

COMMUNIQUE DE PRESSE

19 millions de Français lisent la presse sociale

Un attachement des Français à la presse sociale toujours présent mais des pratiques qui évoluent à l'ère de la digitalisation des formats

À la suite d'une première enquête initiée en 2006 puis reconduite en 2016 auprès des Français sur leurs pratiques de lecture des titres édités par la presse sociale, le Syndicat de la presse sociale a souhaité mettre à jour les résultats de cette étude en 2025. Près de dix ans après la 2^{ème} édition de cette enquête, les pratiques des Français ont-elles évolué et dans quelle mesure ? Quelle est aujourd'hui la place du format papier pour ces publications face au développement des canaux numériques ?

Un taux de lecture qui reste solide depuis 10 ans

Près des trois quarts des Français (74%) sont adhérents à au moins un organisme social et avant tout d'une complémentaire santé ou d'un organisme de type mutualiste (72%) suivi, dans une moindre mesure, d'un syndicat ou organisation professionnelle (11%) puis d'une association de défense des droits (8%). Parmi ces adhérents, un peu plus de la moitié (56%) déclarent recevoir aujourd'hui des publications des organismes sociaux.

Parmi les adhérents qui reçoivent les publications, 91% (soit environ 19 millions de Français) les lisent au moins superficiellement (ils étaient 92% en 2016).

Un taux de lecture en format papier toujours plus solide par rapport aux publications en format numérique mais l'écart se resserre.

Si la réception des publications en format papier suscite toujours davantage de lecture que les publications transmises en format numérique, l'écart se resserre entre les deux formats. En effet, 57% des adhérents qui reçoivent des publications en format papier déclarent les prendre véritablement en main que ce soit en les lisant attentivement (29%, +1 point par rapport à 2016) ou en les lisant plus ou moins attentivement selon les parutions (28%, -7 points). Ce taux de lecture cumulé de 57%, bien que supérieur à celui constaté à l'égard des publications transmises en format numérique (48% dont 16% qui déclarent les lire avec attention), enregistre une baisse significative de 6 points par rapport à 2016.

Un attachement au papier qui s'effrite au profit du numérique.

Si une majorité des adhérents préfèrent aujourd'hui recevoir ces publications en format numérique, les avis restent tout de même assez partagés sur la question. Près d'un adhérent sur deux (48%) se prononce en faveur du format numérique (+14 points par rapport à 2016) contre 40% pour le papier (-13 points), les 12% restants s'y montrant indifférents (-1 point).

Par rapport à 2016, force est de constater que le format numérique gagne de plus de terrain dans l'appréciation et s'impose désormais face au papier. Notons cependant que le papier reste le format majoritairement préféré des 50 ans et plus (56%). A l'inverse, les moins de 35 ans (74%) et les CSP+ (70%) mettent le format numérique sur un piédestal.

Il est sans rappeler que 52% des Français qui reçoivent ces publications en format papier les conservent (en recul de 2 points par rapport à 2016).

Près de la moitié des Français déclarent mieux retenir les informations qu'ils lisent sur papier

Si le format numérique s'impose de plus en plus dans le quotidien des Français, le format papier prévaut néanmoins dans la bataille de l'attention. En effet, près de la moitié des Français déclarent mieux retenir les informations qu'ils lisent sur papier (47% dont 56% auprès des 50 ans et plus) contre moins d'un tiers qui déclare, au contraire, que le format numérique est plus efficace à ce titre (29%). Un score qui grimpe cependant à 42% auprès des moins de 35 ans.

La presse sociale conserve ses points forts : la fiabilité, l'utilité et la proximité vis-à-vis de la presse grand public.

Une large majorité des lecteurs de ce type de presse associe davantage la fiabilité (69%), l'utilité (66%) et la proximité (68%, +8 points par rapport à 2016) aux publications « adhérents » qu'à la presse grand public. Un bon socle d'image vis-à-vis des publications « adhérents » qui se confirme voire se renforce depuis 2006 avec une belle progression de la dimension « proximité » sur les 10 dernières années (« *Les sujets sont proches de vous* »). Le contenu éditorial (« *les informations sont intéressantes* ») est également davantage associé, par son lectorat, à la presse sociale qu'à la presse grand public (59%, + 2 points par rapport à 2016).

Même si les lecteurs associent encore la qualité de la mise en page et la diversité des points de vue à la presse grand public, les publications destinées aux adhérents progressent légèrement sur ces aspects depuis 2016 (+1 point pour la présentation, +2 points pour la diversité des opinions).

Pour la qualité rédactionnelle des articles, la presse sociale continue de faire jeu égal avec la presse grand public.

A propos du Syndicat de la presse sociale :

Le Syndicat de la Presse Sociale (SPS) rassemble près de quatre-vingts éditeurs (mutuelles, syndicats, associations...) afin de représenter, défendre et promouvoir l'information sociale. Le SPS compte quasiment une centaine de publications et propose à ses 15 millions de lecteurs une très grande variété de périodicités, de moyens mis en œuvre et de tirages.

Le Syndicat de la Presse Sociale est ouvert aux publications sociales, éditées notamment par les organisations syndicales, mutualistes et associatives.

Tout en inscrivant son action dans celle de la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS), le SPS s'est toujours efforcé d'être à la fois producteur et diffuseur d'informations, mais aussi acteur des questions sociales. Ainsi il s'agit d'une presse citoyenne à but non lucratif, ce qui lui permet de garantir son indépendance.

Le Syndicat de la Presse Sociale offre à ses éditeurs une gamme complète de services pratiques et personnalisés (information et formation générale ou thématique, conseil et assistance juridique, technique, administrative, fiscale...) et représente ses intérêts auprès des autres acteurs de la profession notamment les ministères et administrations de tutelle (CPPAP, CCIJP...)

Le SPS réalise également, en partenariat avec l'Agence nationale de lutte contre l'illettrisme (ANLCI), depuis près de vingt ans, des campagnes d'information au sujet de l'illettrisme, pour sensibiliser l'opinion et les pouvoirs publics à ce phénomène, dont l'ampleur est trop souvent sous-estimée.

Conscient depuis plusieurs années de la fracture numérique, liée davantage aux usages qu'à l'équipement, le SPS s'engage contre l'illectronisme.

Contact presse :

Manon Cousin, chargée de communication et évènementiel : mcousin@fnps.fr

Méthodologie : Sondage CSA pour le Syndicat de la presse sociale réalisé par téléphone entre le 13 et le 17 mars 2025, auprès d'un échantillon de 1 013 individus âgés de 18 ans et plus, représentatif de la population française métropolitaine, constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge, CSP, région, taille d'agglomération).