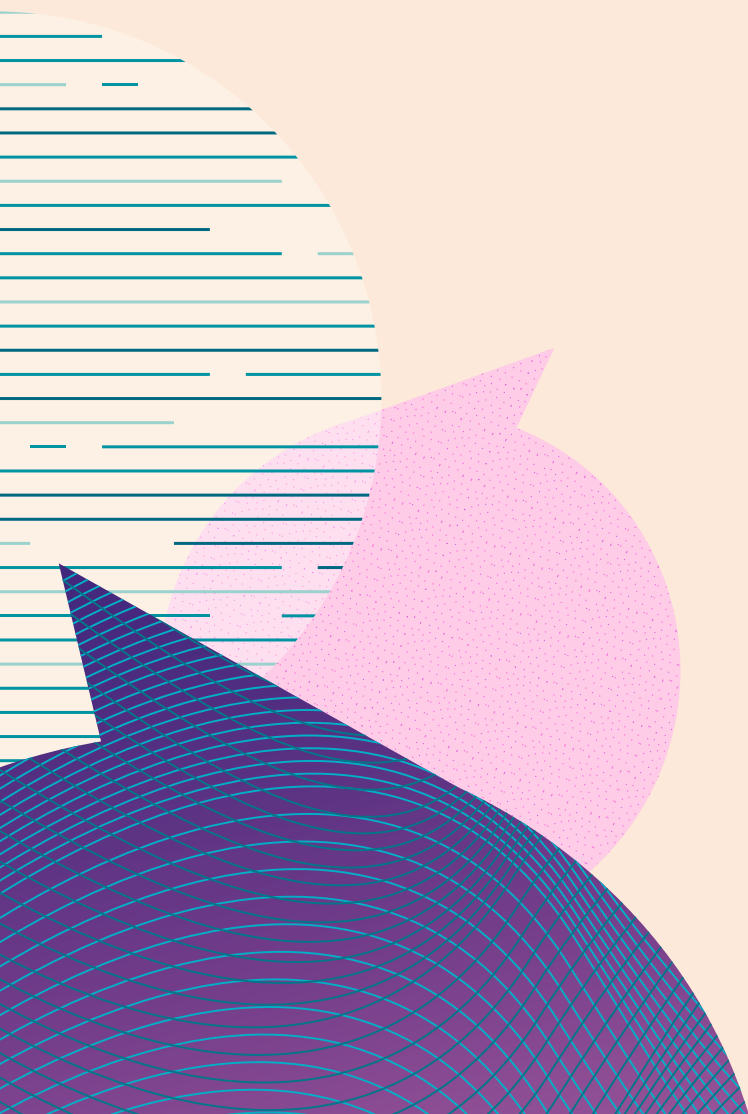


Médias et démocratie

enjeux et perspectives
pour la philanthropie





Ce carnet a été co-conçu par Catherine Malaval, historienne, Gilles Marchand, directeur de l'Institut Média et Philanthropie de l'Université de Genève, Sabine Lenglet, directrice de la communication de la Fondation de France et Anne Cornilleau, responsable d'études de l'Observatoire Philanthropie et Société de la Fondation de France. La rédaction a été assurée par Catherine Malaval.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	04/
1. INFORMATION ET MÉDIAS : DES ENJEUX DÉMOCRATIQUES FONDAMENTAUX	06/
L'information comme flux vital de la démocratie	06/
Enjeu de cohésion sociale : une gageure à l'ère des bulles cognitives	07/
Enjeu de confiance : une crise profonde et systémique	11/
Enjeu de pluralisme : une condition structurante menacée	15/
Enjeu de lisibilité et d'intelligibilité : comprendre un monde complexe	17/
2. UN BIEN COMMUN SOUS PRESSION	20/
Un modèle économique en crise	20/
Les limites des financements publics et privés classiques	22/
Une dépendance accrue aux plateformes	23/
L'essor de l'IA générative, une accélération des vulnérabilités	25/
Un métier sous pression : la dégradation des conditions de production de l'information	27/
3. LA PHILANTHROPIE, UNE VOIE COMPLÉMENTAIRE POSSIBLE	29/
Les atouts spécifiques de la philanthropie	29/
Les domaines d'actions prioritaires	31/
Une dynamique internationale	36/
L'émergence de nouveaux modèles non lucratifs	38/
Risques et limites : un débat nécessaire	40/
CONCLUSION	43/
Préserver les conditions de la confiance démocratique	43/
POUR ALLER PLUS LOIN	44/

INTRO- DUCTION

Un moment charnière

Rarement la question de l'information n'a été aussi explicitement placée au cœur des débats politiques, institutionnels et sociétaux en France. Entre 2023 et 2024, les États généraux de l'information¹ ont mis en lumière des préoccupations désormais largement partagées : affaiblissement des modèles économiques des médias, encadrement des grandes plateformes numériques, exposition précoce des plus jeunes aux réseaux sociaux, concentration des audiences et perte durable de la confiance dans les médias.

Ce regain d'attention ne relève pas d'un effet de cycle. Il traduit une fragilisation structurelle des conditions de production, de diffusion et de réception de l'information. Sous l'effet combiné des logiques algorithmiques, de la dépendance aux revenus publicitaires, de la vitesse de circulation des contenus, de la segmentation accrue des publics et de la fragmentation des espaces informationnels, **l'écosystème médiatique est soumis à des tensions durables, économiques, technologiques, sociologiques et politiques**, qui mettent à l'épreuve sa capacité à remplir ses fonctions démocratiques essentielles.

L'information, une infrastructure démocratique invisible

La démocratie ne repose pas uniquement sur des institutions, des élections et des lois. Elle est aussi la promesse faite aux citoyens d'accéder à une information fiable, indépendante, pluraliste et intelligible. À ce titre, l'information constitue une véritable infrastructure démocratique. **Elle participe de l'intérêt général en ce qu'elle rend possible l'exercice éclairé de la citoyenneté.** Elle structure le débat public et fonde la capacité des citoyens à exercer leur jugement.

Les médias jouent ici un rôle essentiel. Dans un environnement saturé de contenus produits sans règles communes, ils maintiennent des standards

¹ <https://www.vie-publique.fr/rapport/295405-rapport-des-etats-generaux-de-linformation-proteger-le-droit-info>.

éditoriaux indispensables à la qualité du débat démocratique.

Des médias pluralistes et indépendants produisant une information fiable, complète et vérifiée constituent ainsi une condition de fonctionnement des sociétés démocratiques.

L'affaiblissement de l'écosystème informationnel a aussi des impacts démocratiques indirects mais massifs : montée de la défiance, durcissement de la polarisation, fragilisation du lien civique, décrochage d'une partie des citoyens du débat public. Ce qui pèse à terme sur la stabilité institutionnelle, la qualité de la décision publique et la cohésion sociale.

Plateformes globales, logiques d'influence, contenus hybrides mêlant information, opinion et communication structurent de plus en plus l'accès aux faits et aux récits, sans être soumis aux mêmes exigences de responsabilité démocratique, de transparence ou de pluralisme.

Cette évolution n'est pas neutre. Elle s'opère largement en dehors des cadres nationaux et européens de régulation, au bénéfice d'acteurs souvent extra-européens, dont les logiques économiques, techniques ou politiques ne coïncident pas nécessairement avec l'intérêt général. L'inaction ou l'insuffisance de réponses collectives contribue ainsi à un transfert silencieux de pouvoir informationnel, avec ses conséquences sur la démocratie et la formation de l'opinion.

La place de la philanthropie

Ce carnet propose un état des lieux des enjeux contemporains liant information, démocratie et modèles de financement, et interroge la place que peut occuper la philanthropie dans cet écosystème sous tension.

Par nature, même si elle est la conséquence de l'existence d'inégalités sociales, la philanthropie relève de l'intérêt général. Elle offre à des individus, des fondations et des organisations la possibilité de contribuer à des causes collectives essentielles. Elle s'ancre nécessairement dans un espace démocratique dynamique, qui permet à chacun de s'engager librement.

Or une démocratie vivante suppose un système informationnel de qualité : pluraliste, indépendant, accessible et digne de confiance.

À ce titre, la philanthropie peut jouer un rôle utile et légitime pour préserver des fonctions d'intérêt général aujourd'hui fragilisées : investigation indépendante, journalisme local, éducation aux médias, sensibilisation des citoyens, lutte contre la désinformation. Sans se substituer à l'État ni au marché, la philanthropie peut ainsi contribuer à **sécuriser des environnements, structurer des coopérations, soutenir des initiatives collectives et agir dans le temps long**, conditions indispensables pour préserver ce bien commun qu'est l'information.

Cette contribution n'a toutefois de sens qu'à certaines conditions : clarté des intentions, respect strict de l'indépendance éditoriale et gouvernance transparente. La philanthropie se positionne alors comme **acteur de soutien aux conditions démocratiques de production, de circulation et d'appropriation de l'information**.

CHAPITRE 1

INFORMATION ET MÉDIAS : DES ENJEUX DÉMOCRATIQUES FONDAMENTAUX

La démocratie ne repose pas sur l'unanimité, mais sur la capacité à organiser le désaccord. Encore faut-il que ce désaccord s'inscrive dans un cadre commun de faits, de règles et de discussions, qui permet la recherche de compromis et l'expression des désaccords. Les médias n'ont toutefois pas vocation à produire le consensus, mais à en créer les conditions : offrir un espace de débat lisible, permettre la confrontation argumentée des points de vue et garantir la libre formation de l'opinion, sans intention manipulatoire. Cette exigence n'exclut pas l'existence de médias engagés dès lors que l'écosystème médiatique, dans son ensemble, demeure pluraliste et déontologique.

L'information comme flux vital de la démocratie

L'image est parlante : l'information irrigue la démocratie comme le sang irrigue un organisme vivant. Elle permet aux citoyens d'accéder aux faits et de mieux comprendre les décisions publiques. Cette fonction n'est pas neutre. Les médias jouent à ce titre un rôle structurant dans la formation de l'opinion publique et la possibilité même d'un désaccord éclairé.

Cette idée est ancienne. Alexis de Tocqueville soulignait déjà que la démocratie suppose des citoyens capables de juger par eux-mêmes, ce qui implique l'accès à une information diverse et indépendante. Au XX^e siècle, John Dewey² expliquait que la démocratie ne fonctionne que si les citoyens peuvent comprendre les effets des décisions publiques.

Hannah Arendt rappelait que la vie démocratique repose sur un monde commun de faits partagés.

Les travaux contemporains de science politique et de sociologie des médias prolongent ces analyses.

² John Dewey, *The Public and Its Problems*, 1927.

Les travaux comparatifs de Daniel C. Hallin et Paolo Mancini³ ont montré que la qualité de l'information dépend étroitement des structures politiques, économiques et culturelles dans lesquelles les médias évoluent. Lorsque ces équilibres se fragilisent (raréfaction de l'information de qualité, confusion entre information et opinion, domination de récits émotionnels, etc.), la démocratie devient plus vulnérable.



Médias : définition

Dans ce carnet, les médias désignent les organisations, plateformes et formats dont la mission principale est la vérification, la production et la diffusion d'informations et de contenus destinés au public. Sont inclus : la presse écrite, la radio, la télévision, les médias numériques et pure players, mais aussi les formats émergents (podcasts, newsletters...) ou hybrides, dès lors qu'ils contribuent à l'information, à la compréhension de l'actualité et au débat public. Cette définition intègre également, dans le champ audiovisuel, des contenus culturels, éducatifs ou documentaires relevant de l'intérêt général, soutenus notamment en France par des dispositifs publics structurants tels que le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC).

Enjeu de cohésion sociale : une gageure à l'ère des bulles cognitives

En 2026, les trois principaux risques identifiés par le World Economic Forum dans son rapport sur les risques globaux sont dans l'ordre : **les conflits géo-économiques, la désinformation et la polarisation de la société.**

Cette polarisation ne se limite pas à une divergence accrue des opinions : elle se manifeste par un durcissement des clivages, une radicalisation des discours publics et une difficulté croissante à construire des compromis collectifs. Elle s'accompagne, dans de nombreux pays, d'une progression électorale des partis autoritaires et d'une défiance renforcée envers les institutions représentatives. À l'échelle européenne, un rapport de l'EBU-UER (European Broadcast Union) fondé notamment sur les analyses du V-Dem Institute (Varieties of Democracy Institute), montre qu'entre 2014 et 2024, la polarisation politique a augmenté d'environ 60 % dans les pays européens⁴. Certains pays sont désormais considérés comme "très polarisés" ; la France en fait partie, avec de nombreux pays d'Europe de l'Est.

La polarisation constitue un enjeu démocratique majeur.

Elle affaiblit la recherche de consensus, constitutive du fonctionnement démocratique, et fragilise le lien civique. Les médias jouent un rôle ambivalent dans ces dynamiques : ils peuvent contribuer à structurer un espace public partagé, mais ils sont aussi pris dans des transformations profondes qui modifient leurs conditions d'exercice ainsi que les modalités d'accès à l'information.

³ Daniel C. Hallin et Paolo Mancini, *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*, Cambridge University Press, 2004.

⁴ European Broadcast Union, *Public Service Media (PSM) as an antidote to polarization*, 2024.

36 %
des personnes en
France déclarent
“éviter parfois
ou souvent”
l’actualité.

Reuters Institute,
Digital News Report
2025.

Un premier facteur de décrochage civique tient à **la fragmentation accrue du paysage informationnel**. L’abondance des sources et des formats place les individus dans une situation d’hyper-choix, rendant la sélection de l’information plus difficile et plus coûteuse cognitivement. Cette situation peut conduire à des phénomènes de non-choix, de rejet global des médias, voire à un retrait silencieux de l’espace informationnel.

Cette dynamique que l’on qualifie désormais de fatigue informationnelle (*news fatigue*), se traduit par une volonté de limiter l’exposition à l’actualité. En France, en 2025, 36 % des citoyens déclarent chercher à réduire leur contact avec l’information ; dans certains pays d’Europe, cette proportion dépasse 50 %⁵. La saturation des flux, la concurrence permanente pour l’attention, la multiplication des formats courts et des notifications produisent une charge cognitive élevée. Les enquêtes du *Reuters Institute* confirment qu’une part significative du public, notamment parmi les plus jeunes, choisit délibérément d’éviter l’actualité, non par désintérêt civique, mais par sentiment de lassitude, d’anxiété ou d’impuissance.

Se met ainsi en place une spirale négative : la surabondance d’informations et de formats pousse les médias à relayer une information plus brute, simplifiée, permettant de produire et publier plus rapidement. Et lorsque l’information se simplifie, les connaissances reculent au profit de croyances, d’opinions non étayées ou de récits émotionnels : des opinions toutes faites, faciles à relayer et partager, qui ne sont ni sourcées, ni vérifiées, qui jouent sur les émotions et non sur la raison... **Or la démocratie suppose la nuance, la mise en perspective et l’acceptation de la complexité.** Elle se trouve fragilisée lorsque les enjeux collectifs ne peuvent plus être discutés que sur le mode de l’évidence ou de la confrontation. En soulignant que “le médium façonne le message”, Marshall McLuhan, philosophe des médias, invitait à une vigilance démocratique : des informations diffusées dans des formats conçus pour capter l’attention ne créent pas les conditions de compréhension, de mise en débat et de délibération collective.

⁵ Reuters Institute, *Rapport annuel sur les pratiques d’information en ligne*, 2025.

Autre composante de la consommation d'informations, qui ne favorise pas non plus la cohésion : la personnalisation extrême des contenus. Les flux personnalisés mêlent aujourd'hui contenus journalistiques, opinions, messages militants, communication institutionnelle et influence commerciale, sans hiérarchie explicite de statut. Cette superposition engendre une confusion des registres : informer, communiquer, convaincre, mobiliser ou divertir relèvent de fonctions distinctes, mais se trouvent désormais entremêlées dans les mêmes espaces.

Les algorithmes sont souvent pointés comme responsables de ces personnalisations contribuant à la polarisation.

Il convient toutefois de distinguer plusieurs régimes algorithmiques souvent confondus sous un même terme dans le débat public. Les algorithmes de recommandation des grandes plateformes numériques (réseaux sociaux, plateformes vidéo, agrégateurs) sont avant tout conçus pour optimiser des objectifs de performance : temps passé, interactions, partages, exposition publicitaire. Leur logique repose sur l'analyse statistique des comportements des utilisateurs et sur la comparaison avec ceux de profils jugés similaires. Ils ne cherchent pas prioritairement à informer, ni à produire une hiérarchie du monde social, mais à maintenir l'attention dans un environnement concurrentiel. Dans cette perspective, ils tendent à privilégier des contenus immédiatement lisibles et compatibles avec les habitudes existantes des publics. Ils recommandent ce qui ressemble à ce qui a déjà été vu, aimé ou partagé. **Le risque démocratique réside alors moins dans la manipulation que dans la réduction de l'exposition à l'altérité, à la surprise et à la contradiction.**

Comme l'explique Dominique Cardon, professeur de sociologie au Médialab à Sciences Po, le principal effet de ces dispositifs réside moins dans un enfermement idéologique strict que dans la production d'environnements cognitifs confortables. Les algorithmes tendent à recommander ce qui prolonge des habitudes existantes, ce qui ne surprend pas, ne contredit pas et ne déplace pas. **Les contenus complexes, nuancés ou ambivalents ne disparaissent pas, mais subissent un phénomène de "silenciation algorithmique" : ils circulent moins, sont moins visibles et atteignent plus difficilement le public.** Il ne s'agit pas d'une censure, mais d'une hiérarchisation invisible de la visibilité, aux effets démocratiques considérables : ce qui est peu vu devient difficilement discuté et discutable.

À l'inverse, la hiérarchisation éditoriale opérée par les médias d'information relève d'un régime fondamentalement différent. Elle repose sur des choix humains explicites, inscrits dans des collectifs professionnels identifiables, soumis à des règles déontologiques⁶, juridiques et sociales. La sélection des sujets, leur mise en perspective, leur hiérarchisation dans le temps et dans l'espace médiatique sont le produit de décisions assumées, discutables et, en principe, contestables. Là où les plateformes optimisent des flux individualisés, les médias construisent des agendas publics, cherchent à rendre visibles des enjeux jugés d'intérêt général, y compris lorsqu'ils ne sont pas spontanément attractifs ou immédiatement performants en termes d'audience.

La norme internationale Journalism Trust Initiative (JTI), de type ISO, vise à renforcer et à protéger un journalisme respectueux des règles déontologiques, des méthodes journalistiques reconnues et de l'indépendance. L'idée de concevoir un mécanisme d'autorégulation applicable à toutes les sources d'information partout dans le monde, sous la forme d'une norme, a été lancée par Reporters sans frontières (RSF) en 2018. Début 2026, plus de 2500 médias de 131 pays sont engagés dans le processus de certification JTI.

“Dans un contexte marqué par la polarisation des opinions, la prolifération des fausses informations et des campagnes de propagande, ainsi que par l'érosion de la confiance envers les médias, il est essentiel de préserver un débat public ouvert, pluraliste et intègre, au service de l'information des citoyens. Il s'agit d'un enjeu démocratique majeur : avec cette initiative, RSF défend l'accès de tous à une information fiable et indépendante.”
Thibaut Bruttin, directeur général de RSF.

Les systèmes d'IA générative introduisent désormais un troisième régime, encore distinct. Leur fonction n'est pas d'organiser la visibilité de contenus existants, mais de produire des contenus nouveaux, à partir de vastes corpus de données. Ils ne hiérarchisent pas le réel : ils le recomposent de manière probabiliste. Cette capacité de génération brouille profondément les repères traditionnels entre information produite, information synthétisée et information inventée.

La question démocratique se déplace alors vers la traçabilité, la responsabilité et l'énonciation : qui parle, à partir de quelles sources, et sous quelle responsabilité éditoriale ?

De nombreux citoyens déclarent éprouver des difficultés à distinguer le vrai du faux, à identifier l'origine des informations ou à comprendre les intentions sous-jacentes des contenus

⁶ Notamment définies dans la Charte de Munich en 1971 et dans la norme Journalism Trust Initiative mise en place depuis 2019, voir encadré ci-dessus.

diffusés. La désinformation est ainsi perçue comme un problème majeur dans la quasi-totalité des pays européens. **En France, près de 75 % de la population estime que la désinformation constitue un enjeu central pour la vie démocratique**⁷.

Dans des environnements dominés par des logiques de viralité et de performance, les conditions de production de l'information s'en trouvent fragilisées. Informer suppose des méthodes spécifiques — vérification des faits, pluralité des sources, responsabilité éditoriale, distinction entre faits et commentaires — qui ne se confondent pas avec les logiques de communication ou d'influence. La dépendance aux plateformes n'est donc pas seulement une question de diffusion ; elle constitue un **déséquilibre de pouvoir qui affecte l'autonomie économique et éditoriale des médias**.

Face à ces dynamiques, les médias disposent néanmoins de leviers essentiels. La production de contenus étayés, vérifiés et contextualisés, l'exposition équilibrée de points de vue divergents, le contrôle des faits, l'ancrage territorial et la valorisation de l'information de proximité contribuent à maintenir des référentiels communs. L'éducation aux médias et à l'information (EMI) joue également un rôle central en permettant aux citoyens de développer des compétences critiques et de mieux distinguer information, opinion et communication dans des environnements informationnels complexes.

Enjeu de confiance : une crise profonde et systémique

La polarisation est également accentuée par la baisse significative de la confiance dans les médias. Les enquêtes menées en France, notamment par *La Croix* dans son baromètre annuel de la confiance dans les médias, montrent une baisse tendancielle de la crédibilité perçue des grands titres, avec un décrochage particulièrement marqué chez les moins de 35 ans. À l'échelle européenne, plusieurs études convergentes montrent qu'une part importante des citoyens déclare avoir été confrontée à des contenus trompeurs, manipulés ou manifestement faux, contribuant à un climat de doute généralisé à l'égard de l'information.

Cette crise de confiance ne concerne pas seulement les médias. Elle s'inscrit dans un mouvement plus large de défiance envers les institutions.

30 %
des personnes en
France déclarent
**“faire confiance
aux médias pour
les informer
correctement”
sur l’actualité.**

● *Baromètre annuel
de la confiance dans
les médias, La Croix /
Kantar, édition 2024.*

⁷ Parlement européen, “Les Européens et la désinformation”, *Eurobarometer Media & News Survey*, 2023.

Les enquêtes du CEVIPOF de Sciences Po sur la confiance politique confirment un décrochage durable : partis, gouvernements, représentants élus, mais aussi experts et autorités scientifiques sont touchés. Dans ce contexte, les médias se trouvent pris dans une tension paradoxale : attendus comme contre-pouvoirs et garants du débat démocratique, ils sont eux-mêmes perçus comme des acteurs institutionnels parmi d'autres, soumis au soupçon.

Les recherches contemporaines sur les usages de l'information, notamment celles conduites par le *Reuters Institute*, montrent ainsi que la crise actuelle n'est pas tant une crise de l'offre d'information qu'une crise de la relation entre les médias et leurs publics. À l'échelle mondiale, environ 40 % des citoyens déclarent faire confiance à l'information en général⁸, un niveau faible et relativement stable dans le temps. Cette moyenne recouvre toutefois des réalités très contrastées.

Les pays nordiques, en particulier la Finlande, se distinguent par des niveaux de confiance élevés, supérieurs à 60 %, tandis que d'autres pays européens, dont la France, se situent durablement dans une tranche basse, comprise entre 30 % et 39 %. À l'inverse, dans plusieurs pays d'Europe de l'Est, la confiance demeure inférieure à 30 %. Hors d'Europe, la situation apparaît encore plus polarisée : aux États-Unis, la confiance dans les médias traditionnels varie fortement selon l'appartenance politique. En 2025, 51 % des électeurs démocrates déclaraient faire confiance aux médias, contre 27 % des indépendants et 8 % des républicains, pour une moyenne nationale autour de 28 % (sondages Gallup).

La confiance varie également fortement selon les types de médias. En Europe, les médias de service public bénéficient des niveaux de confiance les plus élevés, loin devant la presse écrite, les médias commerciaux audiovisuels et, plus encore, les plateformes numériques. Les réseaux sociaux, les plateformes vidéo et les influenceurs figurent en bas de l'échelle de crédibilité, malgré leur rôle croissant comme points d'entrée vers l'actualité⁹.

À partir des données de l'Eurobaromètre et du *Digital News Report* du Reuters Institute, l'EBU-UER a souligné les corrélations existantes entre le niveau de confiance accordée aux informations des médias de service public et certaines formes de polarisation politique. Lorsque cette confiance est élevée, les niveaux de polarisation tendent à être plus contenus ; à l'inverse, une défiance marquée à l'égard de ces médias est souvent associée à des clivages plus durables et plus conflictuels.

⁸ Reuters Institute, *Rapport annuel sur les pratiques d'information en ligne*, 2024.

⁹ Parlement européen, "Les Européens et la désinformation", *Eurobarometer Media & News Survey*, 2023.

Il ne s'agit pas de considérer la polarisation politique comme intrinsèquement incompatible avec la démocratie, qui repose par nature sur le pluralisme et la confrontation des idées. En revanche, lorsque la polarisation s'accompagne d'une perte de référentiels informationnels communs, d'une défiance généralisée et d'une difficulté à reconnaître la légitimité des points de vue adverses, elle peut fragiliser les mécanismes de délibération et de cohésion démocratiques. À l'inverse, une confiance accrue dans les médias de service public est associée à un niveau plus élevé de satisfaction à l'égard du fonctionnement de la société démocratique.

TOUS LES MÉDIAS NE RELÈVENT PAS DES MÊMES ENJEUX D'INTÉRÊT GÉNÉRAL

Parler du financement des médias impose de distinguer des réalités très différentes. L'écosystème médiatique ne forme pas un bloc homogène et n'appelle pas des réponses uniformes.

On peut schématiquement distinguer, indépendamment des vecteurs ou formats utilisés :

- **les médias de service public, financés majoritairement par la puissance publique et soumis à des obligations spécifiques.** Leur financement relève prioritairement de choix politiques et budgétaires, même si des partenariats ciblés peuvent ponctuellement accompagner des projets spécifiques (innovation, éducation aux médias, coopération internationale) ;
- **les médias commerciaux nationaux, intégrés à des groupes industriels ou financiers, relevant principalement de logiques de marché.** Leur contribution au pluralisme est réelle, mais leur modèle économique repose avant tout sur la publicité, l'abonnement ou la diversification des revenus ;
- **les médias locaux indépendants, associatifs ou coopératifs, souvent fragiles économiquement mais essentiels à la vitalité démocratique territoriale.** Ils assurent une information de proximité, couvrent la vie locale, rendent compte des initiatives citoyennes et jouent un rôle clé dans la cohésion sociale. Leur taille modeste, la faiblesse des marchés publicitaires locaux et la pression sur les coûts les rendent particulièrement vulnérables, alors même que leur utilité civique est forte ;

- **les médias à but non lucratif et les initiatives journalistiques d'intérêt public, dont la mission première n'est pas la rentabilité mais la production d'une information d'utilité civique.** Ces structures se consacrent souvent à des fonctions spécifiques insuffisamment soutenues par le marché : investigation indépendante, journalisme de solutions, datajournalisme, éducation aux médias, lutte contre la désinformation, couverture de sujets complexes ou peu visibles (environnement, santé publique, sciences, justice sociale). Leur modèle repose fréquemment sur un équilibre fragile entre dons, subventions, mécénat et ressources propres limitées.

Reste que la définition "média d'intérêt général" demeure ouverte dans un environnement hybride et mouvant. Faut-il retenir le statut juridique, la mission déclarée, la gouvernance, les pratiques éditoriales, l'ancrage territorial ou la contribution effective au débat public ? L'absence de critères stabilisés complique l'action philanthropique comme l'évaluation de son impact. Elle invite à privilégier une approche pragmatique, attentive aux pratiques et à la valeur publique effectivement produite — entendue comme contribution mesurable à la qualité du débat démocratique et à l'information des citoyens.

Les corrélations observées invitent ainsi à dépasser une lecture strictement économique ou institutionnelle de la crise. Si la défiance tient en partie aux modèles de financement, à la concentration ou aux transformations technologiques, elle relève aussi d'une difficulté plus profonde : la capacité des citoyens à identifier des sources fiables et à comprendre les processus de production de l'information.

C'est dans cette perspective que l'éducation aux médias et à l'information (EMI) apparaît comme un levier structurant. Des actions telles que la Semaine de la presse et des médias dans l'École mobilisent chaque année des millions d'élèves. Au fil des années, l'approche s'est élargie. Longtemps ancrée principalement dans les sciences de l'éducation, l'EMI mobilise désormais davantage les apports des sciences cognitives, des sciences des données ou de l'économie de l'attention, pour mieux comprendre les mécanismes techniques et économiques qui structurent la circulation de l'information. Les travaux de l'OCDE, de l'UNESCO et de la Commission européenne confirment que les sociétés où l'EMI est intégrée de manière structurée dans les parcours éducatifs présentent des niveaux plus élevés de confiance dans l'information, une polarisation moindre et une plus grande capacité à faire face à la désinformation.

En France, malgré des initiatives existantes, l'EMI demeure inégalement déployée et insuffisamment dotée¹⁰. Elle repose en grande partie sur des projets ponctuels, des acteurs associatifs ou des engagements individuels, sans cadre de financement stable ni stratégie de long terme. Cette situation limite son impact et accentue les inégalités territoriales et sociales d'accès à la culture informationnelle.

Elle souffre également d'un déficit d'évaluation systématique de ses effets : si les dispositifs se multiplient, les outils permettant d'en mesurer l'impact à long terme sur les compétences critiques ou la résilience informationnelle restent partiellement développés. Le renforcement de la recherche appliquée et des coopérations avec l'enseignement supérieur constitue à cet égard un chantier structurant. La dimension internationale s'affirme également. Le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI) participe notamment au consortium européen De FACTO, qui associe chercheurs, journalistes et acteurs éducatifs dans la lutte contre la désinformation.

¹⁰ Thierry Cadart et Vincent Moisselin, *Agir pour une information fiable, indépendante et pluraliste au service de la démocratie*, CESE, 2024.

Enjeu de pluralisme : une condition structurante menacée

Le pluralisme constitue l'un des piliers normatifs de l'information démocratique. Il ne se limite pas à la coexistence de plusieurs titres. Il est à la fois politique, économique, territorial et éditorial. Il renvoie à la diversité des acteurs, des modèles, des lignes éditoriales, mais aussi à la capacité effective des citoyens à accéder à une information variée, indépendante et contradictoire.

Or ce pluralisme est aujourd'hui soumis à des tensions convergentes. La première tient à la concentration croissante des acteurs médiatiques. En France, une part significative de la presse nationale, de l'audiovisuel privé et de l'information en ligne est désormais contrôlée par un nombre restreint de groupes industriels et financiers. Cette concentration, régulièrement analysée par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM), soulève des interrogations récurrentes sur l'indépendance éditoriale, la diversité des sujets, des angles de traitement, et la capacité du système médiatique à refléter la pluralité des sensibilités politiques et sociales.

Ces enjeux ont également été largement documentés par des travaux de recherche récents, notamment ceux de Julia Cagé et Benoît Huet¹¹, qui mettent en lumière les effets de la concentration capitaliste sur le pluralisme effectif, la gouvernance des médias et la confiance des publics. Ils montrent que la question du pluralisme ne se réduit pas au nombre de titres existants, mais renvoie aux conditions économiques, organisationnelles et institutionnelles dans lesquelles l'information est produite et diffusée.

Cette concentration s'est nettement accrue¹² depuis les années 2000, sous l'effet de recompositions industrielles et de l'entrée d'acteurs extra-médiatiques (industrie, télécoms, finance), renforçant les tensions entre logiques économiques et indépendance éditoriale. La situation française présente des traits historiques spécifiques : la presse y est détenue depuis longtemps par des figures industrielles ou financières, parfois engagées par conviction civique, parfois pour des raisons d'influence ou de prestige. Cet héritage nourrit une ambivalence durable : il a permis, à certains moments, de sauver des titres menacés, mais il alimente aussi des interrogations récurrentes sur l'indépendance éditoriale et la concentration des pouvoirs économiques et symboliques.

¹¹ Julia Cagé et Benoît Huet, *L'information est un bien public, Refonder la propriété des médias*, Seuil, 2021.

¹² ARCOM, *Rapport sur la concentration des médias et le pluralisme*, éditions successives (2010-2024) et Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF), *Media Pluralism Monitor*, 2024.

La concentration a également des effets marqués sur le pluralisme territorial. Depuis une quinzaine d'années, de nombreuses rédactions locales ont fermé ou vu leurs moyens drastiquement réduits. Entre le début des années 2000 et aujourd'hui, plusieurs milliers de postes de journalistes ont disparu dans la presse locale et régionale (presse quotidienne régionale, correspondants locaux)¹³. Dans de nombreux territoires, ruraux, péri-urbains ou ultramarins, un même journaliste couvre désormais plusieurs communes ou bassins de vie, avec une baisse mécanique du temps d'enquête et de présence sur le terrain. Ce qui disparaît n'est pas seulement une information de proximité, mais une capacité collective à rendre compte de la diversité des expériences sociales et des initiatives invisibles à l'échelle nationale.

Dans le même temps, le développement du numérique a profondément transformé le paysage informationnel. Il a contribué à désenclaver l'espace médiatique, facilité l'émergence de nouveaux acteurs, de formats innovants et de formes de coopération inédites. L'accès élargi aux données ouvertes, la possibilité de publication à faible coût et certaines pratiques de participation citoyenne ont pu, dans certains contextes, renforcer la diversité de l'offre informationnelle et renouveler les formes d'expression démocratique¹⁴.

Toutefois, cette abondance formelle ne garantit pas un pluralisme qualitatif effectif. Dans un environnement économique sous tension, les contraintes de visibilité, de captation de l'attention et de rentabilité de court terme tendent à favoriser des formats rapides, standardisés et immédiatement performants, au détriment de l'enquête au long cours, de la contextualisation et de la mise en perspective. La diversité des supports peut ainsi coexister avec une relative homogénéisation des récits, des angles et des temporalités, rendant plus difficile l'accès à une information nuancée et approfondie.

¹³ Ministère de la Culture, Presse écrite (Chiffres clés 2024) et Rapport du Sénat sur la concentration des médias et ses conséquences, 2022.

¹⁴ Voir notamment "Le numérique au service de la démocratie enjeux et perspectives pour l'intérêt général", *Les Carnets de l'Observatoire*, n°1, Observatoire Philanthropie et Société, Fondation de France, 2024.

Enjeu de lisibilité et d'intelligibilité : comprendre un monde complexe

Au-delà du pluralisme, un défi majeur pour les médias est la lisibilité : aider les citoyens à se repérer dans des sujets où la complexité est structurelle (climat, santé publique, sciences, technologies, économie). Ces domaines combinent technicité, données abondantes et incertitude scientifique au sens strict, non pas comme absence de savoir, mais comme savoir évolutif, probabiliste, parfois débattu. Rendre compte de ces enjeux suppose du temps, des compétences et des formats capables d'articuler faits, contexte et méthodes, sans écraser la complexité ni transformer l'incertitude en soupçon.

Les études disponibles invitent à **éviter une lecture univoque** des attentes du public. D'un côté, l'attention est disputée et une partie des publics se détourne des "grands récits d'actualité" : les enquêtes du *Reuters Institute* montrent par exemple que les personnes qui évitent l'information sont nettement moins attirées par "les derniers rebondissements" des grandes nouvelles que celles qui n'évitent jamais l'actualité. De l'autre, le même rapport souligne que beaucoup de consommateurs ne cherchent pas davantage d'informations, mais une information **plus pertinente** et qui **aide à donner du sens** à des problèmes complexes. Autrement dit, la demande d'explication existe, mais elle se heurte aux contraintes d'usage (temps, fatigue informationnelle, saturation).

Pris isolément, chacun des phénomènes décrits – polarisation, défiance, concentration ou perte de lisibilité – pourrait apparaître gérable. C'est leur cumul, leur interaction et leur inscription dans la durée qui peuvent constituer aujourd'hui un risque démocratique.

L'information demeure une condition essentielle de la vie démocratique mais les cadres économiques, technologiques et sociaux qui permettaient jusqu'ici d'en garantir la qualité, l'accessibilité et l'indépendance sont fragilisés. À cela s'ajoute l'émergence de nouveaux formats, nouveaux acteurs qui contribuent à la surabondance d'informations et mettent à mal les acteurs traditionnels de l'information.

DES CADRES PUBLICS ET RÉGLEMENTAIRES PROTECTEURS, MAIS INSUFFISANTS

La liberté de l'information s'inscrit dans des cadres juridiques, déontologiques et institutionnels construits progressivement pour garantir l'indépendance des médias, la protection des journalistes et le droit à une information fiable. Ces cadres fixent des principes, organisent des responsabilités et offrent des recours, mais ils ne répondent pas à eux seuls aux défis contemporains. C'est dans cet écart entre protection normative et conditions réelles d'exercice que s'ouvre aujourd'hui la réflexion sur de nouveaux leviers d'action, complémentaires aux cadres publics existants.

Socle juridique français

Le socle juridique français est ancien et structuré. Il repose sur une articulation singulière entre liberté, responsabilité et régulation indépendante. Mais il a été conçu à l'origine pour un paysage médiatique linéaire, national et identifiable, très éloigné de l'écosystème contemporain.

1881

Loi sur la liberté de la presse.

Texte fondateur qui consacre la liberté d'expression et de publication comme principe démocratique central. Elle pose les grands équilibres toujours en vigueur.

1986

Loi relative à la liberté de communication.

Texte structurant pour l'audiovisuel, qui introduit deux principes clés : la liberté de communication audiovisuelle, la nécessité de préserver le pluralisme des courants d'expression. Elle instaure les premières règles de limitation de la concentration des médias audiovisuels et fonde la régulation indépendante du secteur. Cette loi a été modifiée près de 90 fois¹⁵.

Années 1990-2000

Construction d'une régulation sectorielle.

Création et montée en puissance des autorités de régulation (CSA, puis Hadopi pour le numérique), avec un rôle croissant dans l'attribution des fréquences, le contrôle des obligations des éditeurs, la protection des publics (mineurs, pluralisme politique, honnêteté de l'information).

Années 2000-2010

Adaptation à l'ère numérique.

Intégration progressive d'Internet et des nouveaux acteurs dans le champ du droit de la communication : loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN, 2004), premiers cadres de responsabilité des hébergeurs et plateformes, reconnaissance du rôle structurant des intermédiaires techniques dans la diffusion de l'information.

2021-2022

Convergence des régulations.

Fusion du CSA et de la Hadopi au sein de l'ARCOM. Cette réforme traduit une évolution majeure : la régulation de l'information ne peut plus être pensée séparément entre audiovisuel et numérique.

Depuis 2022

Missions élargies de l'ARCOM.

Elle est désormais chargée de veiller au pluralisme des courants d'expression politique, garantir l'indépendance éditoriale des médias audiovisuels, contrôler le respect des obligations des éditeurs (information, déontologie, protection des publics), contribuer à la lutte contre la désinformation, notamment en période électorale, articuler la régulation nationale avec les nouveaux cadres européens (Digital Services Act, Media Freedom Act).

¹⁵ Emmanuel Debono, Nathalie Sonnac, "Il faut mettre fin en urgence à ce désordre informationnel", dans *Le droit de Vivre*, 2024/1 N°691.

Repères internationaux

1948

Reconnaissance de la liberté d'expression et d'information comme droit fondamental par l'Organisation des Nations unies.

1971

Adoption de la Charte de Munich

(Charte des devoirs et des droits des journalistes), texte de référence international définissant les principes éthiques fondamentaux du journalisme : indépendance, véracité, responsabilité envers le public, distinction entre information et communication. Elle constitue un socle déontologique largement reconnu en Europe.

Depuis 1993

Action normative et programmes de protection de la liberté de la presse portés par l'UNESCO.

Depuis 2002

Publication annuelle de l'Indice mondial de la liberté de la presse par Reporters sans frontières, outil de référence pour comparer les environnements médiatiques et alerter sur leurs fragilités.

Depuis 2019

Enregistrement de la norme internationale Journalism Trust Initiative (JTI) comme standard européen sous la référence CWA 17493. Elle définit un cadre de référence en termes de processus éditoriaux et de transparence des médias (voir encadré page 10).

Cadre européen : une régulation en construction

2022-2024

Adoption du Digital Services Act :

obligations de transparence, responsabilité accrue des plateformes, règles de modération et protection des données, reconnaissant leur rôle central dans la diffusion de l'information.

2024

Adoption du Media Freedom Act :

garanties renforcées d'indépendance éditoriale, transparence des financements et de l'actionnariat, protection des journalistes contre les pressions politiques et les procédures-bâillons (SLAPP).

CHAPITRE 2

UN BIEN COMMUN SOUS PRESSION

La crise que traversent les médias n'est ni conjoncturelle ni sectorielle. Elle résulte de la convergence de plusieurs évolutions profondes, économiques, technologiques, publicitaires et culturelles, qui fragilisent simultanément les modèles de financement, les conditions de production de l'information et la lisibilité même de l'espace public. À l'échelle européenne, les travaux du *Centre for Media Pluralism and Media Freedom* (Institut universitaire européen de Florence) et les alertes répétées de Reporters sans frontières confirment une fragilisation structurelle : pressions économiques, dépendances capitalistiques et vulnérabilités éditoriales.

Un modèle économique en crise

Pendant plus d'un siècle, l'économie des médias s'est appuyée sur un compromis relativement stable : la publicité finançait l'essentiel des coûts de production, la vente au numéro et l'abonnement venant compléter l'équation. Dans la presse écrite, la publicité a pu représenter jusqu'à 70 % des recettes des éditeurs.

Ce modèle reposait sur une logique simple et largement partagée : plus un média touchait une audience large, plus l'espace publicitaire pouvait être vendu à un prix élevé, contribuant directement au financement des contenus. L'audience constituait à la fois la mesure de l'impact social du média et la base de sa valeur économique.

Avec la numérisation, les investissements publicitaires se sont massivement déplacés des médias traditionnels vers les plateformes numériques, attirés par un coût par contact nettement inférieur et par des capacités de ciblage individuel extrêmement fines. Le modèle publicitaire n'est plus fondé sur une diffusion indifférenciée — le *“one to all”* — mais sur une logique personnalisée de type *“one to one”*, qui a fortement séduit annonceurs et marques.

Cette transformation a profondément modifié la chaîne de valeur. En France comme ailleurs, la majorité de la croissance publicitaire est désormais captée par Google et Meta, qui concentrent plus de 70 % du marché de la publicité numérique¹⁶. Cette captation massive crée une dissymétrie structurelle : **ceux qui organisent l'accès à l'information en tirent l'essentiel de la valeur économique, tandis que ceux qui la produisent voient leurs marges se réduire.**

À cette captation s'ajoute un second effet, tout aussi déstabilisant : l'explosion de l'offre numérique a entraîné une multiplicité des sources d'information, provoquant une baisse du nombre de lecteurs, d'auditeurs et de téléspectateurs des médias traditionnels, à la fois en valeur absolue (pénétration) et relative (part de marché). Ceux-ci se retrouvent ainsi doublement pénalisés : ils sont confrontés à une concurrence accrue sur le marché publicitaire, tout en subissant une érosion de leur audience. La combinaison de ces deux phénomènes a eu un effet massif sur les recettes¹⁷.

Pour maintenir leur audience, certains médias sont incités à privilégier des contenus rapides, peu coûteux, fortement optimisés pour la captation de clics. Si cette stratégie peut préserver temporairement des volumes, elle contribue à une dégradation perçue de la qualité éditoriale et renforce le décrochage des publics. Le système s'enferme ainsi dans une logique "perdant-perdant", où la fragilisation économique nourrit la fragilisation éditoriale, et inversement.

Les modèles d'abonnement, souvent présentés comme une alternative vertueuse, atteignent eux aussi leurs limites. La résistance à l'achat de contenus informationnels demeure forte pour une partie du public, peu habituée à payer pour des contenus numériques perçus comme abondants, souvent gratuits, voire interchangeables. La multiplication des abonnements culturels, audiovisuels et numériques accentue la nécessité d'un arbitrage budgétaire des ménages et affecte la croissance de ces revenus pour de nombreux titres.

¹⁶ Oliver Wyman, Observatoire de l'e-pub (Syndicat des Régies Internet/ UDECAM), bilan 2024.

¹⁷ Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC), *Chiffres clés de la presse*, Ministère de la Culture, séries longues 2003-2023.

Les limites des financements publics et privés classiques

La période actuelle se caractérise par une fragilisation simultanée des modèles marchands et des financements publics. Il en résulte une équation économique particulièrement instable : **les médias ont besoin d'investissements croissants (technologies, cybersécurité, diffusion, outils de vérification, formats innovants) alors même que leurs ressources traditionnelles se contractent.**

En France, le soutien public aux médias repose sur un ensemble de dispositifs juridiques et budgétaires hérités de longue date de la politique de la presse et de l'audiovisuel. Il comprend des aides directes à la presse (pluralisme, distribution, modernisation, transition numérique), principalement ciblées sur la presse d'information politique et générale ; des aides indirectes (taux de TVA réduits, tarifs postaux préférentiels, dispositifs fiscaux) ; ainsi que le financement de l'audiovisuel public, désormais assuré par des dotations budgétaires annuelles depuis la suppression de la contribution à l'audiovisuel public.

Si ces soutiens représentent plusieurs centaines de millions d'euros par an, ils demeurent structurellement contraints et soumis à de fortes tensions. À l'échelle européenne, la contraction est nette : selon les données de l'EBU-UER, les financements des médias de service public ont diminué d'environ 11 % entre 2014 et 2023, corrigés de l'inflation. Cette baisse a eu un impact direct sur les capacités d'investissement des médias publics, tant en matière de contenus que d'équipements.

Ces contraintes budgétaires s'inscrivent dans un contexte plus large de redéfinition du périmètre et des missions du service public. Cette contrainte tient à la fois au contexte général des finances publiques et à l'absence de mécanisme de financement dynamique indexé sur les besoins d'investissement. Dans les débats budgétaires est parfois avancée l'idée selon laquelle la limitation des ressources allouées aux médias publics favoriserait, par effet de substitution, le développement des médias privés. Cette hypothèse n'a toutefois jamais été étayée par des démonstrations empiriques solides, notamment dans un environnement numérique dominé par des acteurs globaux concentrant l'essentiel de la croissance publicitaire.

Dans le même temps, les médias publics doivent faire face à une concurrence internationale accrue, principalement numérique, à l'explosion du coût des droits sportifs et de fiction et à la nécessité d'investir massivement dans leur distribution numérique pour

maintenir le lien avec les jeunes publics, tout en conservant une production audiovisuelle traditionnelle. Or, les dispositifs d'aide existants apparaissent souvent mal calibrés au regard des transformations. Largement conçus pour un écosystème imprimé, ils peinent à accompagner l'émergence de nouveaux acteurs, de formats innovants ou de modèles hybrides. Ils font l'objet de débats récurrents sur leur ciblage, leur efficacité et leurs effets pervers : concentration sur un nombre limité de titres, risques de dépendance, complexité administrative, tendance à figer des modèles existants plutôt qu'à favoriser l'expérimentation.

Côté privé, la pression est tout aussi forte. La publicité, de plus en plus orientée vers la performance et le volume, favorise mécaniquement les contenus à forte audience et à rotation rapide. Les investisseurs privilégient des logiques industrielles de concentration, d'économies d'échelle et de rationalisation des coûts. Cette concentration capitalistique alimente des interrogations récurrentes sur les conflits d'intérêts réels ou perçus et leurs conséquences sur le pluralisme éditorial.

Une dépendance accrue aux plateformes

La fragilisation économique s'accompagne d'une dépendance croissante aux plateformes numériques, devenues des intermédiaires incontournables de l'accès à l'information.

Si, dans la plupart des pays européens, les réseaux sociaux ne constituent pas la principale source d'information pour une majorité de la population (en France, environ 14 % des citoyens déclarent s'y informer en premier lieu)¹⁸, ils occupent néanmoins une place centrale dans la circulation, la visibilité et la hiérarchisation des contenus.

Pour une part significative des publics, l'entrée dans l'actualité passe désormais par des moteurs de recherche, des réseaux sociaux ou des agrégateurs, reléguant progressivement les médias au rôle de fournisseurs de contenus et non plus de points d'accès autonomes. Cette affirmation mérite toutefois d'être nuancée. Les enquêtes récentes montrent que les publics les plus engagés dans la recherche d'information, ceux qui s'informent régulièrement et durablement, tendent à accéder directement aux sites, applications et marques médiatiques identifiées. Les plateformes jouent davantage un rôle d'exposition périphérique ou d'accès intermittent à l'actualité, tandis que la relation de confiance et de fidélité se construit de plus en plus en accès direct. La dépendance aux plateformes apparaît ainsi socialement et générationnellement différenciée, invitant à dépasser une lecture homogène des usages.

¹⁸ Reuters Institute, *Rapport annuel sur les pratiques d'information en ligne*, 2024.

Les données issues du *Digital News Report* du Reuters Institute et des analyses sectorielles de trafic (Chartbeat, Parse.ly) montrent des fortes variations de l'accès à l'information par les moteurs de recherche, selon les pays et les générations. Google représente à lui seul la majorité du trafic de référencement. Cette situation crée une vulnérabilité directe : une modification d'algorithme, de format privilégié ou de règle de référencement peut entraîner, en quelques jours, une chute brutale de l'audience, sans lien avec la qualité ou la pertinence éditoriale des contenus. Les évolutions successives des algorithmes de Facebook (2018, 2023, 2025) ou les ajustements des critères de référencement de Google ont illustré concrètement cette dépendance.

Par ailleurs, cette intermédiation repose sur des systèmes de hiérarchisation algorithmique conçus selon des objectifs propres aux plateformes (maximisation de l'engagement, du temps passé ou des revenus publicitaires) et non selon des critères journalistiques. Les médias ne maîtrisent ni les règles exactes de cette mise en visibilité, ni leur évolution. Les changements de standards techniques (formats vidéo, priorisation du mobile, logique de "contenus natifs"), de politiques de monétisation ou de conditions d'accès aux données peuvent être décidés de manière unilatérale, sans véritable capacité de négociation de la part des éditeurs.

Dans ce contexte, **l'optimisation du référencement par les moteurs de recherche** (*Search Engine Optimization* - SEO) **devient une contrainte éditoriale à part entière**. Titres, angles, temporalité de publication, longueur des articles, choix des mots-clés ou des formats sont de plus en plus ajustés aux exigences des moteurs de recherche et des plateformes sociales. Cette optimisation permanente, indispensable à la visibilité, influe directement sur la manière dont l'information est hiérarchisée, formulée et mise en circulation.

L'essor de l'IA générative : une accélération des vulnérabilités

L'essor rapide de l'IA générative ne constitue pas seulement une rupture technologique ; il modifie en profondeur les conditions de production, de circulation et de valorisation de l'information. En France, en 2024, selon une enquête de l'institut d'étude CSA¹⁹, 53 % des actifs déclarent utiliser l'IA dans leur vie professionnelle, notamment pour rechercher de l'information (46 %) ou produire du contenu (43 %).

¹⁹ CSA, *Les Français et l'intelligence artificielle*, enquête pour Microsoft France, 2024.

Sur le plan économique, l'IA générative introduit plusieurs formes de vulnérabilité immédiate. Les contenus journalistiques sont massivement aspirés (*scraping*) pour l'entraînement des modèles, souvent sans autorisation explicite ni contrepartie financière²⁰. Cette reproduction non autorisée banalise la valeur du travail journalistique : des synthèses, résumés ou reformulations automatisées peuvent concurrencer directement les articles originaux, tout en captant l'attention des publics en amont des sites de presse.

Parallèlement, l'émergence du GEO (*Generative Engine Optimization*) — c'est-à-dire l'optimisation des contenus non plus pour les moteurs de recherche classiques, mais pour les moteurs conversationnels et génératifs — crée une nouvelle dépendance. Les médias sont incités à adapter leurs contenus pour être “repris”, cités ou intégrés dans des réponses générées par des systèmes d'IA, sans garantie de trafic, de reconnaissance de la source ni de modèle de rémunération stabilisé. Là encore, la visibilité ne se traduit pas nécessairement en valeur économique. Ils se retrouvent contraints de participer à un système qui concourt à leur fragilisation.

Au-delà des enjeux économiques, l'IA générative pose des risques éditoriaux majeurs. Les systèmes génératifs produisent des contenus plausibles mais non vérifiés, parfois erronés, recomposés à partir de sources hétérogènes.

L'IA contribue aussi à la prolifération des *deepfakes*, des contenus (images, vidéos ou enregistrements audio générés ou altérés par des algorithmes) qui permettent d'imiter de manière très réaliste des personnes réelles, leurs visages ou leurs voix. Utilisés à des fins de désinformation, de manipulation politique ou de harcèlement ciblé, ils rendent plus difficile l'identification du vrai et du faux, y compris pour des publics avertis. Le sujet est loin d'être anecdotique : selon les analyses de la société spécialisée Sensity AI²¹, la référence mondiale en matière de veille sur le sujet, le volume de contenus *deepfake* en circulation a été multiplié par plus de six entre 2019 et 2024.

Les tentatives de fraude ou d'usurpation par identités synthétiques se produisent à un rythme élevé, jusqu'à une toutes les 5 minutes en 2024 selon certaines évaluations. Tout ceci alimente évidemment la défiance à l'endroit des médias, évoquée plus haut. Mais pourrait aussi contribuer à la crédibilité des medias “certifiés”.

²⁰ OCDE, *Generative AI and the Future of News and Journalism*, 2023. Reuters Institute for the Study of Journalism, *AI and the News: Risks, Opportunities and Responses*, 2023. Commission européenne, *Impact Assessment – Artificial Intelligence Act*, 2021–2023.

“Cette évolution marque un déplacement profond du régime de preuve. Lorsque les images, les sons et les textes peuvent être produits artificiellement avec un haut degré de réalisme, la vérité ne réside plus dans le contenu lui-même, mais dans les conditions dans lesquelles il est montré, contextualisé et assumé publiquement.”

Dominique Cardon, professeur de sociologie à Sciences Po.

Dans un environnement où les contenus peuvent être faux, la confiance se déplace vers l'éditeur — la rédaction, la marque médiatique, l'institution journalistique — qui garantit les méthodes de vérification, la traçabilité des sources et la responsabilité éditoriale.

LES 3 PASSOIRES DE SOCRATE

Socrate, philosophe athénien du V^e siècle avant notre ère, est resté dans l'histoire pour sa méthode de questionnement, selon laquelle il faut douter pour penser. La tradition lui attribue cette scène connue sous le nom des “trois passoires”. Un dialogue sur la manière d'examiner une information avant de la transmettre, qui reste particulièrement pertinente dans le contexte actuel.

Quelqu'un vint un jour trouver Socrate et lui dit :

“Sais-tu ce que je viens d'apprendre sur ton ami ?”

“Un instant, répondit Socrate. Avant que tu ne me racontes tout cela, j'aimerais te faire passer un test rapide. Ce que tu as à me dire, l'as-tu fait passer par les trois passoires ?”

“Les trois passoires ? Que veux-tu dire ?”

“Avant de raconter toutes sortes de choses sur les autres, reprit Socrate, il est bon de prendre le temps de filtrer ce que l'on aimerait dire. C'est ce que j'appelle le test des trois passoires. La première passoire est celle de la VÉRITÉ. As-tu vérifié si ce que tu veux me raconter est VRAI ?”

“Non, pas vraiment, je n'ai pas vu la chose moi-même, je l'ai seulement entendu dire.”

“Très bien ! Tu ne sais donc pas si c'est la vérité. Voyons maintenant, essayons de filtrer autrement, en utilisant une deuxième passoire, celle de la BONTÉ. Ce que tu veux m'apprendre sur mon ami, est-ce quelque chose de BIEN ?”

“Ah, non ! Au contraire !”

“Donc”, continue Socrate, “tu veux me raconter de mauvaises choses sur lui et tu n'es pas sûr qu'elles soient vraies. Ce n'est pas très prometteur ! Mais tu peux encore passer le test, car il reste une passoire : celle de l'UTILITÉ. Est-il UTILE que tu m'apprennes ce que mon ami aurait fait ?”

“Utile ? Non, pas vraiment, je ne crois pas que ce soit utile.”

“Alors”, conclut Socrate, “si ce que tu as à me raconter n'est ni VRAI, ni BIEN, ni UTILE, pourquoi vouloir me le dire ?”

²¹ Sensity AI, *The State of Deepfakes 2023 / 2024*.

Enfin, la donnée est devenue une ressource centrale de la production journalistique. Accès aux bases de données publiques, capacité de traitement statistique et croisement de sources massives : autant de compétences désormais indispensables pour enquêter, contextualiser et rendre intelligibles des phénomènes complexes. Or l'accès à la donnée et aux capacités de traitement est inégal. Les grandes plateformes et certains grands groupes disposent d'infrastructures techniques, d'outils d'analyse et de capacités de calcul hors de portée de nombreux médias indépendants, locaux ou associatifs.

Ce différentiel de capacités technologiques et analytiques crée une nouvelle fracture non plus seulement entre producteurs et diffuseurs de contenus, mais entre acteurs capables d'exploiter la donnée et ceux qui n'en ont pas les moyens. **Le renforcement des capacités de collecte, de traitement et de compréhension des données apparaît ainsi comme un enjeu démocratique à part entière, complémentaire du pluralisme éditorial et de l'éducation aux médias.**

Face à ces risques, les rédactions doivent renforcer leurs capacités techniques : outils de détection et de vérification, formation continue des journalistes, dispositifs de traçabilité des sources, adaptation des protocoles éditoriaux. Mais la capacité d'investissement est profondément inégale. Les grands groupes peuvent internaliser ou externaliser ces compétences ; les médias indépendants, locaux ou associatifs disposent de marges beaucoup plus réduites.

Un métier sous pression : la dégradation des conditions de production de l'information

Ainsi, au-delà des modèles économiques, c'est le métier même de journaliste qui se trouve sous tension. La transition numérique a profondément modifié les modalités de production : polyvalence accrue, attentes plurimédias, intégration des compétences éditoriales, diversification des techniques de diffusion, vitesse de production. **Cette hybridation, intervenant dans un contexte de ressources contraintes, contribue à la précarisation du métier :** recours accru aux pigistes et aux contrats courts, faibles niveaux de rémunération, concentration des équipes rédactionnelles.

À ces fragilités s'ajoutent des pressions juridiques et sociales croissantes. Les procédures-bâillons (*Strategic Lawsuits Against Public Participation* – SLAPP) constituent à cet égard un risque majeur. Il s'agit d'actions judiciaires engagées non pour obtenir

réparation d'un préjudice réel, mais pour dissuader, retarder ou entraver des enquêtes d'intérêt public. En multipliant les recours, en allongeant les procédures ou en mobilisant des moyens juridiques disproportionnés, ces actions visent à épuiser financièrement et psychologiquement les journalistes, les médias ou leurs sources, et à installer un climat d'intimidation durable, propice à l'autocensure.

Les journalistes, notamment les femmes, les journalistes engagés sur des sujets sensibles ou issus des minorités, sont aussi de plus en plus victimes de cyberharcèlement²². Insultes, campagnes de dénigrement, menaces et intimidations en ligne produisent des effets directs sur les trajectoires professionnelles, les choix éditoriaux et la liberté d'expression.

Enfin, les menaces physiques demeurent une réalité : agressions lors de manifestations, intimidations ciblées, pressions locales ou risques accrus dans certaines zones sensibles. Ces atteintes rappellent que l'exercice du journalisme peut exposer à des dangers concrets et que la protection des journalistes constitue un enjeu démocratique à part entière.

La crise des modèles économiques, la dépendance accrue aux plateformes, la concentration du pouvoir de visibilité, la dégradation des conditions de travail journalistique et l'irruption de technologies génératives encore insuffisamment régulées ne constituent pas des phénomènes isolés. Ils interagissent, se renforcent mutuellement et fragilisent les conditions matérielles, professionnelles et symboliques de production d'une information d'intérêt général.

Comme les analyses précédentes de ce carnet l'ont montré, il en résulte **un décalage croissant entre l'importance démocratique de l'information et la vulnérabilité de ses conditions de production**. L'écosystème médiatique apparaît ainsi trop vulnérable pour reposer uniquement sur ses piliers historiques — publicité, abonnements, aides publiques classiques et capitaux privés concentrés — dans un environnement informationnel global marqué par de fortes asymétries de pouvoir.

C'est là que s'ouvre la réflexion sur des **leviers complémentaires**, afin de préserver le pluralisme et l'indépendance des médias, l'accès à une information fiable et de qualité et l'exercice du journalisme d'intérêt général.

²² "Plus exposés, toujours réprimés" : RSF appelle à soutenir les journalistes travaillant sur les droits des femmes et les violences de genre dans le rapport *Le journalisme à l'ère #MeToo* | RSF.

CHAPITRE 3

LA PHILANTHROPIE, UNE VOIE COMPLÉMENTAIRE POSSIBLE

La philanthropie intervient souvent dans les interstices, là où les mécanismes dominants ne suffisent plus à garantir la préservation de biens communs essentiels. Ce n'est ni un substitut à l'État, garant des libertés et du service public, ni au marché. Dans le domaine de l'information, elle peut jouer un rôle complémentaire, ciblé et structurant, pour soutenir des fonctions démocratiques aujourd'hui fragilisées.

Les atouts spécifiques de la philanthropie

Plusieurs caractéristiques structurelles et intrinsèques expliquent l'engagement de la philanthropie dans l'écosystème informationnel. Par définition en effet, la philanthropie ne peut soutenir que des initiatives d'intérêt général : information locale, éducation aux médias, journalisme scientifique ou environnemental, lutte contre la désinformation, etc.

Elle a cette capacité à agir et à s'adapter à des contextes et des besoins différents, à expérimenter de nouveaux modèles, à prendre des risques. Dans le domaine de l'information, cela peut se traduire par le soutien à la création de nouveaux médias, de nouveaux formats, d'initier de nouvelles coopérations difficiles à rentabiliser immédiatement : enquêtes longues, datajournalisme, innovations éditoriales, expérimentations locales ou projets transversaux associant médias, chercheurs et acteurs éducatifs. Elle joue ainsi un rôle d'innovation systémique, régulièrement souligné dans les travaux européens sur le journalisme d'intérêt public.

L'engagement philanthropique peut aussi s'inscrire dans la durée, offrant visibilité et sécurité à des structures soumises à une forte volatilité économique. Cette temporalité est particulièrement adaptée aux fonctions journalistiques dont l'impact est diffus, progressif et difficilement mesurable à court terme.

Cet engagement peut prendre la forme de soutiens de 3 ans, renouvelables, la notion du temps long dans l'action philanthropique pouvant varier selon qu'il s'agit de fondations familiales ou d'entreprises²³.

Enfin, un soutien philanthropique peut catalyser d'autres ressources : cofinancements publics, fonds européens, partenariats académiques ou contributions citoyennes. Ils contribuent moins à soutenir des projets isolés qu'à structurer des écosystèmes durables.

“La philanthropie peut contribuer à la protection de l'espace démocratique en encourageant toutes les initiatives qui visent à protéger l'intégrité de l'espace informationnel, ou en se portant au secours de médias locaux fragilisés. Elle peut aussi contribuer à renforcer la fiabilité de l'information, notamment numérique, par la création de nouvelles plateformes de médias sociaux. Il nous faut défendre l'idée que l'information n'a pas vocation à être exclusivement un bien commercial mais un bien commun, un bien public, qui est aussi indispensable que l'air que l'on respire. Nous n'acceptons pas - et nous avons raison, que cet air soit pollué. Pourquoi accepter que l'information le soit ?”²⁴

David Colon, professeur agrégé d'histoire et chercheur à Sciences Po Paris, spécialiste des médias et de la manipulation de l'information.

Deux grandes modalités d'engagement philanthropique se dégagent dans le champ de l'information et du pluralisme des médias. La première vise à agir sur l'écosystème informationnel : formation, infrastructures, innovation technologique, coopération entre acteurs, éducation aux médias. Cette approche très large permet d'agir sur tous les facteurs qui conditionnent l'accès à l'information, au-delà du fonctionnement des médias eux-mêmes. La seconde consiste à soutenir directement des médias ou des projets éditoriaux identifiés. Cette modalité implique des règles explicites de gouvernance, de transparence et d'autonomie éditoriale.

Les domaines d'actions prioritaires

L'intervention philanthropique apparaît particulièrement pertinente dans plusieurs domaines où les fragilités économiques rencontrent des enjeux démocratiques élevés :

²³ “Les temps de l'action philanthropique”, *Les études Philanthropie et Société*, n°4, Observatoire Philanthropie & Société, Fondation de France, 2026.

²⁴ Interview dans la *Lettre de la Philanthropie*, Fondation de France, mars 2025.

• Soutenir le pluralisme et l'indépendance des médias

La philanthropie peut jouer un rôle structurant en soutenant des modèles de presse de proximité, des médias coopératifs, associatifs ou à but non lucratif, ainsi que des formats éditoriaux exigeants, comme des documentaires d'enquête, des magazines d'investigation, des projets de datajournalisme ou des nouvelles écritures numériques. Son intervention peut viser à consolider des médias existants, fragilisés par les mutations économiques, ou à accompagner l'émergence de nouveaux acteurs répondant à des besoins insuffisamment couverts.

La Fondation BNP Paribas, qui a pour objet de soutenir des projets dans les domaines de la solidarité, de l'environnement et de la culture, s'engage par exemple depuis plusieurs années auprès de médias de proximité. Elle soutient notamment Arty Farty, qui grâce à son incubateur Médias émergents et indépendants, accompagne chaque année une vingtaine d'entrepreneurs des médias, engagés en faveur de sujets d'intérêt général. Pour assurer le pluralisme des médias, la Fondation BNP Paribas soutient également La Chance pour les médias, qui agit pour plus de diversité chez les journalistes.

La Fondation Un Monde par Tous, qui favorise les initiatives porteuses d'alternatives au système global dominant, soutient quelques médias d'investigation, tels que Disclose et Index Investigation par exemple. Pour leur permettre de trouver un modèle économique et de s'installer dans le paysage médiatique, comme ce fut le cas pour Bastamag, le média en ligne indépendant sur l'actualité écologique et sociale, puis le site dédié à l'écologie Reporterre, la fondation soutient ces publications dans la durée.

“Les médias indépendants ont un rôle de vigie et de contre-pouvoir indispensable à la démocratie. Pour qu'ils puissent trouver leur lectorat et assurer leur viabilité économique, il faut s'engager à les soutenir sur plusieurs années.”

Patrick Lescure, président de la Fondation Un Monde par Tous.

Très mobilisée sur la question du pluralisme des médias, la fondation soutient également des revues indépendantes ancrées dans leur territoire, comme *L'Empaillé* et *Le Chiffon*, avec l'objectif de “donner de la visibilité à des groupes qui font vivre la citoyenneté et les luttes locales”.

Au-delà du soutien aux structures, la **philanthropie contribue aussi à la défense de l'indépendance et de la liberté de la presse**. Elle peut appuyer des organisations engagées dans la protection des journalistes et la promotion de standards internationaux, telles que Reporters sans frontières, dont les actions couvrent la création de centres pour la liberté de la presse, le soutien à la sécurité physique et numérique des journalistes, ou encore l'accompagnement juridique face aux procédures-bâillons (SLAPP) destinées à entraver le travail d'enquête.

Aux États-Unis, le programme *Press Forward*²⁵ illustre une approche plus systémique : il s'appuie sur des coalitions de fondations pour investir de façon coordonnée et pluriannuelle en faveur de l'information locale. L'objectif n'est pas seulement de financer des médias, mais de revitaliser un écosystème démocratique en renforçant les capacités structurelles, la formation, l'innovation et la durabilité des acteurs de terrain.

• **Encourager le journalisme d'investigation**

Coûteux, exposé aux procédures judiciaires abusives (SLAPP) et difficilement soutenable par les seuls modèles marchands, **le journalisme d'investigation nécessite des financements indépendants et pluriannuels**. La Commission européenne elle-même reconnaît cette vulnérabilité dans ses travaux sur la liberté des médias. Dans ce contexte, les appuis philanthropiques indépendants et pluriannuels jouent un rôle important. En France, la Fondation Varenne soutient depuis plusieurs décennies la production de reportages et d'enquêtes à travers ses prix nationaux. À l'échelle européenne, des dispositifs comme IJ4EU (Investigative Journalism for Europe) ou Journalismfund Europe accompagnent des enquêtes transfrontalières sur des sujets d'intérêt général, là où les rédactions isolées ne pourraient agir seules.

En France, plusieurs fondations, comme la Fondation Sept Ans et la Fondation Crédit Mutuel Alliance Fédérale, soutiennent également un **journalisme de solutions**. Portée par Reporters d'Espoirs, cette démarche journalistique va au-delà de la simple couverture des problèmes économiques, sociaux, écologiques pour valoriser les réponses concrètes qui existent. En analysant à la fois les défis et les pistes crédibles pour les dépasser, l'approche vise à donner l'envie d'agir mais aussi à restaurer la confiance entre médias et citoyens. L'association a notamment lancé le programme Lab Reporters d'Espoirs Biodiversité avec l'objectif de former les journalistes aux questions environnementales et climatiques.

Se développent aussi des **approches thématiques ciblées**, notamment autour de l'environnement. De nombreuses

²⁵ <https://www.pressforward.news/>

fondations internationales soutiennent désormais le **journalisme environnemental** via des fonds dédiés, des bourses pour journalistes, des subventions à l'enquête ou le financement de médias spécialisés. Ces dispositifs traduisent la reconnaissance de l'environnement comme **enjeu d'intérêt général nécessitant une information experte et indépendante**. En France, cette dynamique est encouragée par des fondations et des appels à projets consacrés à la transition écologique et aux enjeux climatiques. L'association Expertises Climat par exemple est soutenue par plusieurs fondations, telles que la Fondation de France, la Fondation Aulac, la Fondation Daniel et Nina Carasso, la Fondation Lemarchand et la Fondation Nature & Découvertes. L'association vise à renforcer l'expertise scientifique sur les questions environnementales et climatiques dans le débat public et médiatique. Elle met notamment à disposition des médias généralistes nationaux et régionaux des ressources scientifiques et pédagogiques (webinaires, conférences...) et organise des mises en contact avec des chercheurs.

• Développer le journalisme local et territorial

Dans de nombreux territoires, la disparition progressive de titres locaux et l'affaiblissement des rédactions ont conduit à une véritable *“désindustrialisation médiatique”*, documentée notamment par l'OCDE et le Conseil de l'Europe. **La philanthropie peut ici agir comme un levier de reconstruction**, en soutenant des modèles de presse de proximité, des médias coopératifs ou des initiatives locales à but non lucratif.

Par exemple, la Fondation RTE pour les ruralités, qui a pour objet de favoriser la cohésion et la vitalité des territoires ruraux, a fait le choix de soutenir des radios associatives locales.

“La France fourmille d'initiatives médiatiques intéressantes qui jouent un rôle majeur pour la cohésion des territoires. En particulier, les radios associatives locales que nous soutenons sont animées par des collectifs locaux, valorisent les informations de proximité et sont un ferment de la vitalité démocratique des territoires. Leur soutien est d'autant plus important que leur statut associatif ne leur permet pas de faire appel à la publicité.”

Cécile Daclin, déléguée générale de la Fondation RTE pour les ruralités.

La fondation valorise aussi chaque année, via son soutien au Prix médias et ruralités créé par le Parlement rural français et l'Association Nationale Nouvelles Ruralités, *“les journalistes qui savent rendre compte des réalités locales, avec finesse, en dépassant les clichés et en redonnant toute leur place aux territoires ruraux dans leur diversité.”*

• Développer l'éducation aux médias et à l'information

L'éducation aux médias est essentielle à la lutte contre la désinformation et au développement de l'esprit critique, notamment chez les jeunes. Ainsi que le souligne le sociologue Gérard Bronner, l'esprit critique n'a jamais été enseigné à l'école en tant que tel. Exercer son esprit critique, dit-il, c'est apprendre d'abord à se méfier de ses intuitions.

Dans le paysage éducatif français, l'éducation aux médias et à l'information est portée par un opérateur public créé en 1983, le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI), chargé de former les enseignants, de produire des ressources pédagogiques et de structurer un réseau académique sur l'ensemble du territoire afin de développer chez les élèves des compétences d'analyse, de vérification et de compréhension des mécanismes informationnels.

“L'éducation aux médias est un enjeu transversal : à l'école, dans les familles et dans la société, elle vise à outiller toutes les générations pour comprendre, analyser, produire et vérifier l'information dans un monde numérique saturé.”

Serge Barbet, Directeur du CLEMI.

De nombreuses fondations interviennent, en soutien à des programmes pédagogiques, en initiant des partenariats entre médias et acteurs éducatifs ou des dispositifs d'accompagnement des publics : formation de jeunes publics, ateliers d'éducation critique aux médias, sensibilisation aux risques numériques.

La Fondation TF1 par exemple met en œuvre de nombreuses actions d'éducation aux médias et à l'information, notamment depuis 2021 dans le cadre des “Rencontres de l'info” organisées en partenariat avec le CLEMI partout en France ou encore pendant la Semaine de la presse et des médias dans l'École. Ces rencontres entre élèves, étudiants et des journalistes de TF1 ont pour objet

“d'expliquer [aux jeunes] qu'il est important de s'informer et de bien s'informer, quel que soit le média utilisé. Mais comment bien s'informer dans la multitude d'informations auxquelles ces jeunes sont confrontés aujourd'hui ? Il s'agit de répondre à leurs questions et de leur transmettre la culture de l'esprit critique.”

Christelle Chiroux, directrice déléguée de la Fondation TF1.

La fondation élargit ses actions d'éducation aux médias à l'ensemble des métiers (publicité, fiction...) et essaie de toucher également les adultes “parce que l'éducation aux médias doit toucher le plus grand nombre, aussi bien les parents que les grands-parents”. Dans cette optique, depuis 2024, la fondation met également en place des ateliers d'éducation aux médias en prison.

La Fondation BNP Paribas soutient également de nombreux projets d'éducation aux médias, comme ceux de l'association Lumières sur l'info qui intervient notamment dans les collèges et les lycées pour inciter les jeunes à la vigilance et aiguïser leur sens critique.

“Former de futurs citoyens éclairés, éduquer aux médias, prévenir des risques d'une trop grande exposition aux écrans et de l'addiction au portable, nous avons désormais ces thèmes inscrits dans notre feuille de route, après les avoir adressés dans le cadre de notre Lab d'Exploration de la fondation, dont le but est justement de se focaliser sur les signaux faibles et les défis de demain.”

Isabelle Giordano, déléguée générale de la Fondation BNP Paribas.

Autre exemple : le projet Entre les lignes, lancé en 2010 par une journaliste de l'Agence France-Presse et un ancien journaliste de l'agence Reuters, s'appuie sur plus de 270 journalistes bénévoles pour animer des ateliers d'éducation aux médias et à l'information auprès de collégiens et lycéens sur l'ensemble du territoire français. L'objectif : susciter l'esprit critique des jeunes pour en faire des citoyens éclairés en mesure de trier les informations reçues quotidiennement. Cette initiative est soutenue par plusieurs fondations, comme la Fondation de France, la Fondation Tasmane, la Fondation Valérie Messika et la Fondation Afnic.

“Les jeunes se méfient de l'information et des médias traditionnels. Grâce à l'intervention des journalistes dans les classes, ils sont amenés à déconstruire une fausse information, à s'interroger sur les flux d'information qu'ils reçoivent en continu et sur l'intelligence artificielle, qui modifie le rapport aux images et aux contenus. C'est très positif.”

Isabel Toutaud, déléguée générale de la Fondation Afnic.

• Accompagner la transition numérique des médias

Autre domaine où l'intervention philanthropique peut produire un effet de levier significatif, la nécessaire transition numérique des médias. L'évolution des modes de production et de diffusion de l'information — data, outils de vérification, intelligence artificielle, nouveaux formats — implique des investissements lourds dans un contexte de revenus numériques encore incertains. Certains programmes philanthropiques, à l'image des dispositifs d'innovation soutenus par la Google News Initiative, accompagnent les rédactions dans cette transformation, en finançant des projets expérimentaux ou des outils mutualisés, sans exiger de rentabilité immédiate. Plusieurs fondations d'Autriche, d'Allemagne et de Suisse se sont réunies autour de l'initiative Media Forward Fund pour renforcer la diversité des médias. Celle-ci soutient des projets innovants de journalisme d'intérêt général.

• Développer les connaissances et la mémoire

La dimension patrimoniale de l'information : archives, mémoire des rédactions, transmission des savoir-faire journalistiques constituent un patrimoine collectif largement sous-financé, pourtant essentiel à la recherche, à l'éducation et à la compréhension du temps long. Si des institutions publiques comme la BnF ou l'INA assurent une partie de cette mission, la philanthropie peut jouer un rôle complémentaire, en soutenant la valorisation, la numérisation ou la transmission de ce patrimoine immatériel, au service des générations futures.

Une dynamique internationale

À l'international, le rôle de la philanthropie est plus ancien et plus structuré. Aux États-Unis, les fondations jouent un rôle central dans l'investigation et le journalisme local, avec des exemples emblématiques comme ProPublica, The Texas Tribune ou encore au Royaume-Uni, le Scott Trust Limited, notamment propriétaire du quotidien *The Guardian*. **À l'échelle européenne, plusieurs expériences emblématiques montrent que la philanthropie peut aller jusqu'à devenir propriétaire des médias, non pour en orienter la ligne, mais pour en garantir l'autonomie.**

Le modèle de la Fondation Aventinus, créée à Genève en 2019 avec le soutien de plusieurs fondations suisses (Leenaards, Jan Michalski, Hans Wilsdorf), illustre une forme originale d'organisation du capital au service de l'indépendance médiatique. Gouvernée par un conseil autonome, la Fondation Aventinus a pour mission de soutenir durablement la diversité des médias et projets journalistiques de qualité, en particulier en Suisse romande. En 2020, lorsque le groupe Ringier Axel Springer Suisse SA se désengage du quotidien *Le Temps*, ses parts sont cédées à la Fondation Aventinus afin de garantir l'indépendance et l'avenir à long terme du titre.

Le modèle repose sur une architecture de gouvernance à plusieurs niveaux : les fondations donatrices, la Fondation Aventinus et son conseil, le conseil d'administration du journal, puis la rédaction. Les fondations contributrices ne siègent ni au conseil d'Aventinus ni au conseil du journal, afin de prévenir toute interférence directe avec la ligne éditoriale.

“Le Temps n'est pas qu'un journal de qualité. C'est aussi une voix francophone en Suisse. Un regard sur le pays et sur le monde. La Suisse, dans sa diversité, a besoin de ce regard. C'est pourquoi Aventinus s'engage, à long terme, dans le plein respect de l'indépendance de la rédaction et de la gouvernance du titre.”

Henry Peter, président de la Fondation Aventinus.

Au-delà du cas du *Temps*, la fondation est emblématique d'un mouvement plus large de *pooling* philanthropique : plusieurs fondations choisissent de mutualiser leurs ressources au sein d'une structure tierce indépendante, chargée d'assurer le suivi professionnel des médias soutenus, de définir des critères d'éligibilité et de garantir une gouvernance stabilisée. Cette logique permet de professionnaliser l'allocation des fonds, de mutualiser l'expertise et de réduire le risque d'influence directe des donateurs.

D'autres initiatives encore fragmentées se développent, avec des dispositifs hybrides et des expériences de mutualisation comme Journalismfund Europe, Luminare ou encore Civitates.

C'est face à la montée en puissance de dirigeants autocratiques élus sur des programmes populistes que Civitates a été lancée en 2018. Cette initiative philanthropique collective a été créée par plusieurs fondations (la Fondation de France, la Stefan Batory Foundation en Pologne, la Fondation du Roi Baudouin en Belgique...) et est portée par le réseau des fondations européennes (NEF), une association internationale à but non lucratif qui favorise une collaboration plus efficace et plus stratégique entre les fondations. Depuis 2018, Civitates a soutenu plus de 70 organisations dans 18 pays européens, avec 4 priorités :

- Renforcer la viabilité des médias indépendants d'intérêt public dans certains pays afin de leur permettre de consolider leur stabilité financière et opérationnelle et de garantir leur indépendance éditoriale.
- Renforcer la sécurité et la résilience des journalistes et des médias soumis à des pressions en raison de leurs reportages.
- Favoriser les liens entre les médias indépendants à travers l'Europe, en créant un espace d'apprentissage entre pairs, de collaboration et de renforcement des capacités.
- Renforcer l'écosystème des donateurs publics et privés qui s'engagent activement et de manière significative à soutenir les médias indépendants d'intérêt public à travers l'Europe.

“Civitates rassemble des fondations différentes mais qui sont toutes animées par un objectif commun : défendre la démocratie en Europe, dont les médias indépendants sont un pilier essentiel. L'engagement de Civitates porte sur les médias indépendants qui innovent dans des contextes difficiles, qui sont résilients et qui défendent un journalisme d'intérêt public, indépendant et factuel.”

Elisa Peter, directrice de Civitates.

L'émergence de nouveaux modèles non lucratifs

Ces réflexions trouvent une traduction concrète dans l'émergence, encore marginale, mais significative, de modèles économiques à but non lucratifs ou à lucrativité limitée qui s'inscrivent dans une logique d'**économie de mission** : il s'agit de sécuriser, dans la durée, les conditions de production d'une information indépendante et fiable.

Les structures associatives, coopératives ou les fondations actionnaires constituent des dispositifs particulièrement instructifs. Si elles ne relèvent pas d'un statut juridique unique ni d'un modèle homogène, elles partagent des mécanismes communs : une gouvernance collégiale ou verrouillée contre les prises de contrôle opportunistes, une limitation de la recherche de rentabilité à court terme et l'inscription explicite du projet éditorial dans une responsabilité collective.

Quelques exemples existent aujourd'hui en France :

- **Le Groupe Ouest-France** est un cas unique dans le paysage médiatique français. Il est détenu par une association loi 1901, l'ASPDH (Association pour le soutien des principes de la démocratie humaniste). Cette structure a été mise en place dans les années 1990 pour le prémunir de prises de contrôle hostiles. Elle réunit une soixantaine de membres issus de la société civile – journalistes, universitaires, dirigeants, figures du monde culturel ou économique – cooptés pour leur adhésion à un socle de valeurs communes. Cette instance n'intervient pas dans les choix éditoriaux, mais exerce un rôle de garantie et d'inspiration, en alignement avec une raison d'être explicitement formulée : *“éclairer, informer, relier les citoyens pour faire progresser le bien commun dans le respect de la dignité de chacun”*. Cette gouvernance permet de concilier viabilité économique, investissements de long terme et protection du projet éditorial dans un environnement fortement concurrentiel.

“Nous n'avons pas de capital financier à rémunérer, mais un capital éthique à préserver. Notre responsabilité n'est pas de dire aux rédactions quoi écrire, mais de garantir le cadre dans lequel elles peuvent exercer leur métier en toute indépendance.”

David Guiraud, président du conseil de surveillance du Groupe Ouest-France.

- **La Fondation Alexandre Varenne**, reconnue d'utilité publique depuis 1988, incarne une forme de philanthropie patrimoniale : elle agit comme un actionnaire de long terme, garant d'un cadre, tout en maintenant une séparation stricte entre gouvernance

financière et indépendance des rédactions de presse régionale du groupe La Montagne. Elle organise depuis 1989 les Prix Varenne des journalistes, attribue des bourses à des étudiants aux métiers des médias, apporte un soutien matériel à des écoles de journalisme et anime des partenariats de formation avec l'Éducation nationale et des acteurs culturels pour renforcer l'esprit critique des jeunes face à l'information.

- Des initiatives telles que **le Fonds pour une presse libre et le Fonds pour l'indépendance de la presse**, créés à l'initiative d'acteurs du secteur illustrent aussi cette logique de protection structurelle. Le premier, lancé en 2019 à l'initiative notamment de Mediapart, soutient des projets d'investigation, des médias indépendants et des actions de défense des journalistes. Le second sécurise une part du capital du groupe Le Monde au sein d'une structure à but non lucratif afin de limiter les risques de prise de contrôle. Ce fonds de dotation a notamment pour mission de soutenir le journalisme d'investigation, de lutter contre la désinformation, de défendre des journalistes menacés par des procédures bâillons ou encore de mener de l'éducation aux médias. À travers ce modèle, au-delà du soutien ponctuel de projets, ces fonds cherchent à agir sur l'architecture capitaliste et institutionnelle des médias, afin de consolider leur autonomie sur le long terme.

- Se développent aussi des modèles coopératifs qui permettent d'associer citoyens, médias et acteurs de l'économie sociale et solidaire. Lancée en octobre 2024, **Coop-médias** est une société coopérative d'intérêt collectif (SCIC) dédiée au soutien des médias indépendants et rassemble aujourd'hui environ 70 médias indépendants, une cinquantaine d'organisations de l'économie sociale et solidaire et près de 4 000 sociétaires citoyens. Son action s'organise autour de quatre axes : financement par l'épargne citoyenne, amélioration de la diffusion et de la visibilité des médias indépendants, mutualisation de moyens et de compétences, et plaidoyer en faveur de l'indépendance de l'information. Le modèle coopératif permet d'associer des parties prenantes aux intérêts différents dans une gouvernance partagée, selon le principe "une personne, une voix".

"Nous ne sommes pas une coopérative de médias, mais une coopérative citoyenne. L'enjeu est de permettre aux citoyens de redevenir acteurs du paysage médiatique et de soutenir, collectivement, l'information qu'ils jugent utile à la démocratie."

Robin Saxod, directeur du développement de Coop-médias.

Ces différents modèles supposent une ingénierie juridique exigeante, des règles de gouvernance explicites et une transparence renforcée. Leur crédibilité repose sur un principe central : la séparation claire entre le pouvoir économique et l'indépendance éditoriale.

La philanthropie agit ici comme un garant de continuité, parfois comme un tiers de confiance lorsque les modèles économiques traditionnels montrent leurs limites.

Risques et limites : un débat nécessaire

L'engagement philanthropique dans le champ de l'information soulève des interrogations légitimes, qui doivent être reconnues pour en garantir la crédibilité. En France, cette réflexion s'inscrit dans une tradition particulière. L'attachement à la loi de 1881, le rôle historique de l'État dans l'audiovisuel public et une méfiance à l'égard des influences économiques sur la presse expliquent la prudence vis-à-vis du financement de l'information.

Cette prudence invite à **penser une philanthropie des médias également comme un soutien aux conditions même d'exercice du journalisme.**

Le premier risque tient à l'influence réelle ou perçue sur les orientations éditoriales. Les travaux internationaux sur le *media capture* désignent ainsi les situations où des acteurs économiques ou politiques exercent une influence structurelle sur les médias, non par censure directe, mais par des mécanismes plus diffus : dépendance financière, concentration du capital, pression publicitaire ou contrôle des canaux de distribution. Dans un contexte de défiance généralisée, le financement philanthropique peut à son tour susciter des soupçons s'il n'est pas strictement encadré. Reconnaître ce risque ne contredit pas l'idée d'une philanthropie au service de l'intérêt général ; cela rappelle simplement que sa légitimité repose sur des garanties explicites de transparence, de gouvernance et d'indépendance éditoriale.

Un second enjeu concerne la structure même des financements philanthropiques. Si la philanthropie constitue un levier utile de diversification des ressources, elle ne peut, à elle seule, assurer l'équilibre durable d'un média. Son efficacité dépend de son articulation avec d'autres sources de financement, publiques, marchandes ou issues des publics eux-mêmes, afin d'éviter toute dépendance excessive et de préserver l'autonomie stratégique des rédactions.

Autre point de vigilance concernant les soutiens issus d'entreprises : la confusion persistante entre mécénat, sponsoring et communication d'image, est susceptible de brouiller la frontière entre soutien à l'intérêt général et stratégie de visibilité. Cette ambiguïté nourrit la défiance et appelle à une clarification rigoureuse des cadres d'intervention, des contreparties éventuelles et des principes de non-ingérence.

Un principe essentiel : la reconnaissance d'une double légitimité

L'engagement philanthropique dans le champ des médias repose sur une exigence de double légitimité. Il ne suffit pas que l'acte de don soit animé d'une intention d'intérêt général ; encore faut-il que les conditions dans lesquelles il s'exerce soient claires, explicites et protectrices de l'autonomie éditoriale. Du côté des philanthropes, cette légitimité se construit par la transparence de l'intention, l'absence d'agenda caché, l'acceptation de règles de gouvernance claires et la renonciation explicite à toute influence sur les contenus. Autrement dit, le don ne vaut pas un droit de regard, simplement un engagement à soutenir des fonctions d'intérêt général.

Mais la légitimité est également du côté des médias bénéficiaires. Recourir à des soutiens philanthropiques suppose des règles internes précises, une gouvernance protectrice et une capacité à rendre compte, non des contenus produits, mais des conditions dans lesquelles ils sont élaborés.

Vers des cadres de régulation volontaire

Face aux interrogations légitimes que peut susciter l'engagement philanthropique dans le champ des médias, plusieurs initiatives européennes ont engagé un travail de clarification des principes et des conditions d'un soutien compatible avec l'intérêt général. Parmi elles, les travaux conduits par l'Initiative Média & Philanthropie (IMP) du Centre en philanthropie de l'Université de Genève proposent une approche fondée non sur l'évaluation des contenus, mais sur l'observation des modalités de production. Ces modalités traduites sous forme de chartes, reposent sur quatre principes : le respect de la pluralité, l'ancrage de la production des contenus et des savoir-faire, la capacité à organiser un dialogue constructif dans la société et la transparence, dans le domaine éditorial comme dans le management.

Du côté des philanthropes, l'IMP travaille sur la clarification de l'intention, de la gouvernance et des leviers d'action. Ces chartes d'engagement n'ont pas vocation à être contraignantes ni à instituer un label. Elles constituent des référentiels volontaires et conventionnés entre les organisations philanthropiques et médiatiques.

L'ensemble de ces exemples confirme que la philanthropie peut jouer un rôle pour garantir l'indépendance, le pluralisme et la liberté des médias, à travers une grande diversité d'actions dans des domaines variés : investigation indépendante, journalisme local, éducation aux médias, lutte contre la désinformation, formation de journalistes, soutien de nouveaux modèles économiques de médias...

GOUVERNANCE DES MÉDIAS : UN LEVIER CLÉ DE CRÉDIBILITÉ ET DE CONFIANCE

La question du financement ne peut être dissociée de celle de la gouvernance des médias. La capacité à garantir l'indépendance éditoriale dans la durée ne dépend pas uniquement de l'origine des fonds mais aussi, et surtout, de l'architecture de gouvernance qui encadre leur usage : la séparation des pouvoirs, la transparence des décisions et la protection des rédactions.

Les expériences françaises et internationales montrent que certaines formes de gouvernance (sociétés à mission, structures à but non lucratif, coopératives, fondations actionnaires, chartes d'indépendance assorties de contre-pouvoirs effectifs) offrent des garanties renforcées face aux risques d'ingérence économique ou politique.

Le soutien philanthropique peut utilement contribuer à l'émergence et à la consolidation de ces modèles de gouvernance, en accompagnant les médias dans la structuration de leurs instances, la formalisation de règles internes claires et l'association de personnalités indépendantes.

CONCLUSION

Préserver les conditions de la confiance démocratique

Dans un contexte marqué par la polarisation, la défiance et la concentration des pouvoirs informationnels, l'inaction n'est pas une option neutre. Elle conduit à un affaiblissement progressif des capacités collectives à débattre, à comprendre et à agir.

À l'ère des algorithmes et de l'intelligence artificielle générative, l'enjeu démocratique n'est plus seulement l'accès à l'information, mais la capacité collective à identifier et reconnaître les acteurs de confiance qui en garantissent la production. Lorsque les images, les textes ou les récits peuvent être artificiellement générés avec un haut degré de réalisme, c'est le média éditeur qui doit l'assumer et en répondre publiquement.

Positivement, cette évolution ne signe pas la disparition du journalisme, elle revalorise au contraire le rôle des rédactions comme lieux de responsabilité, de vérification et de mise en contexte.

Dans ce paysage recomposé, la philanthropie peut constituer un troisième pilier de l'écosystème de l'information, aux côtés de l'État et du marché. Sans s'y substituer, elle peut agir comme un levier de stabilisation, d'innovation et de protection des fonctions démocratiques essentielles du journalisme, là où les mécanismes traditionnels atteignent leurs limites. Son apport ne réside pas prioritairement dans le financement des contenus, mais dans le soutien aux conditions qui rendent possible une information digne de confiance : éducation aux médias, lutte contre la désinformation, soutien au pluralisme et à l'indépendance des médias...

À condition d'être rigoureusement encadrée, transparente et orientée vers les conditions de production plutôt que vers les contenus, l'action philanthropique peut contribuer à préserver le pluralisme, l'indépendance et la confiance — trois biens communs sans lesquels aucune démocratie ne peut durablement fonctionner.

C'est cette responsabilité collective, partagée entre pouvoirs publics, médias et acteurs philanthropiques, que ce carnet invite à penser, non comme une réponse définitive, mais comme un chantier ouvert.

POUR ALLER PLUS LOIN

Ouvrages de référence

Gilles MARCHAND et Manon PLEGAT (dirs.), *Financer les médias autrement*, Paris, Presses universitaires de France (La Vie des Idées), 2026.

Ambitionnant de dépasser l'opposition entre médias publics fragilisés et médias marchands sous contrainte, cet ouvrage collectif explore une "troisième voie" : la philanthropie comme mode de soutien aux médias d'intérêt général, dans une perspective pluridisciplinaire et comparative.

Julia CAGÉ et Benoît HUET, *L'information est un bien public : refonder la propriété des médias*, Paris, Seuil, 2021.

Analyse structurante des modèles de propriété des médias et proposition d'un fonds de pérennité visant à garantir indépendance, pluralisme et gouvernance démocratique.

Dominique CARDON, *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Paris, Seuil, 2015.

Ouvrage fondamental pour comprendre la logique des algorithmes de classement, de recommandation et de visibilité, et leur effet sur la hiérarchisation de l'information, la polarisation des publics et la transformation du débat démocratique.

Nathalie SONNAC, *Le nouveau monde des médias*, Paris, Odile Jacob, 2023.

Une mise en perspective claire des mutations économiques, technologiques et politiques de l'écosystème médiatique, utile pour penser les responsabilités nouvelles des acteurs publics et philanthropiques.

Articles académiques et recherches empiriques

Rodney BENSON, "Can foundations solve the journalism crisis?", *Journalism*, 2018, 19(8), 10591077. <https://doi.org/10.1177/1464884917724612>

Discussion critique des apports et limites démocratiques du financement philanthropique, et du risque d'un pluralisme de façade, au service des intérêts des franges de la population les mieux dotées.

Marius DRAGOMIR, "Funding Without Strings: The Case for IJ4EU's Investigative Journalism Support Model". *Journalism Practice*, 119, 2025. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2596819>

Etude de cas européenne clé sur le programme IJ4EU : complémentarité philanthropie-institutions publiques, mais aussi limites structurelles (durée, impact, représentativité).

Louisa LINCOLN, "Unpacking Property : Media, Ownership, and Power in Transformation. Examining the Journalism Philanthropy Model : A Literature Review", *International Journal of Communication*, 2025, pp. 889-907.

Revue de littérature récente, soulignant la concentration géographique (États-Unis) des travaux et le manque d'analyses comparatives européennes.

Martin SCOTT, Mel BUNCE et Kate WRIGHT, "Donor Power and the News: The Influence of Foundation Funding on International Public Service Journalism". *The International Journal of Press/Politics*, 2017, 22(2), 163184. <https://doi.org/10.1177/1940161217693394>

Texte fondateur – qui est une référence dans la littérature et s'appuie sur une étude de cas originale, analysant les effets hybrides de la philanthropie sur les pratiques journalistiques et les équilibres éditoriaux.

Les résultats présentés permettent à la fois de caractériser les changements entraînés par l'intervention philanthropique et les processus causaux qui les expliquent. Ils soulignent le caractère hybride de ces évolutions, qui sont le produit d'interactions tantôt concurrentes tantôt convergentes entre les logiques des journalistes et les logiques de la fondation.

Rapports institutionnels et études

Centre for Media Pluralism and Media Freedom, *Media Pluralism Monitor* (rapports annuels, Union européenne).

Outil central d'analyse comparative des risques pesant sur le pluralisme médiatique en Europe.

Consortium De FACTO (European Digital Media Observatory, EDMO Network), *Rapports et travaux (2022–2025)*.

Programme européen associant chercheurs, journalistes et acteurs de l'éducation aux médias pour analyser, documenter et contrer les phénomènes de désinformation.

États généraux de l'information, *Protéger le droit à l'information* (Rapport final, 2024).

Synthèse des travaux nationaux consacrés aux conditions de production, de diffusion et de régulation de l'information en France.

European Broadcasting Union / V-Dem Institute, *Media Pluralism and Polarisation in Europe* (rapports conjoints).

Travaux consacrés à la polarisation informationnelle, à la confiance dans les médias et à la fragmentation des publics.

Information Democracy Initiative (IDI), *Pluralism Under Pressure* (2025).

Rapport consacré aux menaces pesant sur le pluralisme médiatique dans les environnements numériques et à la concentration des infrastructures d'information.

Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), *Global Outlook on Financing Journalism* (2020-2023).

Analyse des nouveaux modèles économiques du journalisme et du rôle croissant des financements non marchands.

Reporters sans frontières (RSF), *Classement mondial de la liberté de la presse* (éditions annuelles).

Indicateur de référence mesurant les pressions économiques et politiques, la concentration des médias et les vulnérabilités éditoriales à l'échelle internationale.

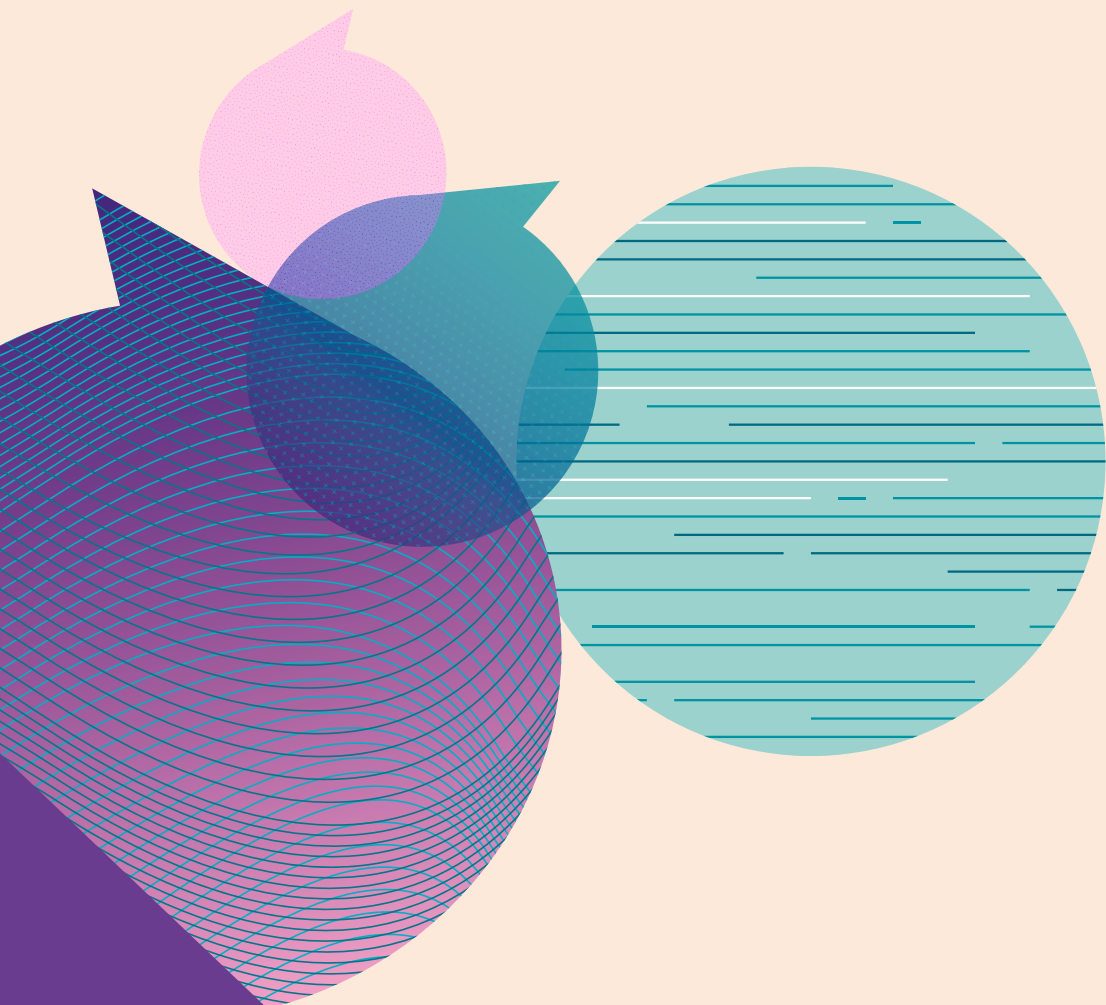
Ouvertures internationales (fondations & médias)

Reuters Institute for the Study of Journalism, *Digital News Report* (éditions annuelles).

Données de référence sur la confiance dans les médias, les usages informationnels, la fatigue informationnelle et le rapport aux plateformes.

V-Dem Institute, *Democracy Report* (éditions annuelles).

Source clé sur la dégradation de la qualité de l'information, la polarisation politique et le recul des contre-pouvoirs médiatiques dans de nombreuses démocraties.



Retrouvez l'ensemble des publications
de l'Observatoire Philanthropie & Société
sur fondationdefrance.org

