

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 8 octobre 2024

MÉDIAS & CONFIANCE QUELS LEVIERS DE CONFIANCE ACTIVENT LES MÉDIAS ?

L'ACPM et CSA ont présenté le 8 octobre 2024, dans les locaux d'Havas, la nouvelle étude #DemainLaPresse "Médias & Confiance : Quels leviers de Confiance activent les médias ?".

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

L'ACPM et CSA ont interrogé **1 018 Français** (18 ans et +, représentatifs de la population française) en mai 2024 via un questionnaire en ligne de 15 minutes.

L'étude a pour objectif de :



- 1 - Qualifier le niveau de Confiance des Français au sein de 8 médias : les 3 médias traditionnels (Presse papier, télévision et radio) et leurs déclinaisons en ligne ainsi que les plateformes vidéos et les réseaux sociaux
- 2 - Identifier les dimensions qui construisent cette Confiance
- 3 - Mesurer si cette Confiance a des répercussions sur le rôle de prescription de chaque média auprès des consommateurs

#1 - LA PRESSE PAPIER CONTRIBUE À REHAUSSER UNE CONFIANCE GLOBALEMENT FRAGILE ENVERS LES MÉDIAS.

6,2/10

Avec une note de **6,2/10**, la Presse papier est le média qui inspire le plus Confiance.

#2 - LES MÉDIAS TRADITIONNELS (PRESSE PAPIER, TV, RADIO) CONSTRUISENT LE PACTE DE CONFIANCE AVEC LEUR AUDIENCE SUR LES 2 DIMENSIONS LES PLUS VALORISÉES PAR LES FRANÇAIS : LA LÉGITIMITÉ ET L'EXPERTISE

62%

de la Confiance de la Presse papier reposent sur ces deux dimensions, parmi les 5 identifiées, pour construire cette relation entre un média et son audience.

#3 - UNE DÉFIANCE TOUJOURS IMPORTANTE EST EXPRIMÉE À L'ÉGARD DES CONTENUS ISSUS D'INTERNET. SEULE LA PRESSE DIGITALE PARVIENT À SE DÉMARQUER

Les réseaux sociaux et les plateformes de vidéos gratuites bénéficient d'une Confiance limitée et fragile car basée essentiellement sur leur omniprésence et leur résonance dans le quotidien des Français.

#DemainLaPresse

#4 - LES RÉSEAUX SOCIAUX, MÉDIA LE PLUS UTILISÉ PAR LES FRANÇAIS AU QUOTIDIEN ONT BESOIN D'ACTEURS LÉGITIMES COMME LA PRESSE POUR RESTAURER LA CONFIANCE AVEC LEUR AUDIENCE

Avec une note de Confiance de **3,5/10**, les réseaux sociaux représentent le média inspirant le moins confiance aux Français. Un sujet préoccupant tant il fragilise un des piliers de la démocratie, à savoir la Confiance dans l'information et les médias.

Ce niveau de Confiance est néanmoins relevé grâce aux personnes consultant des comptes de titres de Presse sur ces réseaux.

#5 - FORTE DE CE LIEN DE CONFIANCE AVEC SON AUDIENCE, LA PRESSE EST UN MÉDIA D'INFLUENCE ET PRESCRIPTEUR EN MATIÈRE DE CONSOMMATION

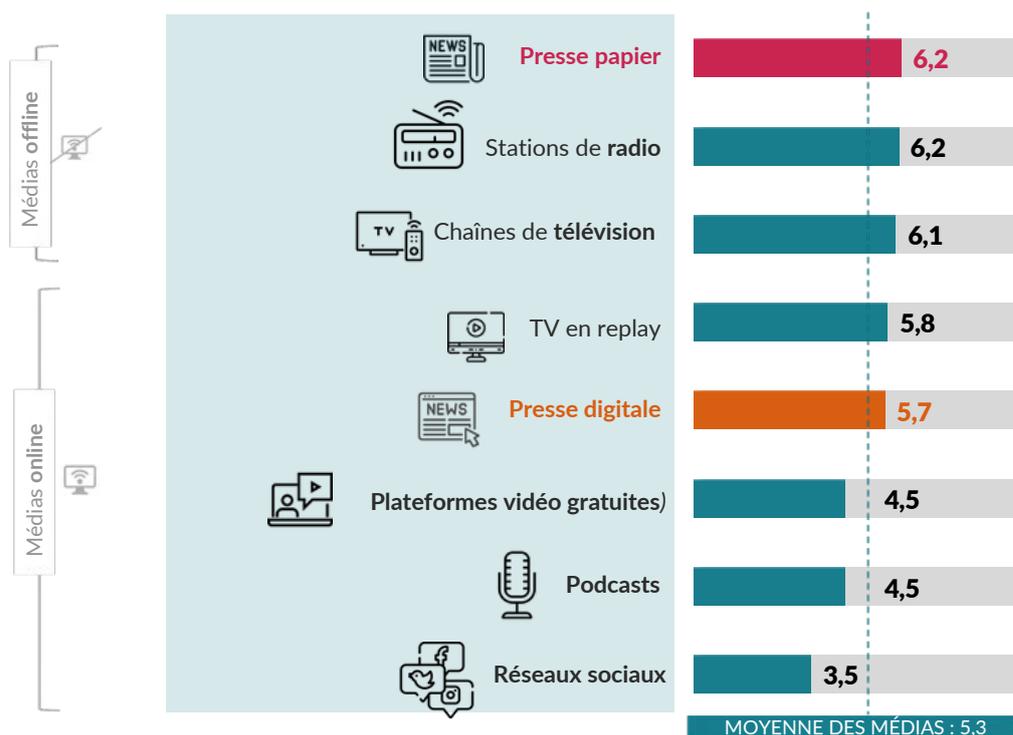
68%

des Français jugent que la Presse est le média le plus capable de les ouvrir à des sujets qui sortent de leurs centres d'intérêt habituels.

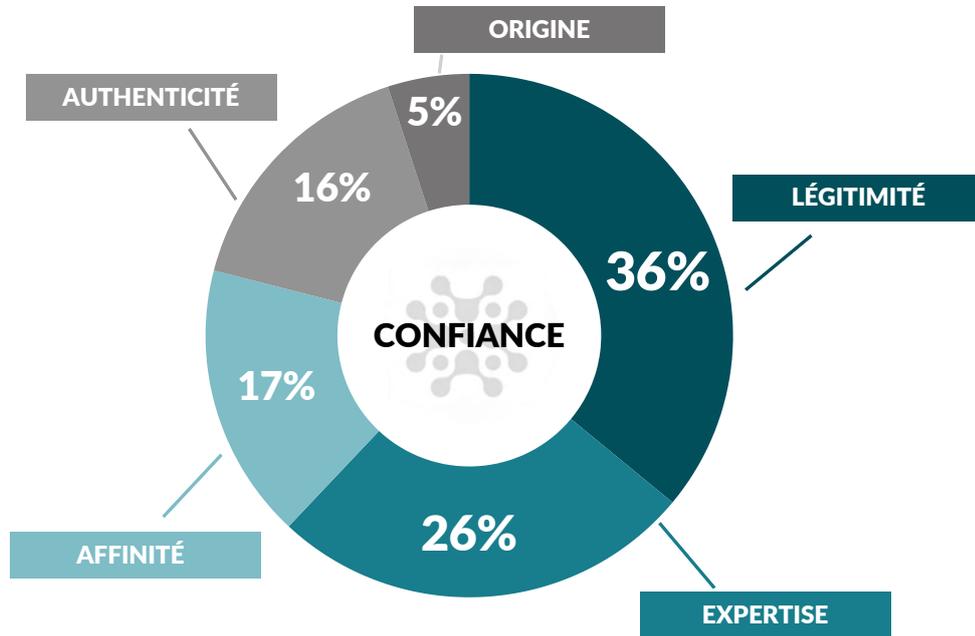
77%

des Français jugent qu'annoncer dans la Presse rejailit positivement sur la marque, soit le score le plus élevé des différents médias testés.

CONFIANCE GLOBALE ENVERS LES MÉDIAS



LES 5 DIMENSIONS SUR LESQUELLES SE CONSTRUIT LA CONFIANCE ENVERS LES MÉDIAS

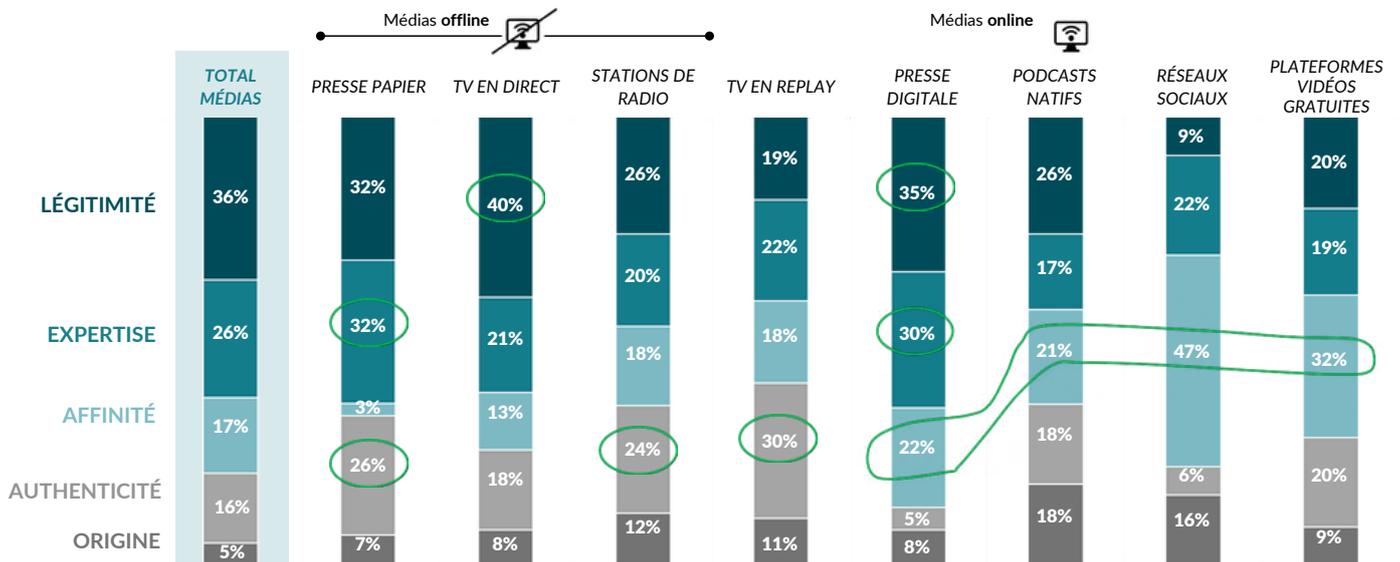


Au-delà du niveau global de Confiance, nous avons qualifié celle-ci en proposant une liste de 20 items interrogeant différents aspects de la Confiance et de sa construction.

En menant une analyse de corrélation, nous avons regroupé ces 20 items en 5 grandes dimensions dont voici le poids dans leur contribution à créer une relation de Confiance entre le média et le public. Ainsi, il en ressort que la légitimité et l'expertise construisent **62% de la Confiance à un média**.

UNE CONFIANCE QUI SE BÂTIT DIFFÉREMMENT SELON LES MÉDIAS

CONTRIBUTION DE CHAQUE DIMENSION À LA CONFIANCE GLOBALE DE CHAQUE MÉDIA



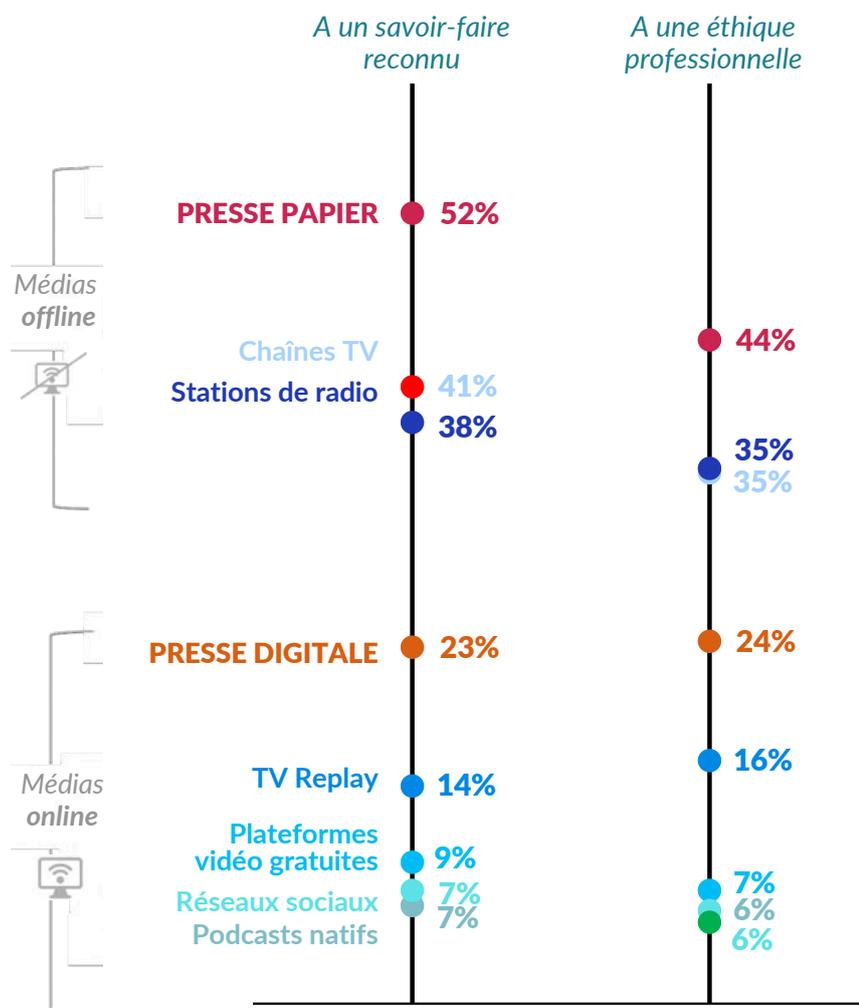
#DemainLaPresse

La Confiance entre les différents médias et leur audience se construit différemment.

- La Presse papier a une construction assez particulière : très ancrée sur la crédibilité, la fiabilité et la transparence.
- Les réseaux sociaux et les plateformes de vidéos gratuites construisent, eux, beaucoup plus leur Confiance sur la dimension d'affinité et notamment la compatibilité au mode de vie des Français. Une Confiance qui s'impose par la praticité d'usage plus que par la crédibilité et la fiabilité des informations qui en découlent.

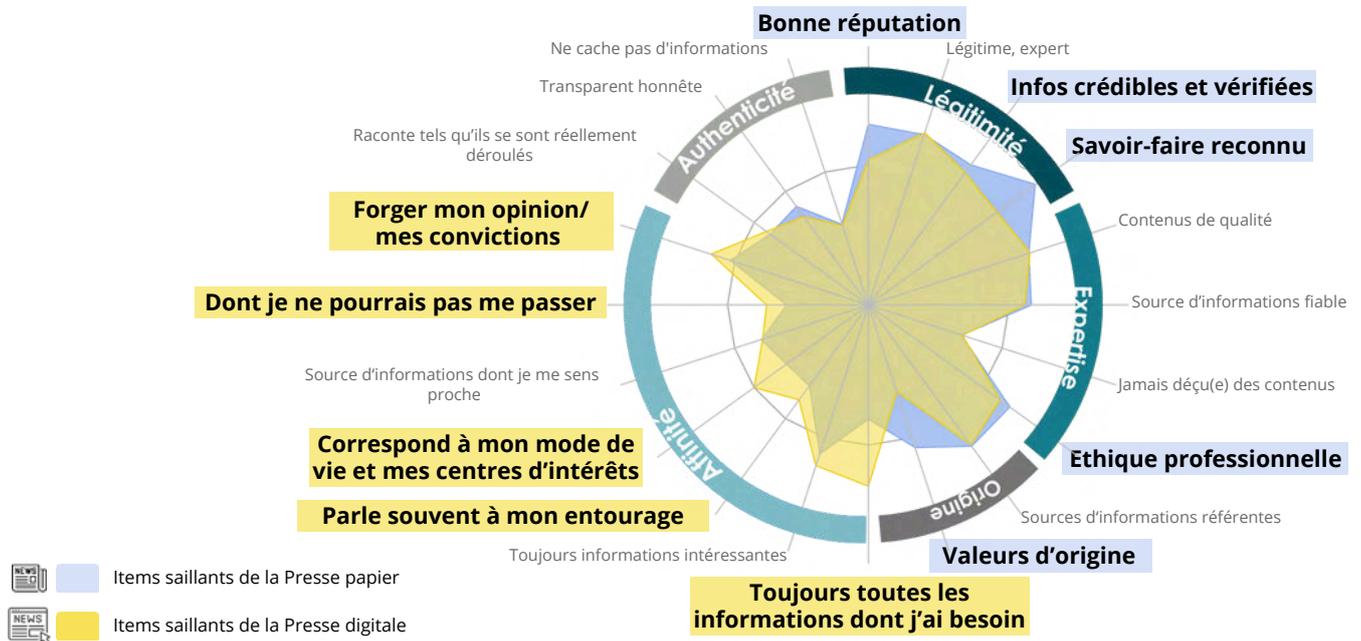
LA PRESSE PAPIER : GAGE DE CRÉDIBILITÉ ET DE FIABILITÉ ULTIME

PERFORMANCES DES MÉDIAS



La Presse Papier est le média considéré de loin comme ayant le plus grand savoir-faire et la meilleure éthique professionnelle.

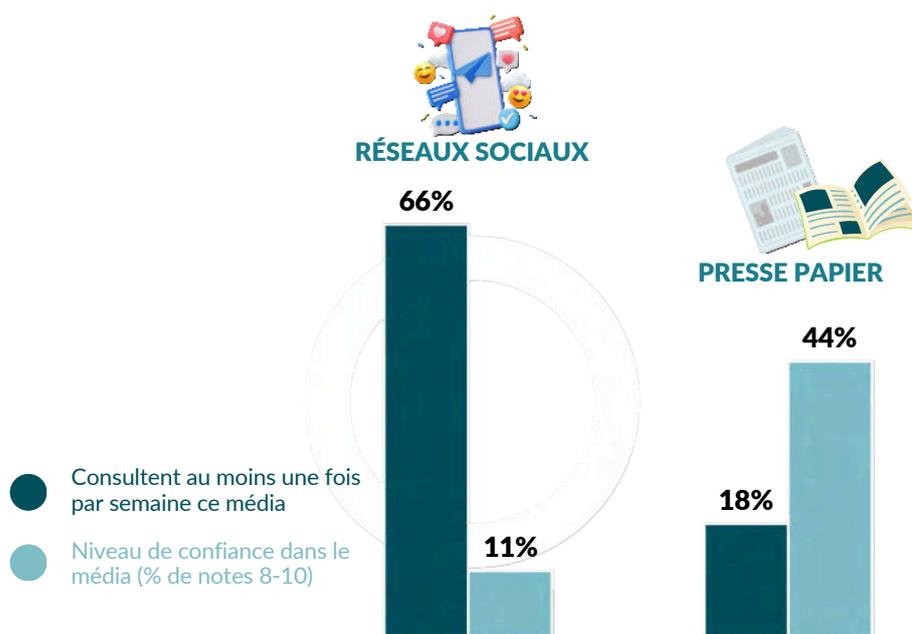
PRESSE PAPIER ET PRESSE DIGITALE : UNE CONFIANCE BASÉE SUR DES FONDATIONS COMPLÉMENTAIRES



Presse papier et digitale bâtissent la Confiance avec leur audience de manière différente :

- La crédibilité et la fiabilité pour la Presse papier
- L'affinité et la proximité pour la Presse digitale

RAPPORT ENTRE LE NIVEAU DE CONFIANCE ET LA FRÉQUENCE DE CONSULTATION

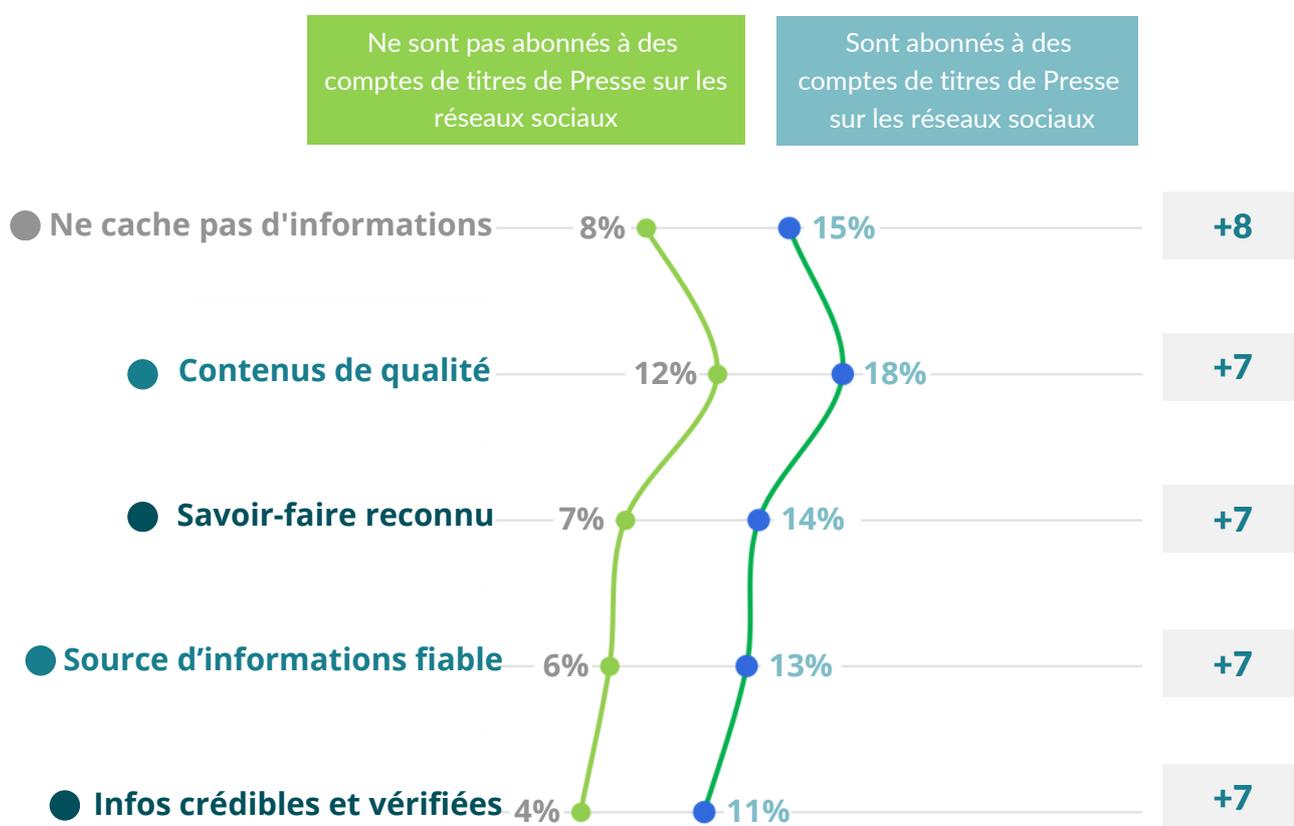


#DemainLaPresse

Lorsqu'on compare la fréquence de consultation des réseaux sociaux (un des médias les plus consultés) et son niveau de Confiance (celui qui inspire le moins Confiance), on mesure le malaise existant entre les Français et l'information sur les réseaux sociaux à contrario de la Presse.

CONFIANCE DANS LES RÉSEAUX SOCIAUX SELON LE SUIVI OU NON DE COMPTES DE PRESSE

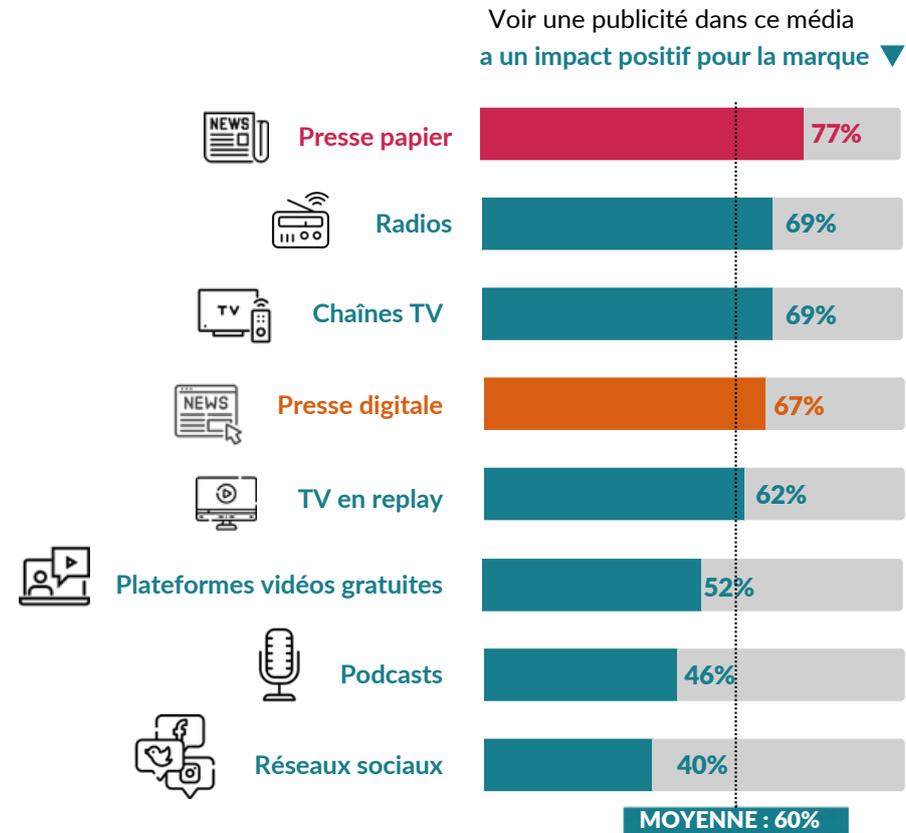
SCORES DES RÉSEAUX SOCIAUX (SELON LES COMPTES SUIVIS SUR CES RÉSEAUX)



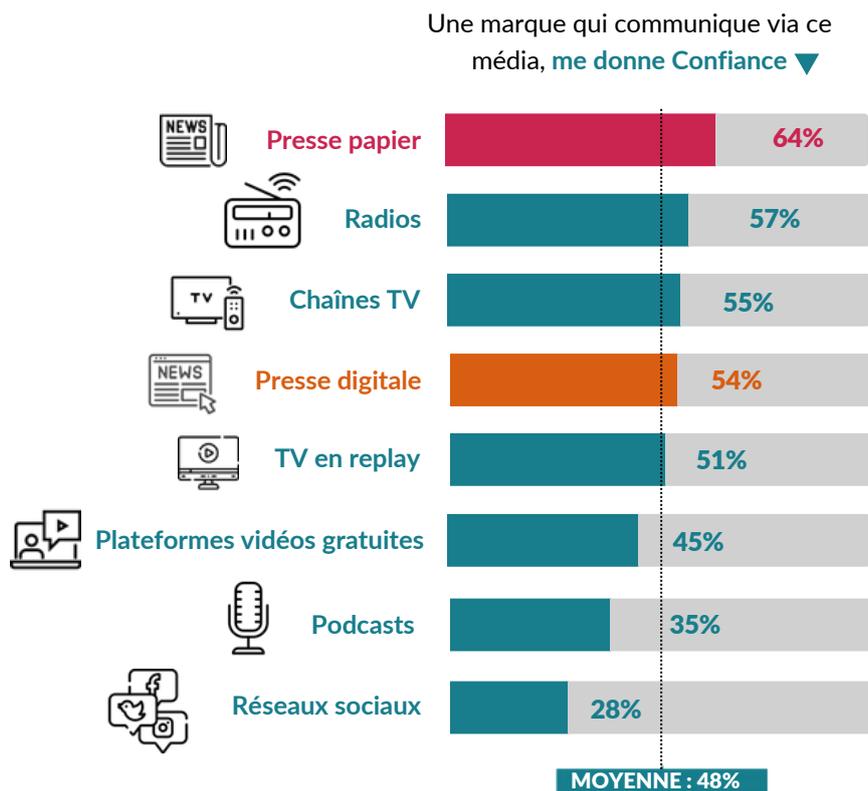
Les réseaux sociaux : un média qui inspire la défiance mais qui est bonifié lorsque les contenus que l'on y consulte proviennent d'autres médias, en l'occurrence des titres de Presse.

Les médias traditionnels, en étant plus présents et consultés sur les réseaux sociaux permettent d'améliorer le lien de Confiance entre les Français et l'un des médias qu'ils consomment le plus.

IMPACT POSITIF DU MÉDIA SUR L'IMAGE DE L'ANNONCEUR



TRANSFERT DE CONFIANCE ENTRE LE MÉDIA HÉBERGEUR DE LA PUBLICITÉ ET L'ANNONCEUR



#DemainLaPresse À PROPOS DE #DEMAINLAPRESSE

#DemainLaPresse est le mouvement de tous les éditeurs de Presse pour mettre en valeur leurs marques, leurs forces, leurs transformations et leurs innovations auprès du monde de la communication composé des agences et des annonceurs.



À PROPOS DE L'ACPM :

La mission de l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est d'être le tiers certificateur des médias. L'ACPM est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (ABC français, fondateur de l'IFABC) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la Presse).

Depuis les années 2000, l'ACPM a élargi sa mission et contrôle désormais un univers médiatique plus large : les certifications et labels, la diffusion de la Presse écrite, l'enquête sur le lectorat de la Presse écrite, les statistiques des sites web et des applications, le streaming de la radio numérique, la certification de l'exposition DOOH, la certification de la mesure des Podcasts. Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur très concurrentiel des médias. La certification de la diffusion d'un titre ou de l'utilisation d'un site est un gage de fiabilité. La mesure d'audience est une référence sur le marché des médias. Adhérer à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur intérêt à se comparer aux autres.

CONTACTS ACPM & #DEMAINLAPRESSE :

Amélie Benisty - Directrice ACPM Audience & Relations Adhérents

Sylvie Neveu - Responsable des études ACPM Audience

audience@acpm.fr

Marie Stoffel - Responsable Communication

DemainlaPresse.fr | demainlaPresse@acpm.fr

89 rue de Monceau 75008 Paris | acpm.fr



À PROPOS DE CSA :

Depuis plus de 40 ans, CSA Research apporte aux entreprises et institutions une compréhension fine des comportements. Multi-secteur, CSA génère et croise une donnée hybride (attitudinale et comportementale, passive et active, qualitative et quantitative) et opérationnelle car activable. CSA, dirigé par Yves Del Frate, CEO CSA, fait partie du groupe Havas depuis 2015.

CONTACTS CSA :

Jessy Gottardis Abdallah - Responsable de la Communication | jessy.gottardis@csa.eu

Océane Omari - Chargée de Communication | oceane.omari@csa.eu

Contacts presse CSA

Sandra Laberrenne - slaberrenne@meiji-communication.com - 06 43 19 13 88

Sophie Schmierer - sschmierer@meiji-communication.com - 06 60 79 36 26

2 bis rue Godefroy 92800 Puteaux | csa.eu