NOTE DETAILLEE

Le regard des Français sur « le » tweet de Valérie Trierweiler

Etude *Harris Interactive* pour *Gala*

Enquête réalisée par Internet les 13 et 14 juin 2012. Echantillon de 1188 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'interviewé(e).

Que retenir de cette enquête ?

- **A propos de l'image de Valérie Trierweiler, compagne du Président de la République, il apparaît que :**

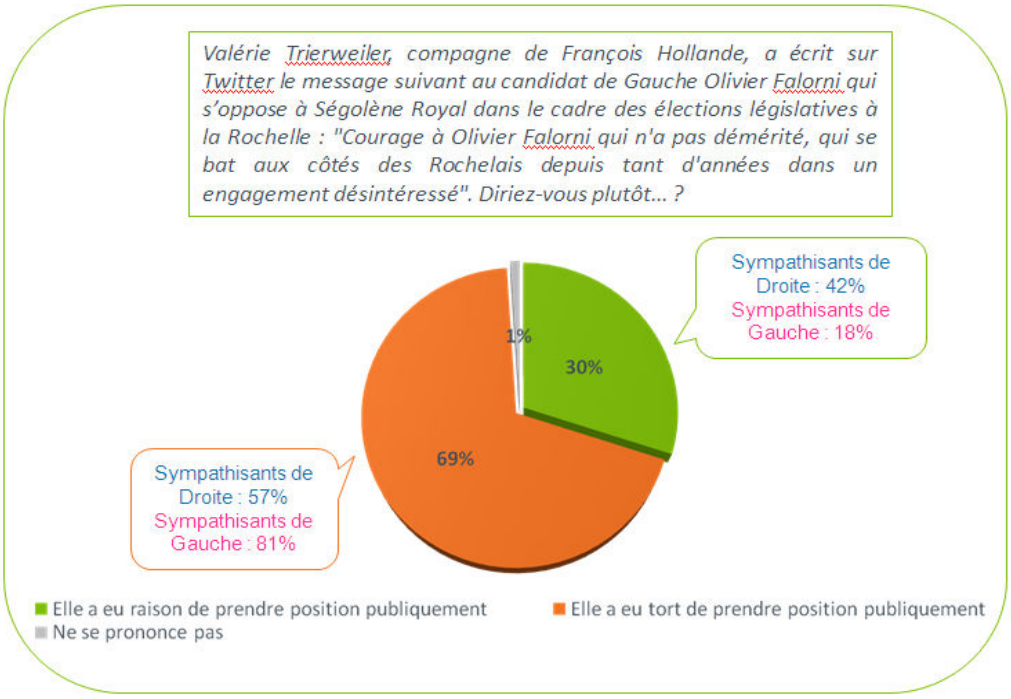
  - **Les opinons exprimées à l'égard de Valérie Trierweiler sont mitigées :** 49% affirment en avoir une bonne opinion contre 50% une mauvaise.

    - Sur ce point les jugements sont intimement liés à la proximité politique. **Les deux tiers (65%) des sympathisants de Gauche en ont une bonne opinion contre un peu plus d'un quart (28%) de ceux de Droite.**

    - On aurait pu s'attendre à un lien entre sexe du répondant et appréciation de la compagne du président de la République. Il n'en est rien. **54% des hommes ont une bonne opinion de Valérie Trierweiler contre 45% des femmes.** Valérie Trierweiler est plus appréciée par les jeunes (60%) que par les personnes âgées (37%).

  - Dans un pays sensible à la séparation de ce qui relève du public et du privé, **Valérie Trierweiler occupe une place trop importante dans la vie politique pour 45% des Français** (42% des sympathisants de Gauche partagent cet avis, contre 58% de ceux de Droite).

©2012 Harris Interactive SAS. Tous droits réservés.



- **Concernant « l'affaire » en elle-même, soit la prise de position publique de Valérie Trierweiler via un tweet d'encouragement à un candidat aux élections législatives à La Rochelle, il apparaît que :**

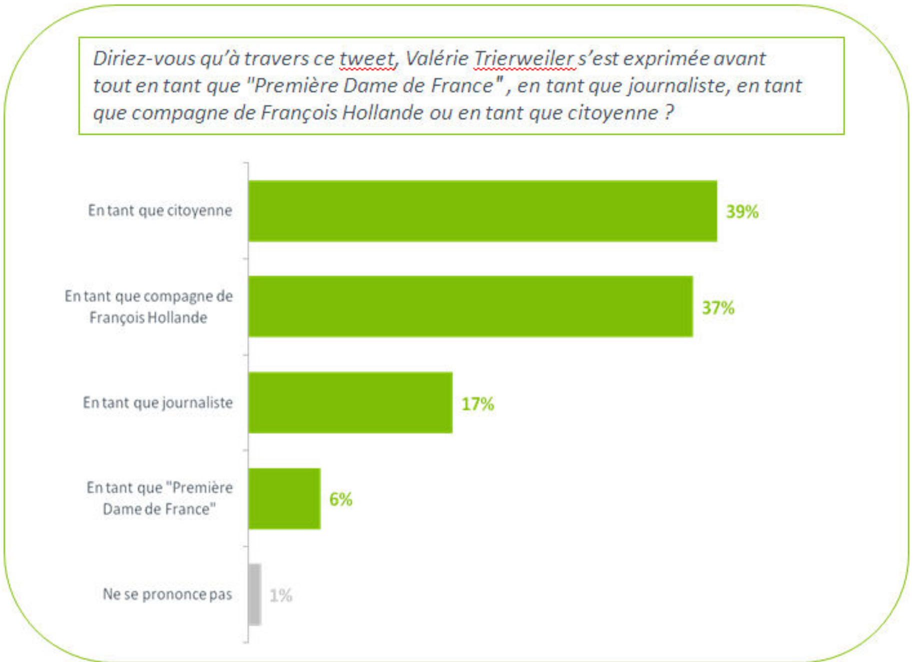
  - **Les Français pensent que Valérie Trierweiler a eu tort de prendre position publiquement dans le cadre des élections législatives à La Rochelle** : 69% des Français considèrent qu'elle n'aurait pas dû rédiger ce tweet. Observons la **nette différence de réponse selon la proximité politique et une réprobation plus forte parmi les sympathisants de Gauche (81%) que de Droite (57%).**

  - Aux yeux des Français, les mots qualifiant le mieux l'attitude de Valérie Trierweiler se structurent autour d'une **« jalousie »** perçue dans le propos et d'une **« irresponsabilité »** relative aux conséquences anticipées de ce message.

  - Les Français estiment que Valérie Trierweiler s'est exprimée presque tout autant en tant que citoyenne (39%) que compagne de François Hollande (37%) et que donc, dans ce contexte, elle a mêlé vie publique et vie privée (76%).

Pour autant, les Français estiment que François Hollande et Valérie Trierweiler n'exposent pas plus leur vie privée que ne l'ont fait Nicolas Sarkozy et Carla-Bruni Sarkozy au cours du dernier quinquennat. **Si 19% des Français considèrent que cette exposition est plus importante qu'au cours du quinquennat précédent, ceci est**

essentiellement le fait des sympathisants de Droite (43% d'entre eux, contre 4% de ceux de Gauche). 42% - chiffre non négligeable - des Français pensent que l'exposition de leur vie privée s'effectue dans les mêmes proportions qu'au cours du mandat précédent (47% parmi les sympathisants de Droite, 31% ceux de Gauche) et 39% qu'elle est moindre (65% à Gauche, 10% à Droite).



_

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 (6ème 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

Jean-Daniel Lévy –Directeur du Département Opinion & Corporate - 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr