

DECRYPT'MEDIA

L'AUDIO, NOUVEL ELDORADO DE LA CONSOMMATION D'ACTUALITÉS ?

DÉPARTEMENT MEDIA & CONTENT DE CSA RESEARCH
DÉPARTEMENT CUSTOMER MEDIA INTELLIGENCE D'HAVAS
MEDIA NETWORK

JANVIER 2026

MÉTHODOLOGIE

Une étude trimestrielle menée conjointement par les équipes de CSA Research et de CMI d'Havas Media Network.

Objectif : Prendre le « pouls » de la population, valider nos intuitions d'experts et anticiper des évolutions et des opportunités de communication pour nos annonceurs



Échantillon : **1003** individus représentatifs de la population française (18+) issus du panel CSA
Échantillon constitué selon les critères INSEE de sexe, d'âge, CSP et de région de résidence



L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview)



Dates de Terrain : 05 au 16 décembre 2025

Q1. Diriez-vous que votre consommation des contenus d'actualités nationales et internationales (JT, émissions politiques, entretiens, débats, articles ...) à travers les media traditionnels est :

- Via télévision / Via radio/ Via presse
- Plus régulière qu'avant / identique / moins régulière qu'avant / ne consomme pas

Q2. Concernant les formats digitaux dédiés à l'actualité nationale et internationale, que ce soit en version audio (Podcast) ou en version vidéo (Podcast filmé ou chaine dédiée), diriez-vous que votre consommation est :

- Plus régulière qu'avant / identique / moins régulière qu'avant / ne consomme pas

Q3. Parmi les journalistes-influenceurs ci-dessous, quels sont ceux que vous connaissez ?

- Hugo Décrypte / Gaspard G / Salomé Saqué / Hugo Clément / Nesrine Slaoui / Rémy Buisine / Simon Puech

Q4. Et quel est celui/celle que vous préférez ?

- Hugo Décrypte / Gaspard G / Salomé Saqué / Hugo Clément / Nesrine Slaoui / Rémy Buisine / Simon Puech

Q5. Dans le cadre d'enjeux politiques en France (Municipales 2026, présidentielles 2027), pensez-vous que les podcasts ou vodcasts (podcast filmés) vont devenir un média important pour suivre ces sujets d'actualité ?

- Oui et j'en consomme déjà sur des sujets politiques / Oui mais je n'en consomme pas encore sur des sujets politiques / Non



01

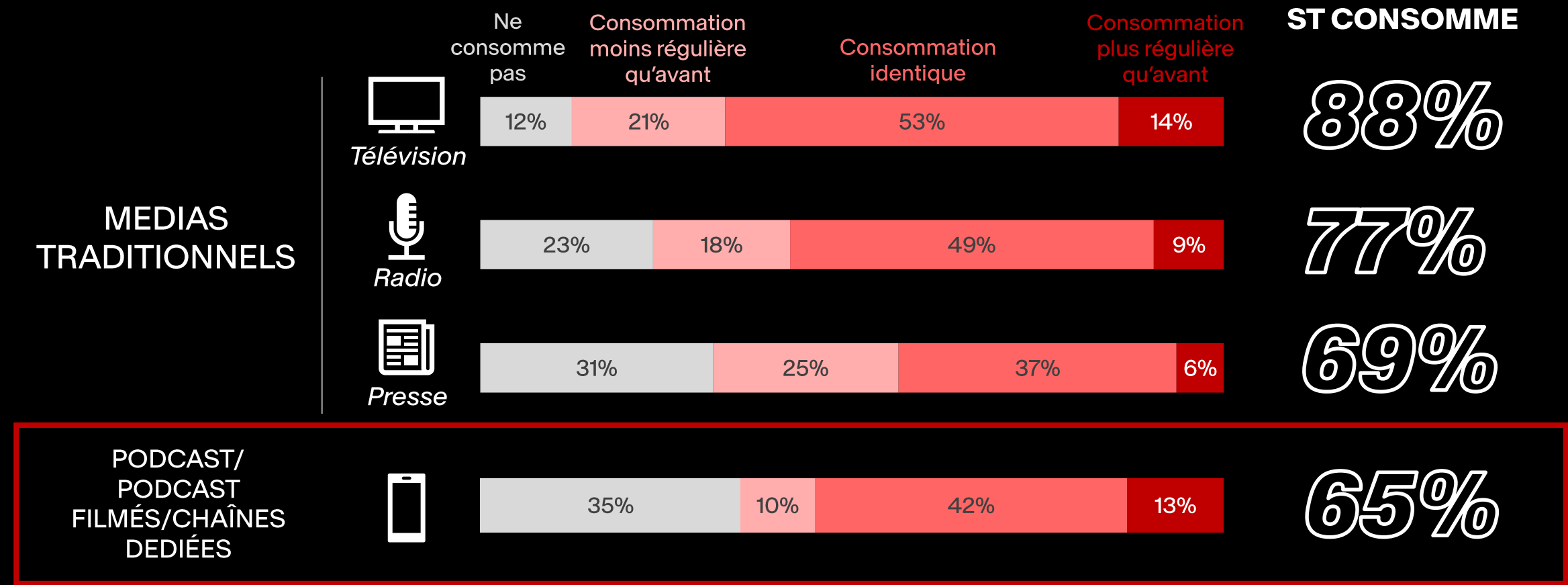
EVOLUTION DES USAGES MEDIA FACE À L'INFORMATION D'ACTUALITÉ

LES MÉDIAS TRADITIONNELS LARGEMENT UTILISÉS POUR S'INFORMER SUR L'ACTUALITÉ NATIONALE ET INTERNATIONALE

Le format audio émerge, avec un taux d'utilisation au niveau de la presse

CONSOMMATION DES CONTENUS D'ACTUALITÉS NATIONALES ET INTERNATIONALES PAR MEDIA

Base : Ensemble (n=1003)



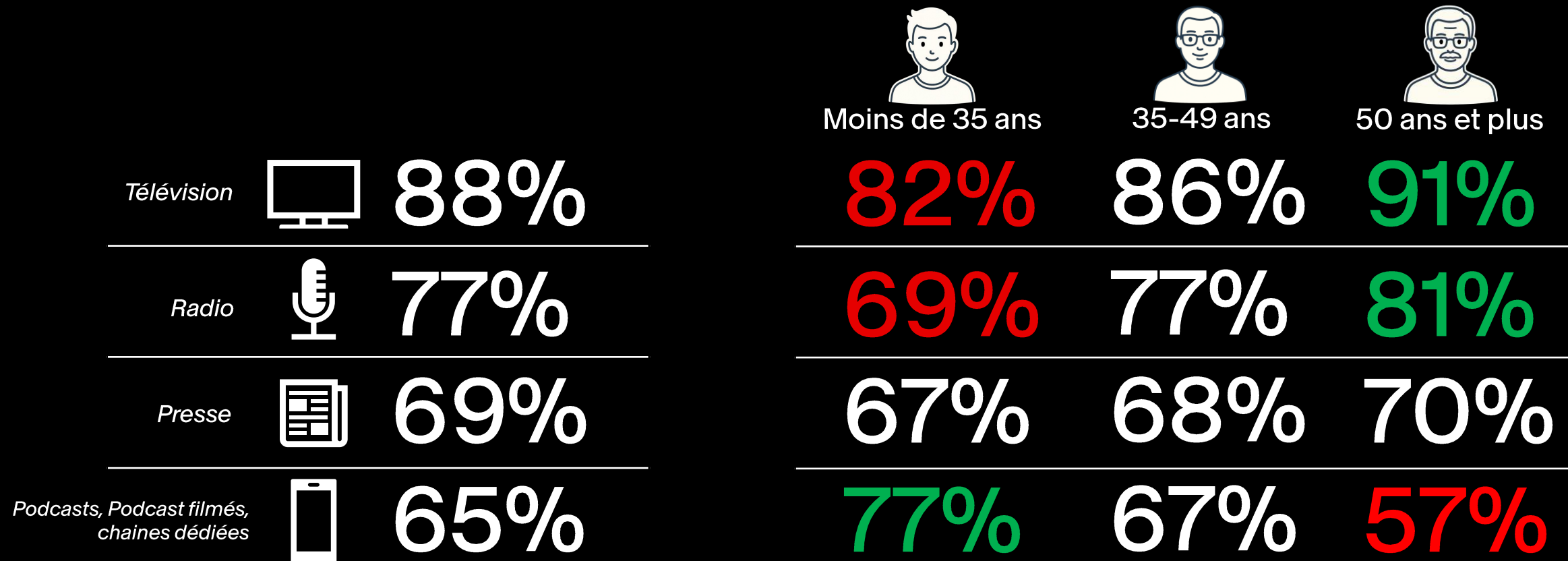
Q1. Diriez-vous que votre consommation des contenus d'actualités nationales et internationales (JT, émissions politiques, entretiens, débats, articles ...) à travers les media traditionnels est :

DES DIFFÉRENCES MARQUÉES PAR GÉNÉRATION.

Le podcast ou les chaînes numériques dédiées, 2ème média le plus consommé par les moins de 35 ans pour s'informer, après la TV!

CONSOMMATION DES CONTENUS D'ACTUALITÉS NATIONALES ET INTERNATIONALES PAR MÉDIA

Base : Ensemble (n=1003)

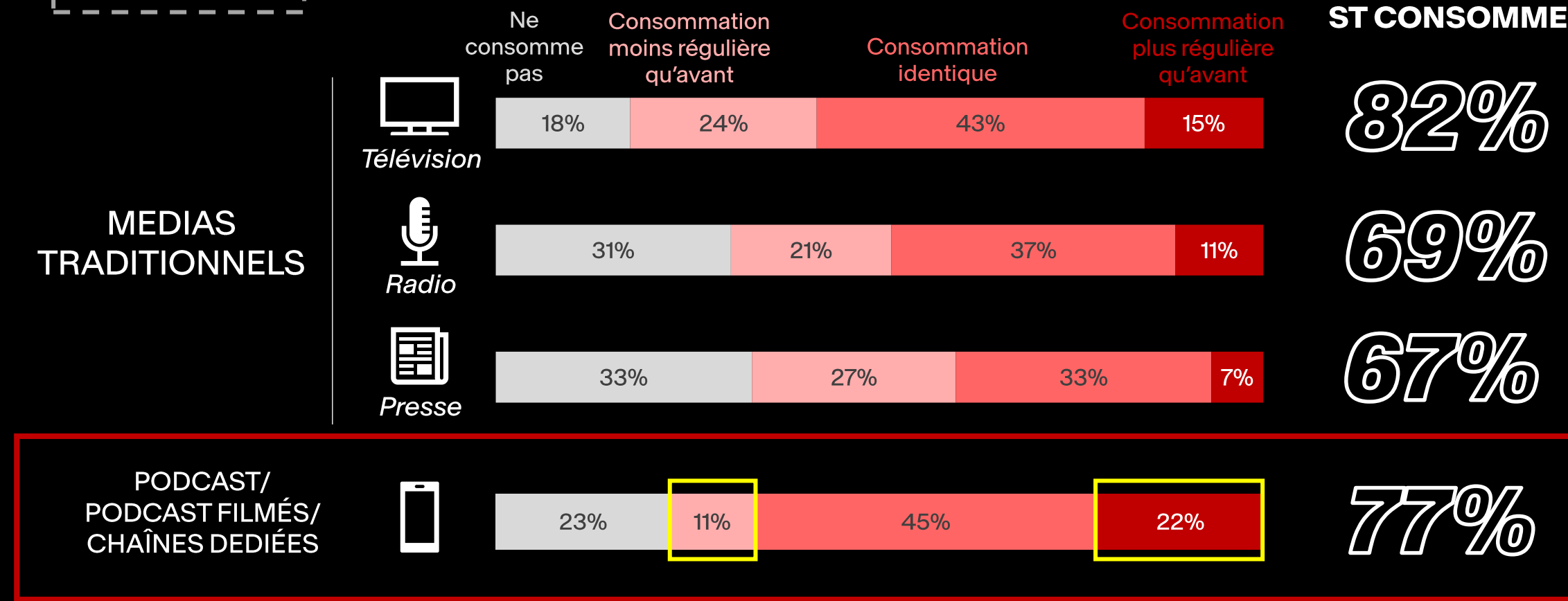


Q1. Diriez-vous que votre consommation des contenus d'actualités nationales et internationales (JT, émissions politiques, entretiens, débats, articles ...) à travers les media traditionnels est :

AUPRES DES MOINS DE 35 ANS, L'AUDIO EST LE SEUL MEDIA QUI VOIT SA CONSOMMATION GAGNER EN RÉGULARITÉ POUR LES CONTENUS D'ACTUALITÉS.



CONSOMMATION DES CONTENUS D'ACTUALITÉS NATIONALES ET INTERNATIONALES PAR MEDIA

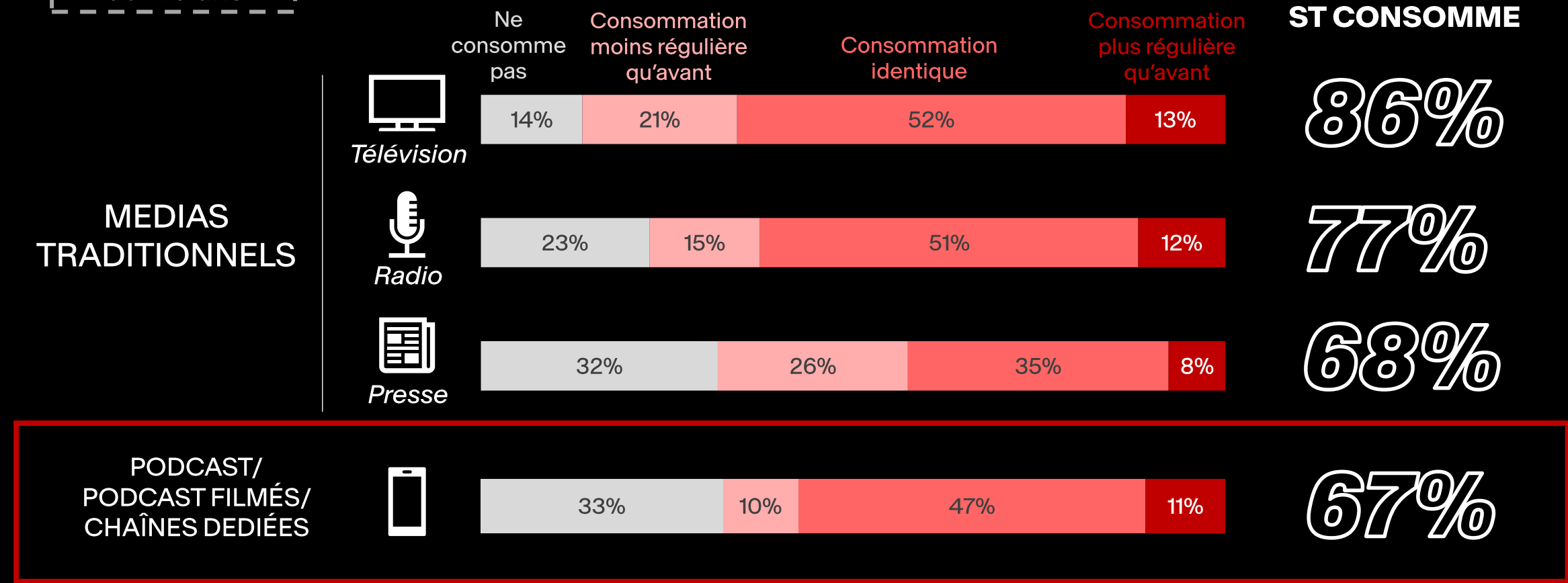


Q1. Diriez-vous que votre consommation des contenus d'actualités nationales et internationales (JT, émissions politiques, entretiens, débats, articles ...) à travers les media traditionnels est :

CHEZ LES 35-49 ANS, LA LECTURE DE LA PRESSE EST FORTEMENT CHALLENGÉE PAR L'AUDIO DIGITAL.



CONSOMMATION DES CONTENUS D'ACTUALITÉS NATIONALES ET INTERNATIONALES PAR MEDIA

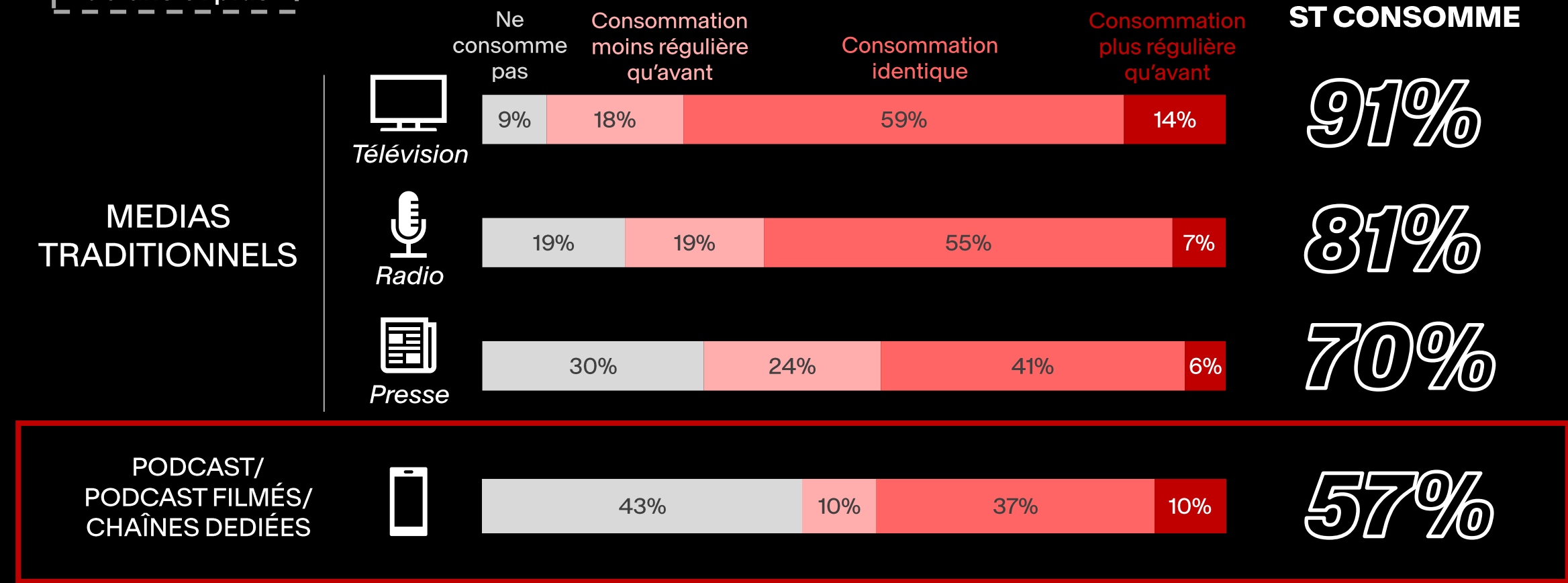


Q1. Diriez-vous que votre consommation des contenus d'actualités nationales et internationales (JT, émissions politiques, entretiens, débats, articles ...) à travers les media traditionnels est :

L'AUDIO DIGITAL RESTE EN RETRAIT AUPRÈS DES PLUS DE 50 ANS, COMPARATIVEMENT AUX MEDIAS TRADITIONNELS, MAIS UN CHANGEMENT DE COMPORTEMENT TEND À APPARAÎTRE (PRÈS DE 20% DÉCLARENT DES CONSOMMATIONS MOINS RÉGULIÈRES QU'AVANT DES MEDIAS CLASSIQUES)



CONSOMMATION DES CONTENUS D'ACTUALITÉS NATIONALES ET INTERNATIONALES PAR MEDIA

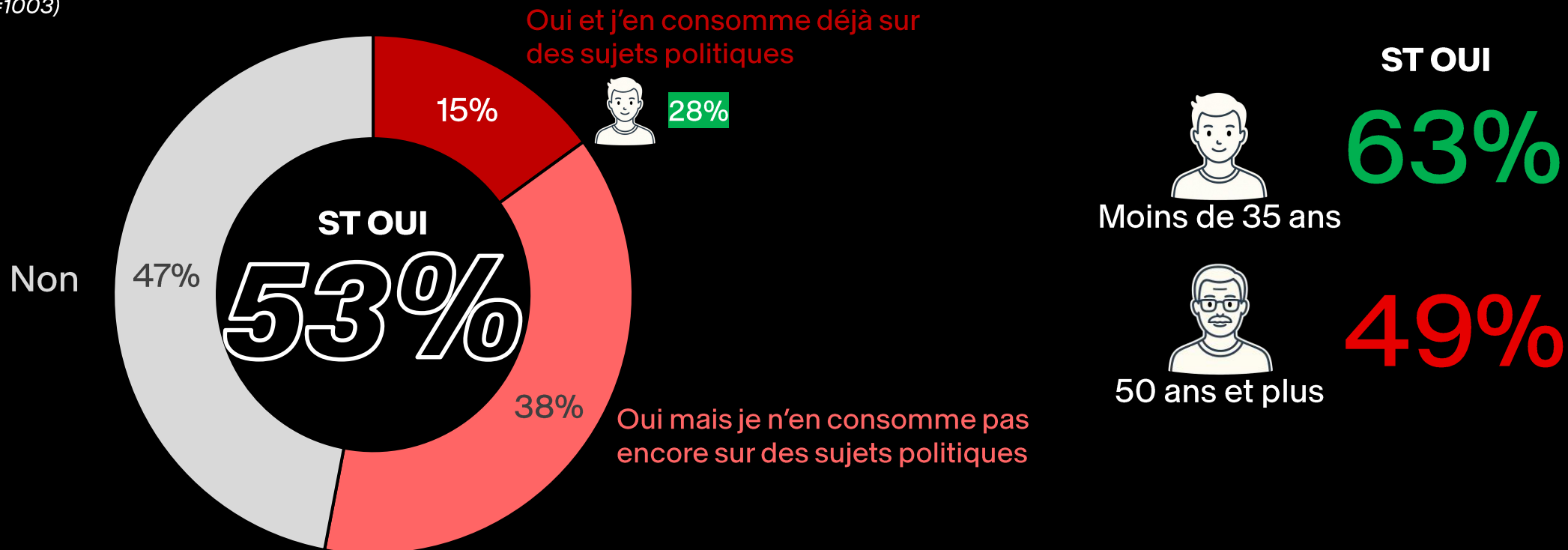


Q1. Diriez-vous que votre consommation des contenus d'actualités nationales et internationales (JT, émissions politiques, entretiens, débats, articles ...) à travers les media traditionnels est :

LE PODCAST-VODCAST, UN FORMAT CLÉ POUR LES ELECTIONS À VENIR, EN PARTICULIER AUPRÈS DES JEUNES GÉNÉRATIONS !

PODCASTS / VODCASTS VONT-ILS DEVENIR UN MEDIA IMPORTANT DANS LE CADRE DES ENJEUX POLITIQUES EN FRANCE ?

Base : Ensemble (n=1003)



Q5. Dans le cadre d'enjeux politiques en France (Municipales 2026, présidentielles 2027), pensez-vous que les podcasts ou vodcasts (podcast filmés) vont devenir un média important pour suivre ces sujets d'actualité ? ⁹



02

NOTORIÉTÉ ET PRÉFÉRENCES DES JOURNALISTES/INFLUENCEURS D'ACTUALITÉ






LES JOURNALISTES 3.0 SONT IDENTIFIÉS PAR PLUS D'UN FRANÇAIS SUR DEUX.
Hugo Clément et Hugo Décrypte, bénéficiant d'une forte visibilité médiatique (tv, podcast, numérique), sont les plus connus et les préférés.

NOTORIÉTÉ DES JOURNALISTES / INFLUENCEURS

Base : Ensemble (n=1003)








55% connaissent au moins un de ces influenceurs

	Hugo Clément	36%
	Hugo Décrypte (Hugo Travers)	34%

	Salomé Saqué	10%
	Gaspard G	6%
	Simon Puech	5%
	Rémy Buisine	5%
	Nesrine Slaoui	2%

JOURNALISTES / INFLUENCEURS PRÉFÉRÉS

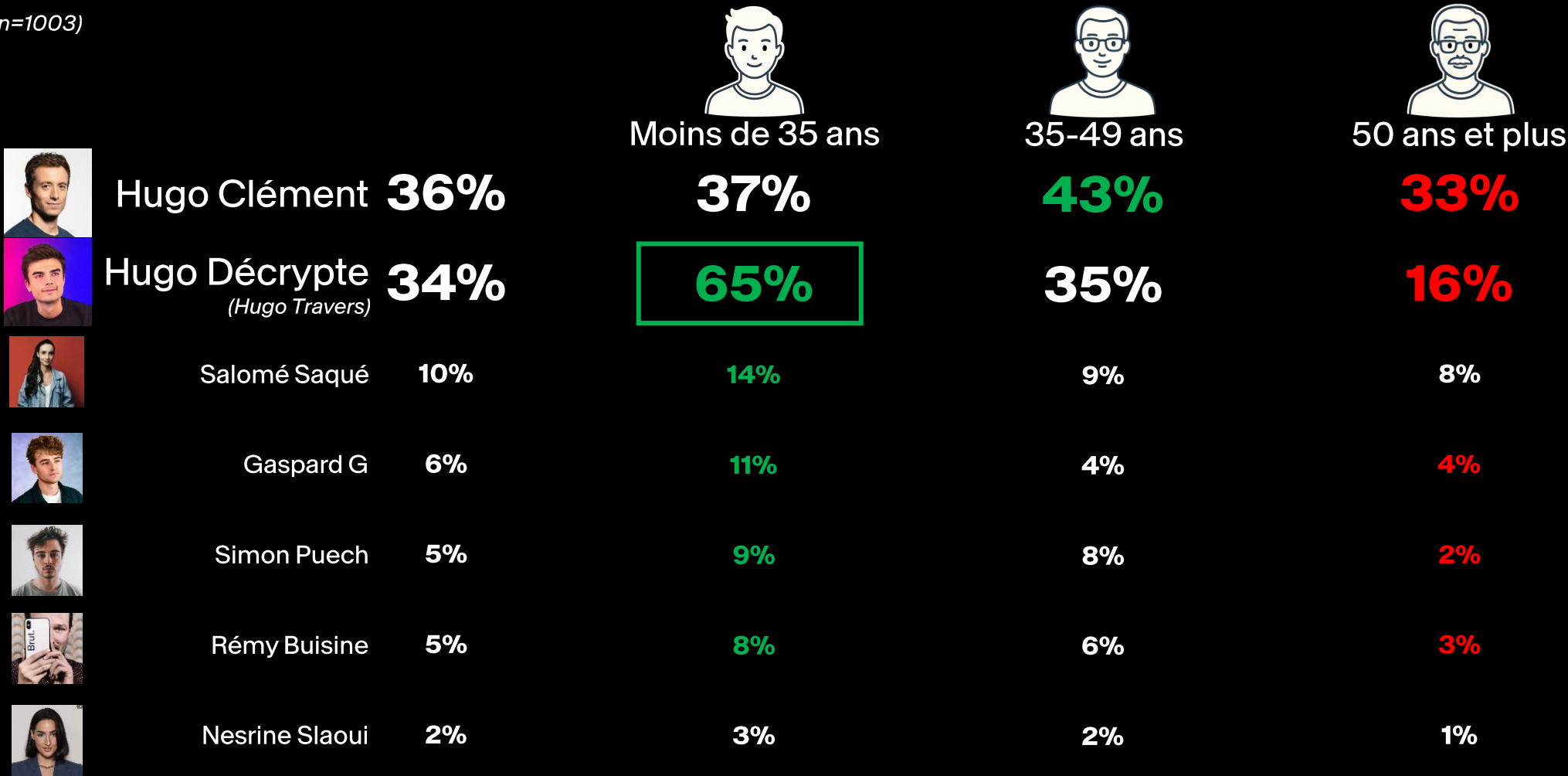
Base : Ensemble (n=1003)

			Ratio préférence / notoriété
	Hugo Décrypte (Hugo Travers)	24%	69%
	Hugo Clément	22%	60%
	Salomé Saqué	5%	46%
	Simon Puech	1%	24%
	Rémy Buisine	1%	24%
	Gaspard G	1%	20%
	Nesrine Slaoui	1%	34%

DES INFLUENCEURS MIEUX IDENTIFIÉS PAR LES PLUS JEUNES, À L'EXCEPTION D'HUGO CLÉMENT, TRÈS VISIBLE CHEZ LES 35-49 ANS

NOTORIÉTÉ DES JOURNALISTES / INFLUENCEURS

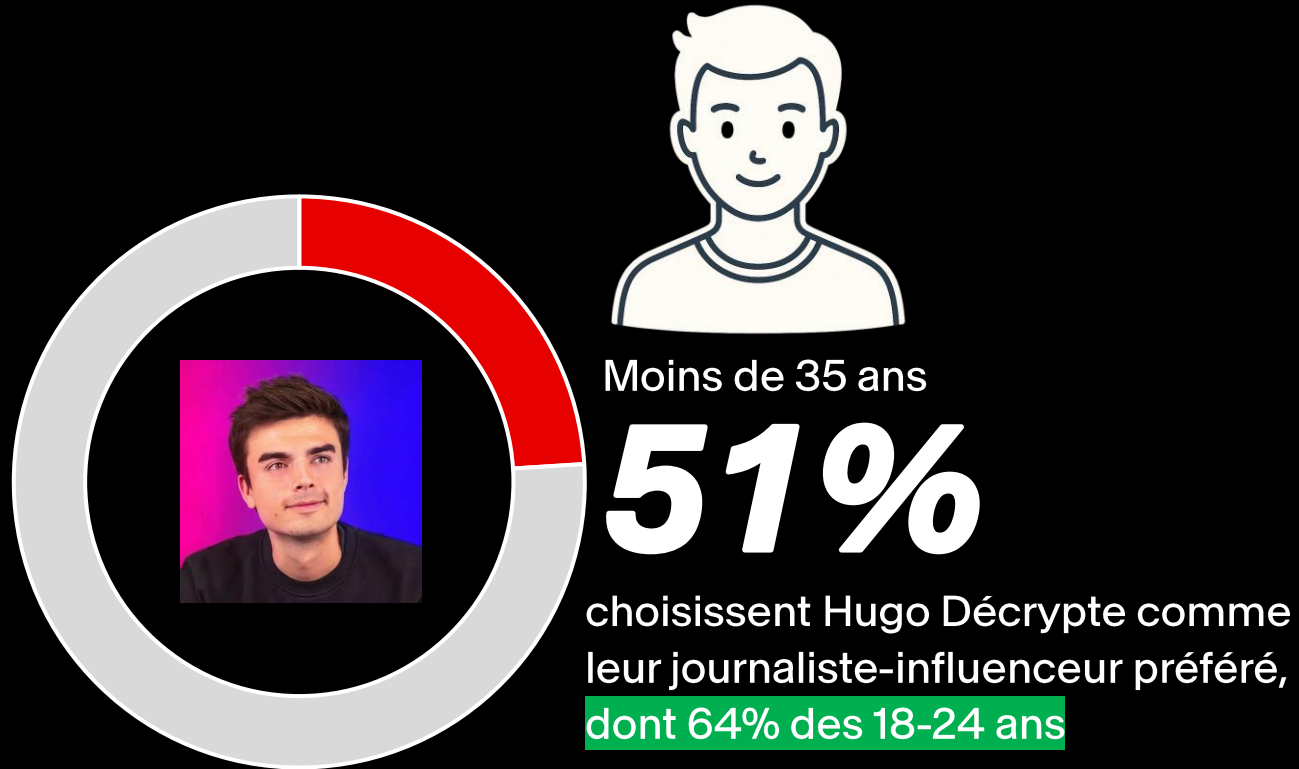
Base : Ensemble (n=1003)



HUGO DÉCRYPTE S'IMPOSE COMME L'INFLUENCEUR D'ACTUALITÉ PRÉFÉRÉ DE LA GEN Z (parmi la liste testée)

JOURNALISTES / INFLUENCEURS PRÉFÉRÉS

Base : Ensemble (n=1003)





CE QU'IL FAUT RETENIR

1/ TELEVISION ET RADIO, LES MEDIAS LES PLUS UTILISES POUR S'INFORMER SUR L'ACTU, MAIS LE FORMAT POCAST ou VODCAST GAGNE DU TERRAIN

65% des Français s'informent grâce à des formats podcast ou chaînes dédiées, presque au même niveau que la presse (69%). 53% considèrent que ce média va prendre de l'ampleur dans le cadre des prochains enjeux politiques en France, et même 63% chez les moins de 35 ans.

2/ DES DIFFÉRENCES D'USAGES MARQUÉES SELON LES GÉNÉRATIONS

Chez les moins de 35 ans, le podcast ou les chaînes internet dédiées représentent le 2^{ème} média pour s'informer, juste derrière la télévision. 22% d'entre eux déclarent une consommation plus régulière qu'avant. Pour les plus de 50 ans, les médias digitaux demeurent en retrait (57%) derrière Télévision, Radio et Presse.

3/ LES JOURNALISTES 3.0, CONNUS PAR PLUS D'UN FRANÇAIS SUR DEUX.

Hugo Clément et Hugo Décrypte, bénéficiant d'une forte visibilité médiatique (tv, podcast, numérique), sont les journalistes les plus connus parmi ceux testés et les préférés.