

Les Français et la naissance de l'enfant de Carla Bruni-Sarkozy et Nicolas Sarkozy

Sondage *Harris Interactive* pour *Grazia*

Enquête réalisée en ligne du 30 septembre au 3 octobre 2011. Échantillon de 1633 individus représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus, à partir de l'access panel Harris Interactive. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewée.

* * * * *

A la demande de *Grazia*, Harris Interactive a interrogé un échantillon représentatif de Français afin de mesurer **leur intérêt pour la naissance à venir de l'enfant de Carla Bruni-Sarkozy et de Nicolas Sarkozy, ainsi que leurs attentes en termes de traitement médiatique de cet événement**. Attendent-ils des informations sur cette naissance, de la part des futurs parents ou des médias ? Cet événement est-il de nature à influencer sur l'image qu'ils entretiennent du Président de la République, Nicolas Sarkozy ? Anticipent-ils une focalisation de l'information sur cette naissance au détriment d'autres informations, comme les « affaires » ou des sujets tels que l'emploi, l'éducation... ?

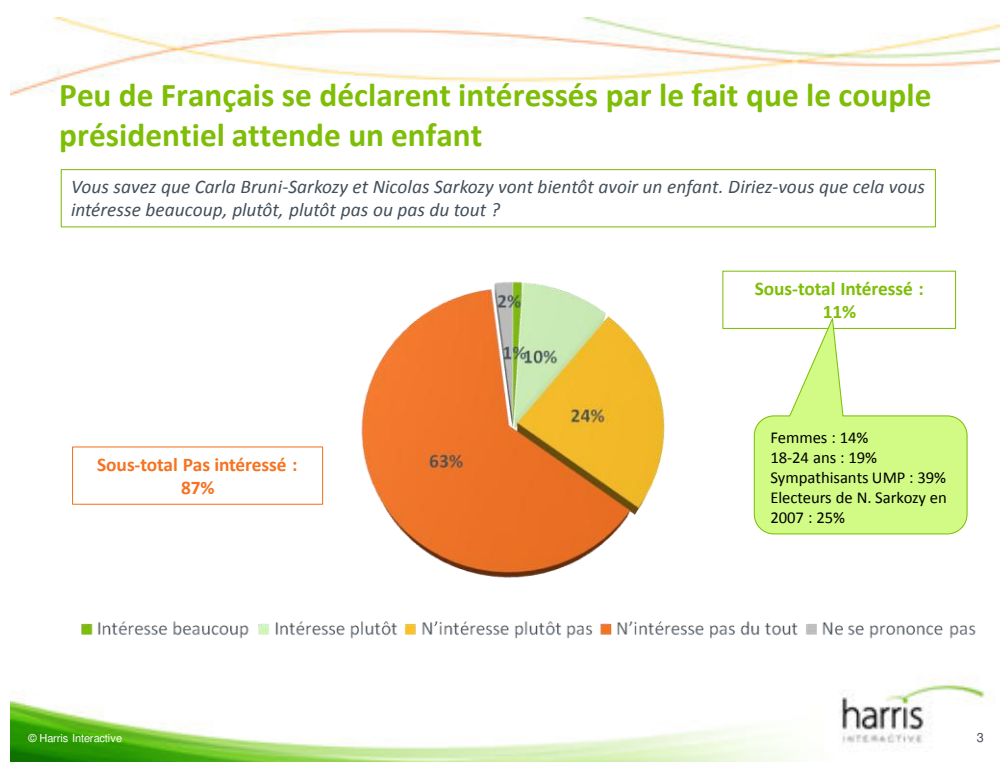
Que retenir de cette enquête ?

- **Peu de Français affirment être intéressés par la prochaine naissance de l'enfant de Carla Bruni-Sarkozy et Nicolas Sarkozy (11%, contre 87% qui indiquent ne pas être intéressés par ce sujet) et par conséquent, seule très une faible minorité indique souhaiter recevoir des informations au sujet de cette naissance, qu'elles émanent directement du couple présidentiel ou des médias.**
- **Un peu moins de neuf Français sur dix (86%) indiquent que cet événement ne change pas l'image qu'ils ont de Nicolas Sarkozy.**
- **Enfin, près des deux tiers des Français (64%) pensent que cette naissance pourrait amener les médias à parler moins des « affaires » ou des préoccupations des Français, comme l'emploi ou l'éducation.**

Dans le détail :

Peu de Français se déclarent intéressés par la naissance de l'enfant de Carla Bruni-Sarkozy et Nicolas Sarkozy et peu souhaitent par conséquent recevoir des informations à ce sujet

Seuls 11% des Français déclarent que la naissance de l'enfant de Carla Bruni-Sarkozy et Nicolas Sarkozy les intéresse, tandis que 87% disent ne pas être intéressés, et même 63% pas du tout intéressés. Ce résultat semble aller dans le sens du discours tenu par l'épouse du Président de la République, qui, au cours d'une interview à la BBC, avait indiqué que selon elle, le fait qu'elle attende un enfant ne constituait pas un événement intéressant pour les Français. Si les femmes se montrent un peu plus intéressées que les hommes par cet événement (14% contre 9%), et les personnes les plus jeunes ou les plus âgées un peu plus que les personnes en âge d'avoir elles-mêmes des enfants (19% des 18-24 ans et 16% des 65 ans et plus contre 11% des 25-34 ans et 7% des 35-49 ans), c'est auprès des sympathisants UMP que cette naissance suscite le plus d'intérêt (39% contre 4% parmi les sympathisants de Gauche).



Les Français semblent donc conférer à cette naissance davantage le statut d'un événement personnel plutôt que celui d'une information à caractère public. Par conséquent, ils indiquent **ne pas souhaiter que Carla Bruni-Sarkozy ou que Nicolas Sarkozy parlent publiquement de cette naissance** (respectivement 84% et 86% ne souhaitent pas les voir prendre publiquement la parole à ce sujet). De même, **ils ne souhaitent majoritairement pas que les médias parlent de cet événement et communiquent des informations sur l'enfant** (82%) et encore moins que des photos de l'enfant soient publiées dans la presse (87%). Certes, les sympathisants UMP, davantage intéressés par cette naissance, apparaissent un peu plus à l'affût d'informations, mais toutes les catégories de population souhaitent majoritairement que cet événement reste dans la sphère privée.

Un événement peu susceptible de modifier l'image de Nicolas Sarkozy auprès des Français... selon eux

N'étant pas ou peu intéressés par cet événement, **les Français estiment que cela ne changera pas l'image qu'ils ont de Nicolas Sarkozy**. Ainsi, seuls 6% déclarent que cet événement leur donne une meilleure image de Nicolas Sarkozy, autant indiquant qu'il leur donne une moins bonne image du Président, la très grande majorité n'anticipant aucun impact sur cette image (86%). Ce sont les jeunes de 18-24 ans qui apparaissent comme les plus influencés par cette naissance, aussi bien en positif (17%) qu'en négatif (11%). Notons que 15% des sympathisants UMP voient dans cet événement un facteur qui leur donne une meilleure image de Nicolas Sarkozy. On le sait, parfois, l'image des responsables politiques change sans que les citoyens en aient conscience. L'évolution des courbes de popularité, de confiance et de traits d'image permettront d'objectiver cette anticipation des Français.

Près des 2/3 des Français estiment que cette naissance pourrait occulter d'autres informations dans l'actualité

64% des Français sont d'accord pour dire que « la naissance du bébé de Carla Bruni-Sarkozy et de Nicolas Sarkozy va avoir pour effet que les médias parlent moins des 'affaires' comme l'affaire Bettencourt, l'affaire Karachi... » et autant pour dire que cette naissance « va avoir pour effet que les médias **parlent moins des préoccupations des Français comme le chômage, l'éducation, etc.** », dont environ un tiers tout à fait d'accord avec chacune de ces affirmations. Il faut sans doute voir, à travers ces réponses, la crainte de voir un tel événement, que les Français considèrent avant tout comme privé, rejaillir dans la sphère publique et occulter un temps d'autres types d'information. Dans leurs déclarations, les Français déclarent ainsi rejeter l'éventualité d'une « *people*-isation » des responsables politiques, tout en exprimant un souhait d'information prioritaire concernant des sujets auxquels ils peuvent attribuer davantage d'importance, notamment leurs « véritables » préoccupations à l'orée de l'élection présidentielle. L'attente de politique reste forte en France.

* * * * *

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 - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr
Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Opinion & Corporate - 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr