

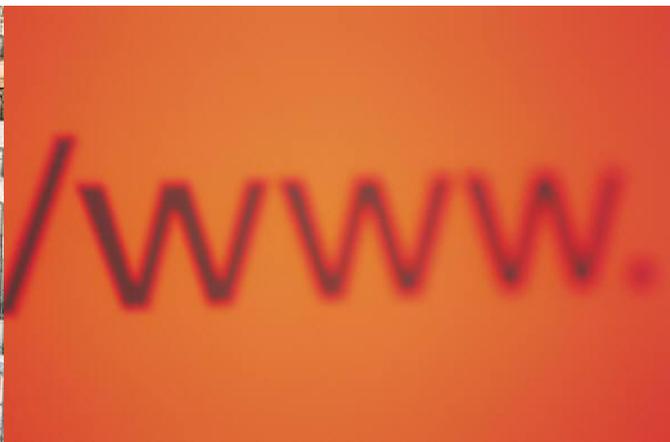


com
fluence

Enquête Ipsos pour Comfluence

Information et influence pendant la campagne présidentielle

Novembre 2011



Sondage effectué pour : *Comfluence*

Échantillon : 1000 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.

Date du terrain : Du 11 au 18 novembre 2011

Méthode : Échantillon interrogé par internet.
Méthode des quotas : sexe, âge, profession du chef de ménage, région et catégorie d'agglomération.

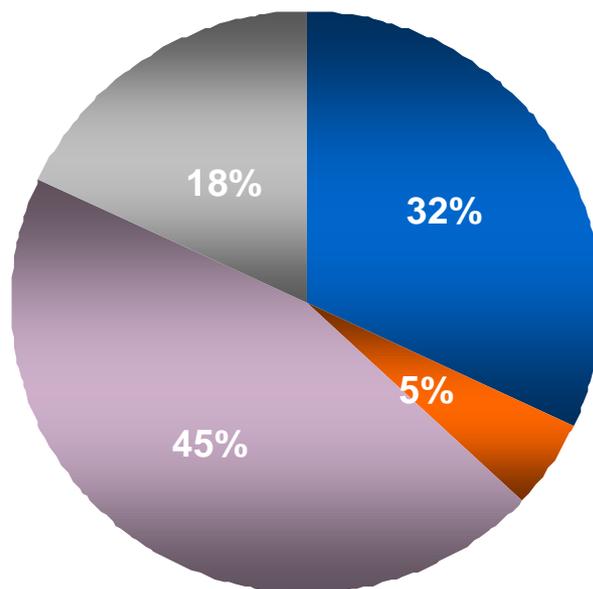
*Comme pour toute enquête quantitative, cette étude présente des résultats soumis aux marges d'erreur inhérentes aux lois statistiques.
Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252
« Etudes de marché, études sociales et d'opinion »*

Près d'un Français sur trois considère que la campagne de l'élection présidentielle de 2012 sera plus intéressante que celle de 2007

Question : Pensez-vous que la campagne de l'élection présidentielle de 2012 sera... ?

Base : à tous

Ensemble



- Plus intéressante que celle de 2007
- Moins intéressante que celle de 2007
- Ni plus, ni moins intéressante que celle de 2007
- Vous n'en savez rien

Une majorité de Français envisage d'utiliser télévision, radio et presse écrite pour se tenir au courant de l'actualité de la campagne

Question : Pour chacun des médias suivants, dites-moi si vous les utiliserez pour vous tenir au courant de l'actualité de la campagne pour l'élection présidentielle de 2012 ?

Base : à tous

Ensemble

S/T Oui
%

S/T Non
%

Télévision: 86% pensent l'utiliser (au moins une des sources citées)

Dont Les chaînes de télévision généralistes (TF1, France Télévisions, M6...)



83

17

Dont Les chaînes de télévision spécialisées dans l'information (BFM TV, I Télé, CNN, BBC...)



54

45

Radio: 68% pensent l'utiliser

Dont La radio



68

31

Presse écrite: 64% pensent l'utiliser (au moins une des sources citées)

Dont La presse écrite locale



46

53

Dont La presse écrite nationale



43

56

Dont La presse spécialisée (économique et sociale...)



20

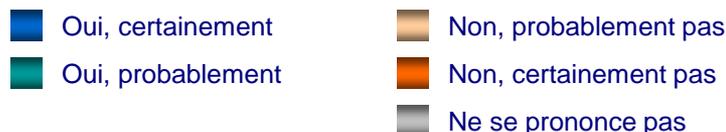
79

Dont La presse professionnelle concernant des secteurs d'activité spécifiques



10

89

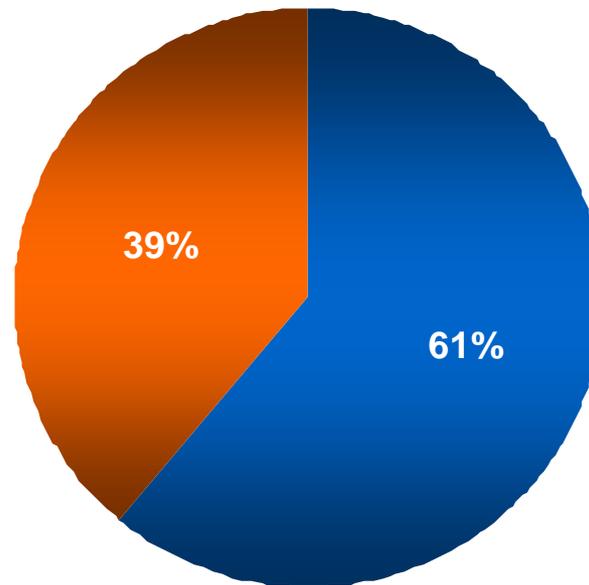


Un peu plus de 6 Français sur 10 souhaitent un grand débat télévisé réunissant tous les candidats à l'élection présidentielle, avant le premier tour

Question : En plus du débat de second tour entre les deux candidats arrivés en tête, souhaitez-vous un grand débat télévisé qui réunirait tous les candidats à l'élection présidentielle, avant le premier tour ?

Base : à tous

Ensemble



 Oui
 Non

Les sites internet des médias classiques, principale source d'information online sur l'actualité de la campagne

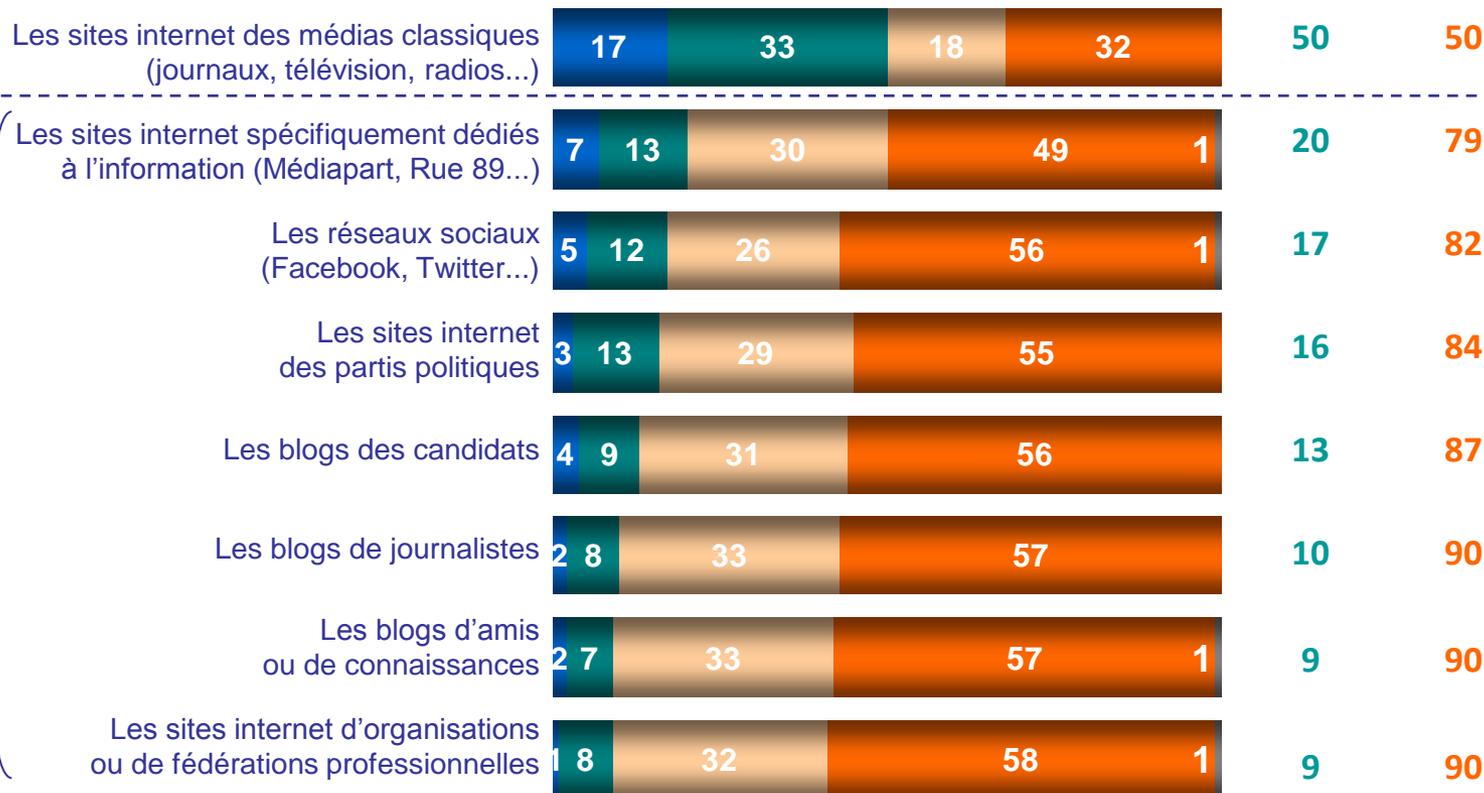
Question : En ce qui concerne chacun des moyens d'information accessibles par internet, dites-moi si vous les utiliserez pour vous tenir au courant de l'actualité de la campagne présidentielle de 2012 ?

Base : à tous

Ensemble

Internet : 58% pensent l'utiliser (au moins une des sources online citées)

S/T Oui % S/T Non %



41% des répondants vont utiliser au moins une source online hors médias traditionnels

■ Oui, certainement
 ■ Non, probablement pas
 ■ Ne se prononce pas
■ Oui, probablement
 ■ Non, certainement pas

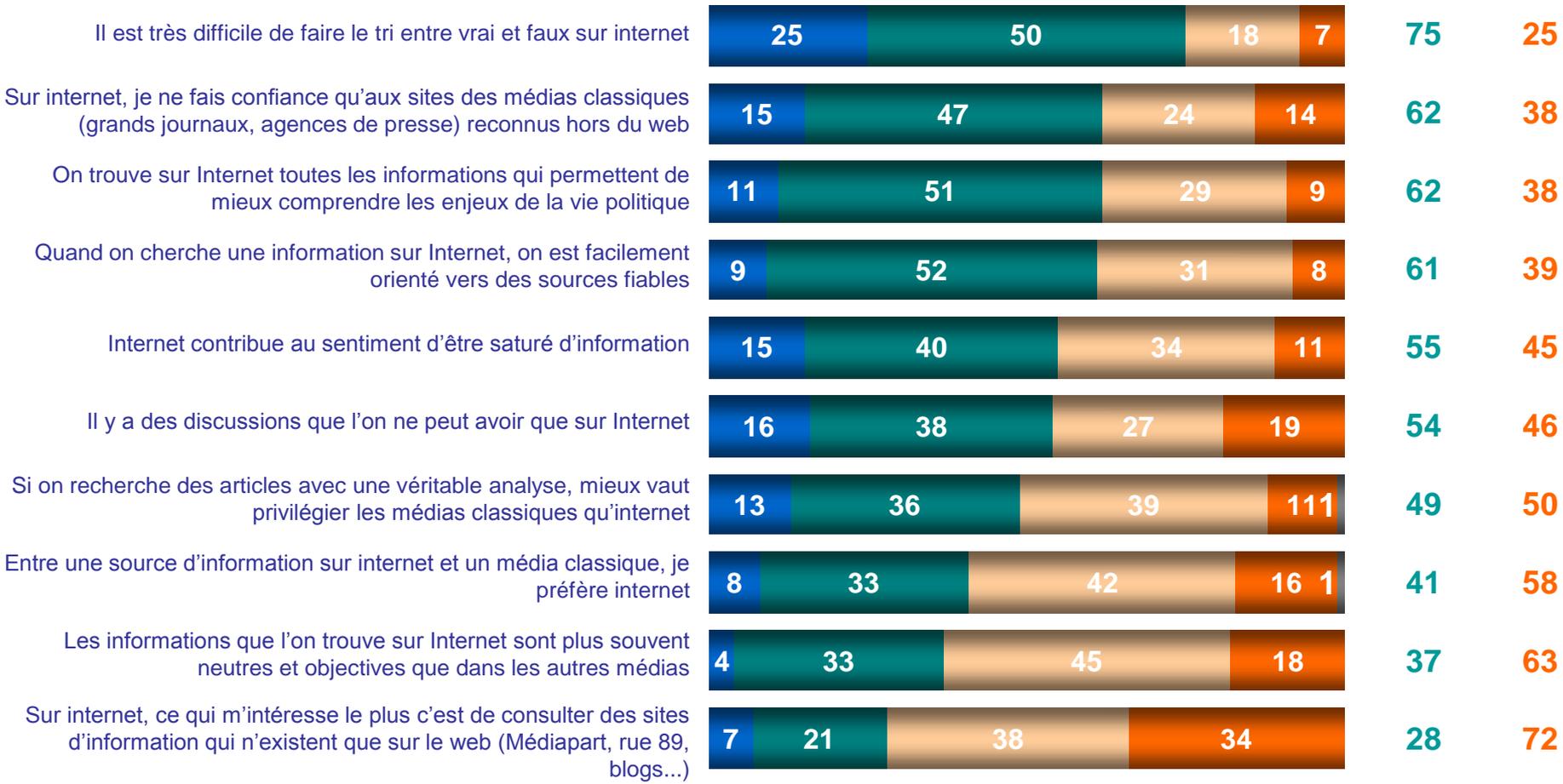
La majorité des internautes jugeant qu'il est difficile de faire le tri entre vrai et faux sur internet, plus de 6 sur 10 ne font confiance qu'aux sites des médias reconnus hors du web

Question : Pour chacune des informations suivantes, dites-moi si elle correspond tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à ce que vous pensez ?

Base : à tous

Ensemble

S/T Oui % S/T Non %

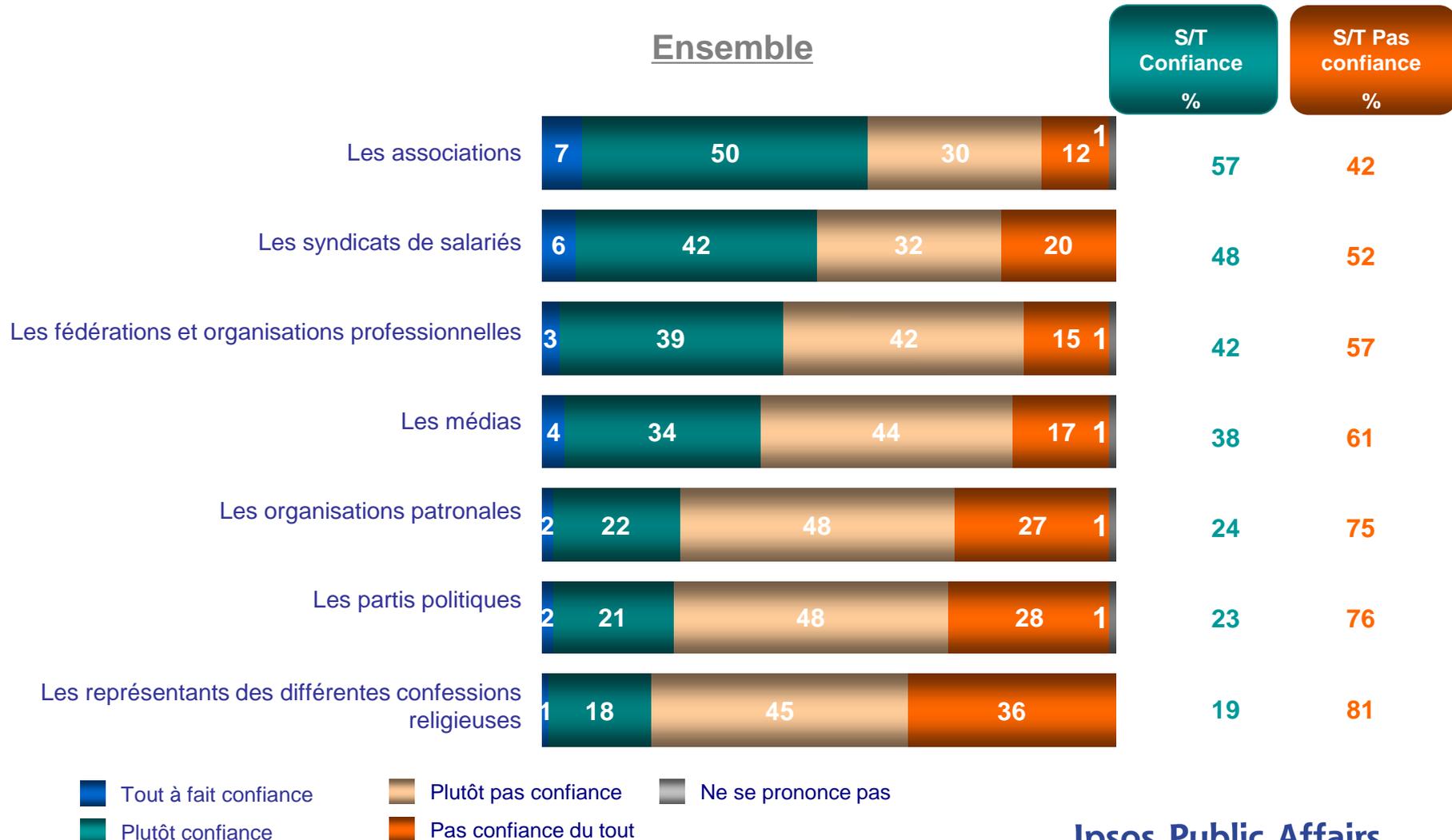


■ Tout à fait
 ■ Plutôt
 ■ Plutôt pas
 ■ Pas du tout
 ■ Ne se prononce pas

Les associations sont les seuls acteurs auxquels les Français font majoritairement confiance pour concilier l'intérêt général et la défense de leurs propres intérêts dans leurs propositions aux candidats

Question : Voici une liste d'acteurs pouvant être amenés à défendre auprès des candidats des mesures qu'ils estiment nécessaires de prendre après l'élection présidentielle. Pour chacun de ces acteurs, dites-moi si vous lui faites confiance pour concilier l'intérêt général et la défense de ses propres intérêts ?

Base : à tous

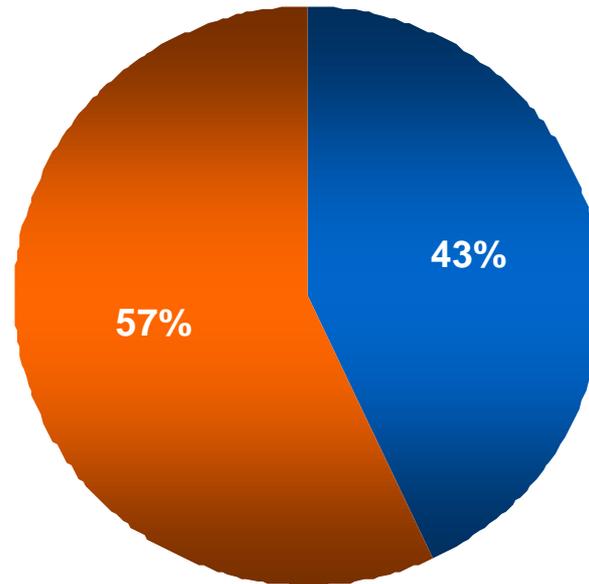


Une majorité de Français considère que les entreprises françaises ne doivent pas intervenir dans la campagne

Question : A propos du rôle que pourraient avoir les entreprises françaises durant la campagne présidentielle, de laquelle des propositions suivantes vous sentez-vous le plus proche :

Base : à tous

Ensemble



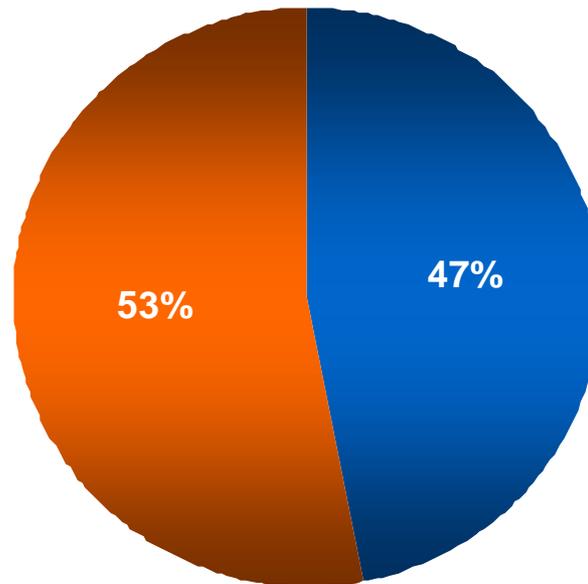
- Les entreprises françaises doivent intervenir dans la campagne présidentielle car elles ont des propositions qui peuvent favoriser la sortie de crise.
- Les entreprises françaises ne doivent pas intervenir dans la campagne présidentielle car elles servent d'abord leurs propres intérêts et non pas la sortie de crise.

Les Français sont très partagés quant au rôle des professionnels de la communication dans la campagne

Question : De laquelle des deux opinions suivantes vous sentez-vous le plus proche ou le moins éloigné ?

Base : à tous

Ensemble



- Il est normal** que les candidats à l'élection présidentielle fassent appel à des professionnels de la communication, cela leur permet de mieux expliquer leurs idées et leurs projets et de les rendre plus compréhensibles
- Il n'est pas normal** que les candidats à l'élection présidentielle fassent appel à des professionnels de la communication, leur personnalité et les idées qu'ils défendent doivent se suffire à elles-mêmes