

Etude *Harris Interactive* pour *Communication Sans Frontières*

* * * * *

Que retenir de cette enquête ?

- ©2013 Harris Interactive SAS. Tous droits réservés.

des 65 ans et plus se déclarent dérangés par la violence de certaines campagnes. Dans l'ensemble, notons néanmoins que la majorité des Français semble accepter qu'on lui montre des images ou situations violentes : 65% indiquent que cela ne les dérange pas (69% parmi les membres des catégories populaires).

- **Pour autant, les Français n'ont pas réellement le sentiment que les campagnes sont plus choquantes aujourd'hui que par le passé : seuls 26% des Français portent ce jugement.** En effet, deux Français sur trois (66%) estiment que le caractère « choquant » des campagnes de communication n'a pas évolué depuis quelques années. Les Français n'identifient donc pas une tendance à l'outrance dans la communication des associations et ONG.
- **Au final, 57% des Français estiment qu'il est parfois nécessaire de choquer le public, en lui montrant des images ou des situations violentes, pour le sensibiliser à certains enjeux.** Ce jugement est partagé par une majorité absolue des personnes interrogées dans toutes les catégories de population, particulièrement parmi les femmes (60%), les personnes âgées de 35 à 49 ans (63%) et les membres des catégories populaires (64%). A l'inverse, 41% des Français jugent donc que cet aspect « choquant » n'est pas nécessaire. Les personnes âgées d'au moins 65 ans, qui se disaient plus souvent choquées que la moyenne par des campagnes de communication, sont également plus nombreuses à déclarer qu'il n'est selon eux pas nécessaire de choquer pour sensibiliser à certains enjeux (49%).

* * * * *

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe – 39 Rue Crozatier– 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr