

Une étude

toluna   **harris
interactive** pour


**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**
*Liberté
Égalité
Fraternité*

Le regard des Français sur l'information

Comment les Français définissent-ils une information fiable ? Quels sont pour eux les grands enjeux de l'information aujourd'hui ?

Septembre 2023

Jean-Daniel Lévy, Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion

Morgane Hauser, Directrice d'études au Département Politique – Opinion

Yanis Belaghene, Chargé d'études senior au Département Politique – Opinion



Sommaire

Méthodologie d'enquête	P.3
Principaux enseignements de l'enquête	P.5
S'informer à l'heure du soupçon	P.9
1/ Un intérêt partagé pour l'information	P.9
2/ Un encadrement légal existant, mais seulement relativement fonctionnel	P.12
3/ Un contexte de défiance à l'égard de l'information, de ses sources, de son contenu	P.14
La fiabilité de l'information, un enjeu central	P.19
1/ Une difficulté de plus en plus grande à s'informer sereinement	P.19
2/ Des critères de crédibilité définis mais multiples	P.22
3/ Des interlocuteurs et des canaux qui peinent à convaincre de la fiabilité de leurs informations	P.24
Face aux inquiétudes pour l'avenir de l'information, des enjeux identifiés	P.28

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **15 au 19 septembre 2023**.



Échantillon de **2 068** personnes représentatif des Français âgés de 15 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille d'agglomération de l'interviewé(e)**.



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 2 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,3. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,7% et 11,3% (plus ou moins 1,3 point).



Principaux enseignements de l'enquête

Principaux enseignements de l'enquête

En dépit d'un intérêt partagé, un contexte de tensions pour l'information

- Lorsqu'ils définissent l'idée d'« information », les Français mentionnent spontanément autant **du contenu** (l'actualité, les nouvelles) que différents **contenants médiatiques** (le journal, la télévision, la radio), rendant indissociables **le fond et la forme dans la diffusion de l'information**, dont ils font un enjeu de connaissance. De fait, les Français **se déclarent intéressés par l'information sous toutes ses formes et à tous les niveaux** : local, national, international, qu'il s'agisse de nouvelles optimistes ou plus dures. Parmi les sujets d'intérêt, ils évoquent particulièrement les enjeux liés à leur vie pratique, l'information étant perçue comme un moyen de mieux comprendre et vivre son quotidien.
- S'ils se montrent intéressés par toutes les thématiques liées à l'information, les Français émettent néanmoins **quelques doutes sur le contexte dans lequel elle est émise** et d'abord du point de vue **du respect de différentes lois et libertés**. Généralement, ils estiment que les enjeux de protection du secret fonctionnent bien, surtout lorsqu'il s'agit du secret défense (79%). Mais les enjeux **d'expression et de diffusion de l'information enregistrent plus de doutes** : seuls un peu plus de 6 Français sur 10 (et avec une intensité faible de conviction) estiment aujourd'hui que l'indépendance de la presse ou la liberté des journalistes sont bien respectées en France. Une proportion qui, dans l'absolu, irait plutôt dans le sens d'un bon fonctionnement du système, mais qui témoigne, dans un pays démocratique qui érige la liberté d'expression comme une valeur fondamentale, d'une mise en doute de la part d'une partie non négligeable de la population. En conséquence, le **droit à l'information des citoyens n'apparaît respecté en France que pour 63% des Français, dont seuls 13% estiment qu'il serait très bien respecté**. Les Français semblent ainsi apporter une confiance toute relative au bon fonctionnement des enjeux de liberté d'expression et de liberté d'information dans le contexte actuel.
- Surtout, les Français portent un regard plutôt pessimiste sur l'ensemble de l'univers médiatique leur permettant d'accéder à l'information. Contribuant au sentiment que la liberté d'expression des journalistes reste relative, **les Français indiquent majoritairement penser que l'information distribuée par les médias traditionnels est « sous contrôle », de la part des grands groupes financiers qui les détiennent et orienteraient l'information** (82%), ou, dans une moindre mesure, de la part du Gouvernement (58%). Pour un grand nombre d'entre eux, **ces influences exercées sur les médias mettent en cause la crédibilité des informations**, 60% des Français indiquant avoir parfois du mal à savoir si les informations diffusées dans les médias sont vraies ou fausses. Ainsi, qu'il s'agisse des médias publics (56%) ou des médias privés (52%), les Français sont à peine une majorité à faire confiance aux médias traditionnels pour leur fournir une information de qualité. Et, alors que la lutte contre les *fake news* apparaît comme l'un des enjeux les moins bien maîtrisés aujourd'hui (59% estiment cet aspect *mal respecté*), **seuls 57% estiment que les médias font des efforts pour lutter contre la désinformation** et, donc, privilégient l'audience sur la connaissance (71%).
- Si les médias « traditionnels » sont porteurs de nombreux points de défiance de la part des Français, **les nouveaux médias parmi lesquels les réseaux sociaux ne sont pas mieux perçus**. Largement considérés comme propices à la diffusion de fausses informations (86%) et rendant difficile l'accès à une information vraie (73%), les réseaux et les opinions qui s'y diffusent sont jugés comme **occupant une place beaucoup trop importante dans les débats publics** (79%)

Principaux enseignements de l'enquête

- Tous les doutes émis par les Français envers les médias, traditionnels ou sociaux, contribuent à la formation d'une représentation dans l'ensemble pessimiste de l'univers de l'information et du contenu diffusé. Très majoritairement, **les Français estiment aujourd'hui vivre dans une période de sur-information** (82%), alors même que cette information est **décalée par rapport à leurs attentes** (68% estiment que les médias ne parlent pas suffisamment de leurs préoccupations), et **noyée dans les commentaires témoignant plus d'une opinion que de véritables faits** (78%).

La fiabilité de l'information au cœur des enjeux

- Dans ce contexte particulièrement délicat pour l'information, les Français témoignent pour nombre d'entre eux de **difficultés à trouver une information fiable** (43%), seule une courte majorité (57%) estimant avoir facilement accès à des informations auxquelles ils font confiance. Dans le temps, nombreux sont également ceux qui estiment que **la fiabilité de l'information s'est dégradée ces dernières années** (55%), quand seuls 24% estiment qu'elle s'est améliorée.
- Les principaux critères qui permettent de définir une information fiable font relativement l'unanimité chez les Français qui, nettement, font **davantage confiance à des informations corroborées par des datas et des expertises scientifiques** (83%, dont 34% « tout à fait confiance ») ou à des informations **présentées de manière neutre** (76%, dont 26% « tout à fait confiance »). Si ces deux critères rassemblent largement les Français, ils accordent également **un certain crédit aux sources officielles** (72%) comme **aux informations qui sont relayées de manière conjointe par différents médias** (69%). Mais d'autres dimensions, plus personnelles, peuvent également jouer un rôle dans le crédit qu'ils vont accorder à l'information : leur confiance en l'émetteur (71%) ou la correspondance de l'information à leur propre opinion (49%) peuvent devenir des variables de définition d'une information vraie. Si bien que, tout en faisant essentiellement consensus, les critères de fiabilité de l'information restent soumis à de nombreux facteurs qui peuvent entrer en concurrence.
- Au-delà des aspects qui fondent une information fiable, **quels sont les acteurs qui sont perçus comme les plus susceptibles de la transmettre ?** Différentes dynamiques se jouent selon qu'on considère les interlocuteurs, les canaux de diffusion et les types de médias, qui font écho aux perceptions des Français concernant l'univers médiatique en général. Premier constat, **la confiance dans les médias dans leur ensemble reste relative. 59% des Français font confiance aux médias publics pour leur fournir une information fiable**, soit presque autant de confiance qu'il en est accordé aux **médias privés (54%)**, mais plus qu'aux **médias alternatifs (43%)**. Quoiqu'ils soient seulement relativement confiants quel que soit le type de média, **les Français identifient beaucoup plus facilement les canaux traditionnels** (journaux, chaînes de radio ou chaînes de télévision généralistes) **comme des interlocuteurs de confiance qu'ils ne le font concernant les réseaux sociaux** (que seuls 20% reconnaissent comme des diffuseurs d'informations fiables) les considérant encore moins crédibles que les publicités (22%).

Principaux enseignements de l'enquête

- Au-delà des médias et de leurs canaux, force est de constater que **les Français font avant tout confiance à leurs proches** (77%) pour leur transmettre des informations fiables, les autres interlocuteurs se plaçant à un degré de confiance sensiblement moindre. S'ils considèrent en majorité que les experts qui interviennent dans les médias constituent un émetteur de confiance (61%), **ils sont plus modérés dans leur perception de la communication publique** (52%) ou **gouvernementale** (47%). La communication publique apparaît ainsi dans une perspective paradoxale pour les Français, qui font à la fois de l'origine publique un critère de confiance pour l'information... et sont distants à l'égard des prises de parole de l'État en tant qu'émetteur.

Face aux incertitudes, des priorités établies pour l'avenir

- De cette représentation sans concessions de l'univers médiatique et de sa fiabilité aujourd'hui, les Français dépeignent un **rapport de plus en plus en tension avec l'information au quotidien**. Majoritairement, ils estiment que les développements des dernières années dans les technologies d'information et de communication leur ont apporté **davantage d'anxiété** (62%), **de difficultés à discerner le vrai du faux** (70%) ou **encore de risques de désinformation** (72%), qu'elles ne leur ont apporté d'informations utiles (42%) ou d'ouverture d'esprit (40%). Et nombreux sont les sujets d'inquiétude pour l'avenir de l'information. Si l'on retrouve en première crainte la thématique récurrente du **risque de désinformation** (83%) porté par des **technologies** de plus en plus puissantes (IA, *deepfakes*, algorithmes, etc.), de nombreux **phénomènes structurels** (comme le développement de régimes autoritaires, l'influence des grands groupes financiers dans les médias ou la transition vers des médias de plus en plus partisans) sont également évoqués. L'information semble ainsi menacée de toutes parts dans les représentations des Français.
- Pour l'avenir, ils identifient en réponse à ces différentes menaces une priorité sur laquelle ils se rejoignent en majorité, **celle de la qualité de l'information à laquelle ils auront accès** (sa fiabilité, sa pertinence, etc. : 50%, dont 27% citent cet enjeu en premier). Cette qualité sera soutenue selon eux par deux points d'attention particuliers : **l'indépendance de l'information par rapport aux influences** (grandes entreprises mais aussi acteurs publics, 30%) et **la lutte contre la désinformation** (30%). Les Français expriment néanmoins quelques difficultés à identifier les garants de cette fiabilité à l'avenir : si les journalistes (60% de confiance), les associations (59%) et les acteurs de la société civile (58%) apparaissent comme les principaux relais de confiance, jamais aucun des acteurs testés ne dépasse 10% de confiance affirmée (c'est-à-dire de réponse *tout à fait confiance*). L'État retrouve son statut d'acteur en demi-teinte avec 48% de confiance pour agir en faveur de la qualité de l'information à l'avenir, ce qui le place entre les médias traditionnels (54%) et les médias alternatifs (43%).



S'informer à l'heure du soupçon

1/ Un intérêt partagé pour l'information

2/ Un encadrement légal existant, mais seulement relativement fonctionnel

3/ Un contexte de défiance à l'égard de l'information, de ses sources, de son contenu

Le terme « informations » renvoie pour les Français tant à du contenu (l'actualité, les nouvelles, des renseignements) qu'à des canaux de diffusion (le journal, la télévision, les médias, etc.) ; enjeu de « connaissance », les informations se heurtent aujourd'hui à la question des « fake news »

Quels sont tous les mots, toutes les idées qui vous viennent à l'esprit lorsqu'on évoque le terme « informations » ? – *Question ouverte, réponses spontanées*

- À tous -



« Journal, télévision et sites internet. »

« Actualité, presse écrite, journal télévisé, fake-news, media. »

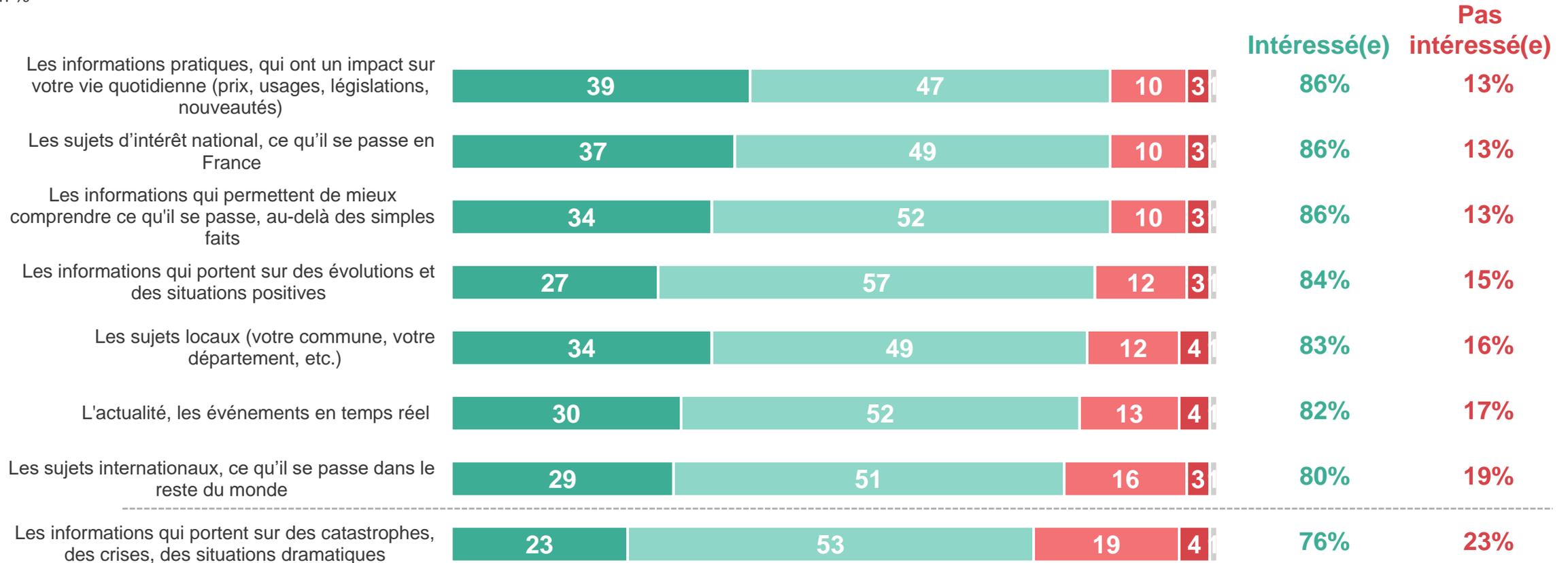
« Nouvelles nationales, internationales, locales. »

« Données informatives, explication d'un produit, d'un concept, d'un événement. »

En matière d'information, les Français se déclarent intéressés par la majorité des thématiques, de la plus proche à la plus éloignée, de la plus enthousiasmante à la plus difficile ; dans la hiérarchie des plus favorisées se retrouvent néanmoins les informations locales ou nationales à visée pratique et/ou qui permettent d'aller au-delà des simples faits

Personnellement, diriez-vous que vous êtes intéressé(e) ou pas intéressé(e) par... ?

- À tous, en % -



- Très intéressé(e)
- Plutôt intéressé(e)
- Plutôt pas intéressé(e)
- Pas du tout intéressé(e)
- Ne se prononce pas



S'informer à l'heure du soupçon

1/ Un intérêt partagé pour l'information

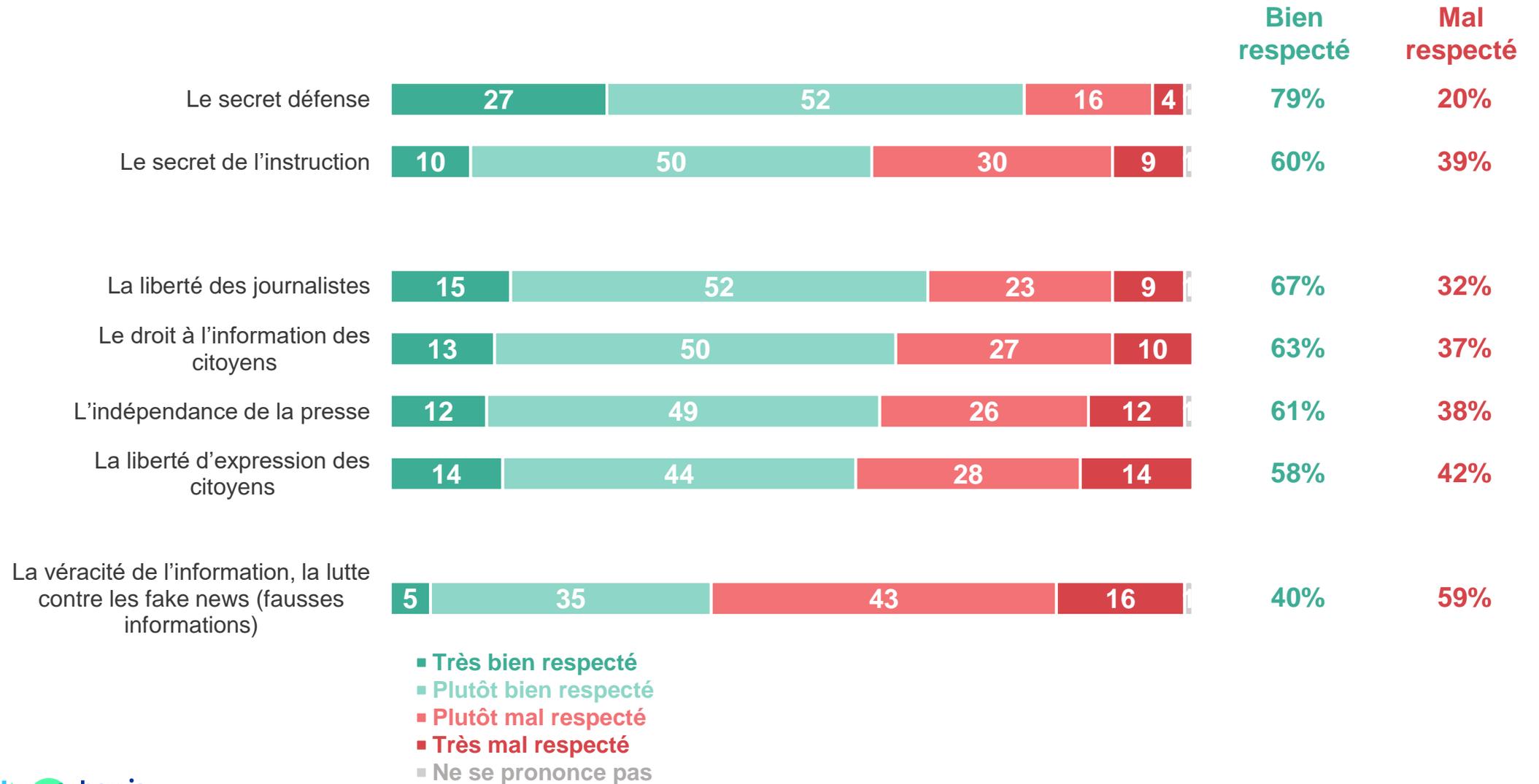
2/ Un encadrement légal reconnu mais seulement relativement fonctionnel

3/ Un contexte de défiance à l'égard de l'information, de ses sources, de son contenu

Les Français estiment dans l'ensemble que le système d'information fonctionne, mais seulement relativement : ils sont en effet nombreux à mettre en doute le respect de droits fondamentaux comme la liberté d'expression de la presse ou des citoyens ; au-delà des droits, le contenu de l'information, via la lutte contre les fake news, apparaît comme l'enjeu le moins bien maîtrisé

Personnellement, estimez-vous qu'en France, chacun des aspects suivants est-il bien respecté ou non ?

- À tous, en % -





S'informer à l'heure du soupçon

1/ Un intérêt partagé pour l'information

2/ Un encadrement légal reconnu mais seulement relativement fonctionnel

3/ Un contexte de défiance à l'égard de l'information, de ses sources, de son contenu

Une majorité de Français déclarent avoir le sentiment que l'information est soumise dans les médias à une forme de contrôle (de grands groupes ou du gouvernement) ; pour certains, jusqu'à une mise en doute de la fiabilité des informations transmises

Personnellement, chacune des affirmations suivantes correspond-elle bien ou mal à ce que vous pensez de l'information en France ?
En France...

- À tous, en % -

1/4

Contrôles exercés sur les médias / par les médias

Correspond bien Correspond mal

Les médias privés appartiennent pour la plupart à des grands groupes / des conglomérats qui ont une influence sur les informations délivrées



82%

17%

Les médias ne s'intéressent pas à la véracité de l'information, uniquement à l'audience



71%

28%

Vous avez du mal à savoir si une information délivrée dans les médias traditionnels est vraie ou fausse



60%

39%

Le gouvernement contrôle les informations qui sont diffusées dans les médias



58%

41%

- Correspond très bien
- Correspond plutôt bien
- Correspond plutôt mal
- Correspond très mal
- Ne se prononce pas

Les Français se montrent ainsi sceptiques vis-à-vis des médias : seule une courte majorité d'entre eux estiment qu'ils remplissent leur rôle déontologique, que ce soit en termes de contre-pouvoir, de lutte contre la désinformation ou d'accès à une information de qualité

Personnellement, chacune des affirmations suivantes correspond-elle bien ou mal à ce que vous pensez de l'information en France ?

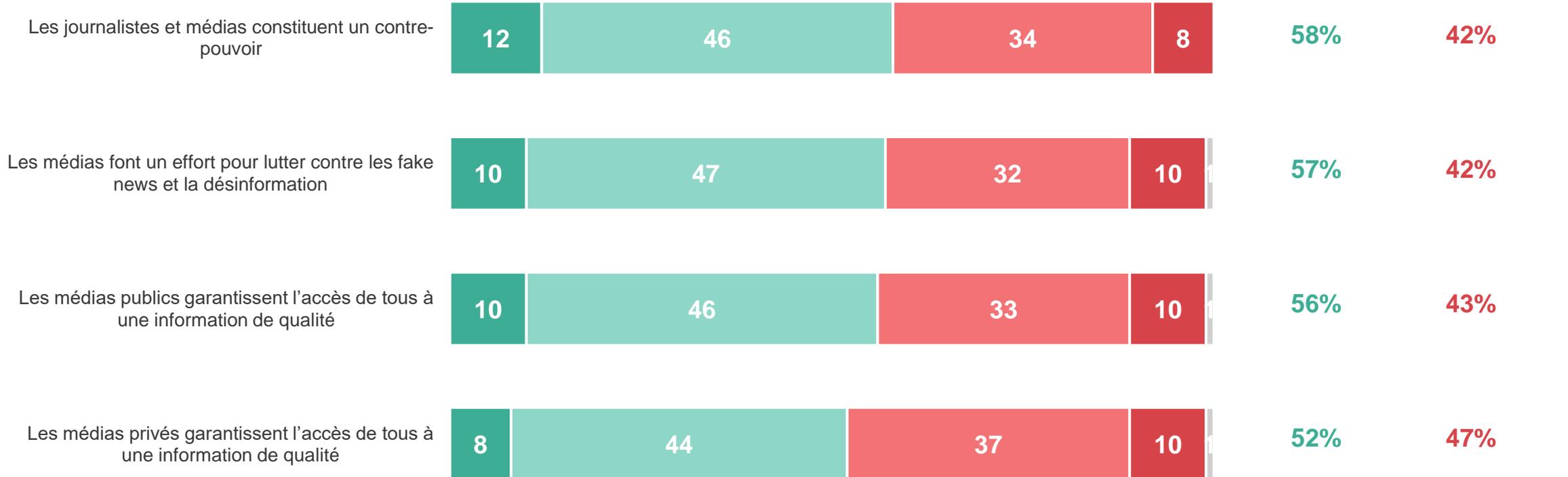
En France...

- À tous, en % -

2/4

Le rôle des médias

Correspond bien Correspond mal



- Correspond très bien
- Correspond plutôt bien
- Correspond plutôt mal
- Correspond très mal
- Ne se prononce pas

Les Français dépeignent un portrait assez négatif des réseaux sociaux qui sont perçus comme propices à la diffusion de fausses informations bien plus que comme un espace de fiabilité ; les Français estiment en conséquence que trop d'importance est aujourd'hui donnée dans l'espace public aux opinions issues de ces réseaux

Personnellement, chacune des affirmations suivantes correspond-elle bien ou mal à ce que vous pensez de l'information en France ?

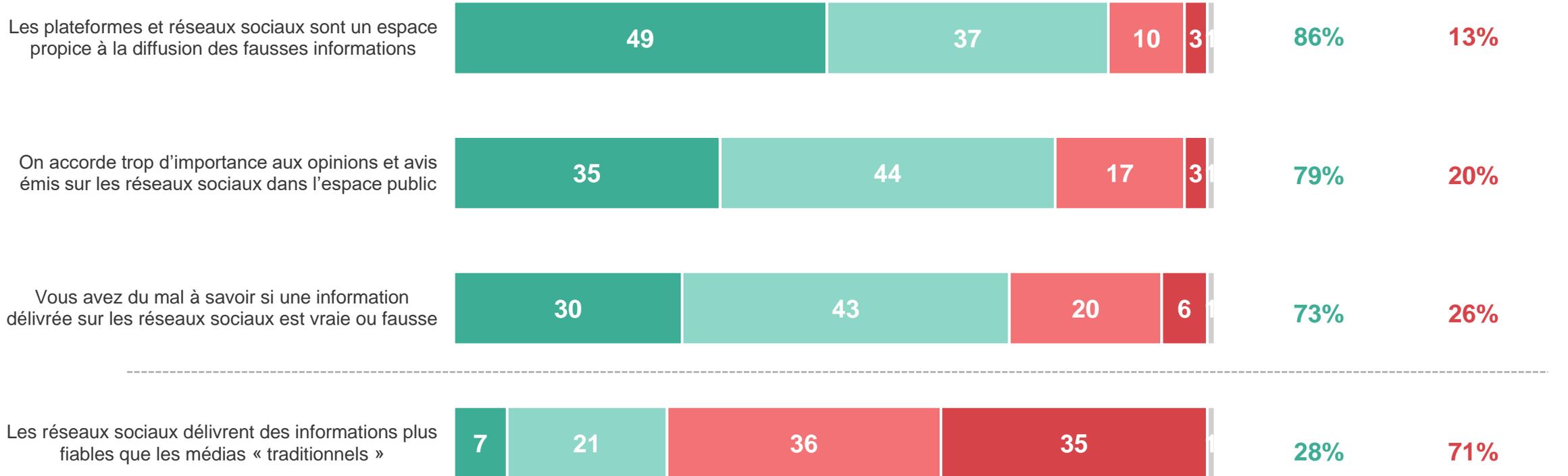
En France...

- À tous, en % -

3/4

Le rôle des réseaux sociaux

Correspond bien Correspond mal



- Correspond très bien
- Correspond plutôt bien
- Correspond plutôt mal
- Correspond très mal
- Ne se prononce pas

Au-delà des médias ou des réseaux, les Français expriment un regard plutôt négatif concernant le contenu de l'information délivrée en France ; ils partagent dans leur majorité le sentiment de vivre une période de sur-information, où les commentaires priment sur l'information en elle-même

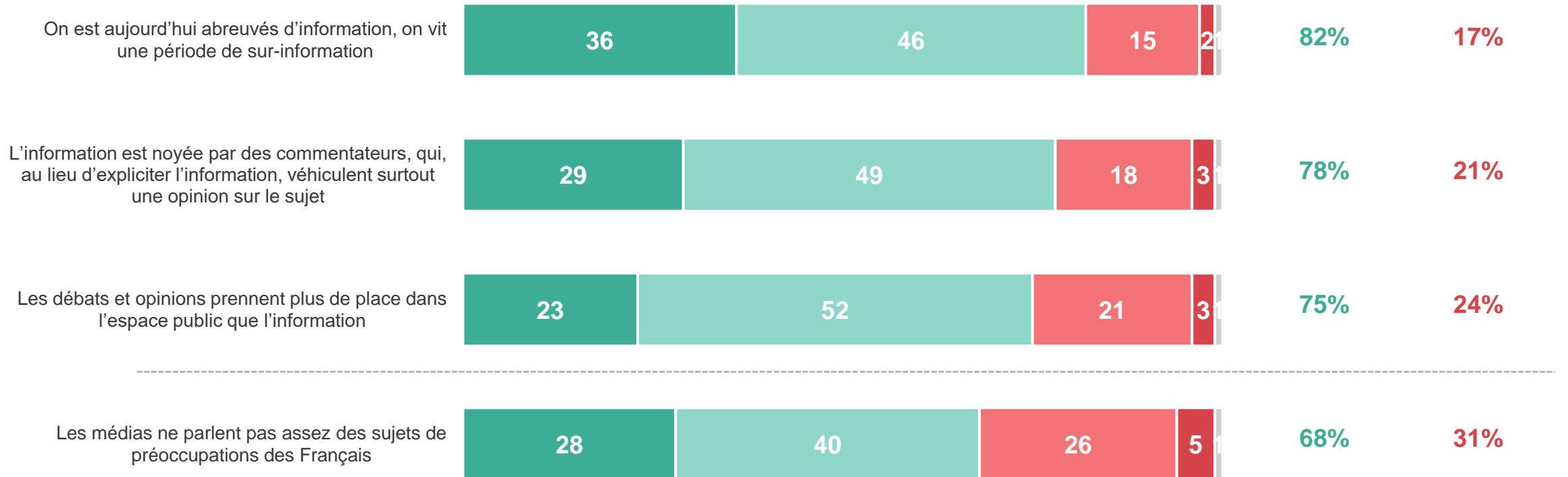
Personnellement, chacune des affirmations suivantes correspond-elle bien ou mal à ce que vous pensez de l'information en France ?
En France...

- À tous, en % -

4/4

Le contenu de l'information aujourd'hui

Correspond bien Correspond mal



- Correspond très bien
- Correspond plutôt bien
- Correspond plutôt mal
- Correspond très mal
- Ne se prononce pas



La fiabilité de l'information, un enjeu central

1/ Une difficulté de plus en plus grande à s'informer sereinement

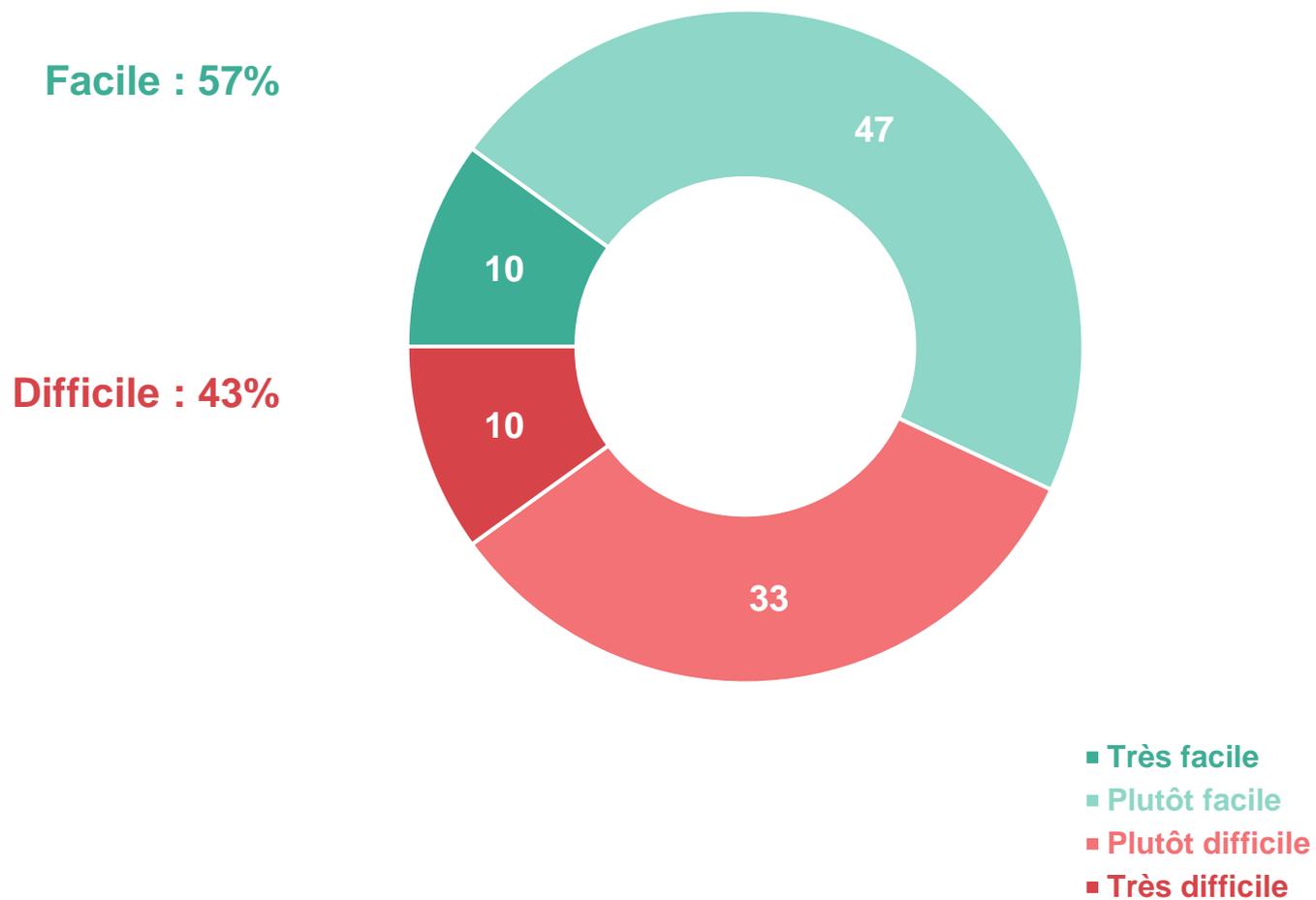
2/ Des critères de crédibilité définis mais multiples

3/ Des interlocuteurs et des canaux qui peinent à convaincre de la fiabilité de leurs informations

Les Français se montrent très partagés sur leur capacité à avoir accès à une information fiable : seule une courte majorité estime qu'il s'agit d'une chose facile

Personnellement, estimez-vous aujourd'hui qu'il est facile ou difficile d'avoir accès à une information fiable en France ?

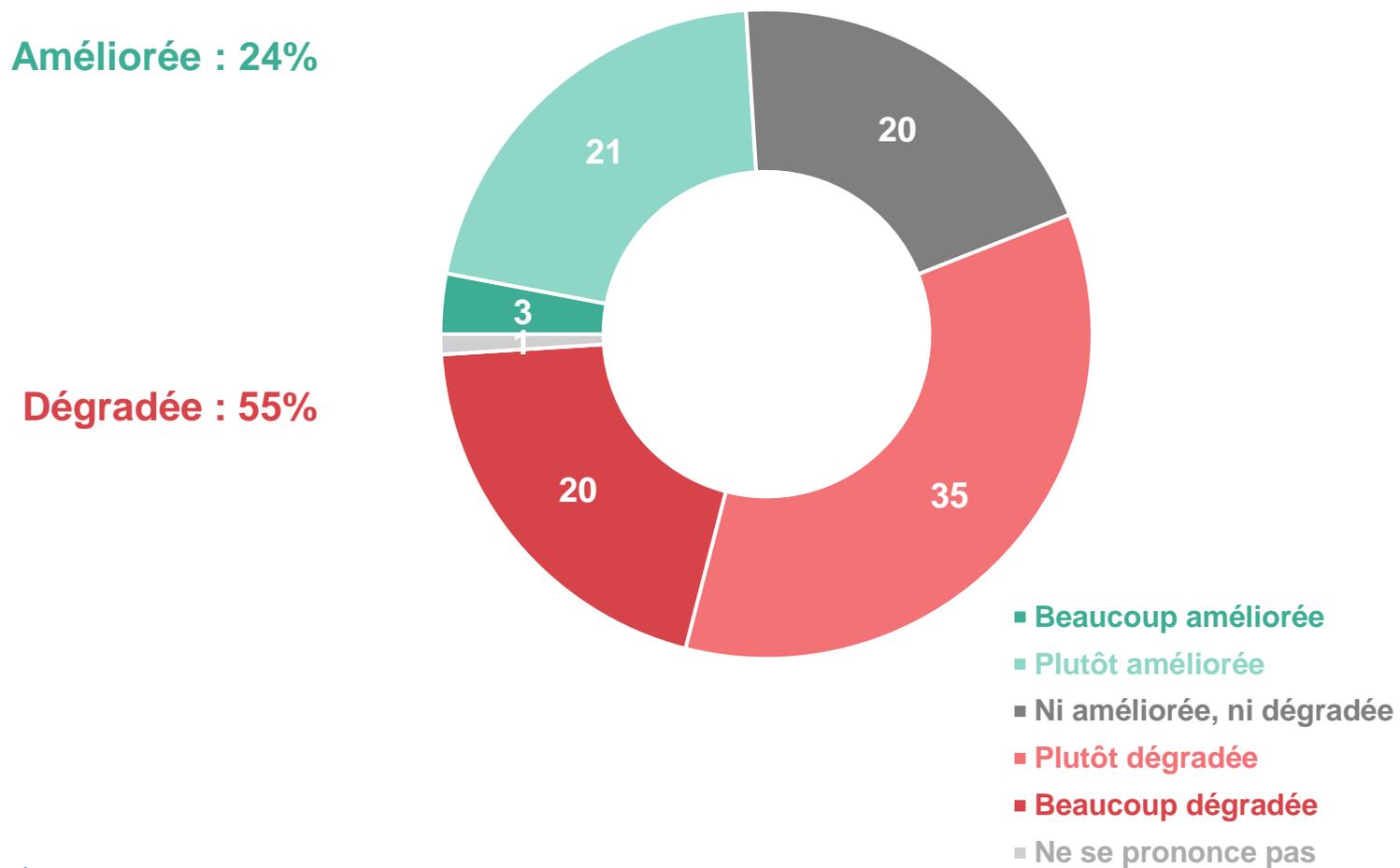
- À tous, en % -



Partagés sur la facilité d'accès à une information fiable, nombreux sont les Français qui expriment le sentiment d'une dégradation de la fiabilité de l'information diffusée ces dernières années

Diriez-vous qu'au cours des dernières années, la fiabilité de l'information en France s'est améliorée, dégradée ou ni améliorée ni dégradée ?

- À tous, en % -





La fiabilité de l'information, un enjeu central

1/ Une difficulté de plus en plus grande à s'informer sereinement

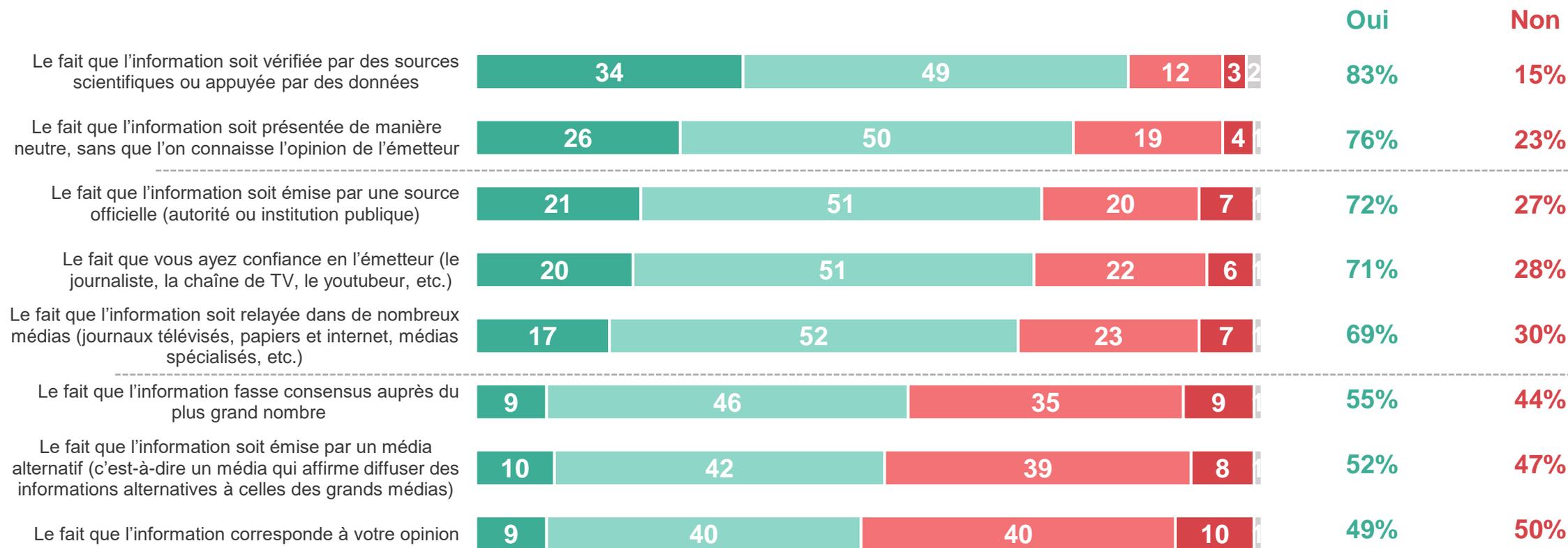
2/ Des critères de crédibilité définis mais multiples

3/ Des interlocuteurs et des canaux qui peinent à convaincre de la fiabilité de leurs informations

Pour juger de la fiabilité d'une information, les Français s'appuient principalement sur des critères d'objectivité comme la justification par des données scientifiques ou la neutralité de sa présentation ; de nombreux critères peuvent néanmoins entrer en ligne de compte (émetteur, validation par les pairs, etc.)

Diriez-vous que chacun des critères suivants est ou non pour vous le gage d'une information fiable ?

- À tous, en % -



- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout
- Ne se prononce pas



La fiabilité de l'information, un enjeu central

- 1/ Une difficulté de plus en plus grande à s'informer sereinement
- 2/ Des critères de crédibilité définis mais multiples
- 3/ Des interlocuteurs et des canaux qui peinent à convaincre de la fiabilité de leurs informations**

Peu de différences sont observées dans la confiance accordée aux médias publics et privés, les deux types de média faisant l'objet d'un niveau de confiance mitigé de la part des Français ; si les médias alternatifs sont légèrement en retrait, ils atteignent néanmoins des niveaux de confiance proches

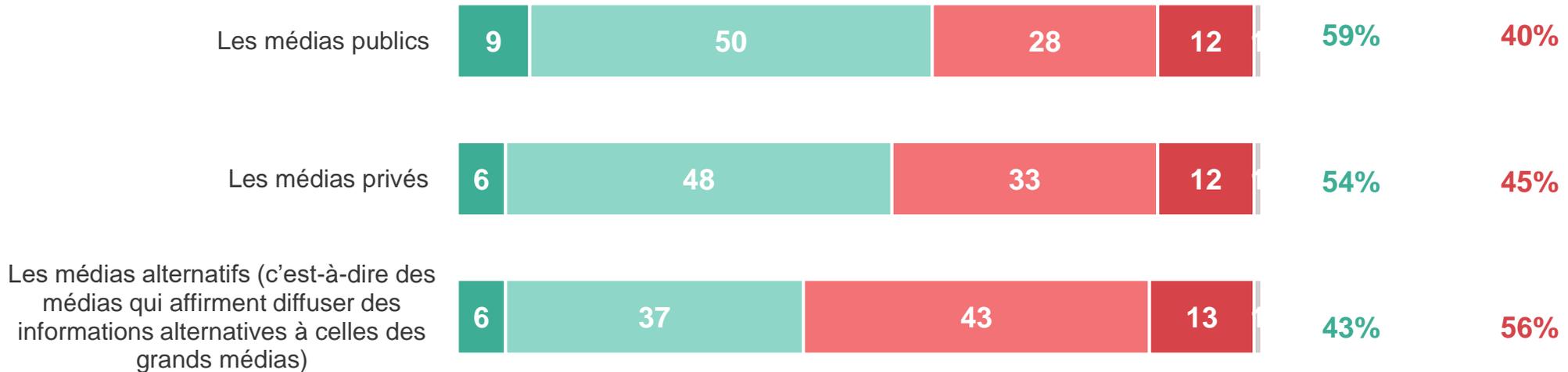
Et personnellement, faites-vous confiance ou pas confiance à chacun des interlocuteurs suivants pour vous donner accès à une information fiable ?

- À tous, en % -

1/3

La confiance selon la nature du média

Confiance Pas confiance



- Tout à fait confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance
- Ne se prononce pas

Les médias traditionnels (journaux, radio, chaînes de télévision généralistes) bénéficient de la confiance de plus de 2 Français sur 3 malgré une intensité de confiance faible ; les publicités et les réseaux sociaux suscitent essentiellement de la méfiance concernant la fiabilité des informations transmises

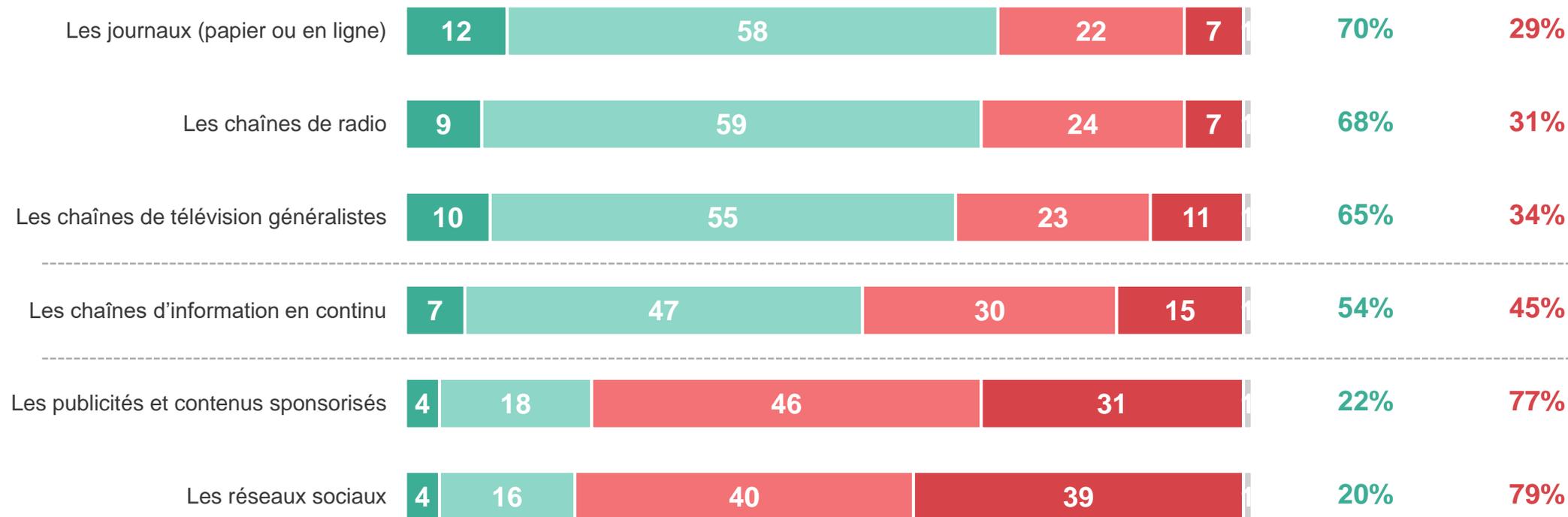
Et personnellement, faites-vous confiance ou pas confiance à chacun des interlocuteurs suivants pour vous donner accès à une information fiable ?

- À tous, en % -

2/3

La confiance selon le type de canal

Confiance Pas confiance



- Tout à fait confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance
- Ne se prononce pas

Pour obtenir une information fiable, les Français font avant tout confiance à leurs proches, et émettent une certaine défiance vis-à-vis des acteurs institutionnels ; parmi les personnalités publiques amenées à s'exprimer, les Français ont confiance dans la parole des experts, alors qu'ils mettent facilement en doute celle des influenceurs

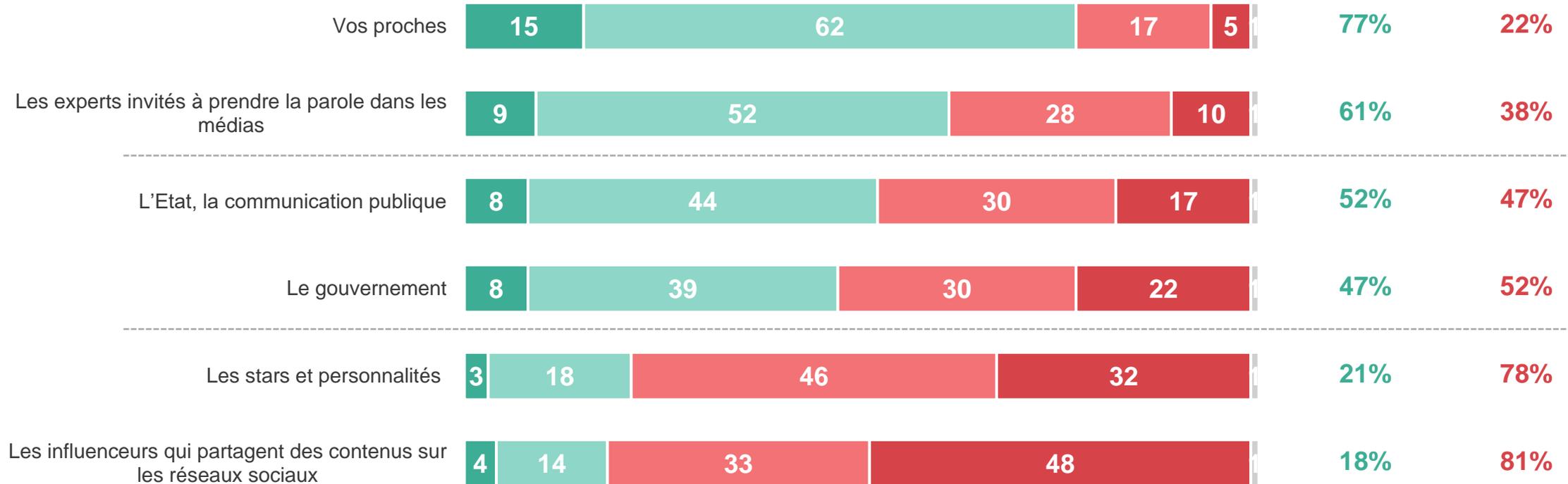
Et personnellement, faites-vous confiance ou pas confiance à chacun des interlocuteurs suivants pour vous donner accès à une information fiable ?

- À tous, en % -

3/3

La confiance selon le type d'acteur

Confiance Pas confiance



- Tout à fait confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance
- Ne se prononce pas

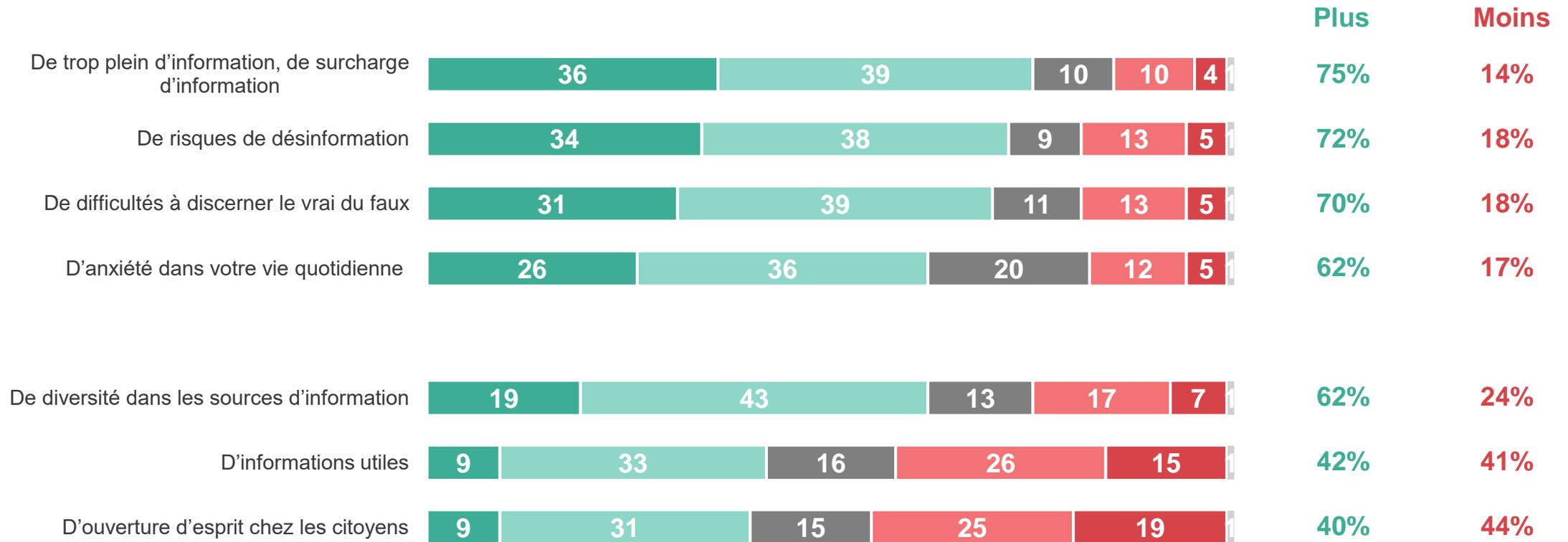


Face aux inquiétudes pour l'avenir de l'information, des enjeux identifiés

De manière générale, l'avènement des moyens de communication et de diffusion d'aujourd'hui semble créer plus de difficultés au regard de l'information, augmentant les risques de désinformation et de difficultés à discerner le vrai du faux, créant plus d'anxiété que de sentiment d'ouverture sur le monde

Plus généralement, estimez-vous que le développement des nouveaux moyens de communication et d'information génère plus, moins ou ni plus ni moins que c'était le cas il y a 5 ans... ?

- À tous, en % -

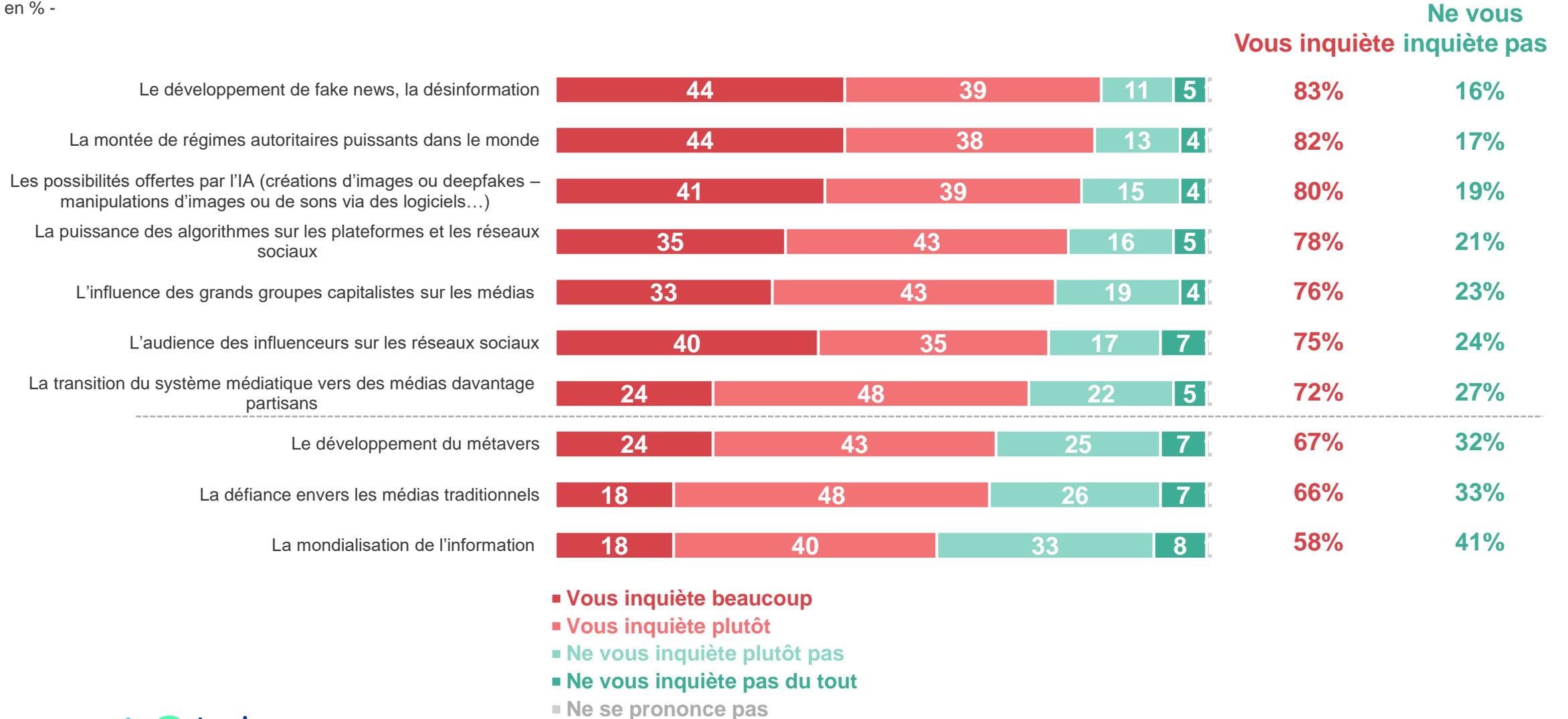


- Beaucoup plus
- Un peu plus
- Ni plus ni moins
- Un peu moins
- Beaucoup moins
- Ne se prononce pas

La plupart des thématiques relatives à l'évolution de l'information représentent des sources de préoccupation pour les Français, particulièrement en ce qui concerne la fiabilité des contenus (fake news, risques de l'IA et des deepfakes) ; les enjeux structurels (régimes autoritaires, financements des grands groupes, etc.) les questionnent également

Personnellement, diriez-vous que chacun des éléments suivants vous inquiète ou non pour l'avenir de l'information ?

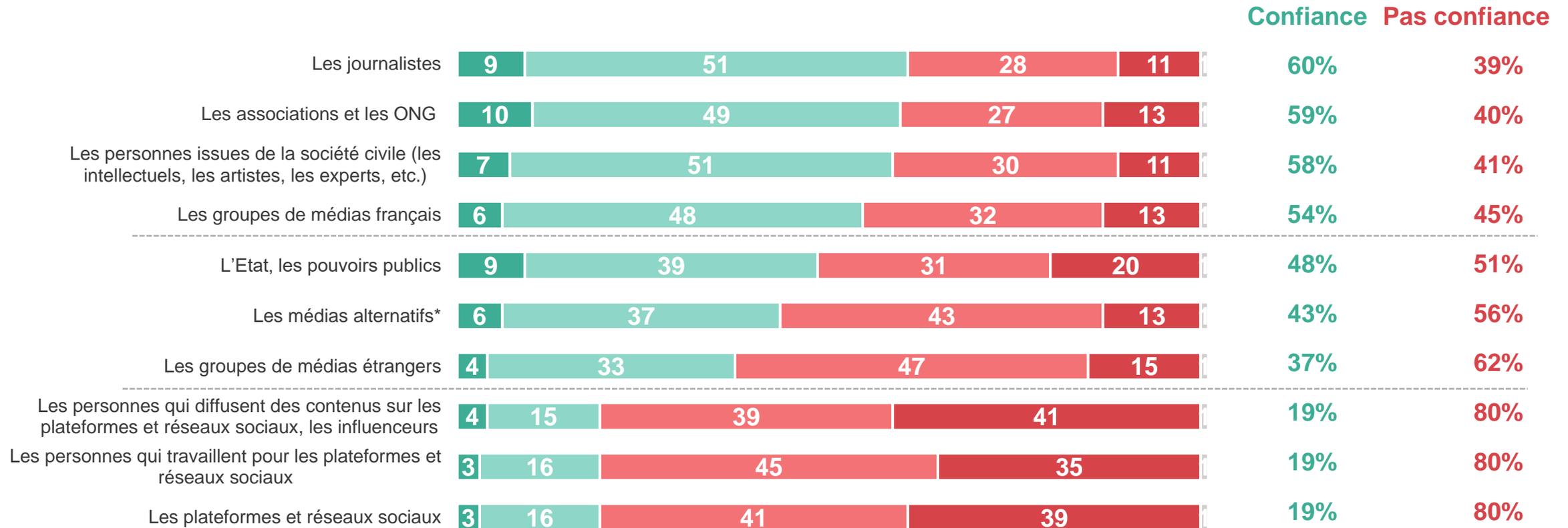
- À tous, en % -



Les journalistes, les associations, les personnes issues de la société civile et les groupes de médias français apparaissent comme les acteurs envers lesquels les Français expriment le plus de confiance pour travailler à la défense de l'information en France, même si ce niveau de confiance reste relativement mitigé

Faites-vous confiance ou non à chacun des acteurs suivants pour travailler à la défense de l'information en France (sa qualité, son accessibilité, sa neutralité, son indépendance, etc.) ?

- À tous, en % -



- Tout à fait confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance
- Ne se prononce pas

Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](https://www.facebook.com/harrisinteractive)



[Twitter](https://twitter.com/harrisinteractive)



[LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/harrisinteractive)

Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 66 – jdlevy@harrisinteractive.fr