

► 19 SEPTEMBRE 2022

## LE CHIFFRE DE LA SEMAINE

*Dynamique*

# 28%

des publications de presse  
relèvent de l'économie sociale et solidaire

Les médias représentent un champ d'activités essentiel au bon fonctionnement des principes démocratiques et de la délibération publique. Ce rôle est d'autant plus valorisé lorsqu'il est porté par des structures dont les statuts et la propriété collective les rendent strictement indépendantes du pouvoir du capital. C'est le cas de 28% des publications de presse imprimées, qui relèvent de l'économie sociale et solidaire.

On y trouve une grande majorité d'associations mais également des publications coopératives, mutualistes, des médias portés par des fondations ou par des sociétés commerciales de l'ESS. Leur rôle dans le paysage médiatique est pluriel et va souvent bien au-delà de la simple production d'informations. Nombre de ces titres de presse s'inscrivent dans la volonté d'établir des contre-pouvoir médiatiques, aptes à produire ou traiter l'information de façon différente des médias dominants.

D'autres publications représentent le prolongement médiatique des activités des organisations de l'ESS et donnent accès à des informations d'intérêt collectif ou public pour l'ensemble de leurs adhérents, donateurs ou du grand public. La presse de l'ESS permet également de représenter la parole des groupes sociaux minorisés dans l'espace public dans la perspective de leur émancipation. Suivant une logique participative de production d'information, elle se trouve également dans bien d'autres champs médiatiques tels que la radio, la télévision, et de plus en plus sur internet où elle adopte des formats particulièrement variés (médias participatifs, blogs, podcasts, webradios, webtélés, etc.).



### Pour aller plus loin :

- ESS France, Aésio Mutuelle, « Note d'opportunité pour une ESSisation de l'économie - Décryptage et opportunités pour la filière des médias »
- Trentesaux J., « Demain des sociétés de presse démocratiques ? Nouveaux statuts, nouveaux modes de financement, nouvelles relations avec le lecteur », Alliance internationale de journalistes, collections Journalisme Responsable, mars 2016
- Cagé J., Huet B., L'information est un bien public, Seuil, 2021
- Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse, « Rapport annuel 2020 »