Face-Medias
Prise de parole en médias

RAPPORT · NOVEMBRE 2026

Le paysage médias vu par un dirigeant

Rapport complet : télévision, radio, presse, podcasts, régulation, avec addendum sur les médias internationaux

Données arrêtées au **24 novembre 2026**. Ce rapport distingue deux niveaux : les **faits sourcés** (chiffres, décisions, dates) et les **lectures dirigeants et grilles** (analyses de Face-Médias, signalées comme telles).

Sommaire

- 1. Ce qu'un dirigeant doit retenir
- 2. Lire les chiffres : mesures, limites, précautions
- 3. Contexte 2026-2027 : régulation, présidentielle, intelligence artificielle
- 4. Télévision d'information
- 5. Radio et audio
- 6. Presse écrite (nationale, économique, hebdomadaires, régionale, professionnelle)
- 7. Podcasts à influence business
- 8. Addendum : médias internationaux
- 9. Grille « quel média pour quel message »
- 10. Risques par plateau et réflexes de préparation
- 11. Limites des données
- 12. Sources

1. Ce qu'un dirigeant doit retenir

- **La télévision d'information est un match à trois, très sensible à l'actualité.** En octobre 2026, BFMTV et CNews sont à égalité à 3,6 % de part d'audience, devant LCI (2,8 %) et franceinfo (1,2 %). BFMTV touche plus de monde dans le mois (50,9 millions d'individus contre 44,7 millions pour CNews).
- **Le classement change vite.** CNews était à 4,0 % en octobre 2025 et à 2,5 % en août 2026 ; LCI a été première, à égalité avec BFMTV, en août 2026. Une audience de chaîne se lit sur plusieurs mois, jamais sur un mois isolé.
- **La régulation devient un paramètre.** L'Arcom a mis CNews en demeure sur le pluralisme (décision du 12 juin 2026, contestée par la chaîne) et prévoit une veille sur les quatre chaînes d'information avant la présidentielle de 2027.

- **La radio reste le média de la matinale des décideurs, mais les généralistes reculent.** 37,3 millions d'auditeurs par jour en septembre-octobre 2026. France Inter reste première (6,5 millions), franceinfo (4,84 millions) devance RTL (4,77 millions) et Europe 1 perd environ 450 000 auditeurs en un an.
- **La presse régionale pèse plus lourd que la presse nationale.** Sur 30 jours, la PQR touche 43,8 millions de lecteurs et la presse hebdomadaire régionale 26,3 millions, contre 24,1 millions pour Le Figaro et 21 millions pour Le Monde. Chez les « top cadres » et « top revenus », la PQR (8,4 millions) passe devant Le Figaro (5,8 millions) et Le Monde (5,3 millions).
- **La presse économique est petite en volume, forte en influence.** Les Échos diffusent 141 021 exemplaires par numéro (2025). Les hebdomadaires Le Point (251 924) et Challenges (230 193) restent les rendez-vous de la presse magazine économique et politique.
- **Le numérique change le jeu.** Il représente 79 % de la diffusion de la presse quotidienne nationale. Les sites d'information ont perdu environ 20 % de visites en octobre 2026 ; la presse régionale résiste mieux.
- **L'audio à la demande progresse.** 172 millions de podcasts français ont été écoutés ou téléchargés en octobre 2026, avec France Inter, RTL et France Culture en tête. Il n'existe pas de classement officiel des podcasts business français.
- **À l'international, trois repères.** Aux États-Unis, Fox News garde la tête de l'audience câble malgré une chute de 27 % en octobre ; au Royaume-Uni, GB News dispute la première place à Sky News et à la BBC ; dans la presse, le New York Times (12,21 millions d'abonnés numériques) et le Wall Street Journal (4,29 millions) dominent, le Financial Times compte 1,35 million d'abonnés.

2. Lire les chiffres : mesures, limites, précautions

Chaque média utilise sa propre mesure, ce qui rend les comparaisons directes trompeuses. Ce tableau donne les repères à garder en tête avant de citer un chiffre.

Indicateur	Ce qu'il mesure	Où on le trouve	Précaution
Part d'audience (PDA)	Part du temps d'écoute ou de vision total captée par une chaîne ou une radio	Médiamat (TV), EAR (radio), Médiamétrie	Favorise les médias regardés longtemps. BFMTV et CNews peuvent avoir la même PDA et des publics de tailles différentes.
Audience cumulée (AC) / couverture	Part de la population touchée au moins une fois sur la période	EAR, Médiamat	Mesure l'étendue du public, pas la fidélité.
Quart d'heure moyen (QHM)	Nombre moyen d'auditeurs ou de téléspectateurs à un instant donné	Audiences d'émissions et de tranches	Sous-estime l'audience totale d'une émission.
Diffusion France payée (DFP)	Exemplaires payés (papier et numérique), par numéro ou par an	ACPM (presse)	Ne dit rien sur le nombre de lecteurs par exemplaire.
OneNext / OneNext Global	Lecteurs sur 30 jours (papier, puis numérique ajouté)	ACPM	Les résultats de la vague S1 2026 ne sont pas strictement comparables aux précédents (changement de méthode signalé par l'ACPM et le CESP).

Indicateur	Ce qu'il mesure	Où on le trouve	Précaution
OneNext Influence	Lectorat des « top cadres » et « top revenus » (10,4 millions de personnes)	ACPM	La cible n'est pas limitée aux dirigeants.
EAR > Podcast	Écoutes et téléchargements de podcasts français	Médiamétrie et ACPM	Pas comparable à l'ancienne mesure eStat Podcast.

Règle de prudence. Les chiffres publiés par une chaîne ou un groupe sur sa propre performance (par exemple GB News au Royaume-Uni ou Fox News aux États-Unis) sont à citer avec la mention de l'émetteur. Les périodes, les cibles (4 ans et plus, 25-54 ans, 13 ans et plus) et les unités diffèrent d'un tableau à l'autre.

Sources : The Media Leader, CB News, ACPM, Médiamétrie.

3. Contexte 2026-2027 : régulation, présidentielle, intelligence artificielle

Le pluralisme au centre du jeu

- **15 juin 2026** : l'Arcom rend publique sa mise en demeure de CNews, décidée en assemblée plénière le 12 juin, après visionnage de 168 heures de programmes (1er mars au 1er avril 2025). Elle relève un manquement à l'obligation de pluralisme des courants de pensée et d'opinion. C'est une étape avant une éventuelle sanction financière.
- La procédure fait suite à une saisine de Reporters sans frontières en janvier 2026 et à une première mise en garde de juillet 2024.
- CNews conteste la décision, annonce un recours devant le Conseil d'État.
- L'Arcom a aussi annoncé une **veille sur le pluralisme des quatre chaînes d'information de la TNT** (BFMTV, CNews, LCI, franceinfo) à partir de la rentrée 2026.
- À neuf mois de la présidentielle, l'Arcom a décidé que les horaires de nuit ne pourront plus servir à équilibrer le temps de parole des politiques. Après les municipales de 2026, elle avait déjà adressé une mise en demeure à CNews.

Ce que cela change pour un dirigeant (analyse)

- Un plateau politisé ou polarisé est un risque de réputation pour une marque qui y intervient. La question de la **ligne éditoriale de la chaîne** doit entrer dans la décision d'accepter une invitation. Analyse Face-Médias, hors données sourcées.
- Pendant la campagne de 2027, l'actualité politique occupera les antennes info. Les sujets d'entreprise y trouveront moins de place : mieux vaut anticiper les calendriers. Analyse Face-Médias, hors données sourcées.

L'intelligence artificielle déplace la lecture

- En octobre 2026, **les sites d'information ont encore perdu environ 20 % de visites** (impact des réponses générées par IA dans les moteurs). Le Parisien recule de 28,5 %, Libération de 41,4 %.
- **La presse régionale résiste mieux** : La Dépêche -6,3 %, Sud Ouest -7,7 %, Le Progrès -8,7 %, Le Dauphiné libéré -9,4 %.

Sources : Vie-publique.fr, Reporters sans frontières, Club des juristes, Puremédias, CB News, The Media Leader (ACPM).

4. Télévision d'information

4.1 Les quatre chaînes d'information gratuites : repères d'octobre 2026

Chaîne	Part d'audience oct. 2026	Évolution sur un an	Propriétaire / ligne	Repères
BFMTV	3,6 %	+0,4 pt	Groupe RMC BFM (CMA Media)	Touche 50,9 millions d'individus dans le mois. Première chaîne info plusieurs mois de 2026. Sonia Mabrouk l'a rejointe à la rentrée.
CNews	3,6 %	-0,4 pt	Groupe Canal+	44,7 millions d'individus dans le mois. En tête de l'info jusqu'en début 2026. Mise en demeure Arcom du 12 juin 2026.
LCI	2,8 %	+0,5 pt	Groupe TF1	Plus forte progression sur un an. Première chaîne info (ex æquo avec BFMTV) en août 2026 pour la première fois de son histoire.
franceinfo	1,2 %	n.c.	Service public	Égale son meilleur mois historique. Chaîne la moins regardée du bloc mais la plus institutionnelle.

Le **bloc des chaînes info** pesait 9,1 % de la consommation de télévision en juin 2026. Pour comparaison en octobre 2026 : TF1 18,7 %, France 2 13,6 %, France 3 8,7 %, M6 8,4 %.

4.2 Évolution sur un an (part d'audience mensuelle, Médiamat)

Mois	BFMTV	CNews	LCI	franceinfo
Octobre 2025	3,2 %	4,0 %	2,3 %	1,1 %
Août 2026	2,8 %	2,5 %	2,8 %	n.c.
Septembre 2026	3,0 %	3,0 %	2,8 %	1,1 %
Octobre 2026	3,6 %	3,6 %	2,8 %	1,2 %

n.c. : chiffre non relevé. Lecture : les écarts entre chaînes sont de quelques dixièmes de point. Les pics d'actualité (manifestations, mouvements sociaux, élections, conflits) font monter tout le bloc, mais pas de façon égale.

4.3 Autres chaînes utiles à un dirigeant

Chaîne	Rôle pour un dirigeant	Données disponibles	Statut des données
BFM Business	Chaîne économique du groupe RMC BFM : résultats, marchés, entreprises, dirigeants invités	Pas de part d'audience Médiamat publiée dans les sources retenues	Non publiées de façon régulière
LCP / Public Sénat	Débats parlementaires, auditions, politique publique	Audiences non publiées de façon régulière	Non publiées
France 24	Information internationale, influence à l'étranger	Pas de mesure Médiamat comparable	Non publiée

Chaîne	Rôle pour un dirigeant	Données disponibles	Statut des données
Euronews	Information européenne multilingue	Pas de mesure Médiamat comparable	Non publiée

Lecture dirigeant (analyse Face-Médias)

BFMTV est le plateau le plus large pour une communication de crise ou d'actualité, parce qu'il touche le plus de monde dans le mois.

LCI et franceinfo offrent des formats plus posés et un public plus institutionnel. CNews touche un public fidèle, avec un cadre éditorial et réglementaire à examiner avant d'accepter une invitation.

Pour un message économique (résultats, stratégie, emploi), BFM Business est généralement plus pertinente que les chaînes généralistes d'information.

Sources : Médiamat mensuel, via The Media Leader, CB News, Puremédias (octobre 2026) ; communiqués Médiamétrie ; Orange / Puremédias.

5. Radio et audio

5.1 Les grandes stations (EAR national, septembre-octobre 2026)

Station	Auditeurs quotidiens (L-V)	Évolution sur un an	Part d'audience	Remarque
France Inter	6 504 000	-234 000	13,6 %	Toujours première radio de France.
franceinfo	4 842 000	-51 000	5,1 %	Dépasse RTL en audience cumulée. 4,7 millions d'auditeurs en avril-juin 2026.
RTL	4 765 000	-287 000	10,9 %	Troisième station en auditeurs quotidiens.
RMC	n.c.	n.c.	5,2 % (avr.-juin 2026)	Station de l'After Foot et des débats.
Europe 1	n.c.	environ -450 000	4,4 % (avr.-juin 2026)	Recul net sur un an après une phase de reconquête.

La radio dans son ensemble réunit **37,3 millions d'auditeurs par jour** (+550 000 sur un an). Sur un an, les généralistes (France Inter, RTL, RMC, Europe 1, ici) perdent environ 405 000 auditeurs cumulés en avril-juin.

5.2 Radios « décideurs »

- **Radios thématiques (EAR Insights, janvier-mars 2026)** : franceinfo (couverture mensuelle de 25,8 %), France Culture (13,9 %) et Radio Classique (6,2 %).
- **France Culture** : environ 2,1 millions d'auditeurs en septembre-octobre 2026 (+157 000), chiffre à interpréter avec prudence.
- **BFM Business (radio), Sud Radio** : pas de chiffres EAR publiés dans les sources consultées. Les écoutes numériques de BFM Business (ACPM) sont à citer comme **indicatives**.

Lecture dirigeant (analyse Face-Médias)

France Inter et franceinfo sont les antennes d'agenda public ; RTL et RMC portent le grand public et le débat. Les chiffres de recul des généralistes ne veulent pas dire que la matinale a perdu son pouvoir de

prescription auprès des décideurs.

Sources : Médiamétrie EAR (avril-juin et septembre-octobre 2026), The Media Leader, CB News, Puremédias, Radio France.

6. Presse écrite

6.1 Vue d'ensemble

- La presse française adhérente à l'ACPM a diffusé **2,6 milliards d'exemplaires** en 2025-2026 (-2,7 %). La presse quotidienne nationale est la seule famille en croissance (+3,4 %).
- Le **numérique** représente 79 % de la diffusion de la presse quotidienne nationale et 26 % de la régionale.

6.2 Presse quotidienne nationale (diffusion France payée par numéro, 2025)

Titre	Diffusion payée	Tendance	Remarque pour un dirigeant
Le Monde	559 250	n.c.	Référence de la presse généraliste ; 21 millions de lecteurs sur 30 jours (OneNext Global S1 2026).
Le Figaro	386 769	n.c.	24,1 millions de lecteurs ; très lu des cadres et dirigeants.
L'Équipe	237 817	n.c.	Sport, utile pour les partenariats et sponsors.
Les Échos	141 021	n.c.	Quotidien économique ; chiffre d'affaires de 96,1 millions d'euros en 2025 ; 27 millions de visites mensuelles sur le site.
Libération	117 465	n.c.	Quotidien national généraliste.

6.3 Le lectorat qui compte : cadres et dirigeants (OneNext Influence 2026)

L'étude porte sur 10,4 millions de personnes (« top cadres » et « top revenus »). Les marques les plus lues : **PQR66** (8,4 millions), **Le Figaro** (5,8), **Le Monde** (5,3), **presse hebdomadaire régionale** (5,2), **Le Parisien / Aujourd'hui en France** (5,0), **Ouest-France** (4,6), L'Équipe (3,7), Libération (2,9). Le top 15 compte aussi Les Échos, Le Point et Sud Ouest.

6.4 Presse économique

- **Les Échos** : référence quotidienne pour résultats, stratégie et débats économiques.
- Hebdomadaire économique : Challenges (230 193 exemplaires au troisième trimestre 2026) ; sur le web, Boursorama (136 millions de visites mensuelles) attire d'abord les épargnants et investisseurs.

6.5 Hebdomadaires d'information

Titre	Diffusion payée France 3e trim. 2026	Diffusion 2025	Tendance 2025-2026
Le Point	251 924	268 788	-4,9 %
Challenges	230 193	n.c.	n.c.
Le Nouvel Obs	156 716	166 054	-5,6 %
L'Express	113 993	124 452	n.c.

Titre	Diffusion payée France 3e trim. 2026	Diffusion 2025	Tendance 2025-2026
Marianne	hors panel trimestriel	106 990	-13,8 %
Courrier International	164 145	161 466	n.c.

Marianne ne figure pas dans le panel trimestriel (déclarations déposées trimestrielles), qui ne couvre que les titres adhérents. Elle apparaît dans le bilan annuel.

6.6 Presse quotidienne régionale (PQR)

La PQRD diffuse **919 millions d'exemplaires** par an (-5,3 % en 2025 ; 57 % d'abonnements papier).

Titre	Diffusion par numéro 2025	Groupe	Audience / observation
Ouest-France	581 505	SIPA-Ouest-France	22,05 millions de lecteurs sur 30 jours (OneNext Global S1 2026) ; premier site d'actualités en 2025.
Le Parisien	192 505	Groupe Les Échos-Le Parisien	Seul titre régional en hausse en 2025 (+1,09 %).
Sud Ouest	164 510	Groupe Sud Ouest (rachat par Rossel en négociation)	11,1 millions de lecteurs.
Le Télégramme	158 890	Groupe Télégramme	Cinquième titre régional par la diffusion.
La Voix du Nord	149 013	Rossel	Le groupe Rossel totalise 296 192 exemplaires en France.
La Dépêche du Midi	n.c.	Groupe La Dépêche (famille Baylet)	13,4 millions de lecteurs sur 30 jours.
Midi Libre	n.c.	n.c.	11,3 millions de lecteurs sur 30 jours.
Le Dauphiné Libéré / Le Progrès	n.c.	EBRA (Crédit Mutuel)	Diffusion papier non relevée.

Les groupes (chiffre d'affaires 2025)

- **SIPA-Ouest-France** : 525 millions d'euros ; plus de 1 200 journalistes, près de 200 rédactions locales, 4 000 correspondants locaux ; plan de désendettement engagé en 2025.
- **EBRA** : 479 millions d'euros ; neuf quotidiens, plus de 1 400 journalistes ; plan de départs volontaires visant jusqu'à 400 postes.
- **Sud Ouest + Rossel France** : plus de 400 millions d'euros si le rachat de Sud Ouest par Rossel se conclut (négociations exclusives).

6.7 Presse hebdomadaire régionale (PHR)

- **26,3 millions de lecteurs** sur 30 jours et **5,2 millions de lecteurs chez les « top cadres » et « top revenus »**.
- 134 titres diffusent 36,9 millions d'exemplaires (-2,7 %) ; le numérique progresse de 20,4 % ; 93 % de la fréquentation web se fait sur mobile.

- Le **Groupe actu** (ex-Publihebdos, filiale de SIPA-Ouest-France) est le premier acteur : 89 journaux (73 hebdomadaires payants), 400 journalistes, 91 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2025.

6.8 Presse professionnelle et sectorielle

- 40 titres payants, 16,5 millions d'exemplaires achetés (-2 %), dont 7 millions en version numérique (+7,3 %).
- **Sites spécialisés les plus visités en 2025 (ACPM)** : Vidal, L'Usine Nouvelle, Terre-net, LSA, Le Quotidien du Médecin, La France Agricole, Acteurs publics.
- **Titres en croissance** : La Gazette des communes (+15 196 exemplaires de diffusion individuelle entre 2021 et 2025), L'Argus de l'assurance.

Lecture dirigeant (analyse Face-Médias)

La presse régionale et hebdomadaire est le premier relais de proximité : emploi, site industriel, investissement, accident. Elle est lue par les décideurs locaux et les élus.

La presse professionnelle est le meilleur terrain pour un message technique ou sectoriel : les journalistes connaissent le dossier et relèvent l'approximation.

Les Échos, Le Figaro et Le Monde restent les passages de référence pour un message stratégique, financier ou politique.

Sources : ACPM (DSH OJD 2025 et 2025-2026, OneNext S1 2026, OneNext Influence 2026), CB News, The Media Leader, JDN, La Réclame.

7. Podcasts à influence business

Il n'existe **pas de classement officiel des podcasts business français**. Le podium Médiamétrie est dominé par les éditeurs de radio et par des émissions généralistes : en octobre 2026, France Inter (42,8 millions d'écoutes), RTL (37,8) et France Culture (26,2). La première marque de podcast en 2026 est Les Grosses Têtes (RTL).

Podcast	Pays	Repère sourcé	Intérêt pour un dirigeant
L'angle éco (François Lenglet)	France	Premier d'un classement Feedspot des podcasts d'économie	Lecture quotidienne de l'actualité économique
L'entretien des Échos	France	Lancé en octobre 2025, hebdomadaire	Interviews de décideurs et d'experts
Les éditos de la rédaction (Les Échos)	France	Éditorialiste sur le sujet du jour	Positionnement éditorial de la presse économique
Little Big Things	France	En tête du top 10 des podcasts business français du JDN	Entrepreneurs et petites structures
Dans la tête d'un CEO	France	Cité dans le même top 10	Parcours de dirigeants
Planet Money (NPR)	États-Unis	N° 1 des podcasts business par audience hebdomadaire (Edison)	Économie expliquée au grand public
How I Built This (NPR)	États-Unis	Dans le top 10 business (Edison)	Récits de fondateurs
The Diary of a CEO	Royaume-Uni	5e du classement Podtrac multi-plateformes (février 2026)	Entretiens longs de dirigeants
The Rest Is Money (Goalhanger)	Royaume-Uni	Estimation tierce : environ 369 000 auditeurs mensuels	Économie et finance britanniques

Podcast	Pays	Repère sourcé	Intérêt pour un dirigeant
Acquired	États-Unis	Classé parmi les meilleurs podcasts business 2026 (The Pitch)	Études longues d'entreprises

Les audiences des podcasts français 6 à 10 ne sont pas mesurées dans les sources retenues. La sélection est éditoriale, non un palmarès.

Sources : CB News (Médiamétrie), The Media Leader, SSRS / Edison, Podtrac, Feedspot, JDN, The Pitch.

8. Addendum : médias internationaux

Pertinent pour les entreprises qui exportent, lèvent des fonds à l'étranger ou communiquent sur des marchés anglophones. Les chiffres concernent des mesures différentes de celles de la France ; ils ne se comparent pas directement.

8.1 États-Unis : chaînes câblées (Nielsen, octobre 2026)

Chaîne	Téléspectateurs en journée	Téléspectateurs en prime time	Remarque
Fox News	1,1 million	1,68 million	Chute de 27 % sur un an ; reste première, devant CNN et MS NOW réunies.
MS NOW (ex-MSNBC)	588 000	925 000	En croissance (+16 % en journée sur un an).
CNN	402 000	598 000	En croissance sur un an.

Contexte : élections de mi-mandat de novembre 2026. Aucun chiffre fiable pour CNBC ni Bloomberg TV, pourtant les plus utiles pour un message business.

8.2 Royaume-Uni : chaînes d'information (BARB)

- De juillet 2025 à avril 2026, **GB News** a eu 90 300 téléspectateurs en moyenne, contre 83 900 pour **BBC News Channel** et 72 000 pour **Sky News** (chiffres cités par GB News). La BBC et Sky gardent une portée hebdomadaire plus large.
- GB News est en conflit avec l'Ofcom sur l'emploi de responsables politiques comme présentateurs.

8.3 Presse anglo-saxonne

Titre	Repère	Intérêt
The New York Times	12,21 millions d'abonnés numériques fin 2025 (dont environ un tiers ne paie pas pour l'information elle-même)	Influence mondiale, prescripteur d'opinion
The Wall Street Journal	4,29 millions d'abonnés numériques ; 412 428 exemplaires papier	Référence des dirigeants et investisseurs américains
Financial Times	1,35 million d'abonnés (3e trimestre 2025)	Référence européenne de la finance
The Guardian	1,3 million (membres et abonnés)	Opinion et société, Royaume-Uni

Titre	Repère	Intérêt
The Economist, Bloomberg, Reuters, The Times	Non publié dans les sources consultées	Non traité

8.4 Radio britannique (RAJAR)

- **BBC Radio 4** : 8,7 millions d'auditeurs hebdomadaires au 3e trimestre 2026 ; son émission **Today** réunit 5,79 millions d'auditeurs au 1er trimestre 2026.
- **LBC** : 3,6 millions d'auditeurs hebdomadaires ; **Times Radio** : 619 000 ; Talksport a dépassé LBC au 3e trimestre.
- Pour les États-Unis (NPR, radio parlée) : pas de chiffres dans les sources consultées.

8.5 Ce qui n'est pas couvert

Allemagne, Asie, Moyen-Orient et médias africains ne sont pas traités.

Sources : Adweek / Nielsen, TheDesk, TV Insider, Press Gazette (BARB, RAJAR), Brussels Signal, SSRS.

9. Grille « quel média pour quel message »

Analyse Face-Médias, hors données sourcées. La grille oriente le choix ; elle ne remplace pas l'étude du dossier, de l'interlocuteur et du calendrier.

Message ou situation	Médias à privilégier	Pourquoi	Précaution
Résultats, stratégie, levée de fonds, nomination	Les Échos, Le Figaro (économie), BFM Business, Challenges	Public de décideurs et d'investisseurs	Cohérence des chiffres entre supports ; calendrier de communication financière
Crise de réputation, accident, alerte	BFMTV, franceinfo, LCI ; radios matinales	Rapidité, large audience	Un porte-parole, un message, des faits vérifiés ; éviter les plateaux de débat
Plan social, site industriel, investissement local	PQR, PHR, franceinfo (réseau régional)	Proximité, élus et salariés	Informer d'abord les salariés ; une seule version des faits
Idées, vision, engagement sociétal	France Culture, Le Monde, podcasts, tribunes	Audience prescriptrice, format long	Ne pas confondre tribune et communication de produit
Marque employeur, recrutement	PQR, PHR, presse professionnelle, sites régionaux	Bassin d'emploi local	Messages vérifiables
Message technique ou sectoriel	Presse professionnelle (L'Usine Nouvelle, LSA, Vidal, Acteurs publics, Gazette des communes)	Journalistes spécialisés	Relecture des chiffres et des termes techniques
Politique publique, lobbying, réglementation	LCP / Public Sénat, Les Échos, Acteurs publics, franceinfo	Décideurs publics	Neutralité politique, calendrier électoral 2027
Marchés étrangers, investisseurs internationaux	Financial Times, Wall Street Journal, Bloomberg, Reuters, BBC	Audience mondiale	Traduction et nuances culturelles ; porte-parole parlant la langue

10. Risques par plateau et réflexes de préparation

Analyse Face-Médias, hors données sourcées.

Plateau	Risques principaux	Réflexes
TV d'information (direct)	Temps court ; relances ; confrontation en plateau ; extraits repris sur les réseaux ; ligne éditoriale de la chaîne	Trois messages, une phrase de repli, un seul exemple ; vérifier le format (seul ou débat) et les autres invités
Radio matinale	Interruptions ; questions d'actualité hors sujet ; durée de 3 à 8 minutes	Rédiger la première phrase ; préparer les questions d'actualité de la veille
Presse nationale	Citation tronquée ; titre éloigné de l'entretien ; ton du journal	Cadrer l'entretien en amont, demander la relecture des citations, noter les chiffres
PQR / PHR	Proximité et pression locale ; reprise par plusieurs titres du groupe	Cohérence avec la communication interne ; un interlocuteur local identifié
Presse professionnelle	Journaliste très informé ; erreur technique durable	Documentation, chiffres vérifiés, relecture technique
Podcast	Format long ; propos hors contexte repris en extraits	Convenir de la durée, des thèmes et de l'usage des extraits
Numérique et IA	Extraits repris par des moteurs ; faible contrôle du contexte	Formuler des phrases autonomes et sourcées
Média international	Écart culturel ; traduction ; ligne partisane de certains médias	Choisir la langue de l'interview, préparer les formules, tenir compte du positionnement du média

11. Limites des données

- **Mesures différentes selon les médias** : les chiffres de télévision, de radio, de presse et de podcasts ne se comparent pas directement (voir section 2). « n.c. » signifie non communiqué dans les sources consultées.
- **Non publiés ou non comparables** : audiences régulières de BFM Business, LCP / Public Sénat, France 24 et Euronews ; chiffres de Sud Radio, Radio Classique et BFM Business radio ; audiences des podcasts business français ; CNBC, Bloomberg TV, The Economist, Bloomberg, Reuters et NPR.
- **Périmètre** : les médias allemands, asiatiques et moyen-orientaux ne sont pas traités.
- **Évolution rapide** : les audiences changent chaque mois ; les chiffres de ce rapport sont arrêtés au 24 novembre 2026.

12. Sources

- Télévision : Médiamétrie (Médiamat, octobre 2026), via The Media Leader, CB News et Puremédias.
- Régulation : Arcom (décision n° 2026-271 du 12 juin 2026), Vie-publique.fr, Reporters sans frontières, Club des juristes.
- Radio et podcasts : Médiamétrie (EAR, EAR Insights, EAR > Podcast), via The Media Leader, CB News et Puremédias ; Radio France.

- Presse : ACPM (DSH OJD 2025 et 2025-2026, OneNext S1 2026, OneNext Influence 2026), via CB News, The Media Leader, JDN et La Réclame ; Groupe actu.
- International : Nielsen (via Adweek, TheDesk, TV Insider), BARB et RAJAR (via Press Gazette), GB News (chiffres cités par le diffuseur), Edison / SSRS, Podtrac, The Pitch.

Contact

Pour préparer un dirigeant, un porte-parole ou une équipe à ces médias : simulations d'interview, coachings, formations et ateliers sur mesure.

Face-Medias
Prise de parole en médias

Clarté. Stabilité. Impact.

PatrickJAYCommunications
Patrick JAY
Adresse 5 rue de la Terrasse, F-75017 Paris, France
Tél. +33 (0)6 07 19 18 42
E-mail patrickjay@face-medias.com
Web www.face-medias.com

Document établi par Face-Médias, novembre 2026. Les chiffres sont issus des sources citées en section 12 ; les analyses sont signalées comme telles.