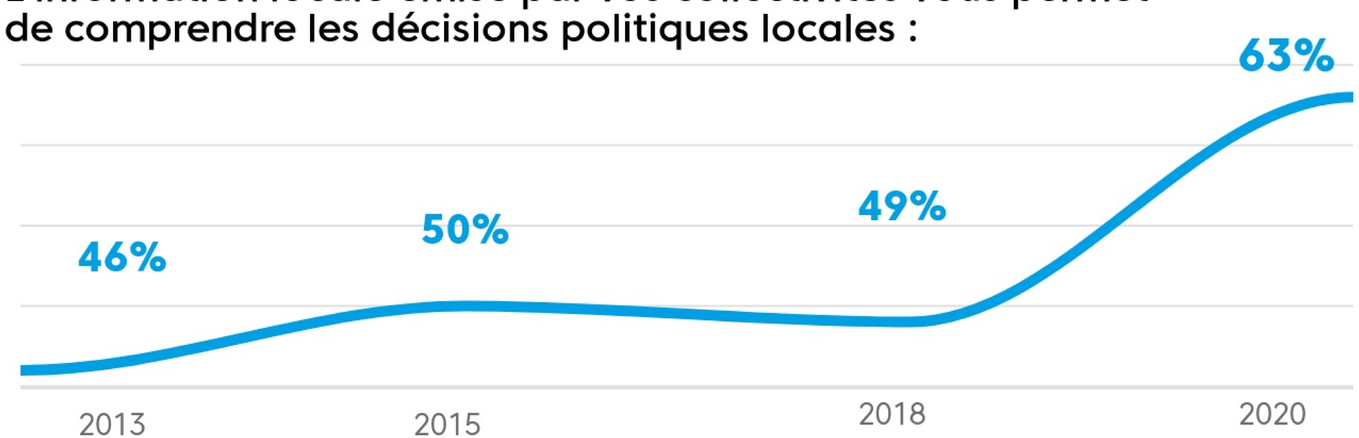
Une communication qui a un impact positif sur les perceptions et comportements des Français

BARO ÈTRE DE LA COMMUNICATION LOCALE
EPICEUM & HARRIS INTERACTIVE
Nov. 2020
6e ÉDITION

Selon le Baromètre 2020, la communication publique locale améliore nettement les perceptions et comportements des Français. Les effets positifs perçus par les Français grâce à la communication locale continuent de progresser significativement sur la totalité des items testés. À titre d'exemple, elle permet de valoriser aux yeux des citoyens l'action de leurs élus (avec un progrès de 16 points entre 2018 et 2020 sur cette perception) autant qu'elle les incite à participer à la vie locale (soit un progrès de 14 points entre 2018 et 2020 sur cet aspect). La communication publique locale agit donc sur les perceptions et les comportements des Français. Et cette année, les effets positifs perçus par les Français grâce à la communication locale continuent de progresser significativement sur la totalité des items testés.

Près de 7 Français sur 10

considèrent que l'information locale émise par leur collectivité contribue à l'animation de la démocratie locale (+12 points depuis 2018).

67% des Français déclarent que l'information locale émise par leur collectivité les amène à modifier certaines de leurs habitudes (tri des déchets, économies d'énergie ...) et leur permet un meilleur usage des services publics.

L'information locale émise par vos collectivités vous permet de comprendre les décisions politiques locales :