

COMMUNIQUE DE PRESSE

Sèvres, le 2 décembre 2014

Etude ZoomOn/Harris Interactive sur les médias et les enjeux d'une information positive : **8 Français sur 10 souhaitent plus d'actualités positives et locales sur leur ville/région***

- Près de 2 Français sur 3 (64%) jugent que les médias nationaux français ne donnent pas assez d'informations positives ;
- Plus de 3 Français sur 4 (79%) pensent que le fait d'avoir des informations positives dans les médias a un impact direct sur leur moral ;
- 83% des Français aimeraient davantage d'actualités positives sur leur ville/région ;
- 88% des Français s'intéressent en priorité à des informations locales sur des projets pouvant améliorer leur quotidien.



ZoomOn, marque 100% digitale de Solocal Group, dévoile les résultats d'une étude réalisée avec Harris Interactive sur les Français, les médias et l'information positive. L'étude invite à réfléchir sur la place occupée par l'information positive dans nos médias et plus largement, dans notre société et les effets engendrés sur le moral des Français. Alors que 64% d'entre eux estiment que les médias nationaux ne communiquent pas suffisamment d'informations positives, 83% souhaiteraient lire davantage d'actualités positives sur leur ville/région dans les médias locaux.

Une attente importante d'informations positives dans les médias nationaux français

L'étude ZoomOn/Harris Interactive révèle tout d'abord une attente importante de communication positive de la part des médias nationaux français : **64% des sondés jugent que ces médias ne donnent pas suffisamment d'informations positives**. Un constat plus sévère porté par les femmes, qui sont 67% à le penser. L'étude fait donc émerger une attente d'« information positive » très forte de la part de nos concitoyens.

Recevoir des informations positives, ça donne le moral !

Interrogés sur les bénéfices personnels et sociétaux qu'apportent des informations positives, **plus de 3 Français sur 4 estiment que cela a un impact direct sur leur moral (79%), en priorité**. Elles ont également un impact sur : le **dynamisme de la société française**, pour 74% des sondés ; la **confiance en l'avenir**, pour 73% ; enfin le **désir d'implication dans la vie de la société** et la **fierté collective**, à égalité pour 67% des personnes interrogées.

Près de 8 Français sur 10 plébiscitent des informations locales positives

Concernant les **actualités locales**, 79% des Français plébiscitent les « bonnes nouvelles sur leur ville ». En entrant plus dans le détail, l'étude révèle que **88% des Français s'intéressent à des actualités sur des projets pouvant améliorer le quotidien** ; 82%, à des actualités générales sur leur quartier ou leur ville, ou encore 62% à des interviews ou articles sur une

personnalité locale qui a réussi professionnellement. L'information locale paraît donc appréciée lorsqu'elle permet de valoriser les initiatives locales et contribuer à un certain dynamisme de la société.

« J'ai créé ZoomOn en 2010 sur le concept de l'information positive. Nous avons plus particulièrement souhaité le développer au niveau local, en partant des attentes des utilisateurs. En effet, ceux-ci formulaient une vraie demande de valorisation de leur ville/région, qu'ils ne trouvaient pas ailleurs. ZoomOn s'est ensuite développé autour de ce principe, reposant sur la mise en avant de bonnes adresses, de lieux insolites et authentiques, de personnalités locales inspirantes. Les résultats de l'étude ne font que conforter ma perception. Les Français sont peut-être parfois moroses. Ils n'en restent pas moins demandeurs de bonnes nouvelles et d'informations valorisant leur entourage ; c'est la mission que nous nous sommes fixés avec ZoomOn. Nous venons de dépasser le cap des deux millions de fans, preuve de l'engouement des Français pour une information positive et locale. », indique Annabelle Daniel, fondatrice de ZoomOn.

L'enquête interroge également l'intérêt pour les contenus locaux, notamment de divertissement, permettant de « mieux vivre sa ville » au quotidien. En la matière, **79% des Français s'intéressent aux idées de sorties, restaurants, shopping ou autres activités à réaliser dans leur localité.** 78 % des sondés s'intéressent dans ce cadre aux « **bons plans** » proposés par d'autres utilisateurs.

La **dimension visuelle de l'information** n'est pas en reste avec **75% de Français se déclarant intéressés par les photos et vidéos sur leur patrimoine local**, et **57% sur leur localité.** Enfin **74% apprécient les invitations ou cadeaux**, et **65% s'intéressent aux recettes locales.**

Un Français sur deux (51%), estime que **leurs villes/régions ne sont pas suffisamment mises en avant par les médias locaux.**

L'image véhiculée par les médias locaux est jugée cependant plutôt positive, pour 64% d'entre eux. Et **69%** des Français estiment en même temps que cette image **correspond à la réalité.** Ainsi, les internautes trouvent à la fois que l'image véhiculée par les médias sur leur ville ou région est plutôt positive et que cette image est conforme à la réalité: **la communication positive ne trahit pas la réalité locale**, un enseignement intéressant.

Il existe certaines disparités régionales quant aux perceptions : les habitants du **Nord-Est** apparaissent **les plus « en attente »** d'une valorisation de leur ville/région (**57%**). Par ailleurs, **41%** estiment que l'image véhiculée de leur région n'est pas positive.

54% des habitants du Sud-Ouest jugent au contraire que leur région est bien mise en avant dans les médias et 78% que l'image véhiculée est positive.

Quant à la **région Parisienne**, les Français semblent plutôt **satisfaits du traitement de l'information dans les médias (63%)** avec **une image jugée plutôt positive (59%).**

**Etude quantitative en ligne menée pour ZoomOn par Harris Interactive réalisée en novembre 2014 auprès de 1 500 internautes français âgés de 15 à 65 ans.*

A propos de ZoomOn

ZoomOn, pure-player du Web, est une marque de Solocal Group. ZoomOn offre des contenus hyperlocaux et thématiques à plus de 2 millions de fans via Facebook. Décliné sur 55 pages locales, ZoomOn permet à ses utilisateurs de redécouvrir leur ville grâce au partage d'informations inédites avec leurs communautés : lieux insolites, personnalités emblématiques, nouveaux restaurants, artisans locaux... ZoomOn constitue une destination de choix pour les annonceurs en fédérant une audience communautaire puissante, engagée et affinitaire, à la fois par localité et thématique. ZoomOn est une filiale 100% digitale de Solocal Group.
<http://www.ZoomOn.fr> <https://www.facebook.com/ZoomOnParis>

Contacts presse ZoomOn et Solocal Group

Pauline Even : 01 58 65 10 22 - peven@hopscotch.fr / Sally Gay : 01 58 65 00 37 - sgay@hopscotch.fr
Alexandra Kunysz, Responsable Presse Solocal Group : 01 46 23 47 45 / akunysz@solocal.com