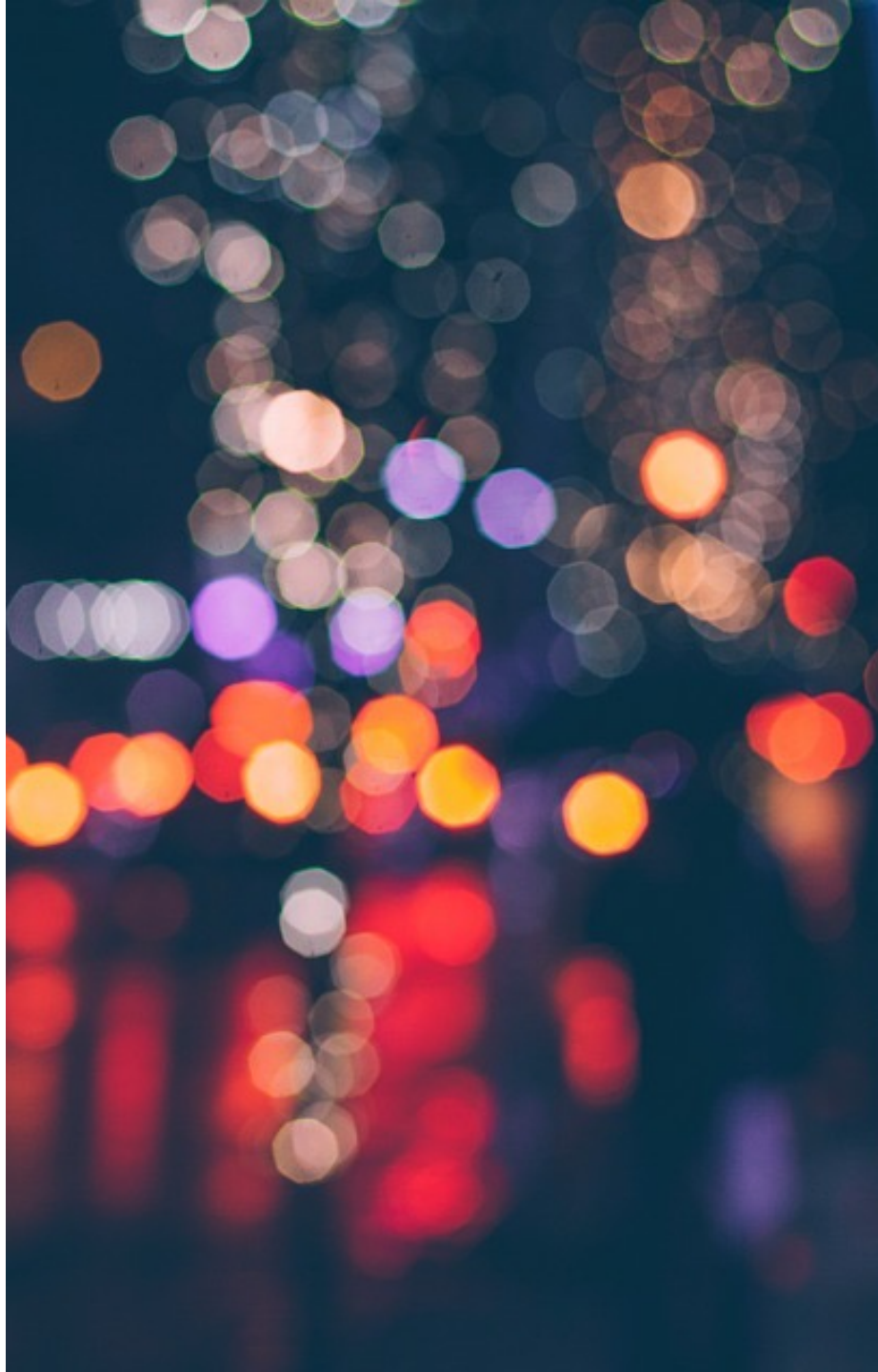
Fatigue & sécession informationnelle

La démocratie à l'épreuve

France, Allemagne, Italie, Royaume-Uni

Synthèse des résultats quantitatifs et entretiens qualitatifs

Octobre 2026



2026 : un dispositif étendu et approfondi

Trois volets, un même phénomène

France dans le temps	Quatre pays en 2026	Les expériences vécues
4 000 répondants Vagues 2022, 2024, 2026	France + 3 × 1 000 répondants Allemagne, Italie, Royaume-Uni	12 entretiens Les cinq profils représentés
Mesurer les évolutions	Comparer les configurations	Comprendre les pratiques et les arbitrages

Ce que quatre ans de recherche font apparaître

Trois vagues d'enquête : 2022, 2024, 2026

France, n = 4 000

2022

La fatigue informationnelle

L'information épuise et ne permet plus toujours de comprendre.

53 % de personnes fatiguées

2024

L'exode informationnel

La mise à distance se traduit dans les pratiques.

7,4 canaux consultés, pour 8,3 en 2022

2026

L'autoprotection informationnelle

Choisir son exposition pour préserver son attention et son équilibre.

74 % limitent ou interrompent leur suivi de l'actualité

Des bénéfices individuels, un risque collectif : moins d'occasions de comprendre ensemble et de débattre

La fatigue qui ne passe pas : derrière la stabilité, une recomposition

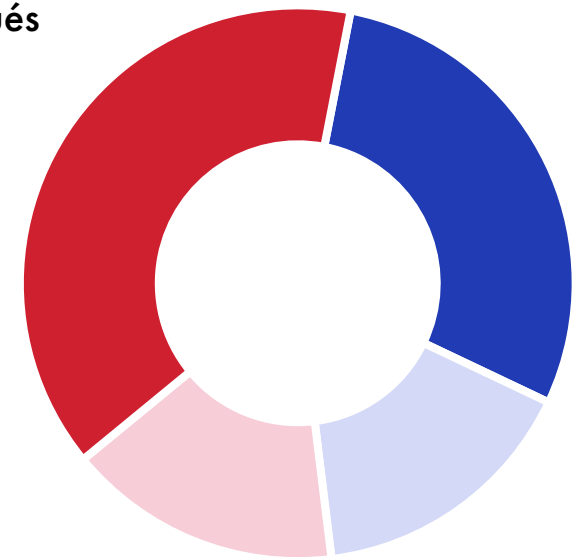
La fatigue demeure à un niveau élevé

Indicateur d'intensité de fatigue informationnelle

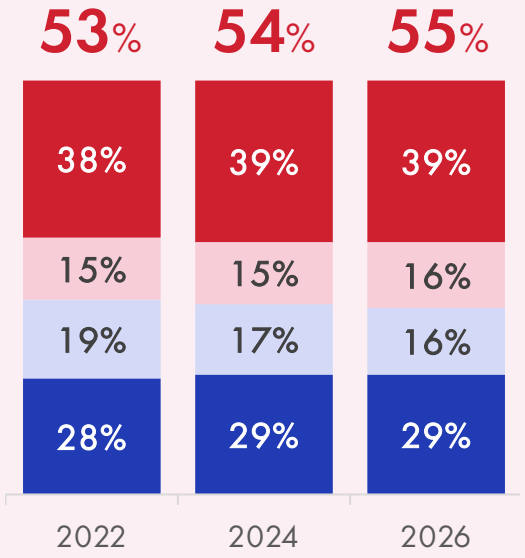
Base totale, n=4000

Total Fatigués **55%**

Total Pas fatigués **45%**



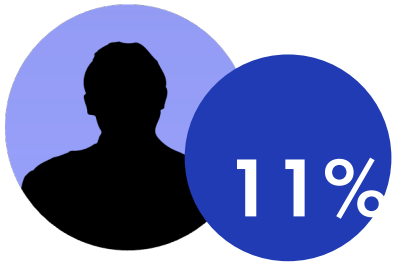
Évolutions



5 profils de Français en 2022

Engagement dans la consommation d'information

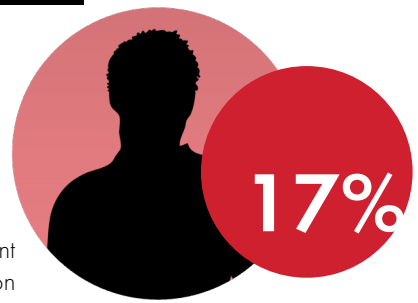
Fatigue informationnelle



Les Traditionnels

Profil plus âgé, plutôt masculin, regroupant des personnes souvent retraitées et aisées ayant une pratique informationnelle intense, notamment de médias traditionnels, très en contrôle et non exposées à la fatigue.

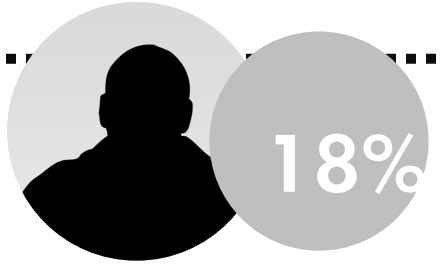
Les Boulimiques



Jeunes, urbains et diplômés ayant une forte consommation médiatique, notamment via internet et les réseaux sociaux où ils sont relativement actifs.
Ils se démarquent aussi par des pratiques très intenses voire compulsives vis-à-vis de l'information et sont fortement touchés par la fatigue informationnelle.

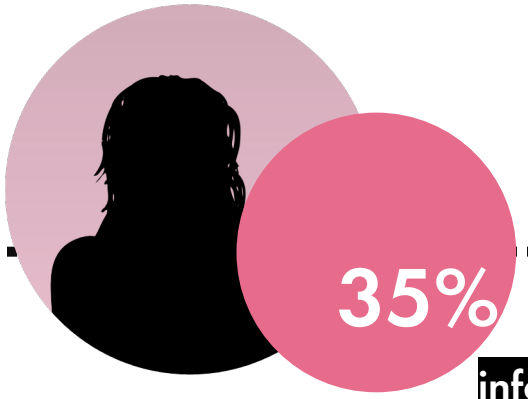
Les Détachés

Habitant du périurbain et des communes peu denses.
Ce sont des actifs occupés d'âge intermédiaire avec enfants. Ils consomment peu d'information. Préoccupés par d'autres sujets, ils ne sont ni engagés dans la recherche d'information, ni impactés par une forme de fatigue à cet égard. Ils mènent leur vie. Ils ne sont pas du tout intéressés par la politique, ne se sentent pas représentés sans être pour autant défiants.



Les Défiants

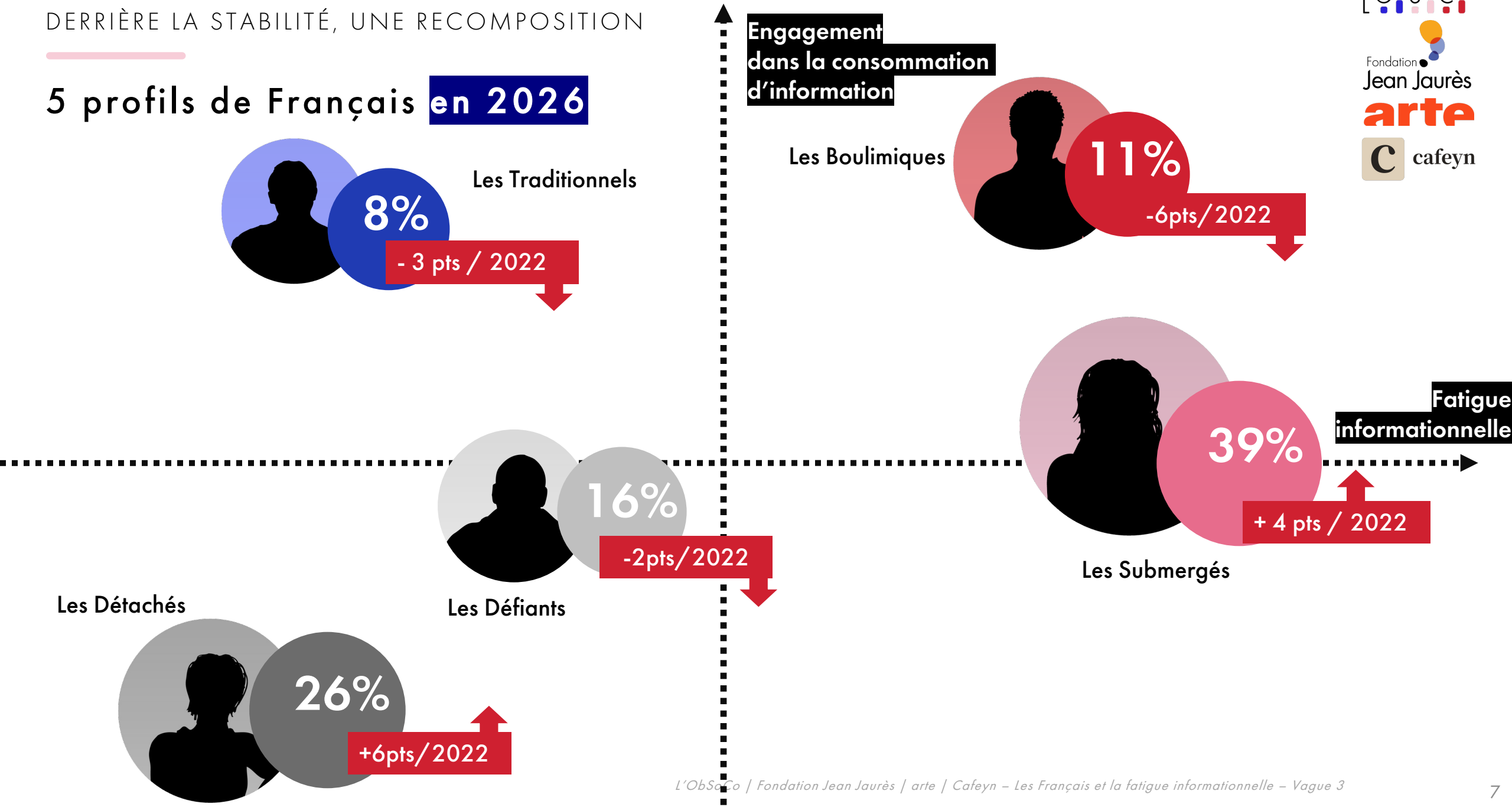
Groupe plus masculin, davantage CSP- ayant un engagement assez moyen dans les pratiques d'information. Ils expriment une forte défiance vis-à-vis des médias comme du politique mais une assez forte confiance en eux-mêmes. Ils sont très négatifs sur la situation collective (le monde, la société, la démocratie), ont un fort sentiment d'impuissance et l'impression de subir, de ne pas avoir la liberté et le contrôle sur leur avenir.



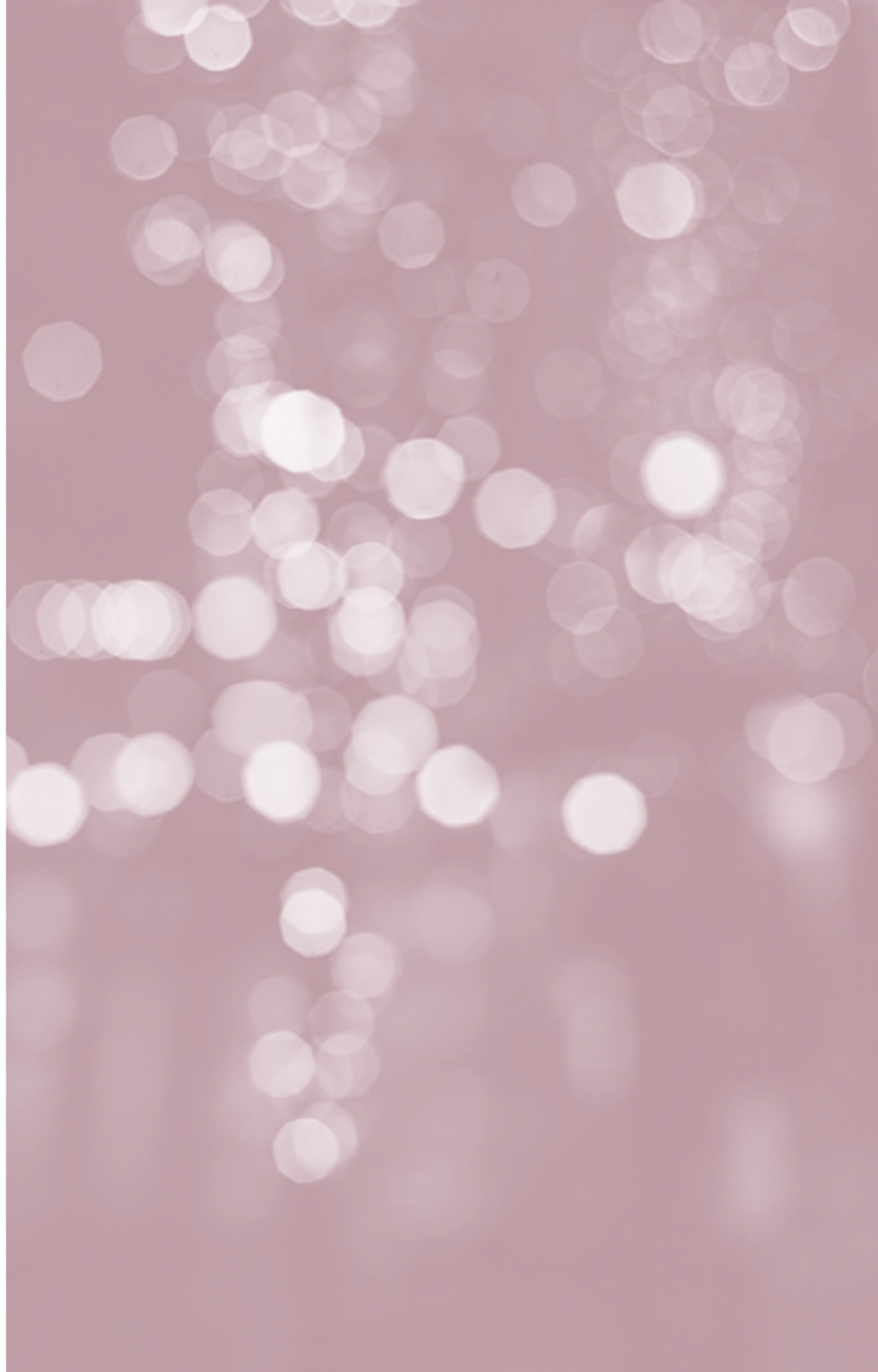
Les Submergés

Groupe plutôt féminin avec un niveau de vie modeste montre un engagement moyen dans l'information mais a le sentiment de la subir, a du mal à se faire une opinion et est très affecté voire dépassé par l'information, à la recherche d'alternatives (fact-cheking). Ils ressentent une fatigue informationnelle intense et se distinguent aussi par une défiance très forte vis-à-vis des médias.

5 profils de Français en 2026



L'information : de ressource à milieu



Une difficulté à faire face au flux

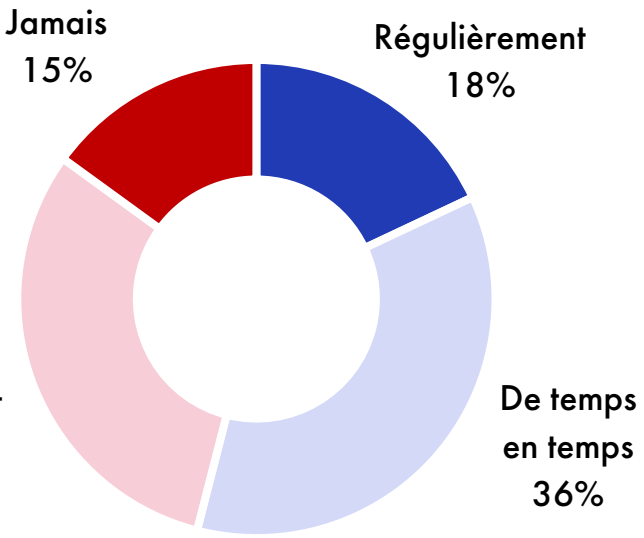
Pour chacune des propositions suivantes pouvez-vous dire à quelle fréquence il vous arrive de ressentir ce qu'elle évoque ?

Base totale, n=4000

« Vous avez le sentiment d'un trop plein d'informations et cela vous empêche de prendre du recul »

Trop plein **54%**

Pas découragés **46%**



« Moi, je suis d'une génération où quand on était jeunes, on avait la télévision et il y avait trois chaînes, quatre chaînes, cinq chaînes, six même. Ça se limitait à ça. C'est vrai que c'est quelque chose dont on discutait parce que tout le monde regardait un peu la même chose, on pouvait discuter. Aujourd'hui, il faut s'informer un peu sur tous les sujets. Il y a des sujets tellement multiples. C'est tentaculaire, l'information qu'on a aujourd'hui avec internet. Ça a ouvert tellement de possibilités (...). Quand on tape un sujet, je reprends le cas du foot, on veut savoir ce qui s'est passé sur le foot, là, on a, je n'en sais rien, 50 articles différents. »
(Femme, « Submergée », 57 ans, CSP=)

Une difficulté à transformer l'info en compréhension

Difficultés ressenties face à l'information : % « régulièrement ou de temps en temps »

France, n = 4 000

53 %

peinent à distinguer le vrai du faux

51 %

peinent à repérer ce qui est important

48 %

peinent à se faire une opinion

Le Découragement s'installe

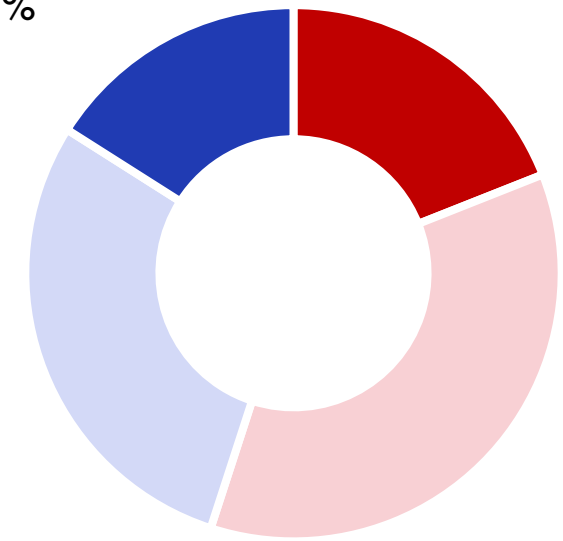
Pour chacune des propositions suivantes pouvez-vous dire à quelle fréquence il vous arrive de ressentir ce qu'elle évoque ?

Base totale, n=4000

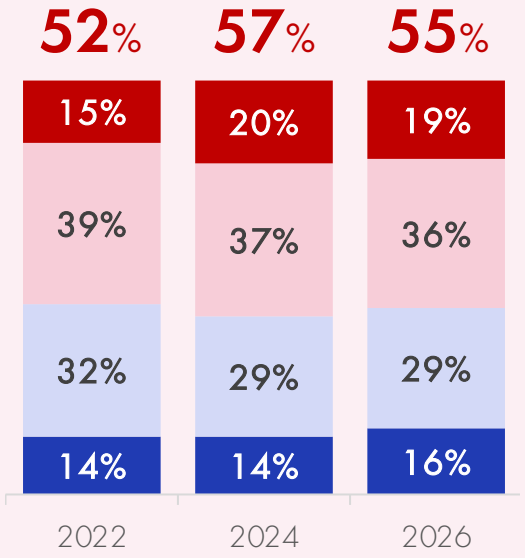
« Une information chasse l'autre et il n'y a aucun suivi sur les sujets alors à quoi bon s'informer »

Découragés **55%**

Pas découragés **45%**



Évolutions



L'impuissance informationnelle : savoir davantage sans pouvoir davantage

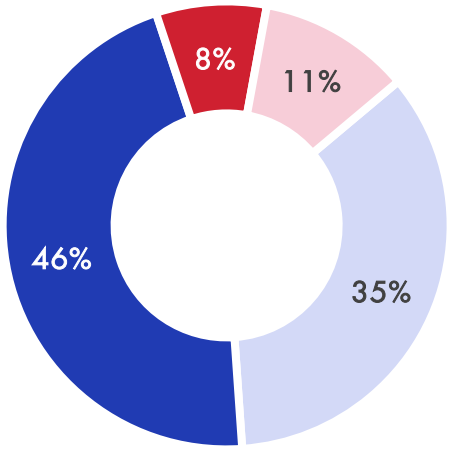
Pour chacune des propositions suivantes pouvez-vous dire à quelle fréquence il vous arrive de ressentir ce qu'elle évoque ?

Base totale, n=4000

En regardant les actualités, vous vous désespérez de l'être humain

Désespèrent **81%**

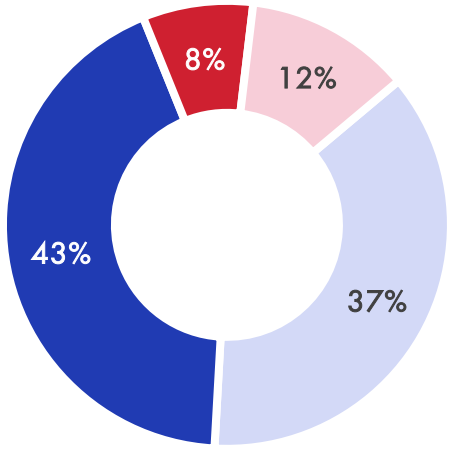
Ne désespèrent pas **19%**



En regardant les actualités, vous vous sentez impuissant(e) face aux évolutions du monde

Impuissance **80%**

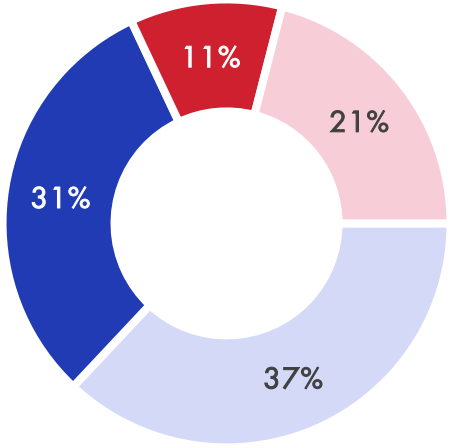
Pas d'impuissance **20%**



Vous avez le sentiment de subir l'information plutôt que de la choisir

Subissent **68%**

Ne subissent pas **32%**

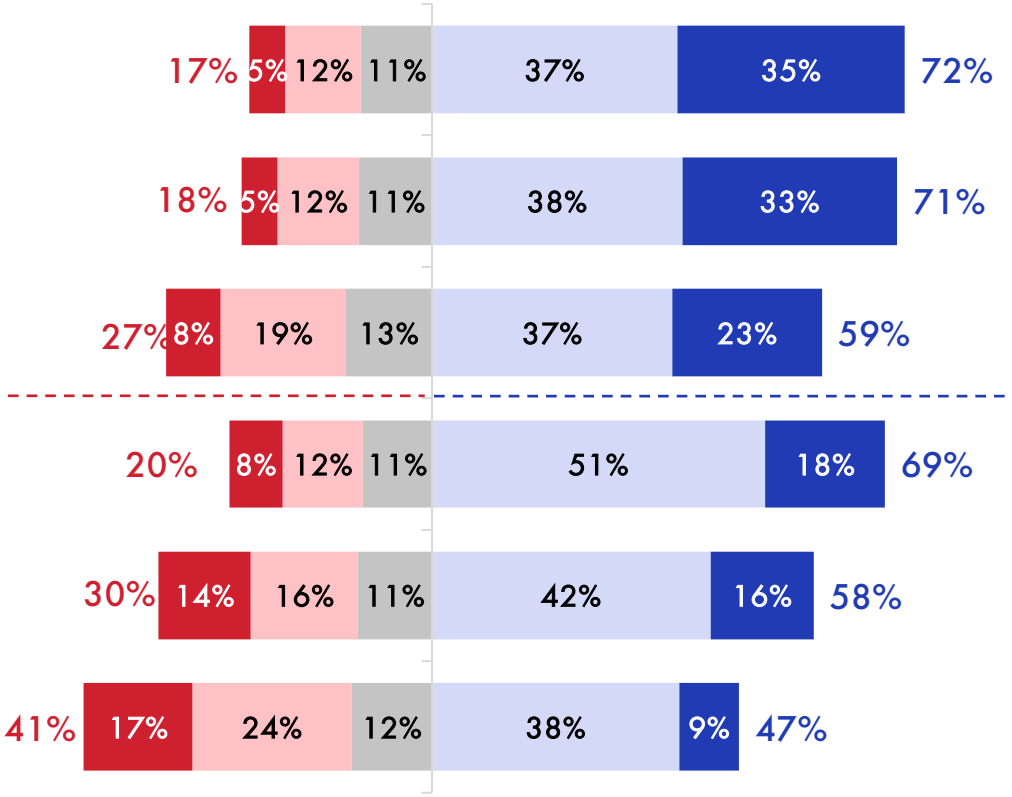


Régulièrement
De temps en temps
Rarement
Jamais

Les chaînes d'information en continu : concentré des contradictions du système

Pour chacune des affirmations suivantes sur les chaînes d'information en continu (BFM TV, CNews, LCI, France Info...), dites-moi si vous êtes d'accord ou non ?

Base totale, n=4000



S'informer est un travail que l'on ne peut plus entièrement déléguer

Extraits des entretiens qualitatifs

12 entretiens individuels, cinq profils · Rapport qualitatif, juillet 2026

52 %

font confiance
aux médias en général

66 %

font confiance
aux médias qu'ils consultent

Vérifier soi-même

« Ça aurait été simple d'avoir une source d'information comme avant, et de ne pas émettre de doute. Là, je suis obligée d'analyser. Ça donne du boulot. »

Femme, 49 ans, profil « défiante »

Ne plus savoir à qui s'en remettre

« Le journalisme a changé, on n'a plus forcément une information fiable. On a beaucoup d'informations sensationnelles, et c'est au premier qui donnera l'information, même si elle est fausse. »

Femme, 57 ans, profil « submergée »

Renoncer à trancher

« Je n'ai pas moyen de savoir si c'est vérifié, pas vérifié. Je n'ai pas moyen. »

Femme, 57 ans, profil « submergée »

Quand la confiance manque, chacun doit vérifier par lui-même : le travail informationnel épuise.

S'informer moins / autrement : l'autoprotection informationnelle

Reprendre la main sur sa manière de s'informer

Deux registres d'autonomie décrits par les enquêtes

France, n = 4 000 · 12 entretiens individuels, cinq profils · Rapport qualitatif, juillet 2026

Choisir son exposition

Limiter le suivi de l'actualité, la tenir à distance

Reprendre le contrôle de ses « devices »

« J'essaie de positiver ma vie. On ne peut pas commencer la journée en étant parasité par ça. »
Femme, 46 ans, profil « submergée »

Choisir son information

Sélectionner ses sujets et ses sources.

Décider de ce que l'on veut approfondir.

Vérifier, se forger une opinion et éprouver la fierté de savoir.

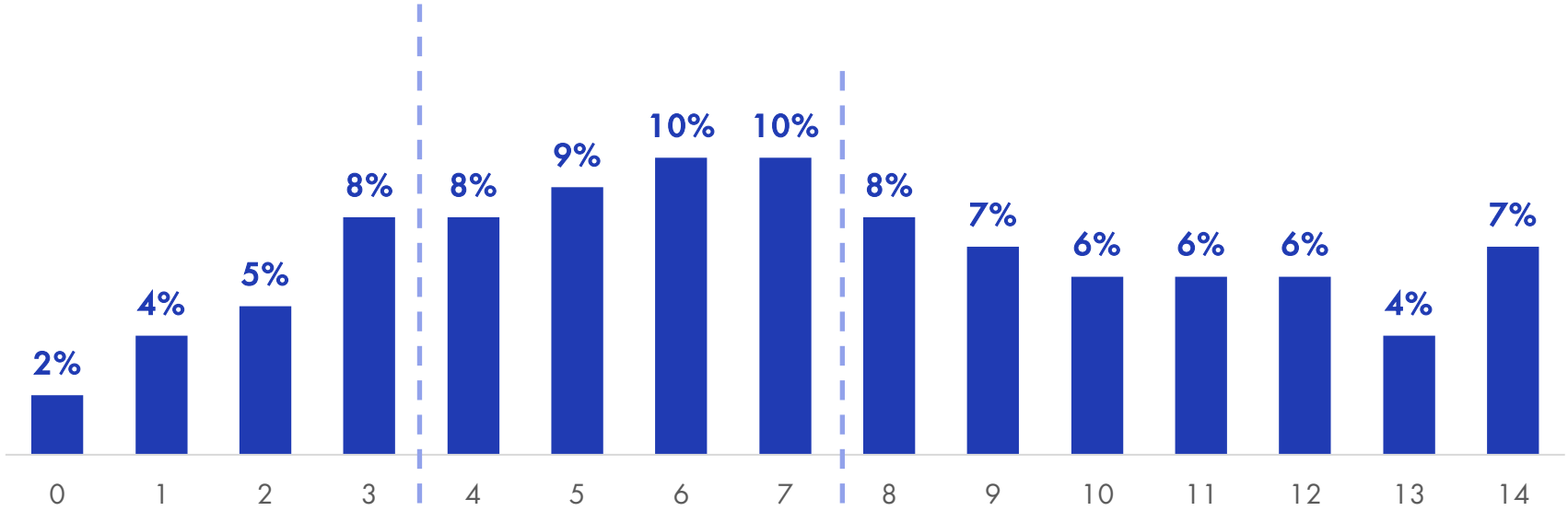
L'autonomie recherchée porte à la fois sur ce que l'on comprend et sur ce que l'on accepte de recevoir.

Le retrait de l'information devient régulation

Distribution du nombre de canaux médiatiques consultés (au moins de temps en temps)

Base totale, n=4000

Plusieurs réponses possibles



Plus de 3 canaux médiatiques différents

81%

-9pts/2022 | -4pts/2024

Plus de 7 canaux médiatiques différents

44%

-11pts/2022 | -2pts/2024

En 2026, les Français s'informent *via*

7,2 canaux différents

en moyenne

- 7,4 en 2024
- 8,3 en 2022

Un Besoin de cognition majoritaire, mais qui s'érode

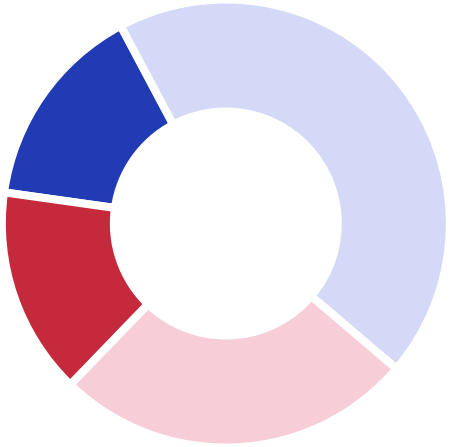
Pour chacune des phrases suivantes pouvez-vous me dire si elle vous correspond ou non ?

Base totale, n=4000

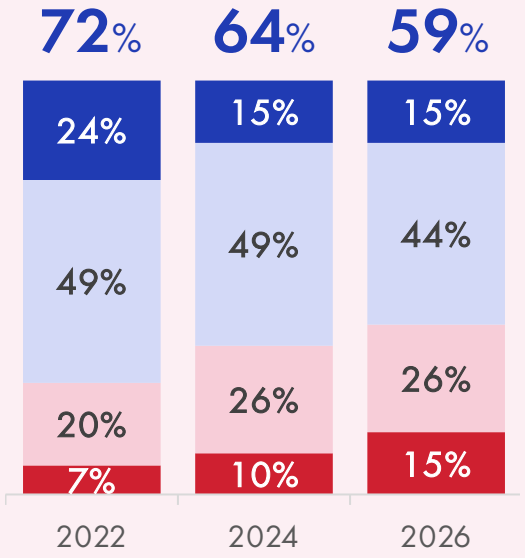
« Vous ressentez en permanence le besoin de croiser différentes sources d'informations pour vous faire une opinion sur les sujets importants »

Besoin de cognition **59%**

Pas de besoin de cognition **41%**



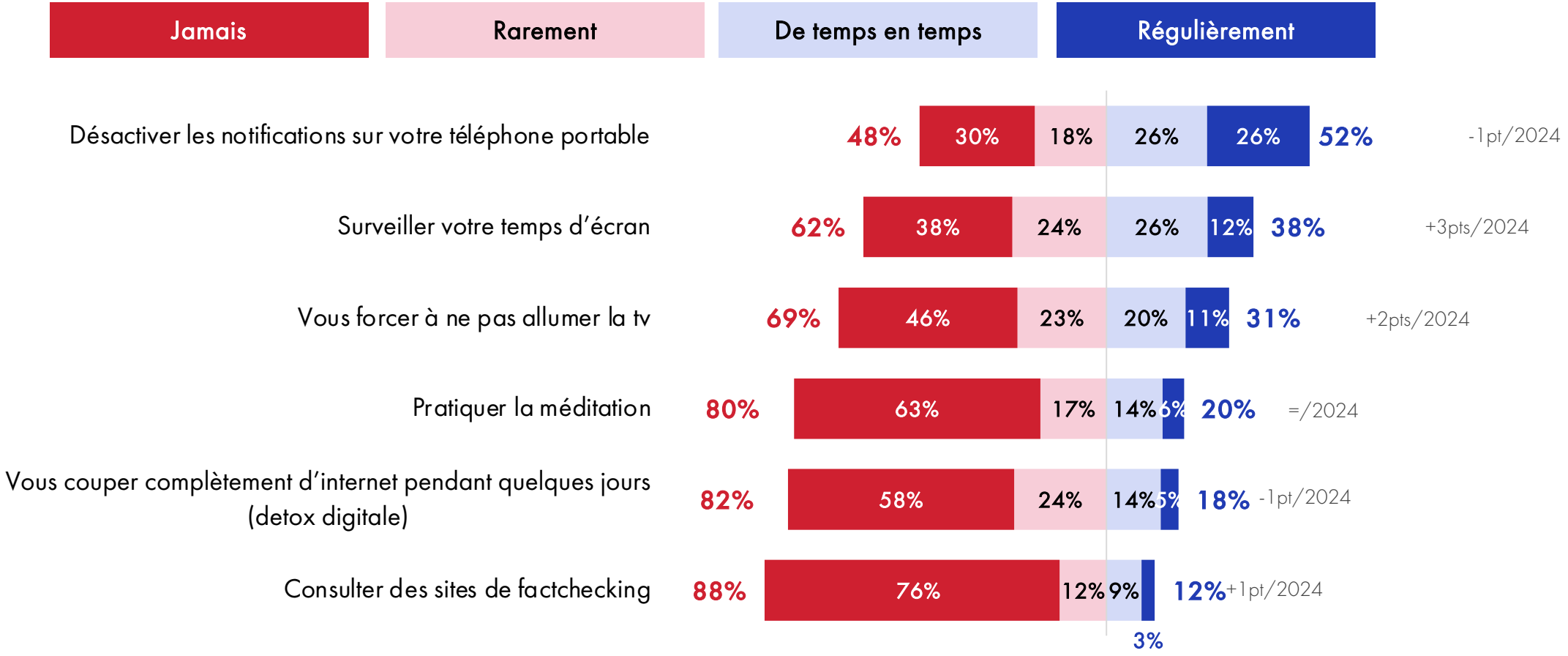
Évolutions



Des stratégies de régulation qui s'installent progressivement

Vous arrive-t-il de...

Base totale, n=4000



Aller chercher une autre information : humour, info locale et bonnes nouvelles

« Moi, j'aime bien quand j'entends des trucs sympas, des choses qui sont mises en place. Et je vais plutôt chercher l'information positive parce que la vie est déjà assez difficile. [...] Ce n'est pas facile à trouver. [...] mais j'aime bien parce que ça permet justement de se dire : « Ce n'est pas tout noir».».

(Femme, 57 ans, CSP=, « submergée »)

« Ce que je lis en fin de compte, c'est des journaux, on va dire, de nos régions. C'est plus local. [...]. Et puis, au niveau des grands médias, j'ai l'impression [que c'est] un peu tout ce qui ne va pas. [...]C'est moins [négatif au niveau local]. C'est plus mettre en avant les villages, même s'il y a des faits divers ou quoi que ce soit. [...] C'est moins négatif. ».

(Femme, 57 ans, CSP=, « traditionnelle »)

« Ce n'est pas que des sujets de divertissement. Il y a les principaux faits de la journée. Je trouve que c'est une émission sérieuse, mais qui ne se prend pas au sérieux. C'est ça que j'aime bien. [...] on parle de sujets importants, mais il y a toujours des trucs marrants ».

(Femme, 24 ans, CSP+, « boulimique »)

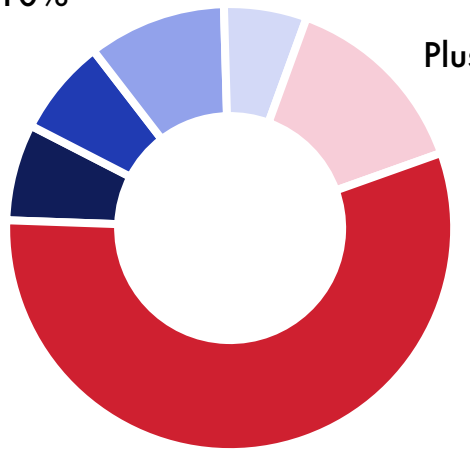
L'irruption de l'IA dans les pratiques informationnelles

Au cours du dernier mois, vous est-il arrivé d'utiliser un outil d'IA (ChatGPT, Claude, Gemini…) pour vous informer sur l'actualité ?

Base totale, n=4000

Utilisation quotidienne
14%

Utilisation hebdomadaire
16%

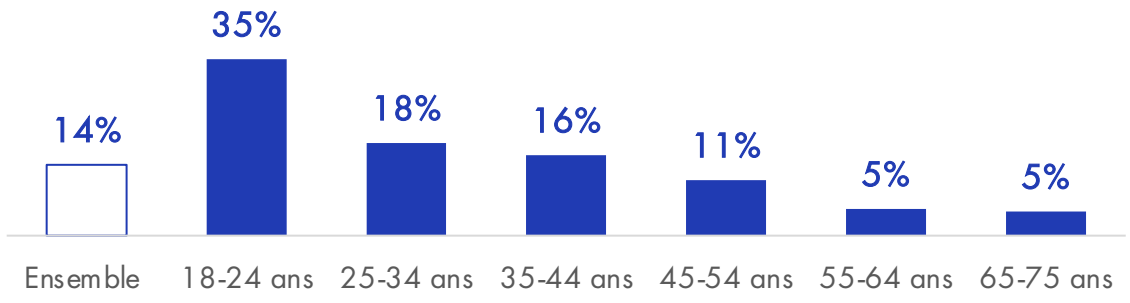


Un usage qui concerne des populations jeunes, diplômées et qui vient en partie prolonger un usage intensif des médias

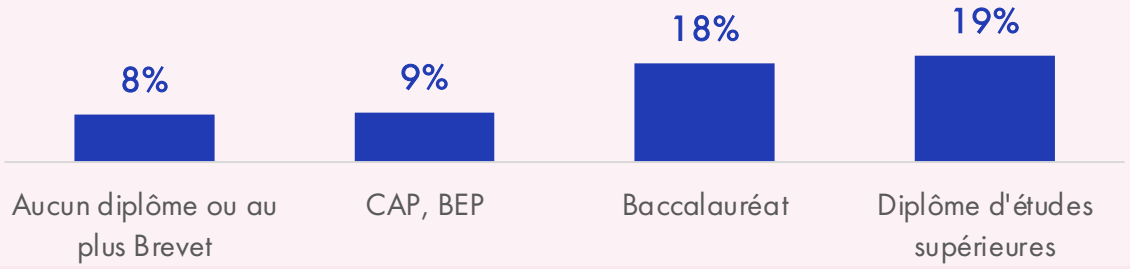
Au cours du dernier mois, vous est-il arrivé d'utiliser un outil d'IA (ChatGPT, Claude, Gemini…) pour vous informer sur l'actualité ?

Base totale, n=4000

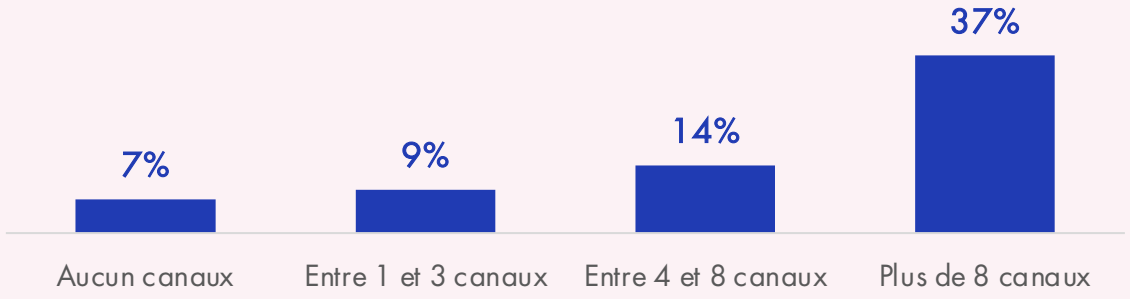
Usage quotidien de l'IA pour s'informer en fonction de l'âge



Usage quotidien de l'IA pour s'informer en fonction du niveau de diplôme



Usage quotidien de l'IA pour s'informer en fonction du nombre de canaux consommés hebdomadairement



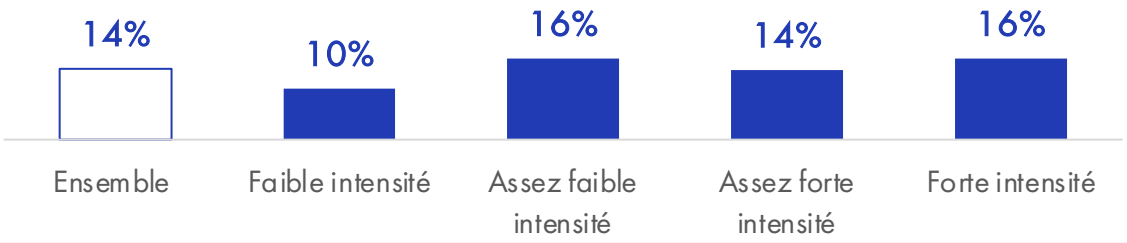
Usage quotidien de l'IA pour s'informer en fonction de son attitude vis-à-vis des médias

Un usage qui répond aussi aux difficultés rencontrées

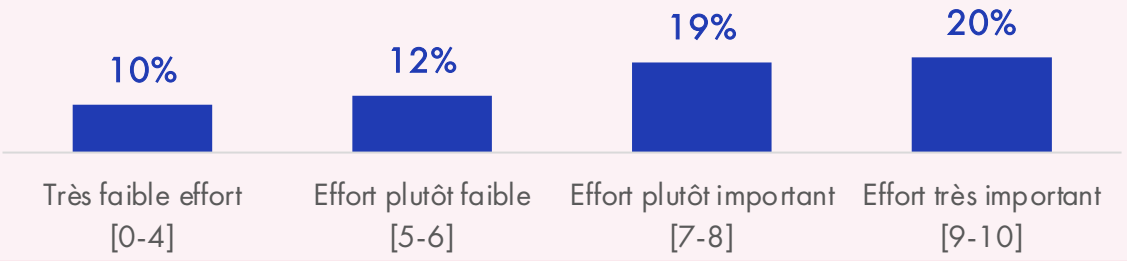
Au cours du dernier mois, vous est-il arrivé d'utiliser un outil d'IA (ChatGPT, Claude, Gemini…) pour vous informer sur l'actualité ?

Base totale, n=4000

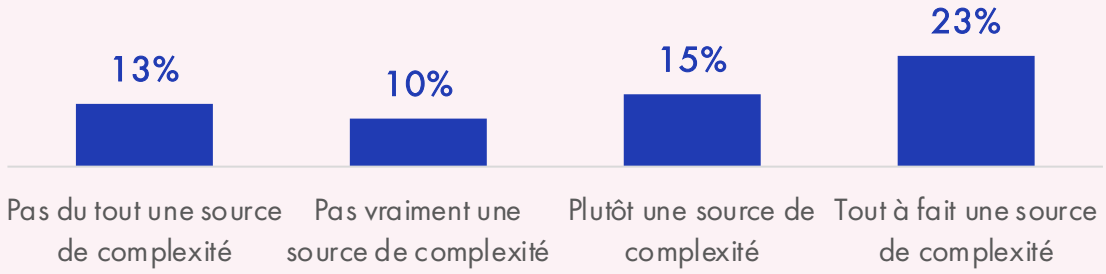
Usage quotidien de l'IA pour s'informer en fonction de l'intensité du niveau de fatigue informationnelle



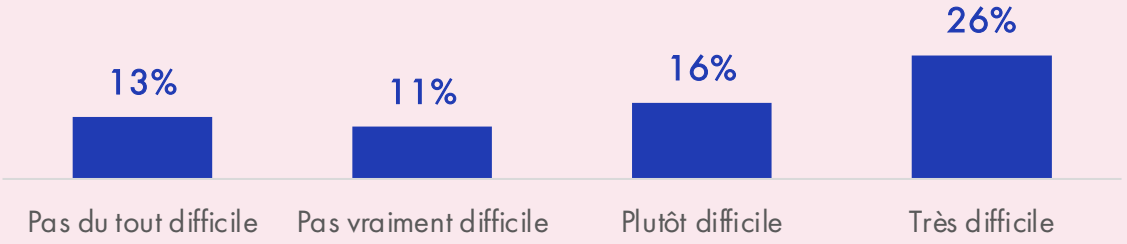
Usage quotidien de l'IA pour s'informer en fonction du niveau d'effort à fournir pour s'informer correctement



Usage quotidien de l'IA pour s'informer en fonction de la perception du langage journalistique comme source de complexité



Usage quotidien de l'IA pour s'informer en fonction de la difficulté à trouver les informations cherchées

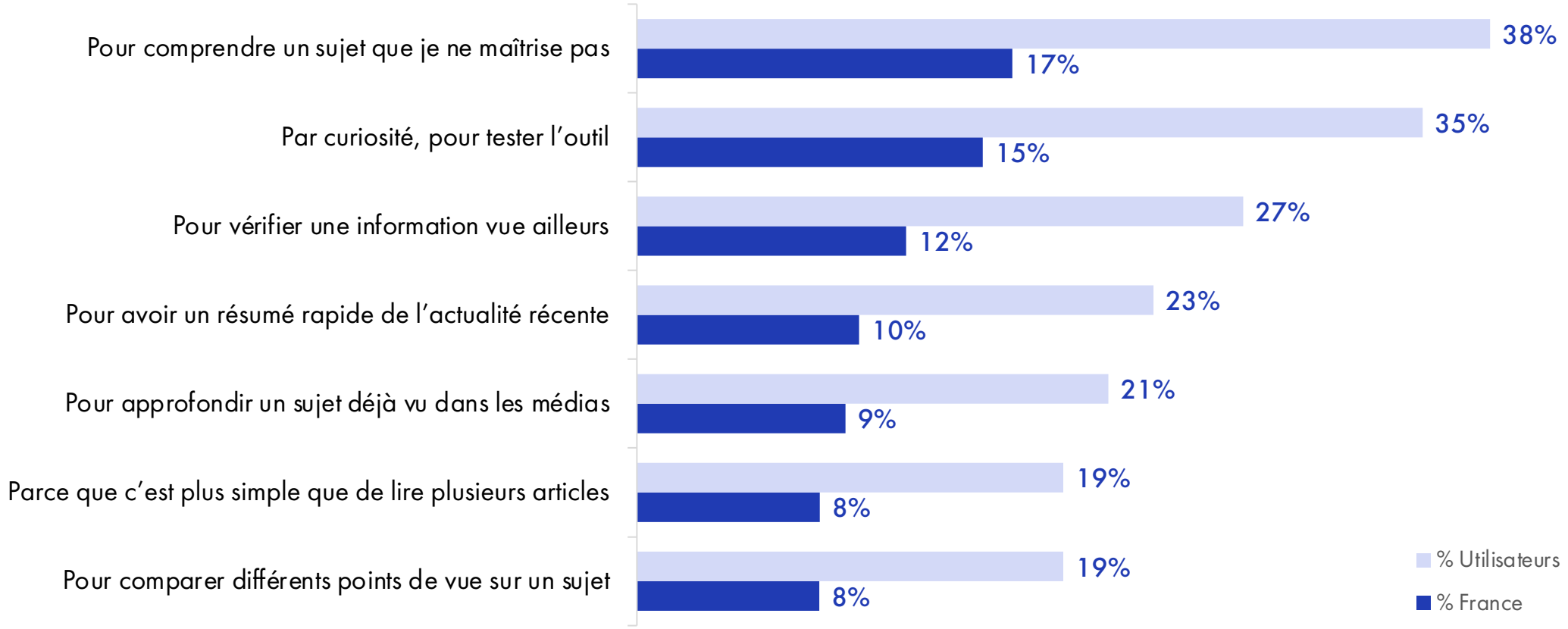


Maîtriser le flux en déléguant sa compréhension

Quand vous utilisez l'IA pour vous informer, c'est plutôt...

Base totale, n=4000

Plusieurs réponses possibles



L'OBSOCO Fondation Jean Jaurès arte cafeyn

Un débat démocratique sous tension

S'informer régulièrement reste malgré tout une nécessité

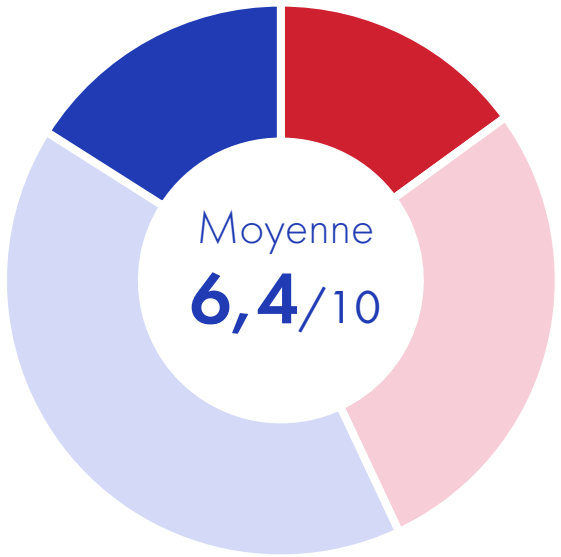
Sur une échelle de 0 à 10, quel est le degré d'importance que vous accordez ou non au fait de vous informer régulièrement dans les médias?

Base totale, n=4000

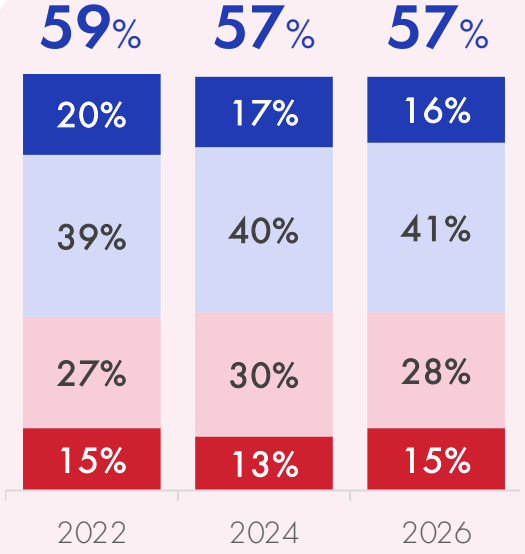
(0 : Aucune importance - 10 : énormément d'importance)

Important **57%**

Peu important **43%**



Évolutions



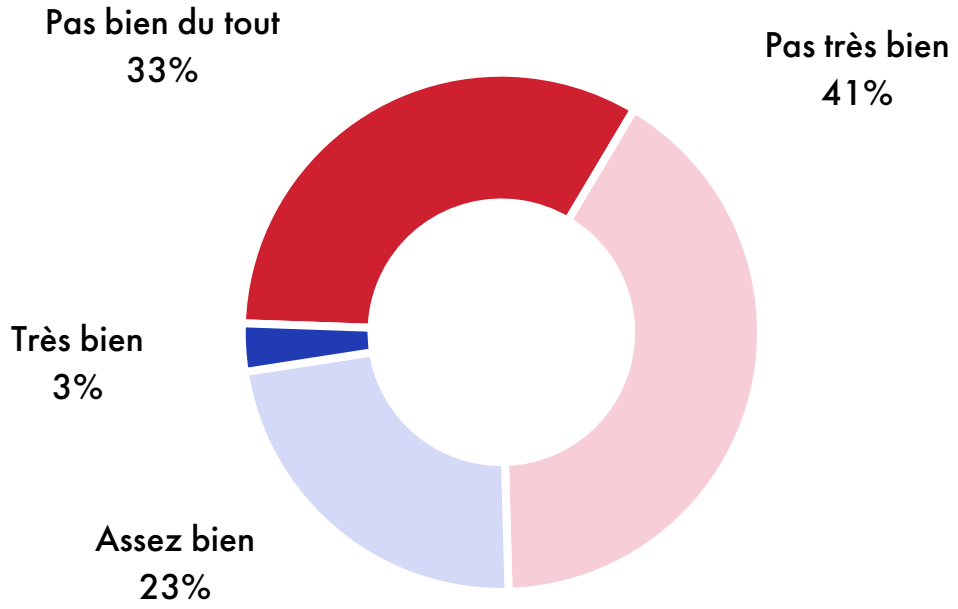
La démocratie fonctionne mal pour ¾ des Français

Diriez-vous qu'en France la démocratie fonctionne très bien, assez bien, pas très bien ou pas bien du tout ?

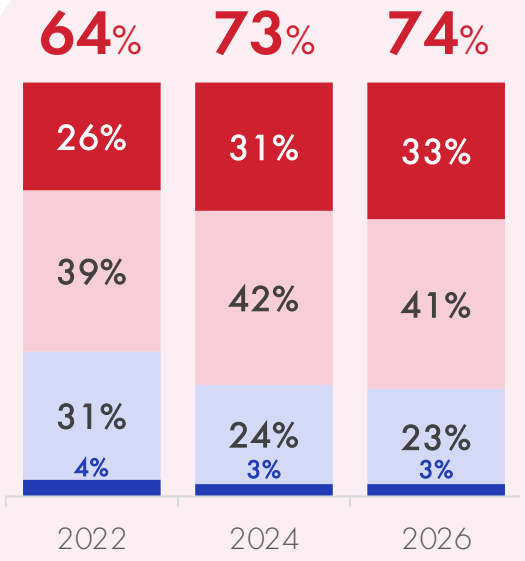
Base totale, n=4000

Mal
74%

Bien
26%



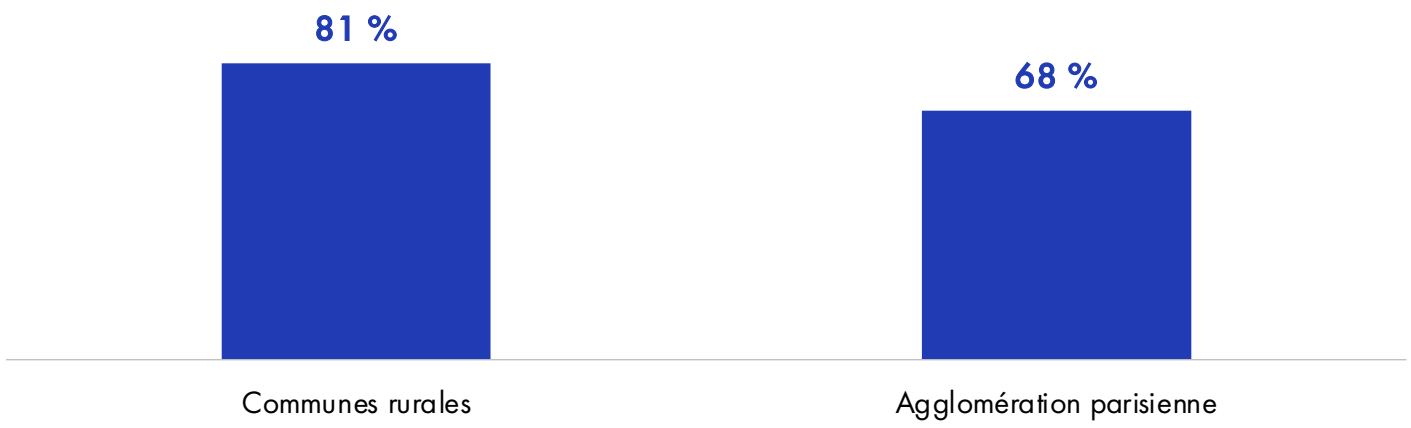
Évolutions



Le sentiment de représentation reste inégal

Représentation du quotidien dans les médias : % de notes de 0 à 6 sur 10

France, n = 4 000



76 %

dans l'ensemble
de la population

«En tant que jeune, on parle beaucoup DES jeunes, mais on ne parle pas AUX jeunes.
Femme, 18 ans, profil « boulimique »

La critique des médias coexiste avec une attente de faits communs

Rapport aux faits : % d'accord avec chaque affirmation

France, n = 4 000

68 %

« En matière d'actualité, il n'y a pas de vérité absolue : les médias ont leur version des faits, j'ai la mienne. »

81 %

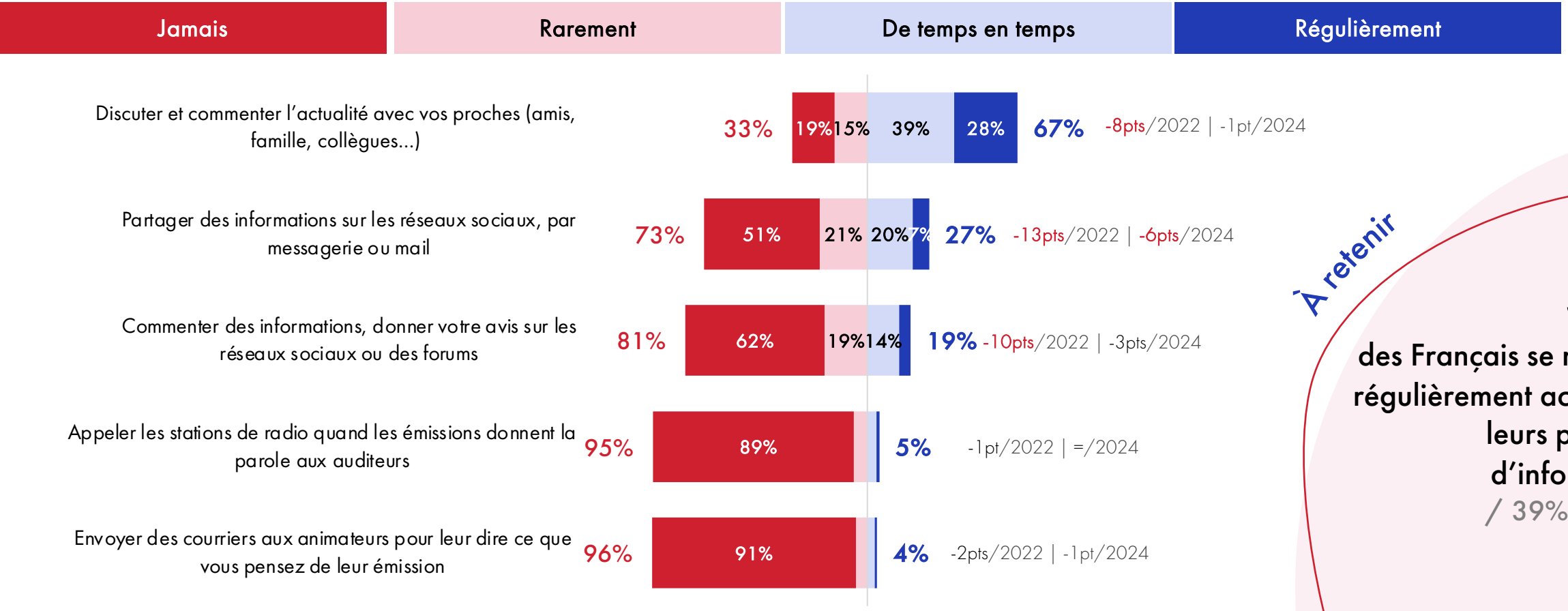
« Il y a des faits objectifs sur lesquels tout le monde devrait pouvoir s'accorder. »

« Je n'ai pas moyen de savoir si c'est vérifié, pas vérifié. Je n'ai pas moyen. »
Femme, 57 ans, profil « submergée »

La désimplication : l'information circule et se discute moins, une désocialisation du débat ?

Et vous arrive-t-il de...

Base totale, n=4000



À retenir

32%

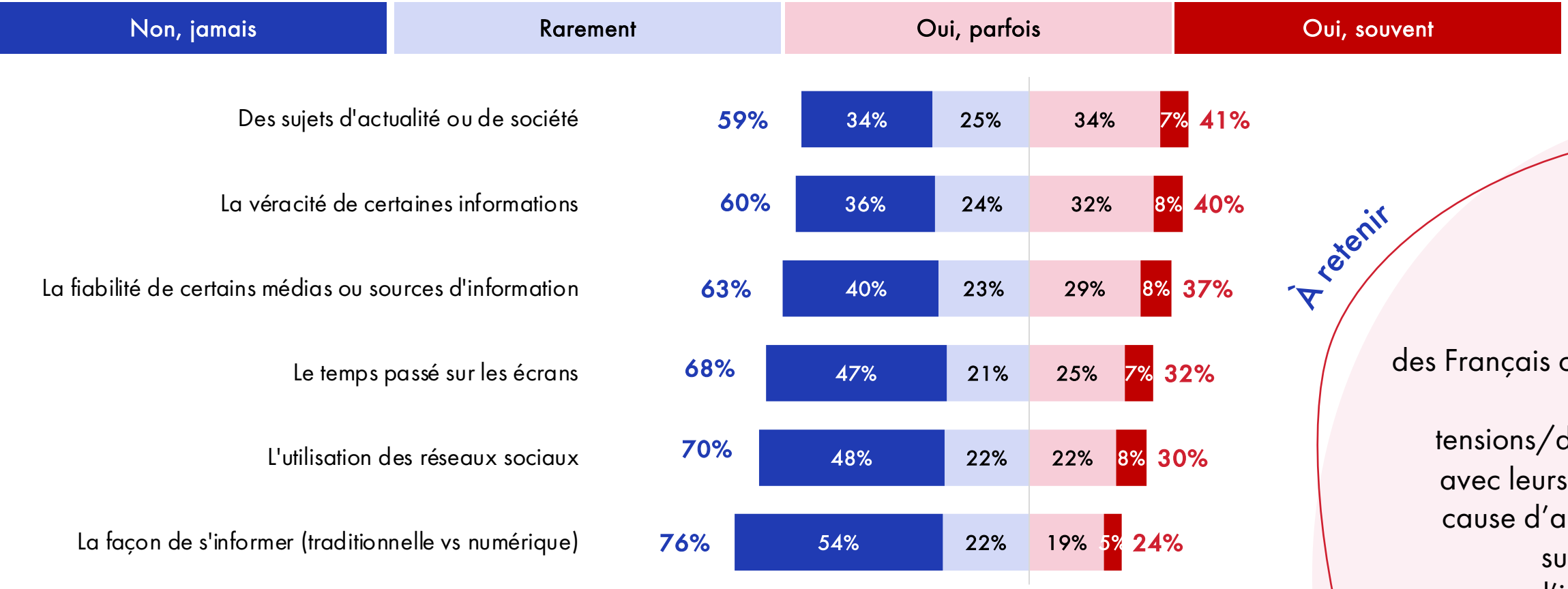
des Français se montrent régulièrement actifs dans leurs pratiques d'information,

/ 39% en 2022

L'actualité peut mettre les relations à l'épreuve

Avez-vous déjà eu des tensions ou désaccords avec des proches (famille, amis...) concernant...

Base totale, n=4000



À retenir

20%

des Français ont souvent eu des tensions/désaccords avec leurs proches à cause d'au moins un sujet relatif à l'information

Se protéger sans s'enfermer : des bulles aux cocons

Deux mécanismes de fermeture, l'un subi, l'autre choisi

France, n = 4 000 · 12 entretiens individuels, cinq profils · Rapport qualitatif, juillet 2026

Les bulles

Ce que les dispositifs sélectionnent et nous donnent à voir.

55 % perçoivent sur les réseaux surtout des contenus conformes à leurs opinions.

Les cocons

Les sources et les relations que l'on choisit pour se sentir mieux.

45 % préfèrent s'entourer de personnes d'opinions proches.

Mais 60 % aiment discuter avec des personnes d'avis très différents. Cette ouverture reste un appui.

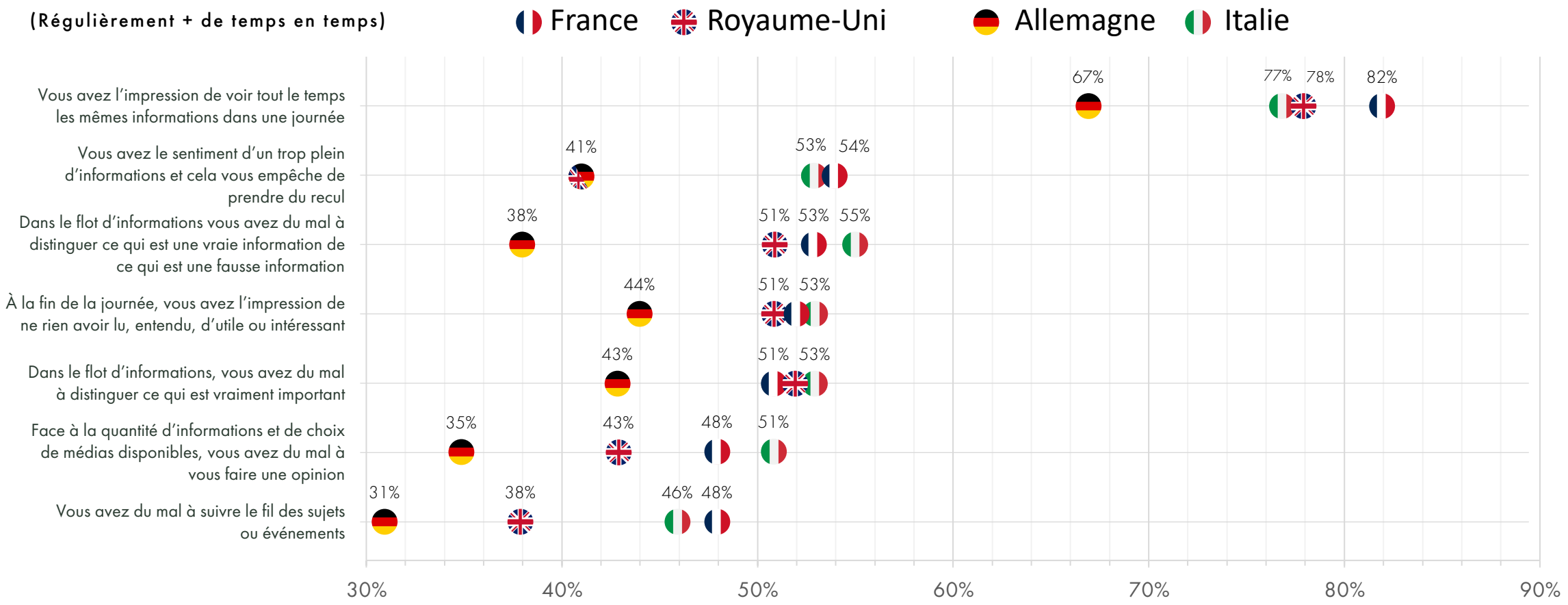
« Parfois, quand je parle avec certaines personnes, je n'ai pas l'impression qu'on vive dans le même monde : on n'a pas les mêmes infos, pas les mêmes refs. »
Femme, 18 ans, profil « boulimique »

Quatre pays, quatre configurations

Comparaison entre pays : une saturation de l'info partagée en Europe, mieux maitrisée en Allemagne

Pour chacune des propositions suivantes pouvez-vous dire à quelle fréquence il vous arrive de ressentir ce qu'elle évoque ?

Base France, n=4000 / Royaume-Uni, n= 1000 / Allemagne, n=1000 / Italie, n=1000



Les principaux repères des quatre pays

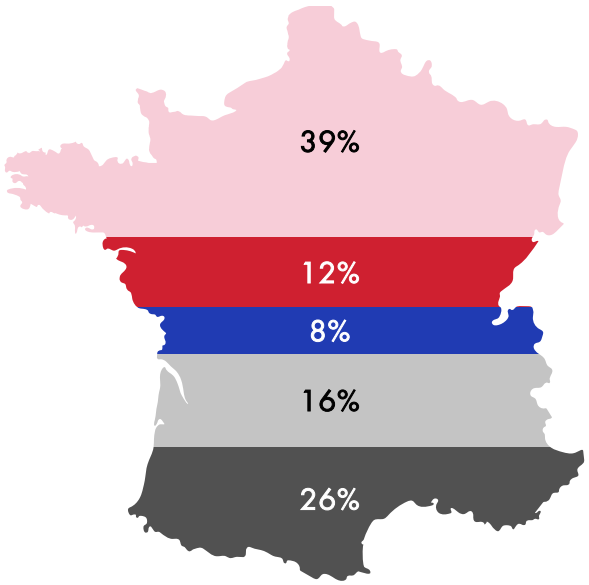
Indicateurs clés par pays, 2026

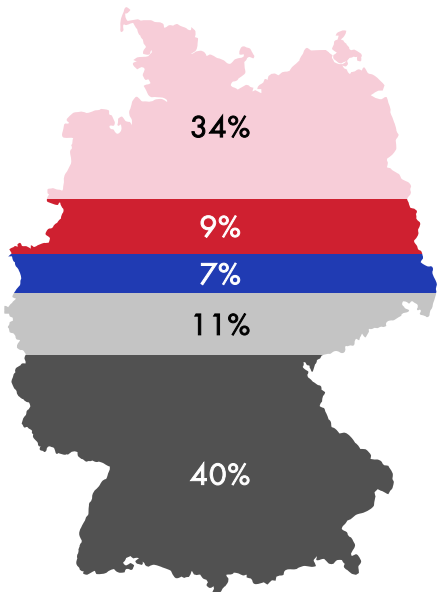
France, n = 4 000 · Allemagne, Italie, Royaume-Uni, n = 1 000 par pays · 2026

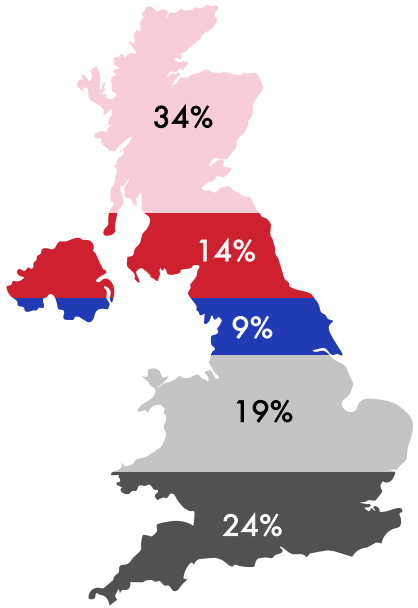
Indicateur	France	Italie	R.-Uni	Allemagne
Fatigue	55 %	51 %	46 %	39 %
Épuisement / stress	53 %	50 %	45 %	38 %
Pauses volontaires	74 %	65 %	59 %	55 %
Peur de manquer une information	35 %	48 %	38 %	23 %
Commenter / partager de façon provocatrice	23 %	33 %	21 %	22 %
Faible représentation dans les médias	76 %	72 %	77 %	83 %
Confiance dans les médias	52 %	51 %	64 %	68 %

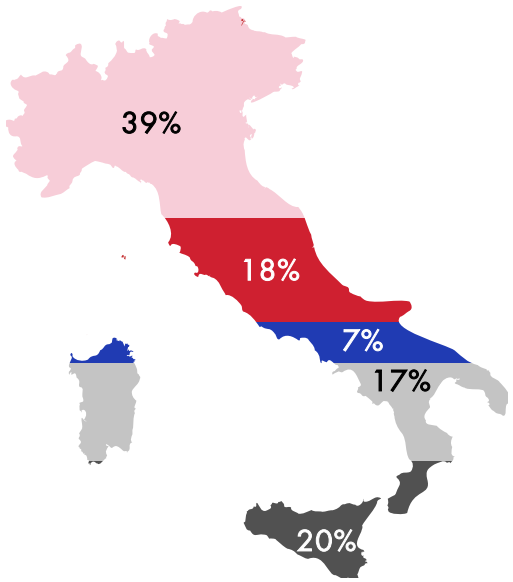
QUATRE PAYS, QUATRE CONFIGURATIONS

Submergés | Boulimiques | Traditionnels | Défiants | Détachés









FRANCE

Les Submergés dominent : une majorité vit l'information comme un flux qu'elle subit plus qu'elle ne choisit.

ALLEMAGNE

Le détachement l'emporte : une majorité choisit de se tenir à distance de l'information plutôt que de la subir.

UK

Un paysage plus équilibré entre les différents profils, sans qu'un seul rapport à l'information domine nettement.

ITALIE

Une population tiraillée entre ceux qui sont débordés par l'information et une part notable qui la consomme de façon compulsive.

France : réduire son exposition pour tenir

La configuration « retrait »

55 %
de fatigués, plutôt ou très

74 %
limitent ou interrompent leur suivi de l'actualité

52 %
font confiance aux médias

Ce qui distingue la France

7,2 canaux consultés en moyenne, contre 8,3 en 2022 : l'exposition se réduit, la fatigue reste.

80 % se sentent impuissants face aux évolutions du monde, 53 % épuisés ou stressés par le trop-plein.

Le partage de l'actualité passe de 40 % à 27 % en quatre ans.

Réponse dominante et limite

Réduire son exposition : 74 % limitent ou interrompent leur suivi, 27 % régulièrement.

Des échanges moins fréquents autour de l'actualité.

Profils 2026 : submergés 39 %, détachés 26 %, défiants 16 %, boulimiques 12 %, traditionnels 8 %.

Le retrait protège, mais ce qui se discute et se partage autour de l'actualité se raréfie.

Italie : vérifier davantage, sans savoir où s'arrêter

La configuration « vérification »

51 %
de fatigués, plutôt ou très

65 %
limitent ou interrompent leur suivi de l'actualité

51 %
font confiance aux médias

Ce qui distingue l'Italie

9 canaux consultés en moyenne, le plus fort engagement des quatre pays.

74 % ressentent le besoin de croiser les sources ; 48 % ont peur de manquer une information, le niveau le plus élevé.

65 % naviguent plus longtemps que prévu, même en cherchant une information précise.

Réponse dominante et limite

Croiser davantage les sources, dans un contexte de confiance fragile (51 %).

Une recherche difficile à clore, qui alourdit le travail sans dissiper l'incertitude.

Profils 2026 : submergés 39 %, détachés 20 %, défiants 17 %, boulimiques 18 %, traditionnels 7 %.

Face à une confiance fragile, l'Italie répond par plus de recherche là où la France répond par moins d'exposition.

Royaume-Uni : compter sur son jugement, peiner à s'arrêter

La configuration « débordement attentionnel »

46 %
de fatigués, plutôt ou très

59 %
limitent ou interrompent leur suivi de l'actualité

64 %
font confiance aux médias

Ce qui distingue le Royaume-Uni

93 % se sentent capables de s'informer en ligne, le niveau de confiance en soi le plus élevé.

58 % font défiler des vidéos plus longtemps que prévu ; 52 % peinent à résister à des titres qu'ils jugent futiles.

64 % de confiance dans les médias, la plus élevée après l'Allemagne.

Réponse dominante et limite

Compter sur son jugement : maîtrise cognitive revendiquée.

Peiner à interrompre le flux : la maîtrise attentionnelle ne suit pas.

Profils 2026 : submergés 34 %, détachés 24 %, défiants 19 %, boulimiques 14 %, traditionnels 9 %.

Savoir juger l'information ne suffit pas à retrouver un point d'arrêt.

Allemagne : déléguer à des intermédiaires, mais des publics clivés

La configuration « délégation »

39 %
de fatigués, plutôt ou très

55 %
limitent ou interrompent leur suivi de l'actualité

68 %
font confiance aux médias

Ce qui distingue l'Allemagne

40 % de détachés et 11 % de défiants : la répartition des profils la plus éloignée de la France.

Défiance envers les médias : 20 % à gauche, 44 % à droite ; réseaux sociaux quotidiens pour l'actualité : 56 % et 66 %.

Jugent que la démocratie fonctionne mal : 44 % à gauche, 73 % à droite.

Réponse dominante et limite

Déléguer à des intermédiaires : 68 % de confiance dans les médias, 23 % seulement de peur de manquer une information.

Une confiance très fragmentée selon la sensibilité politique.

Profils 2026 : submergés 34 %, détachés 40 %, défiants 11 %, boulimiques 9 %, traditionnels 7 %.

La moyenne nationale, la plus apaisée des quatre, masque des rapports très différents aux intermédiaires.

Quatre configurations pour comprendre la perte de maîtrise

Synthèse comparative des quatre pays

France, n = 4 000 · Allemagne, Italie, Royaume-Uni, n = 1 000 par pays · 2026 · des configurations moyennes, pas des caractères nationaux

Pays	Une ressource ou une réponse	Limite ou risque
France	Réduire son exposition	Des échanges moins fréquents
Italie	Croiser davantage les sources	Une recherche difficile à clore
Allemagne	Déléguer à des intermédiaires	Une confiance très fragmentée
Royaume-Uni	Compter sur son jugement	Peiner à interrompre le flux

Conclusion

En synthèse de 2026

Moins d'exposition, autant de fatigue : le coût n'est pas dans le flux, il est dans le travail

1

Le paradoxe

Moins de canaux (8,3 → 7,2), autant de fatigue (53 → 55 %). Ce n'est pas le flux qui épuise, c'est le travail : trier, vérifier, hiérarchiser, décider quand on en sait assez.

2

Le déplacement

L'information est devenue un milieu et le travail informationnel s'est individualisé. Chacun compose seul son régime : sélection, pauses, IA, cocons, avec des ressources inégales : 61 % de fatigue chez les femmes, 60 % dans les ménages modestes.

3

Le coût

Ces réponses sont rationnelles et efficaces à l'échelle individuelle, mais elles réduisent la surface d'exposition sans rendre la compréhension plus facile. Et elles ont un prix collectif : l'information circule moins (75 → 67 %) et se discute moins (32 % de pratiques actives, contre 39 % en 2022).

La fatigue ne recule pas quand l'exposition diminue, parce que son coût tient au travail que plus personne ne fait à notre place.

Le nœud : une crise de la délégation

Personne ne peut enquêter seul sur tout : s'informer suppose de s'en remettre à des intermédiaires

Faire soi-même : cela épuise

Trier, vérifier, hiérarchiser. 53 % peinent à distinguer le vrai du faux, 51 % à repérer l'important, 48 % à se faire une opinion.

Déléguer aux médias : la confiance manque

52 % font confiance aux médias en général, 76 % se sentent peu représentés, 68 % pensent que chacun a sa version des faits.

La double contrainte : faire soi-même épuise, déléguer paraît impossible

Sortie 1 : le retrait

L'autoprotection, forme 2026 du dilemme. Coût collectif : moins d'information partagée, moins de discussion, une désaffiliation silencieuse.

Sortie 2 : déléguer à l'IA

44 % l'ont utilisée, d'abord pour comprendre un sujet non maîtrisé (38 %), davantage chez les plus fatigués. Une délégation qui déplace le problème : la sélection devient invisible.

Quatre variantes du même dilemme : retrait (France), vérification sans fin (Italie), délégation fragmentée (Allemagne), jugement sans arrêt (Royaume-Uni)

CONCLUSION

Ce qui est en jeu pour 2027

Le risque n'est pas d'abord la désinformation : c'est une capacité de jugement inégalement soutenue

Le risque

Des capacités de jugement inégalement soutenues.

Des repères communs qui s'érodent sans rupture déclarée.

Les publics les moins outillés se retirent en premier : femmes, ménages modestes, les 35 % sans proximité partisane.

La ressource

81 % pensent qu'il existe des faits objectifs sur lesquels s'accorder.

60 % aiment discuter avec des personnes d'avis très différents.

77 % jugent le service public de l'information important pour la démocratie.

La question n'est pas de convaincre de s'informer davantage, mais de rendre la délégation à nouveau possible

Les cinq profils n'appellent pas la même réponse

Un même principe, cinq formes : ce que la délégation demande, profil par profil

France, n = 4 000 · typologie et entretiens

Profil	Une piste à mettre à l'épreuve
Submergés	Hiérarchiser, expliquer et suivre les sujets dans le temps
Boulimiques	Proposer des rendez-vous bornés et un rythme choisi
Défiants	Rendre visibles les sources, les preuves et les corrections
Détachés	Relier l'actualité aux préoccupations et aux usages concrets
Traditionnels	Préserver les repères et les rendez-vous de confiance

La délégation critique : des appuis fiables et des repères communs

Deux conditions, en réponse aux deux impasses du dilemme

Perspective issue des résultats quantitatifs et qualitatifs

1

S'appuyer sur un travail journalistique

Une information hiérarchisée et suivie, avec des repères partageables entre citoyens.

2

Pouvoir examiner ce qui fonde la confiance

Des sources accessibles, des méthodes explicites, des corrections visibles et une place pour la contradiction pour les médias comme pour les outils d'IA.

Pour 2027 : pouvoir former un choix éclairé sans devoir devenir un professionnel de l'information.

Contacts

Guénaëlle GAULT
Directrice générale

g.gault@lobsoco.com
06.48.16.87.06

Sébastien BOULONNE
Chef de projet

s.boulonne@lobsoco.com
06.65.54.62.69

Simon GINOLIN
Chargé d'études

s.ginolin@lobsoco.com
06.65.54.62.69