

Etude préalable à la réalisation de l'édition 2015 du Baromètre Epiceum – Harris Interactive de la Communication locale, en partenariat avec le Groupe La Poste et le réseau Cap'Com







Juin 2015

Rapport rédigé par :

Jean-Daniel Lévy, Directeur du Département Politique – Opinion Isabelle Panhard, Directrice d'études au Département Corporate – Opinion Pierre-Hadrien Bartoli, Chargé d'études au Département Politique – Opinion

©2015 Harris Interactive Inc. All rights reserved.

AHEAD OF WHAT'S NEXT

SOMMAIRE

> Méthodologie d'enquête	P.3
> Notoriété et utilisations du Baromètre	P.4
> Perspectives pour l'édition 2015	P.9
> Annexe : Profil de l'échantillon	P.12

© Harris Interactive

Méthodologie d'enquête





Consultation* réalisée en ligne du 4 au 21 mai 2015 par Cap'Com auprès d'un fichier de 1 985 directeurs et responsables de communication exerçant au sein de grandes collectivités



Echantillon de répondants de 219 communicants publics



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.



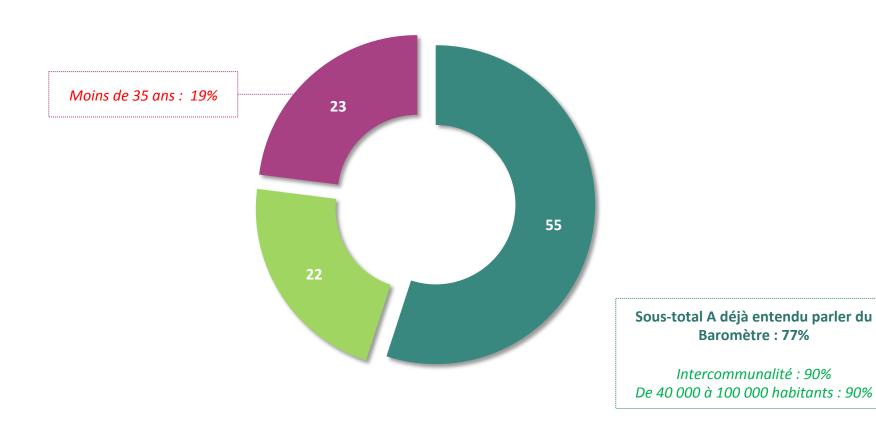
Notoriété et utilisations du Baromètre

La notoriété du Baromètre est bien établie : les trois quarts des répondants indiquent le connaître, dont la moitié de manière précise



Avez-vous déjà entendu parler du Baromètre Epiceum - Harris Interactive de la communication locale, en partenariat avec le Groupe La Poste et le réseau Cap'Com ?

- À tous, en % -



Oui mais je ne vois pas bien ce dont il s'agit

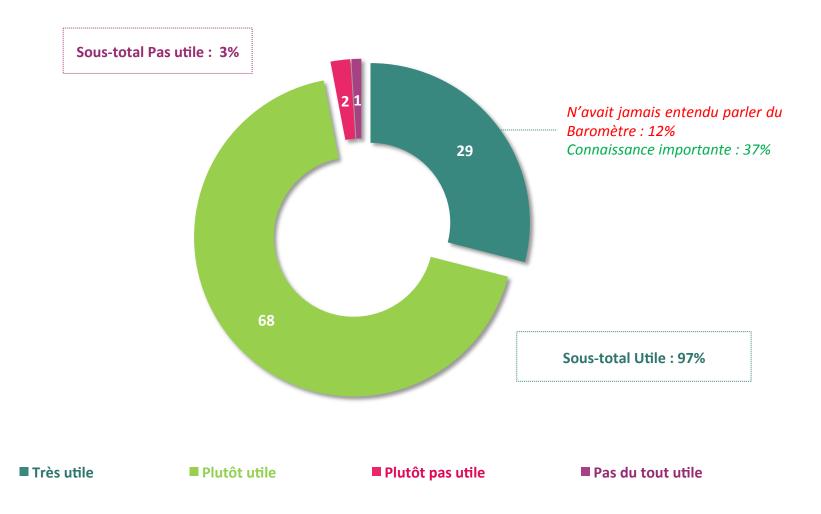
Oui et je vois assez bien ce dont il s'agit

■ Non

Le Baromètre est jugé utile par la quasi-totalité des communicants publics interrogés, d'autant plus par ceux qui le connaissent bien.



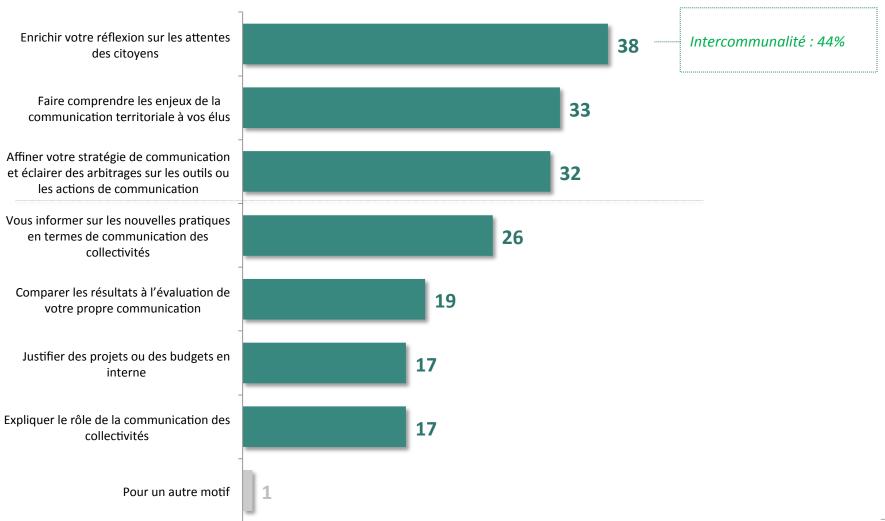
Après mise à niveau : description du baromètre et possibilité de consulter les résultats de l'édition précédente. Pour votre activité professionnelle, le baromètre de la communication locale vous semble un outil... ?



Pour les communicants, le Baromètre est en priorité un outil stratégique de réflexion professionnelle et d'influence



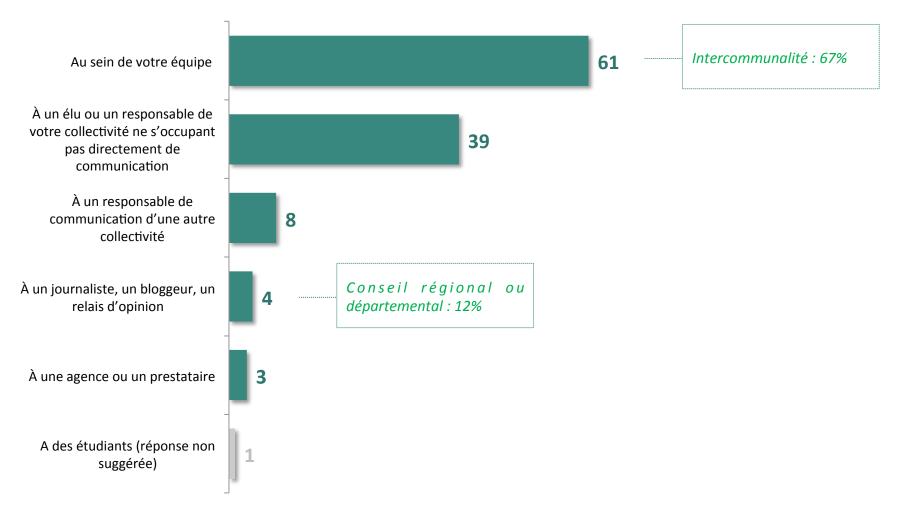
Vous avez déjà utilisé le Baromètre de la communication locale pour : (Plusieurs choix possibles)



Le Baromètre est partagé au sein de la collectivité, avant tout avec l'équipe de communication, mais aussi, dans près de 4 sur 10, avec des élus ou d'autres responsables



Vous avez déjà eu l'occasion de transmettre les résultats du Baromètre de la communication locale ou d'en parler...





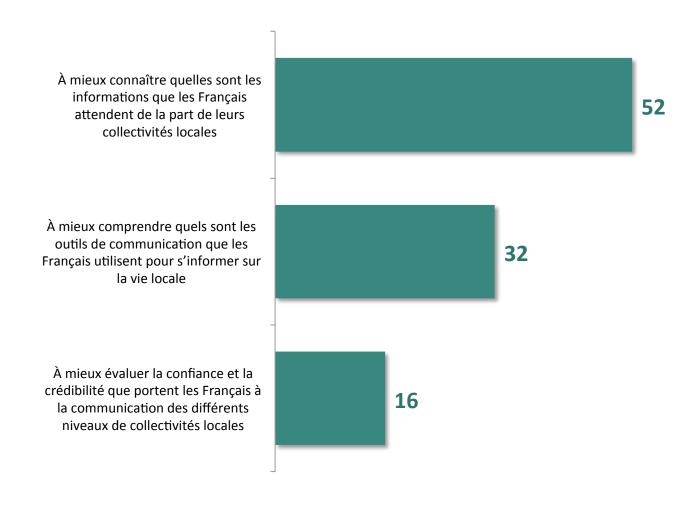
Perspectives pour l'édition 2015

Q

Les communicants attendent surtout du Baromètre un approfondissement sur les souhaits des Français en matière de contenu de l'information locale



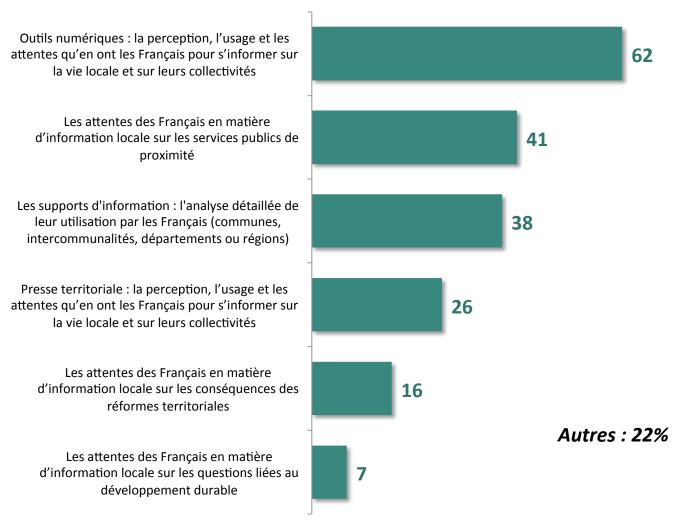
Pour vous, à quoi devrait servir en priorité un sondage grand public qui interroge les Français sur la communication locale ? (1 choix maximum)



L'approfondissement de la place des outils numériques dans l'information locale est le 1^{er} sujet plébiscité pour l'édition 2015 du Baromètre



Parmi les six sujets suivants que nous pourrions développer dans l'enquête de cette année, quels sont ceux qui vous intéressent particulièrement et sur lesquels vous aimeriez que le Baromètre apporte des enseignements ? (2 choix maximum)





Annexe : Profil de l'échantillon

12

Profil de l'échantillon



