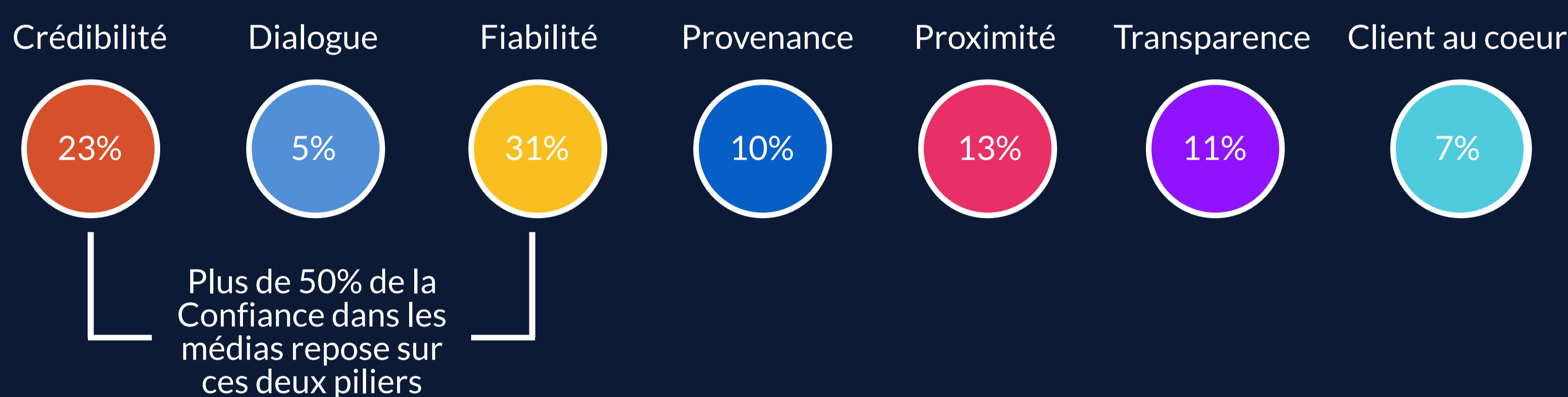


"Presse et vecteurs de la Confiance Média"

Le 14 décembre 2021, l'ACPM a dévoilé les résultats d'une grande étude sur la Confiance des Français dans les médias, réalisée par Dentsu data labs.

La méthodologie, basée sur + de 3 500 répondants, consiste à rapprocher des notes sur 10 représentant un niveau de Confiance dans un média regroupés en 7 piliers (de 25 items). Une analyse statistique permet ensuite d'identifier quels items expliquent le niveau de Confiance global sur tous les médias étudiés.

Les 7 piliers de la Confiance et leur importance pour les médias



Une Confiance média challengée, mais une Presse qui se démarque

Le Net Trust Score permet de mesurer le rapport entre les répondants donnant de bonnes notes de Confiances (de 8 à 10 sur 10, les "Promoteurs"), et ceux donnant de mauvaises notes (de 1 à 5 sur 10, (les "Détracteurs").

Sur l'ensemble des médias, on obtient un score négatif de -4. La Presse Papier, elle, obtient un NTS de +15, au dessus de la moyenne des médias.

Sur ces notes de 8 à 10, la Presse en obtient un plus grand nombre sur la quasi-intégralité des 7 piliers, ce qui en fait un des médias les plus performants sur la question de la Confiance. La Presse arrive en 1ère position sur des items comme "a un savoir-faire reconnu", "sont légitimes, experts dans leur domaine", "sont une source d'information référente", ou encore "ont une éthique professionnelle".



Presse Papier
+ 15



Ensemble
- 4

