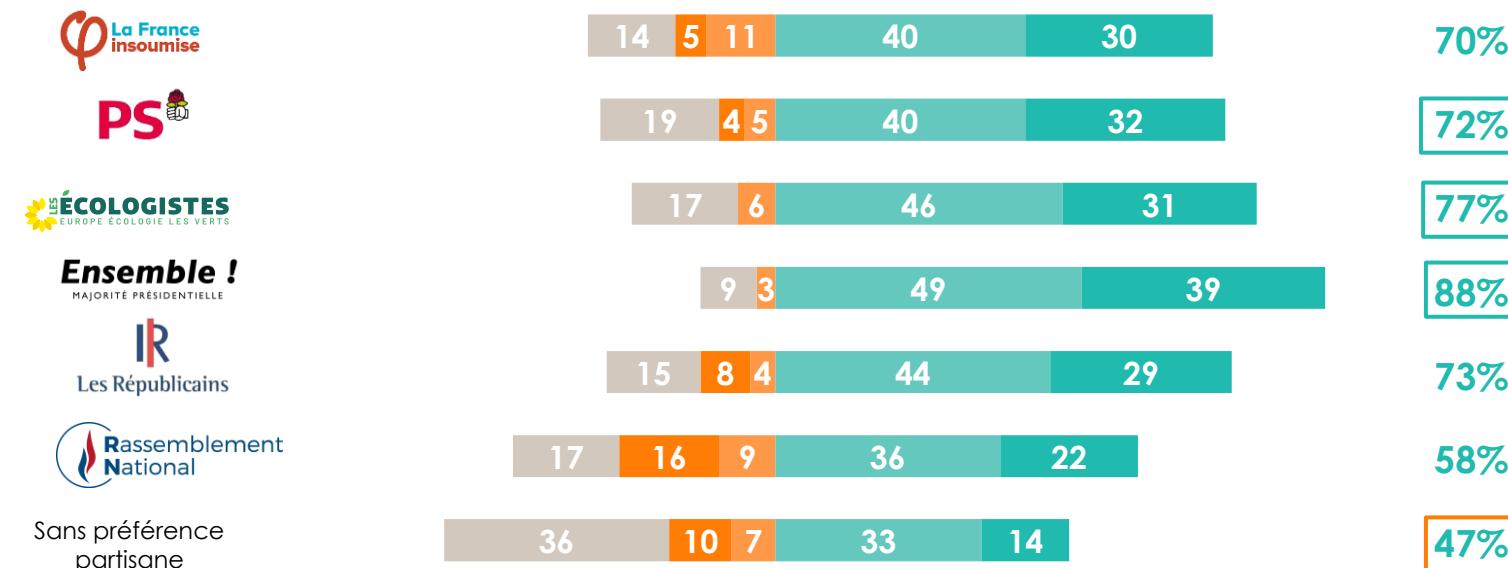
# Jugement sur la création d'un label des médias sur Internet – selon la préférence partisane

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 :



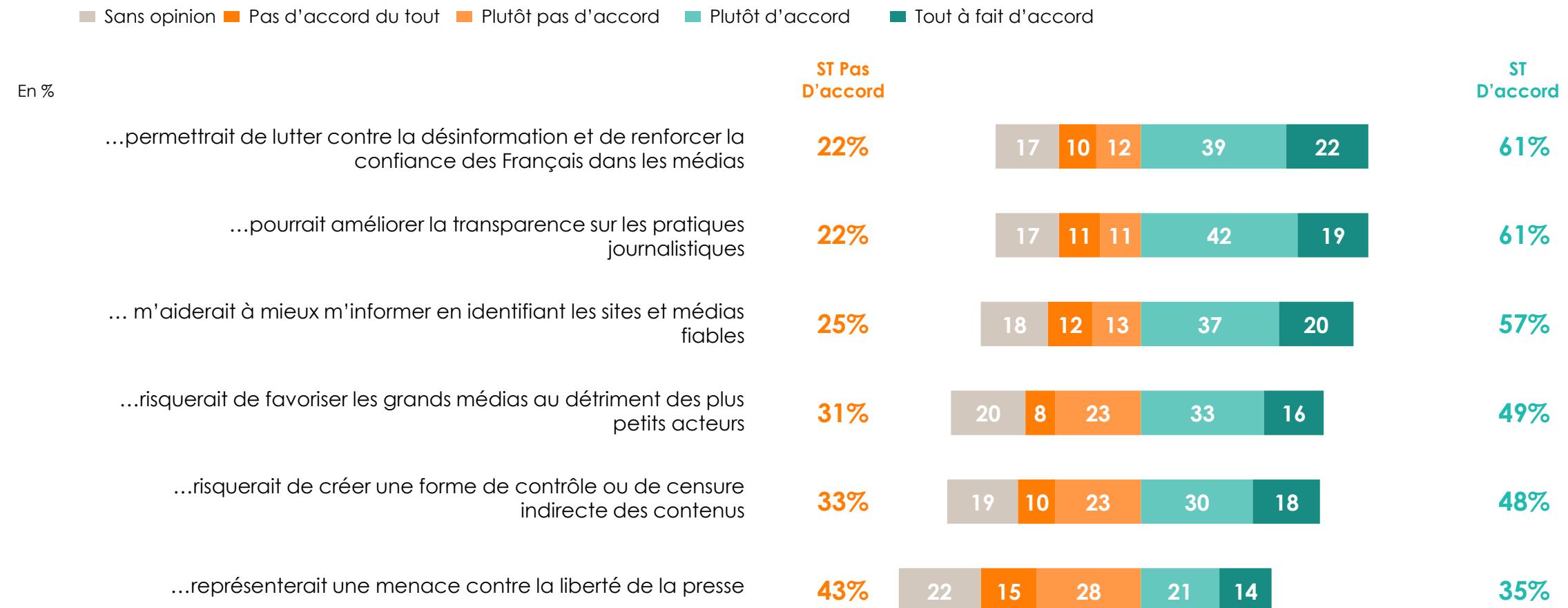
Sympathisants :



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](mailto:laure.salvaing@veriangroup.com)

## **Guillaume CALINE**

Directeur Enjeux publics et opinion  
[guillaume.caline@veriangroup.com](mailto:guillaume.caline@veriangroup.com)

## **Alexandre VASSAS**

Chargé d'études senior  
[alexandre.vassas@veriangroup.com](mailto:alexandre.vassas@veriangroup.com)



Powering decisions  
that shape the world.

