

A person wearing a black jacket is shown from the side, holding and reading a newspaper. The background is a blurred newsstand with various newspapers on shelves. The text is overlaid on the left side of the image.

# #DemainLaPresse

ACPM X KANTAR

Importance de la Presse  
dans les arbitrages  
politiques, la constitution  
de son opinion

# Intervenants



**Ketty DE FALCO**  
Executive Managing  
Director  
Kantar Insights France



**Gautier PICQUET**  
Président de l'ACPM  
et CEO Publicis Media



**Stéphane BODIER**  
Directeur Général  
ACPM



**Amélie BENISTY**  
Directrice Audience  
ACPM



**Stéphane DELAPORTE**  
Directeur Général  
366



**Anne-Lise TOURSEL**  
Head of Media  
& Creative  
Kantar Insights



**Emmanuel RIVIÈRE**  
Directeur International  
des études politiques  
Kantar Public



**Pierre GOMY**  
Directeur Marketing  
Kantar Insights

# Sommaire

- 01 L'élection présidentielle, un moment majeur dans la vie démocratique française
- 02 La place de la Presse parmi les sources d'information sur la campagne présidentielle
- 03 Un rôle majeur de la Presse dans les processus d'information et la formation des opinions
- 04 L'élection présidentielle, une opportunité pour communiquer

# L'approche méthodologique



**2 260**

personnes âgés de 18 ans et plus, représentatifs de la population française en termes d'âge, de sexe, de région et profession



Un questionnaire dédié de **5 min.**

Intégré a :

**OneNext**

Date de recueil **janvier 2022**



## Les thèmes abordés :

- Intérêt et sources d'information pour les élections
- Les principales thématiques qui préoccupent les Français dans le cadre de l'élection présidentielle
- Les Français trouvent-ils des informations sur les sujets importants pour eux dans la Presse ?
- Dans quelle mesure la lecture de la Presse a-t-elle contribué à la constitution de leurs opinions ?



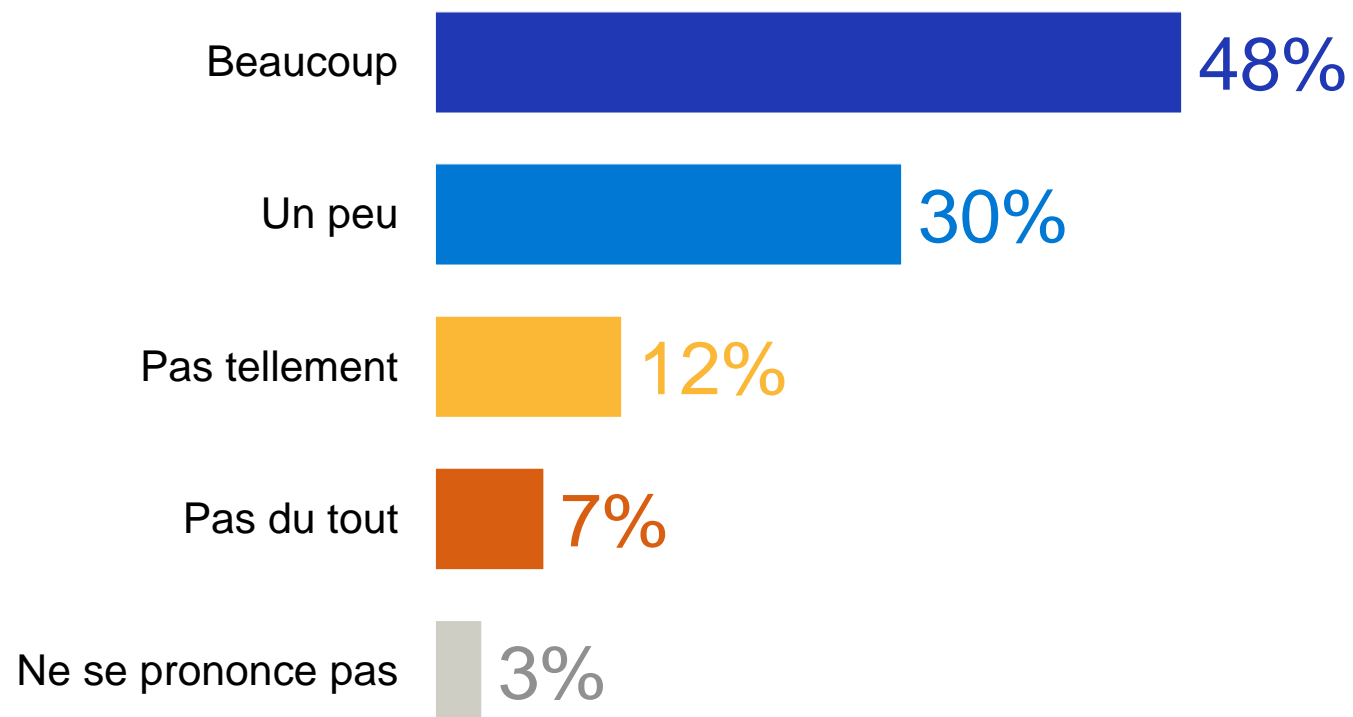


# 1

**L'élection présidentielle**  
Un moment majeur  
dans la vie démocratique  
française



# Un intérêt fort pour l'élection présidentielle



La prochaine élection présidentielle aura lieu en avril 2022. Cette élection vous intéresse-t-elle ? – Base ensemble



**78%**  
**s'intéressent**  
à la campagne



78%

pensent qu'il y aura un **impact important sur la France** des 5 prochaines années

## Une élection impactante pour les Français

47%



Très important

31%



Assez important

16%



Modéré

6%



Pas d'impact du tout

*Selon vous, dans quelle mesure le résultat de la prochaine élection présidentielle aura-t-il un impact sur la France des 5 prochaines années ? – Base ensemble répondants*



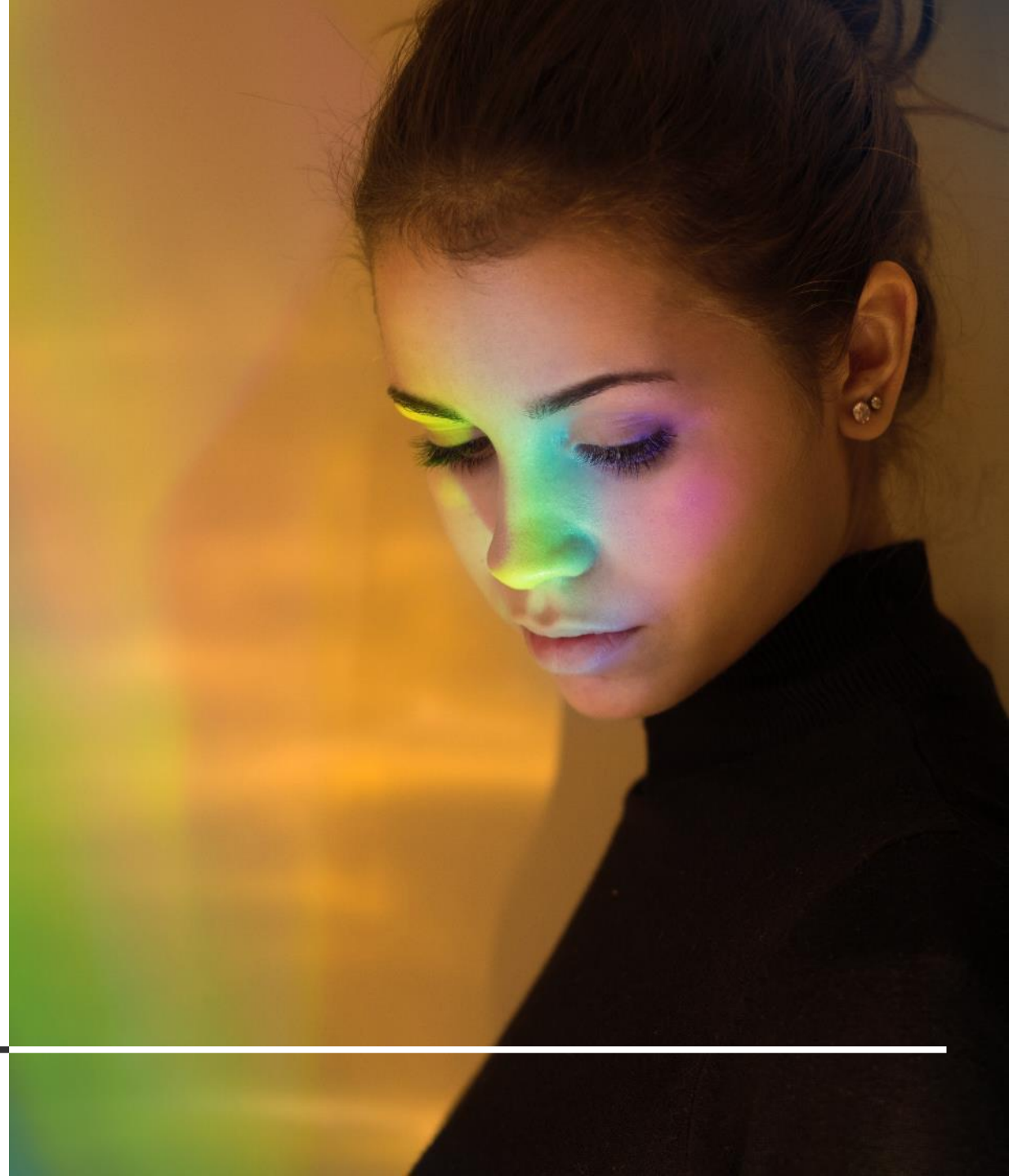
## ... mais beaucoup d'indécision

A date, un Français sur cinq est quasiment sûr d'aller voter **mais ne sait pas pour qui**

Des **électeurs de plus en plus libres** de toute attache partisane

La pandémie / le conflit en Ukraine créent un **contexte inédit et évolutif**

Une **multitude de thèmes** en débat





# Des sujets de préoccupations nombreux et variés

## 22 thématiques proposées

Le bien-être animal  
La diversité des candidats (histoire, vie familiale, parcours politique, formations)  
Le développement durable  
L'égalité hommes/femmes et la place de la famille, handicap, PMA, fin de vie ...  
Les questions de société : place de la famille, recherche  
L'éducation et la formation  
Les territoires, le local  
La santé et la qualité des soins  
L'emploi  
Les questions économiques : chômage, inégalités sociales, dette de l'état  
La place de la France dans le Monde  
Le logement  
Les questions européennes (discriminations raciales, internationales, ...)  
Le bien-être des animaux, la sécurité, la justice, le terrorisme, ...



92%

mentionnent au moins une thématique qui compte « beaucoup »

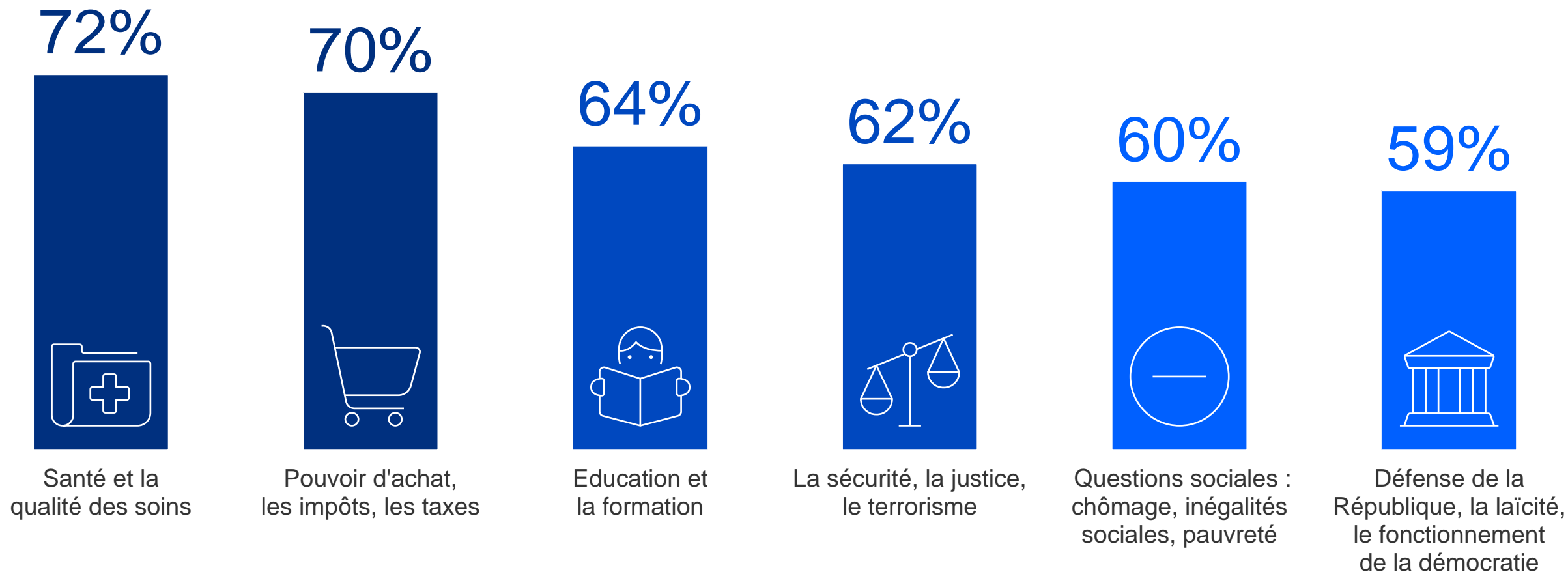
11 thématiques

en moyenne / personne

En pensant à la campagne présidentielle, dans quelle mesure les sujets suivants comptent-ils pour vous (que vous pensiez ou non voter) ?

Base ensemble

# Les thématiques qui comptent le plus



En pensant à la campagne présidentielle, dans quelle mesure les sujets suivants comptent-ils pour vous (que vous pensiez ou non voter) ? – Base ensemble

# Les thématiques qui comptent le plus



57%



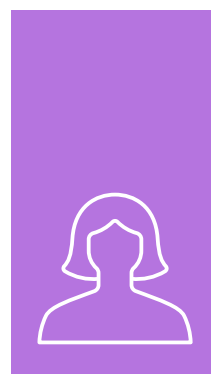
Emploi

55%



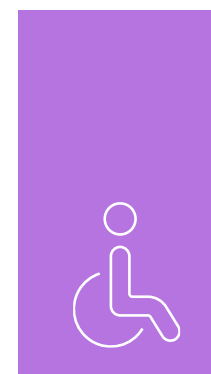
Retraites

53%



Place  
des femmes

53%



Questions de société :  
place de la famille,  
handicap, PMA,  
fin de vie

52%



L'environnement  
et le réchauffement  
climatique



*En pensant à la campagne présidentielle, dans quelle mesure les sujets suivants comptent-ils pour vous (que vous pensiez ou non voter) ? – Base ensemble*

#DemainLaPresse

ACPM X KANTAR

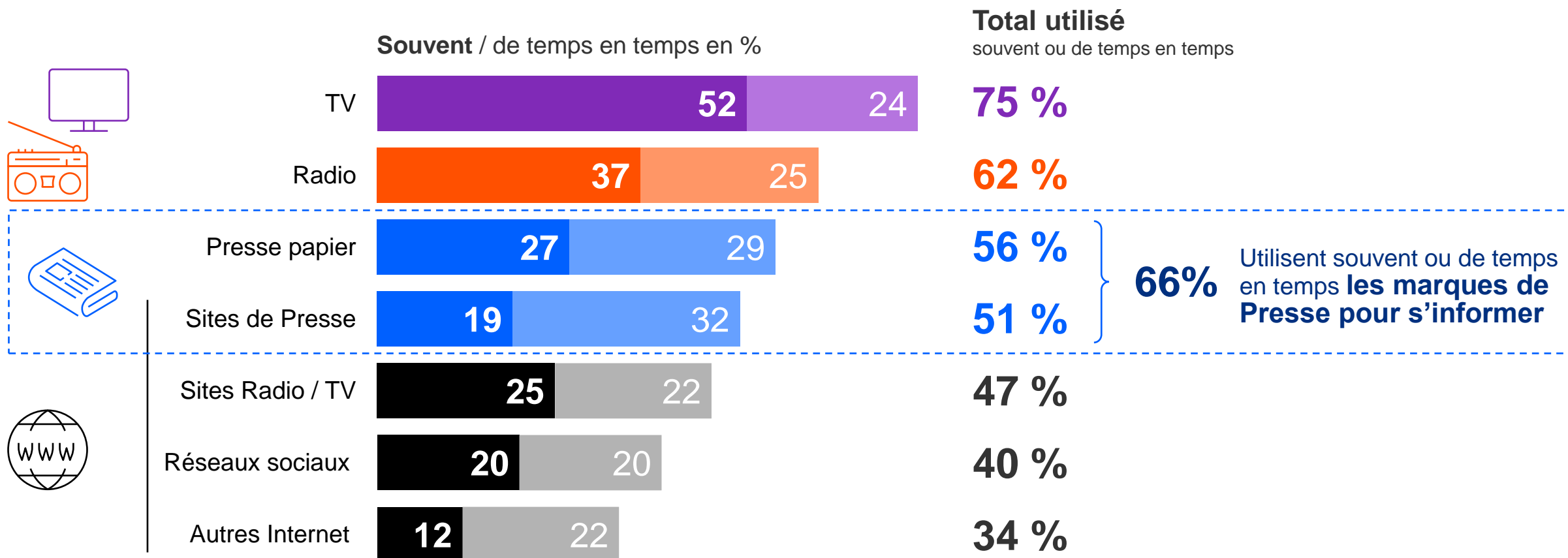


# 2

La place de la Presse  
parmi les sources  
d'information sur la  
campagne  
présidentielle



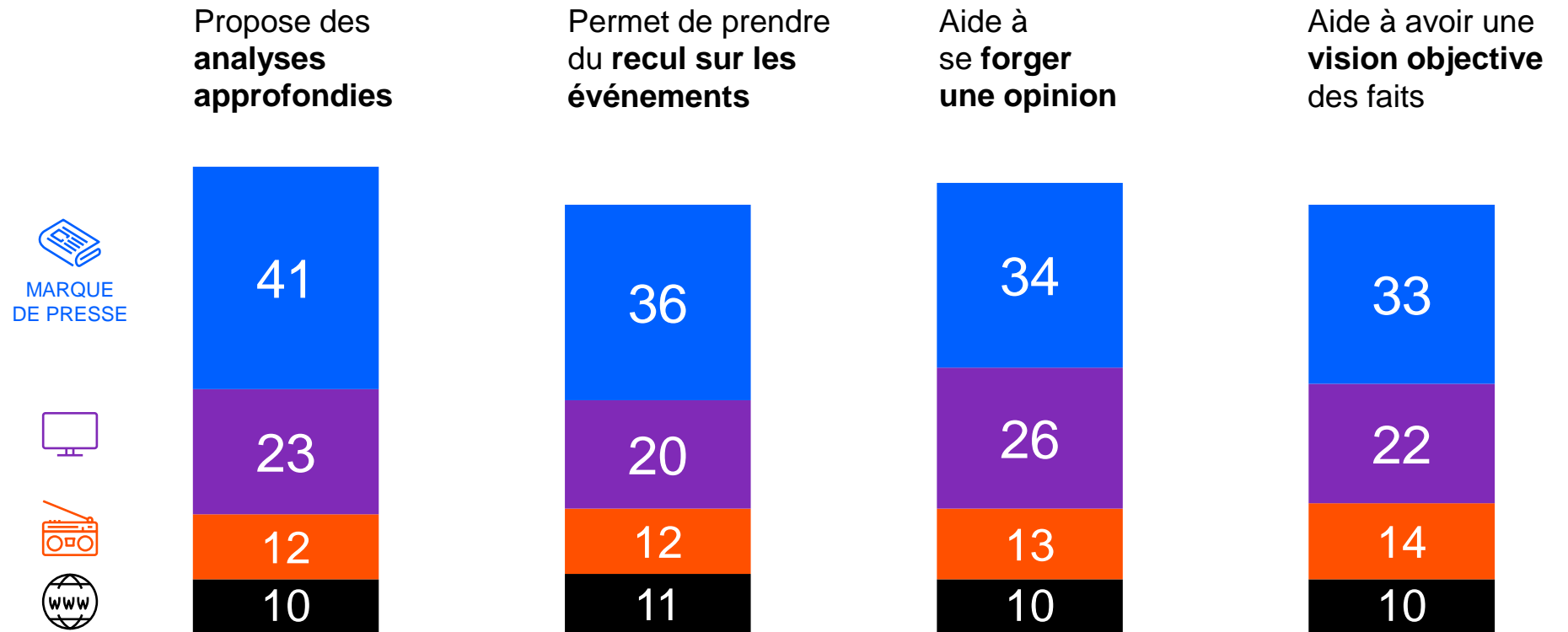
# Des sources d'information multi-canal dans lesquelles la Presse a une place éminente



Durant la campagne présidentielle, sur quels médias vous informez-vous ? – Base ensemble

# La Presse est le meilleur média d'information sur la campagne aux yeux des Français

La Presse contribue le plus à la formation des opinions car ses analyses sont approfondies, objectives et permettent le recul nécessaire sur les événements



Toujours à propos de la campagne présidentielle, quel est le média qui s'applique le mieux aux affirmations suivantes ? – Base ensemble

#DemainLaPresse

ACPM X KANTAR



# La Presse est le meilleur média d'information sur la campagne aux yeux des Français

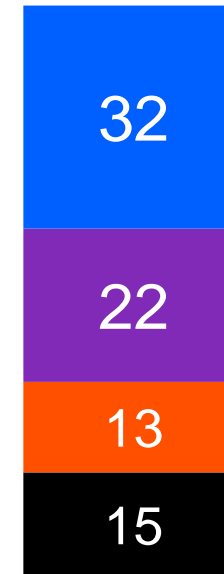
C'est le média de la fiabilité, de la pluralité et de la lutte contre la désinformation



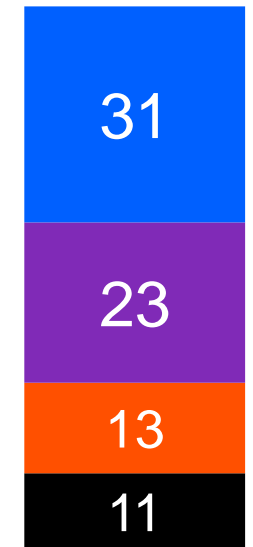
Informations délivrées sont **fiables**



Représente bien **la pluralité** des opinions



Lutte contre la **désinformation** et les fake news



Toujours à propos de la campagne présidentielle, quel est le média qui s'applique le mieux aux affirmations suivantes ? – Base ensemble

#DemainLaPresse

ACPM X KANTAR

## Quelques chiffres ACPM

# 96%

des Français lisent chaque mois  
**au moins 1 marque de Presse**  
en 2021

---

# 6

**titres de Presse**

différents sont lus en moyenne chaque mois

---







## Quelques chiffres ACPM

Lors des dernières élections en mai 2017...

 **La fréquentation des sites de Presse Quotidienne Nationale et Actu/News\* augmentent au total de 74%** et les applications de **63%**, les sites de Presse Actu/News\* de **82%** et les applications de **45%** par rapport à mai 2016.

 **La PQN augmente de 4% sa Diffusion France Payée** (versus mai 2016). La **Presse d'Actualité/News\* progresse, elle, de 10%** sur les mêmes mois comparés.

**+74%**

Pour la fréquentation des sites de Presse Quotienne Nationale et Actu/News

**+4%**

D'augmentation de la Diffusion France Payée pour la Presse Quotienne Nationale

**+10%**

D'augmentation de la Diffusion France Payée pour la Presse d'Actualité/News\*

\*Actu/News : Courrier International - L'Express - Le Figaro Mag - M le mag du Monde - Marianne - Le Monde Diplomatique - L'Obs - Paris Match - Le Pèlerin - Le Point - Society - Valeurs Actuelles - La Vie - VSD



# 3

Un rôle majeur de  
la Presse dans  
les processus  
d'information  
et la formation  
des opinions





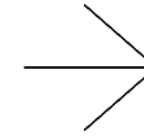
# Plus de 8 Français sur 10 trouvent des réponses dans la Presse sur les thématiques les préoccupant

Des informations sur de nombreux sujets d'intérêt : 8 en moyenne



# 82%

des Français **ont lu un article, un dossier ou trouvé des informations dans la Presse** sur les thématiques qui les préoccupent



En moyenne, les Français trouvent des informations dans la Presse pour

# 8 sujets

qui les préoccupent !



# 92%

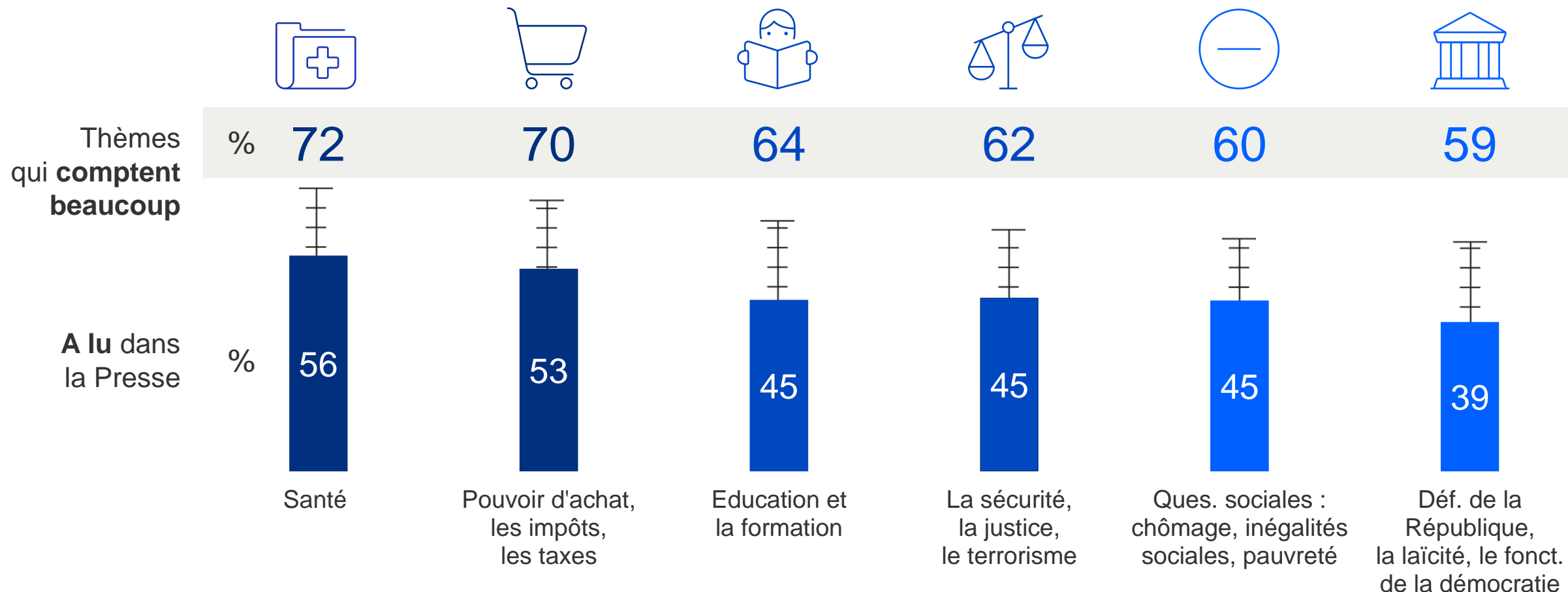
Parmi les Français qui **s'intéressent beaucoup à l'élection**

Base ensemble

#DemainLaPresse

ACPM X KANTAR

# Les Français trouvent leurs réponses dans la Presse



Au cours des dernières semaines, avez-vous lu des articles, des dossiers, ou trouvé des informations dans un journal, un magazine, ou sur un site de presse, sur les sujets suivants ?

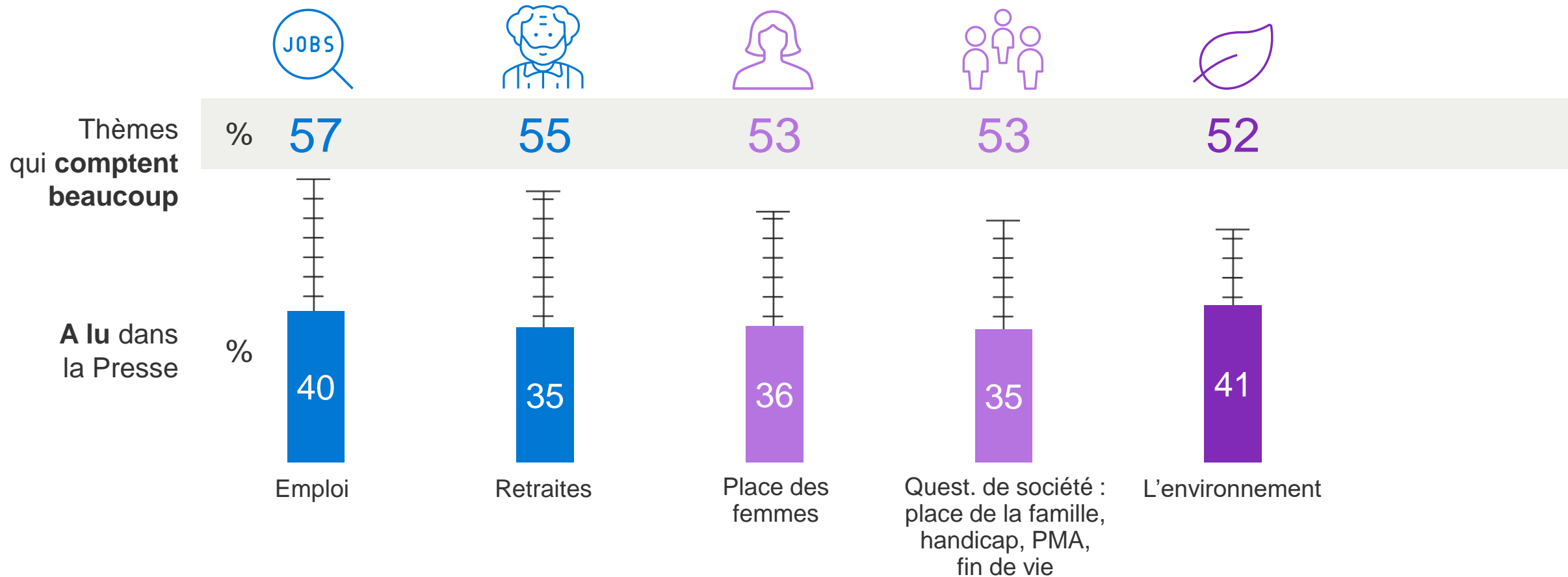
Base ensemble

#DemainLaPresse

ACPM X KANTAR



# Les Français trouvent leurs réponses dans la Presse



Au cours des dernières semaines, avez-vous lu des articles, des dossiers, ou trouvé des informations dans un journal, un magazine, ou sur un site de presse, sur les sujets suivants ?

Base ensemble

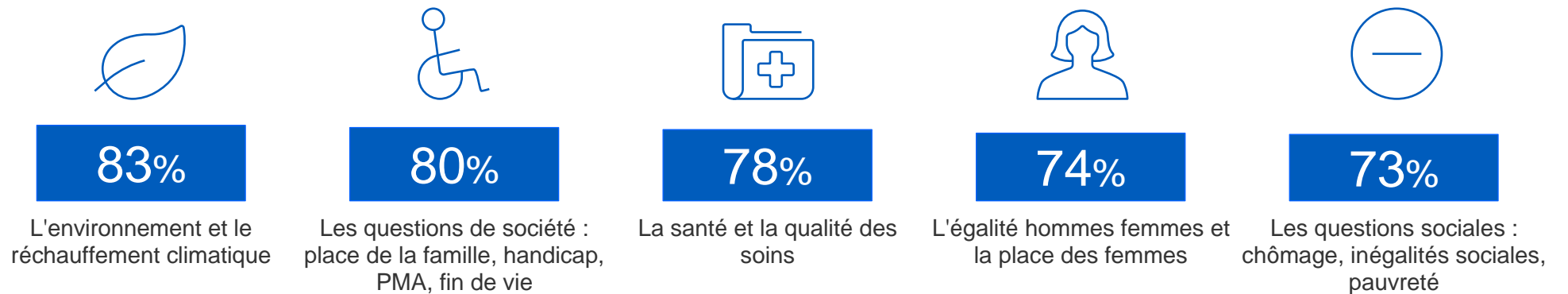


# Des lectures intéressantes qui permettent d'en savoir plus sur des thématiques essentielles

**85%**  
Des lectures sont qualifiées **d'intéressantes**



**75%**  
Des lectures ont permis **d'en savoir plus**

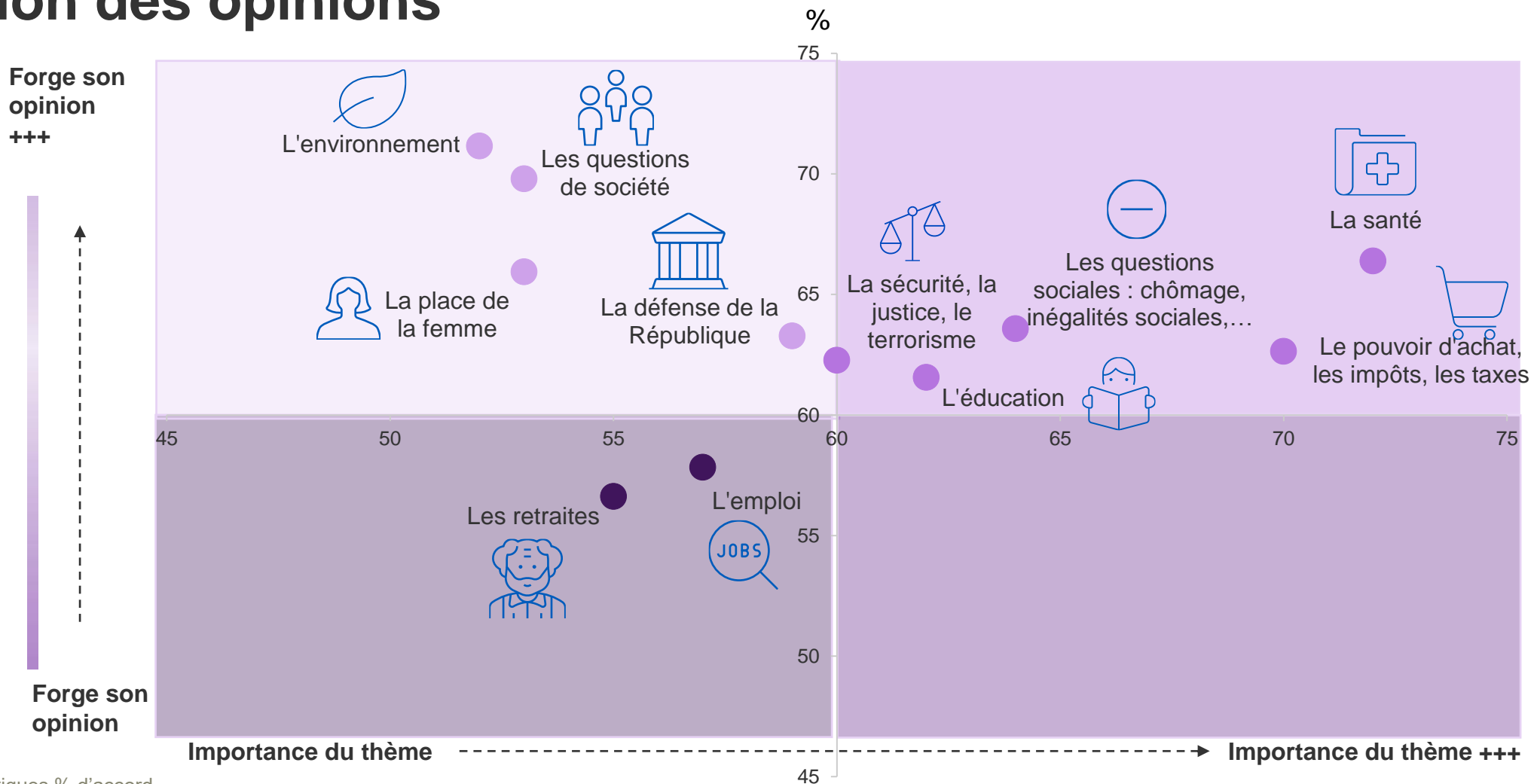


Moyenne des scores des thématiques – Base lectures par thématique, % ST d'accord

# La Presse, un média influent qui participe grandement à la formation des opinions

66%

Déclarent que leurs lectures contribuent à se **forger une opinion**



Moyenne des scores des thématiques % d'accord



# La Presse, un média influent qui participe à la diffusion des opinions

66%

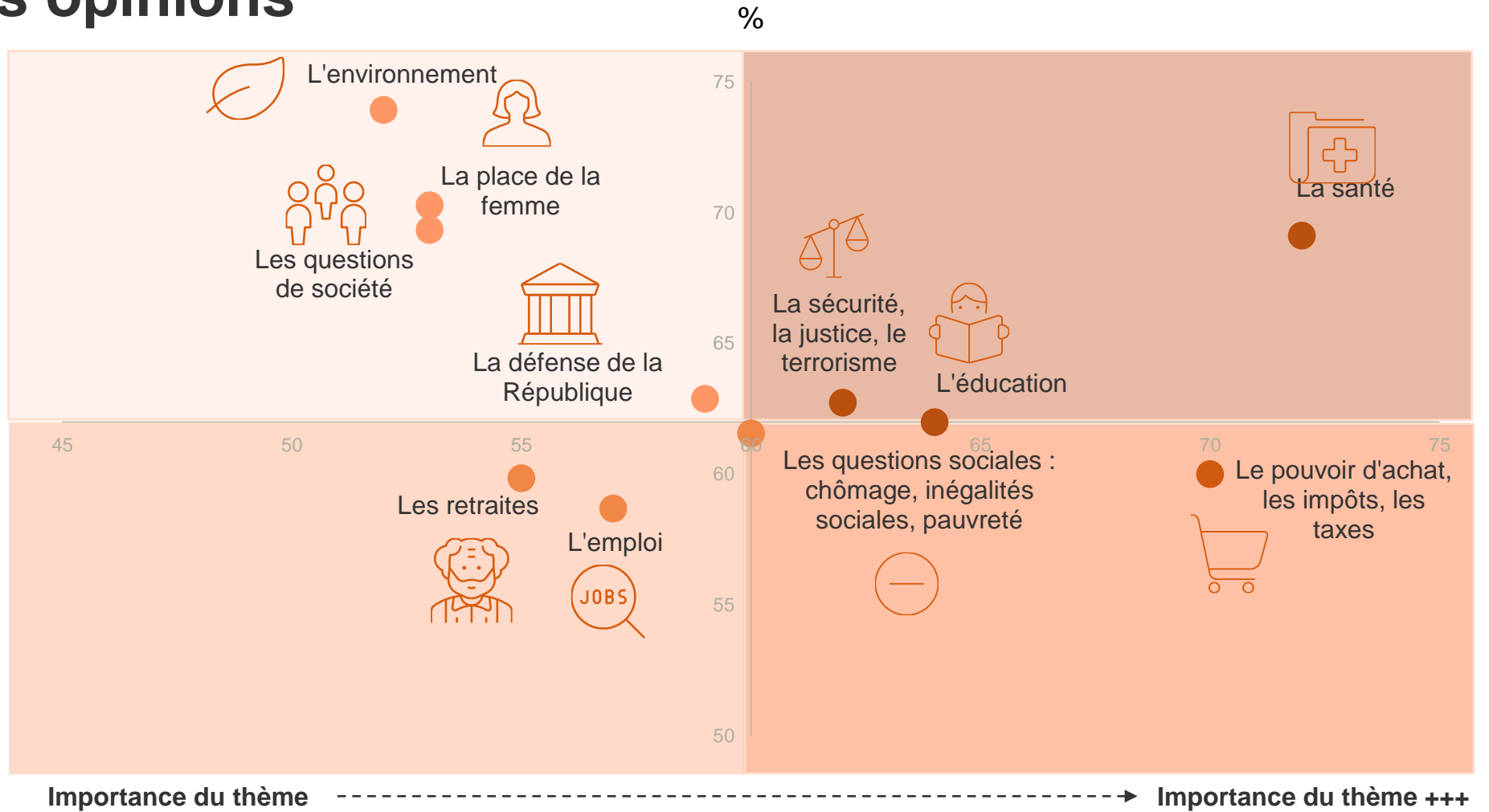
Des lecteurs ont **envie de partager** un article trouvé dans la Presse



Envie de partager +++



Envie de partager



Moyenne des scores des thématiques % d'accord

#DemainLaPresse

ACPM X KANTAR

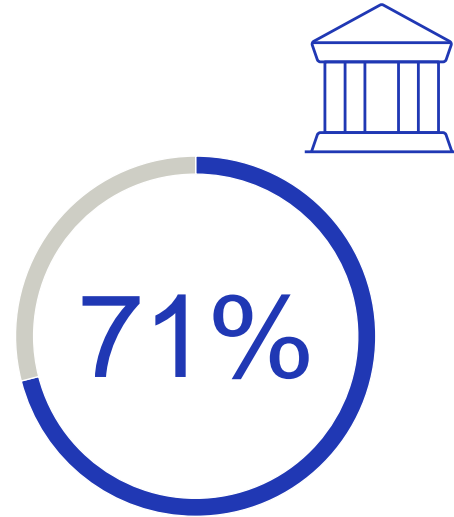
# 4

L'élection  
présidentielle,  
une opportunité  
pour communiquer

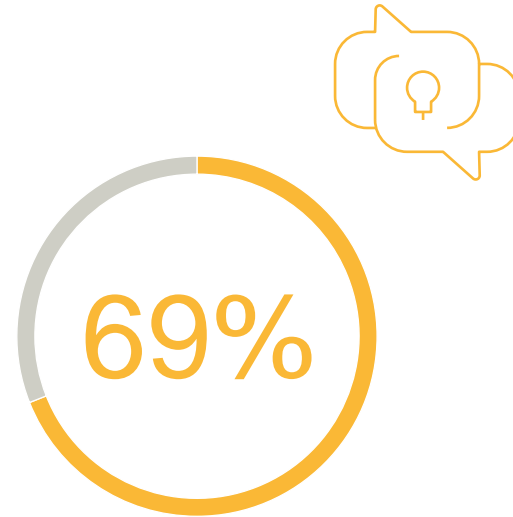


# La Presse, média essentiel et innovant : défenseur de la démocratie, agitateur d'idées, reflet des avancées sociétales

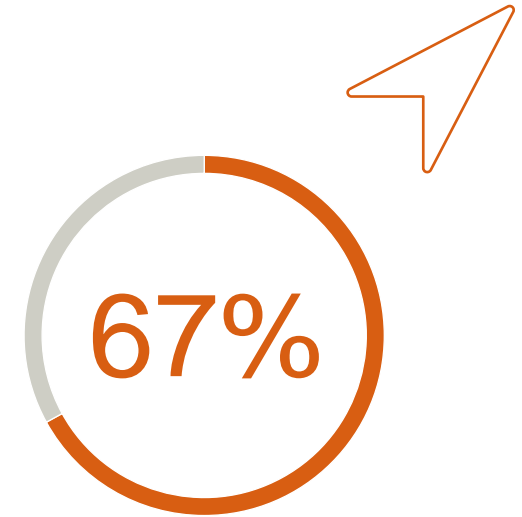
Sous total Tout à fait d'accord / d'accord



La Presse est **très utile pour défendre la démocratie**



La Presse **favorise le débat d'idées**

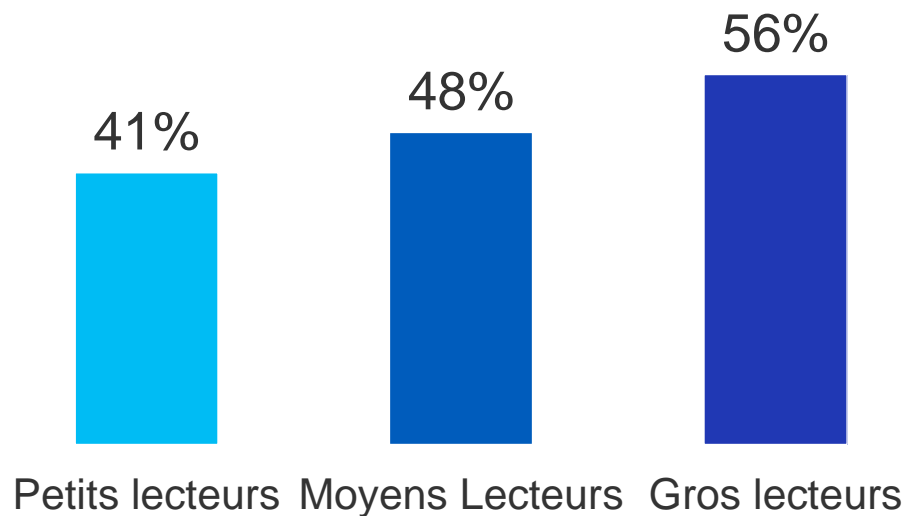


La Presse permet de **faire avancer les mentalités**

*Dans le cadre des élections présidentielles à venir, voici quelques questions. Parlons de la presse, c'est-à-dire les journaux ou magazines dans leur version papier ou sur supports digitaux (version numérique, site internet, application, réseaux sociaux) Etes-vous ou non d'accord avec les phrases suivantes ? – Base ensemble*

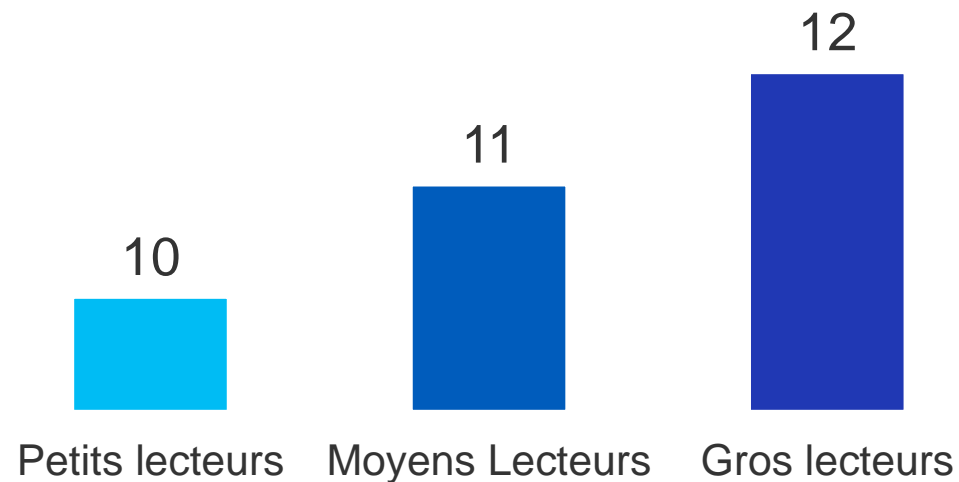
# Une audience intéressée, active, engagée

Plus on est lecteurs de la Presse,  
plus on est intéressé par l'élection  
présidentielle



*Très intéressé par l'élection*

...Et plus le nombre  
de sujets qui comptent  
beaucoup est important



*Nombre de sujets qui comptent*

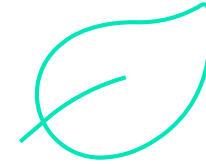


# Une efficacité forte des campagnes publicitaires Presse en période de campagnes présidentielles



**+12%**

sur **la reconnaissance**  
des campagnes  
publicitaires Presse



**+50%**

de gain moyen sur l'image de  
**confiance dans**  
**la marque annonceur**

SOURCE : Base de données de post-tests Panel propriétaire de 366 opéré par Kantar

# Remerciements



**Marina Cozzika**  
Senior Marketing  
Project Manager



**Florence Ginier**  
Directrice de département  
Media & Creative  
Kantar Insights



**Olivier Le Van Truoc**  
Professeur Associé en  
Science Politique

# Nous vous donnons rendez vous

22 avril

---

**Webinar sur les enjeux de la mondialisation** dans le cadre du partenariat Kantar / Epoka avec Emmanuel Rivière, Jean Pierre Raffarin, Jean-Pierre Raffarin, ancien Premier ministre, Cristina Peicuti, économiste chez Natixis et conseillère du Commerce extérieur, Gilles Attaf, président de la certification Origine France Garantie, fondateur de Belleville Manufacture et des Forces françaises de l'industrie

**KANTAR** EPOKA

29 avril

---

Webinar consacré à la manière de **communiquer les engagements de marque avec la bonne tonalité émotionnelle**

**KANTAR**

14 avril

---

**Publication des résultats de l'étude** d'Audience OneNext ACPM

OneNext

**ACPM**

---

#DemainLaPresse **ACPM** X **KANTAR**

A person wearing a black jacket is shown from the side, holding and reading a newspaper. The background is a blurred newsstand with many newspapers on shelves.

# #DemainLaPresse

ACPM X KANTAR

Importance de la Presse  
dans les arbitrages  
politiques, la constitution  
de son opinion