

Les Français s'expriment sur le journal télévisé de 20h

Sondage exclusif Harris Interactive pour Télé Star

Paris, le 10 Février 2012 - A la demande de *Télé Star*, Harris Interactive a interrogé un échantillon représentatif de Français afin de connaître leurs perceptions à l'égard du journal télévisé de 20h. Dans son numéro 1846 à paraître le 13 février 2012, *Télé Star* publie les résultats de ce sondage exclusif, inédit, aux résultats étonnants.



Les principaux enseignements

- **La dynamique d'écoute du journal télévisé de 20h est en baisse avec 32% des Français qui déclarent le regarder moins souvent depuis quelques mois.**
- Cette baisse peut s'expliquer par le fait que le journal télévisé de 20h est jugé par les Français comme étant peu indépendant à l'égard des responsables politiques (72% des Français les estiment pas indépendants), n'allant pas à l'essentiel (62% des Français) et n'étant pas assez pédagogique (56%).
- Afin que le journal de 20H leur plaise davantage, les **Français sont plus d'un sur deux (56%) à souhaiter une refonte complète de la formule** ou de la manière de mener le journal, davantage qu'un changement d'horaire ou de présentateur.
- Laurent Delahousse est de loin le présentateur préféré des Français (avec 35% des votes en sa faveur), loin devant les 2 titulaires de la semaine (Laurence Ferrari et David Pujadas).
- Concernant leur souhait de nouveau présentateur, 23% souhaitent voir Harry Roselmack (re)devenir titulaire d'un journal télévisé de 20h.

- Enfin, si un duo devait être amené à présenter le journal de 20h, il serait constitué de Laurent Delahousse et Marie Drucker (avec 11% des Français qui ont spontanément constitué ce duo). Quelle que soit la combinaison de duo constituée, le souhait des répondants va clairement vers un duo homme/femme.

Les résultats détaillés

Pratique d'information des Français en matière d'actualité ?

Le journal télévisé de 20h arrive, en déclaratif, en troisième position des médias les plus utilisés dans leur recherche d'information sur l'actualité (48%). En effet, la radio et les sites internet d'information sont plus utilisés par les Français avec réciproquement 69% et 68% d'utilisation régulière déclarée.

En ce qui concerne la dynamique d'écoute du journal télévisé, 9% des Français déclarent regarder « plus souvent » le journal télévisé de 20h depuis quelques mois alors que 32% le regardent moins souvent, confortant ainsi la tendance à la baisse constatée de l'audience de JT de 20h.

L'image du journal télévisé de 20h chez les Français:

De manière générale, les Français trouvent que le journal télévisé de 20h est peu indépendant à l'égard des responsables politiques (72%), qu'il ne va pas à l'essentiel (62%), qu'il n'est pas assez pédagogique (56%) ou encore qu'il est trop ennuyeux (45%).

Par ailleurs, lorsque que l'on demande aux Français les modifications qu'ils souhaiteraient pour que le journal télévisé de 20h plaise davantage, la majorité propose de changer complètement la formule ou la manière de mener le journal (56% des Français sont de cet avis).

Les présentateurs du journal télévisé de 20h :

Quatre présentateurs principaux ressortent du classement effectué par les Français.

Laurent Delahousse est très nettement cité comme le présentateur préféré des Français (avec 35% des votes en sa faveur), suivi par Claire Chazal (19%), David Pujadas (14%) et Marie Drucker (14%) alors que Laurence Ferrari ne récolte que 7% des suffrages.

Harry Roselmack a été choisi de façon très nette, par plus de 23% des Français, pour devenir titulaire d'un journal télévisé de 20h, devant Marie Drucker (12%) et Elise Lucet (11%).

En ce qui concerne les duos, le premier constat que l'on peut faire est que les Français ont généralement choisi des duos homme/femme (le premier duo du même sexe arrivant en 13ème position). De manière générale, le duo d'animation souhaité pour le journal télévisé de 20h est composé de Laurent Delahousse et Marie Drucker (avec 11% des Français qui ont constitué ce duo).

Méthodologie

Enquête réalisée en ligne par l'institut Harris Interactive les 2 et 3 février 2012. Echantillon de 500 individus issus de l'access panel Harris Interactive, représentatifs de la population française, âgés de 15 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle de l'interviewé et région d'habitat.

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, 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 Télé Star – Mondadori : Catherine Rambert –8 rue François Ory Montrouge– tel : 01 41 33 58 66

Contact Harris Interactive France: Laurence Lavernhe – 39 rue de Crozatier, 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94/01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr