

Une vraie confiance dans la presse imprimée

mer 22/01/2020 - 17:26



La presse imprimée continue de susciter la confiance chez les Français, dans un contexte où les médias génèrent pourtant une certaine méfiance. C'est la tendance que je retiens à la lecture de l'étude annuelle menée par le titre La Croix, en association avec l'institut de sondage Kantar : le Baromètre de confiance dans les médias.

On y apprend que la confiance envers les médias traditionnels remonte. **La presse imprimée se place ainsi en 2e position derrière la radio, avec 46% de crédibilité** (soit +2 points par rapport à l'année dernière). Internet est très loin derrière et est baissé avec 23% (-2 points).

Mais nos concitoyens ont un comportement paradoxal : les supports les moins plébiscités sont aussi les plus consultés. Internet se place en 2e position derrière la télé, avec 32% des sondés qui le consulte en premier lieu, et seulement 4% pour la presse écrite. Plus le public est jeune, plus cette tendance se vérifie.

La faute sans doute à l'accessibilité immédiate et facile de l'information sur internet, qui simplifie les comportements sans pour autant enrichir le lecteur – et celui-ci s'en rend bien compte !

L'enjeu est de renforcer l'attractivité de la presse. Nous le voyons bien, elle reste dans les cœurs des Français, elle compte encore beaucoup. C'est pour moi une marge de progression possible que l'étude met au jour. Grâce à une véritable action sur notre approvisionnement, permise par la nouvelle loi Bichet, nous marchands, nous pouvons y prendre part. Nous contribuerons ainsi à notre manière, aux côtés des autres acteurs de la filière, à répondre à cet enjeu majeur : le développement des ventes.

Edito de Daniel Panetto, président de Culture Presse

La Quotidienne du 20 janvier 2020.

Culture Presse - 16 place de la République 75010 Paris - Tél : 01 42 40 27 15