

Une étude



pour



Questions de communication - Hebdocom

Février 2023

Vague 13 – Les Français et les informations provenant de comptes certifiés sur les réseaux sociaux



Jean-Daniel Lévy, Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion

Pierre-Hadrien Bartoli, Directeur des études politiques

Yanis Belaghene, Chargé d'études senior au Département Politique – Opinion

Sommaire

Méthodologie d'enquête

P.3

La confiance des Français dans les informations provenant de comptes certifiés sur les réseaux sociaux

P.5

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** les **21** et **22 février** 2023.



Échantillon de **1 001** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe**, **âge**, **catégorie socioprofessionnelle**, **région** et **taille d'agglomération** de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 points).



La confiance des Français dans les informations provenant de comptes certifiés sur les réseaux sociaux

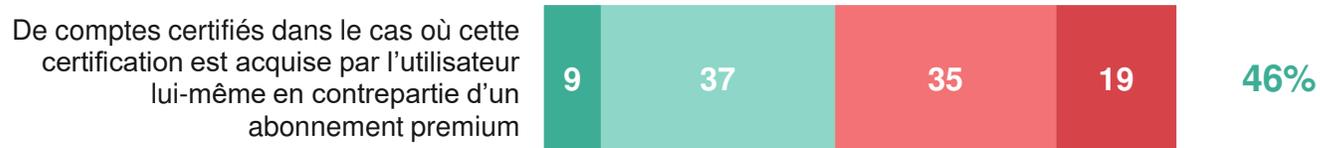
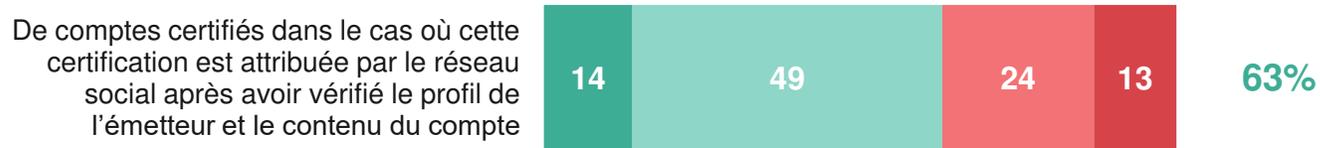
La certification apparaît comme un enjeu majeur dans le niveau de confiance accordé aux informations provenant des comptes sur les réseaux sociaux : 2 Français sur 3 déclarent faire confiance aux informations issues de comptes directement certifiés par le réseau social (mais seulement 14% « tout à fait confiance ») et près d'un sur deux concernant les comptes certifiés via un abonnement premium

Sur certains réseaux sociaux, un système de certification de compte permet aux utilisateurs dont les comptes sont certifiés de bénéficier d'un badge les différenciant des autres utilisateurs. Plusieurs méthodes de certification existent.

Vous personnellement, avez-vous confiance ou non dans les informations provenant... ?

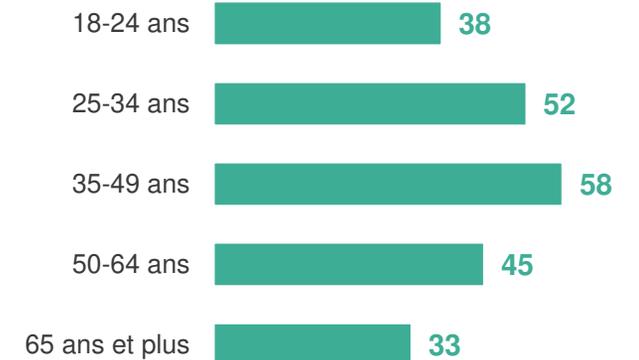
- À tous, en % -

Confiance



- Tout à fait confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance
- Ne se prononce pas

Ont confiance dans les informations provenant de comptes certifiés dans le cas où cette certification est acquise par l'utilisateur lui-même en contrepartie d'un abonnement premium :



Consultent quotidiennement les réseaux sociaux **51**

Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr