

Une étude



pour



Etude quantitative sur le nouvel emblème de l'Equipe de France olympique et paralympique

Octobre 2021

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

Pierre-Hadrien Bartoli, Directeur des études politiques au Département Politique – Opinion

Antoine Gautier, Chargé d'études senior au Département Politique – Opinion



Sommaire

Méthodologie d'enquête	P.3
Perception du nouvel emblème de l'Equipe de France olympique et paralympique	P.5
Perception comparée du précédent et du nouvel emblème de l'Equipe de France olympique et paralympique	P.11

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **5 au 7 octobre** 2021.



Échantillon de **1 006** personnes représentatif des Français âgés de 15 ans et plus.



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



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.
- NB : Le nouvel emblème de l'Equipe de France olympique et paralympique a été affiché à toutes les questions aux répondants. Le comparatif entre l'ancien et le nouvel emblème a également été réalisé avec les deux emblèmes affichés.

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



Perception du nouvel emblème de l'Equipe de France olympique et paralympique



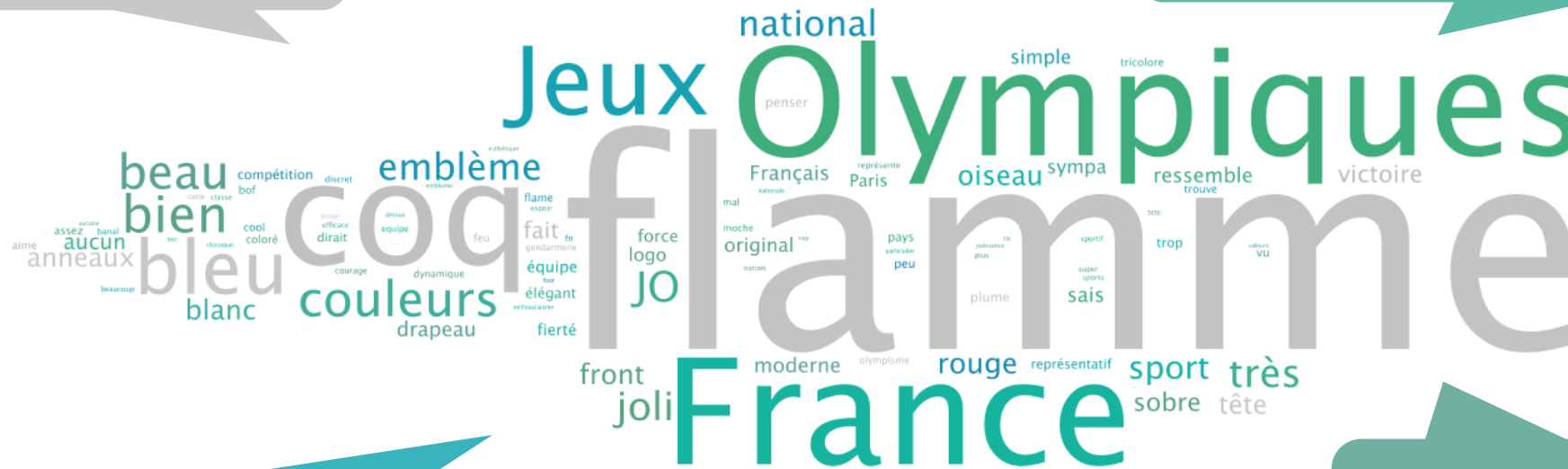
Lorsqu'ils voient ce nouvel emblème, les Français utilisent spontanément à la fois des termes relevant du champ lexical des Jeux Olympiques (Jeux Olympiques, flamme, sport) et des mots relatifs aux représentations de la France (France, coq, couleurs, bleu-blanc-rouge). NB : ils y voient davantage une flamme qu'un coq

Quels sont tous les mots, toutes les impressions qui vous viennent à l'esprit lorsque vous voyez ce nouvel emblème ?* – Question ouverte, réponses spontanées

- À tous -

« Flamme, coq, France, Jeux Olympiques, union, bleu-blanc-rouge. »

« La flamme représente le coq. »



« Le coq profilé, emblème national surmontant les anneaux olympiques. »

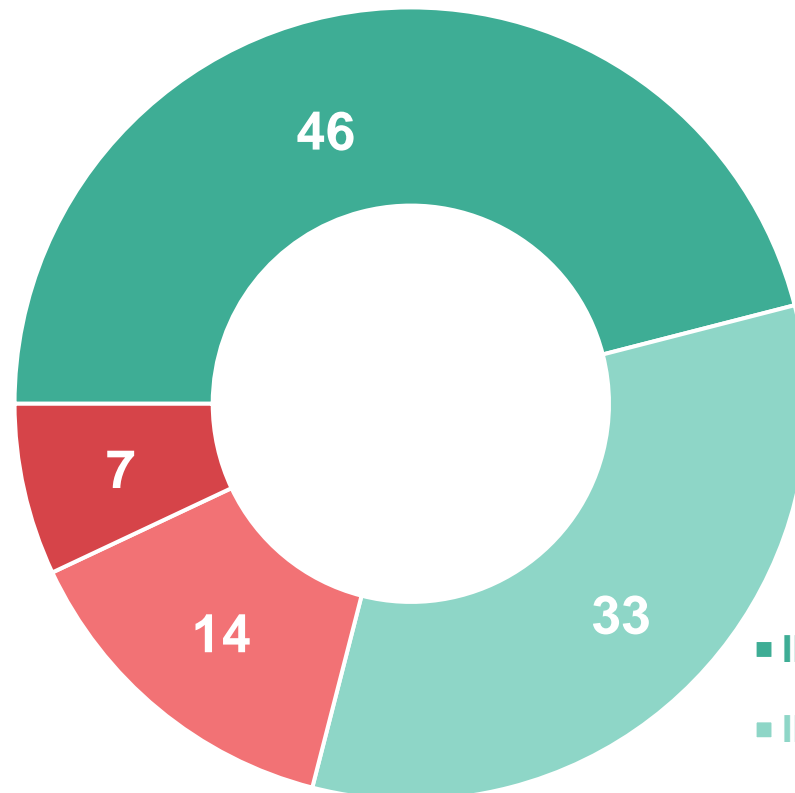
« Il me fait penser à la flamme olympique et en même temps à la France. »

Le nuage de mots est automatiquement généré à partir de l'exhaustivité des réponses spontanées à la question ouverte. La taille d'un mot dans le visuel représente sa fréquence d'utilisation : le mot écrit en plus gros caractères est celui qui a été le plus utilisé par les sondés dans leurs réponses. L'emplacement d'un mot au sein du nuage n'a pas de signification particulière, pas plus que sa couleur.

Le nouvel emblème semble apprécié par les Français : 79% d'entre eux déclarent qu'il leur plaît, et près de la moitié qu'il leur plaît beaucoup

Est-ce que ce nouvel emblème vous plaît ou non ?*

- A tous, en % -



79%

des Français auxquels ce logo plaît

88% chez les moins de 35 ans
86% chez les CSP-
87% chez ceux pratiquant une activité sportive en club ou association au moins une fois par semaine
84% chez les amateurs des Jeux Olympiques

21%

Auxquels il ne plaît pas

27% chez les 50 ans et plus
26% chez ceux ne pratiquant aucune activité sportive en club ou association
31% chez les non-amateurs des Jeux Olympiques

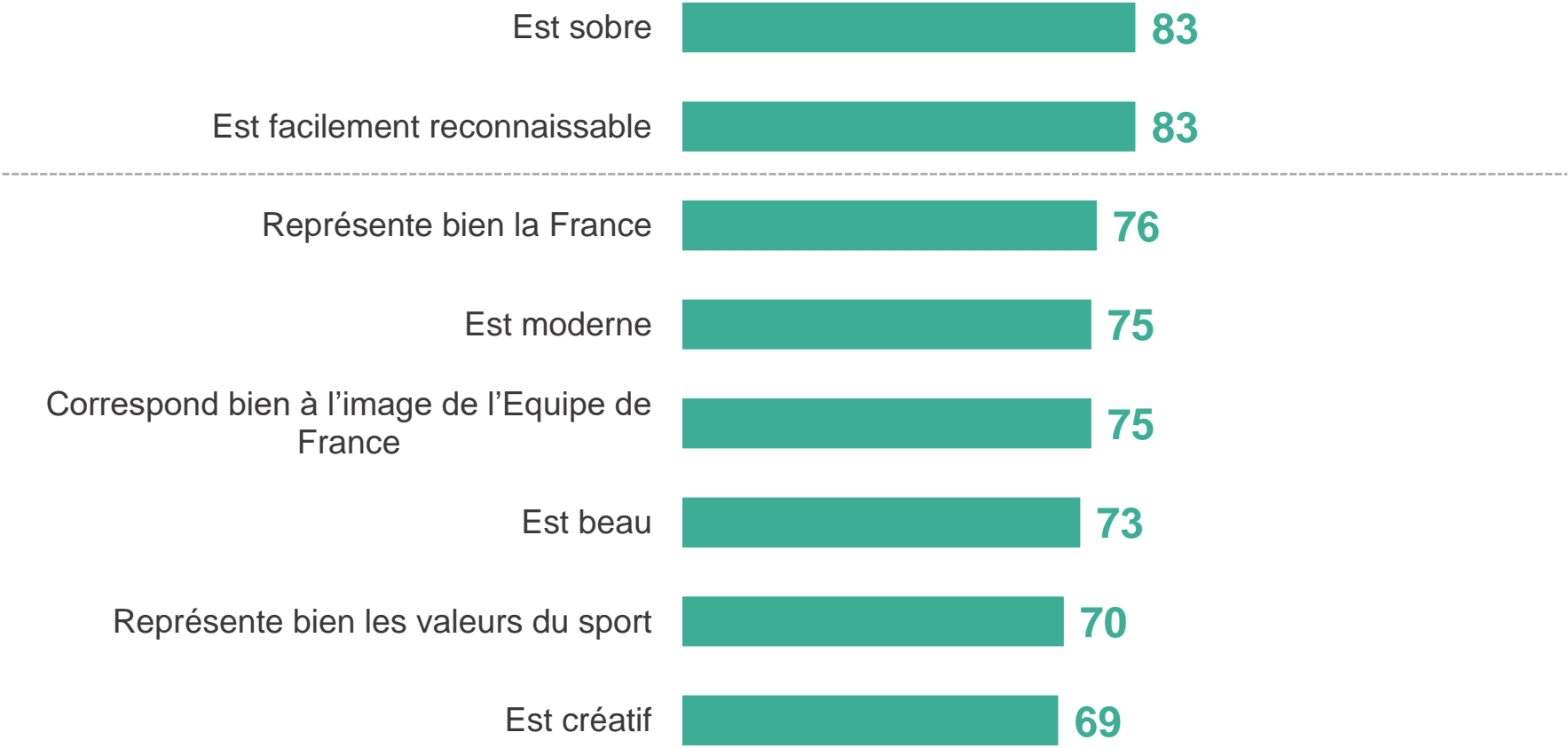
- Il vous plaît beaucoup
- Il vous plaît un peu
- Il ne vous plaît pas vraiment
- Il ne vous plaît pas du tout

Ce nouvel emblème reçoit des jugements positifs : 8 Français sur 10 déclarent qu'il est sobre et reconnaissable tandis que plus des trois quarts d'entre eux affirment qu'il est moderne et qu'il représente bien la France et son équipe olympique



Diriez-vous que ce nouvel emblème ... ?*

- À tous, en % de réponses « Oui » -

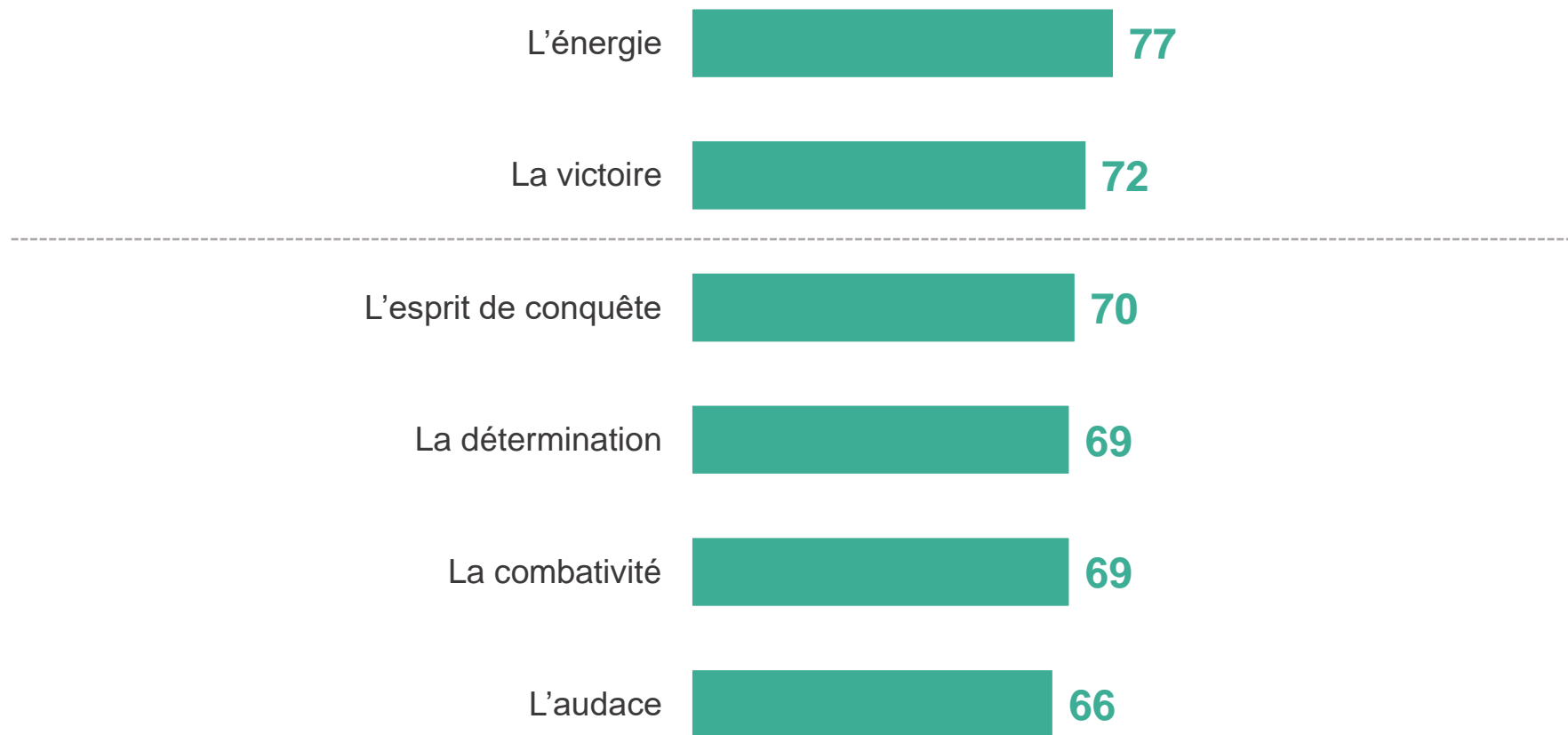


D'une manière générale, les Français âgés de moins de 35 ans et les pratiquants réguliers d'une activité physique ou sportive déclarent davantage que la moyenne être d'accord avec ces affirmations.

L'énergie et la victoire constituent les deux valeurs que ce nouvel emblème semble le mieux représenter : un avis partagé par plus de 7 Français sur 10

Et plus précisément, diriez-vous que ce nouvel emblème représente bien ou mal chacune des valeurs suivantes ?*

- À tous, en % de réponses « Bien » -

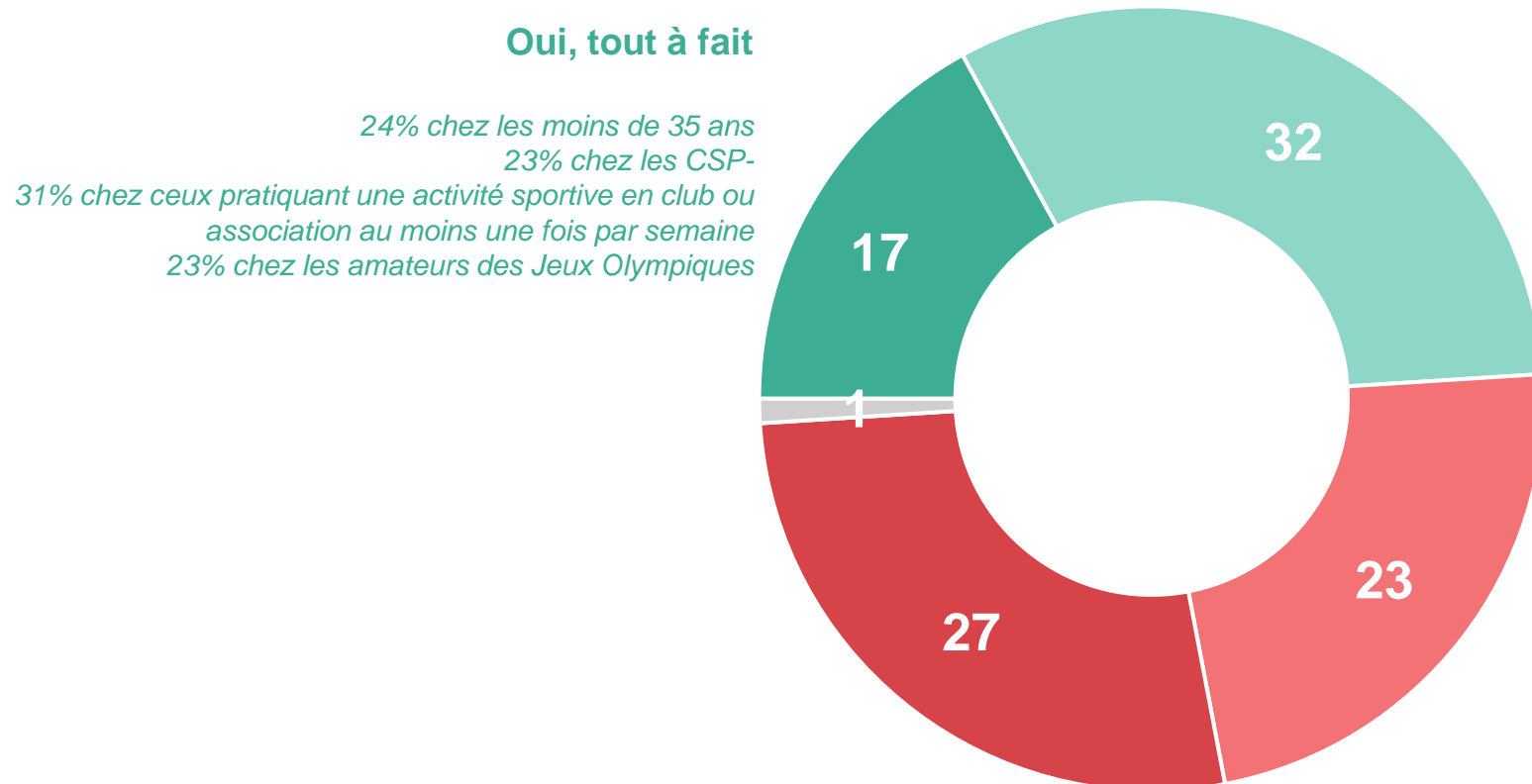


D'une manière générale, les femmes, les Français âgés de moins de 35 ans, les CSP- et les pratiquants réguliers d'une activité physique ou sportive déclarent davantage que la moyenne que ce nouvel emblème incarne bien ces différentes valeurs.

17% des Français déclarent que ce nouvel emblème pourrait leur donner envie de se procurer des produits dérivés de l'Equipe de France olympique

Le nouvel emblème vous donne-t-il ou non envie d'acheter des produits dérivés de l'Equipe de France olympique ?*

- A tous, en % -





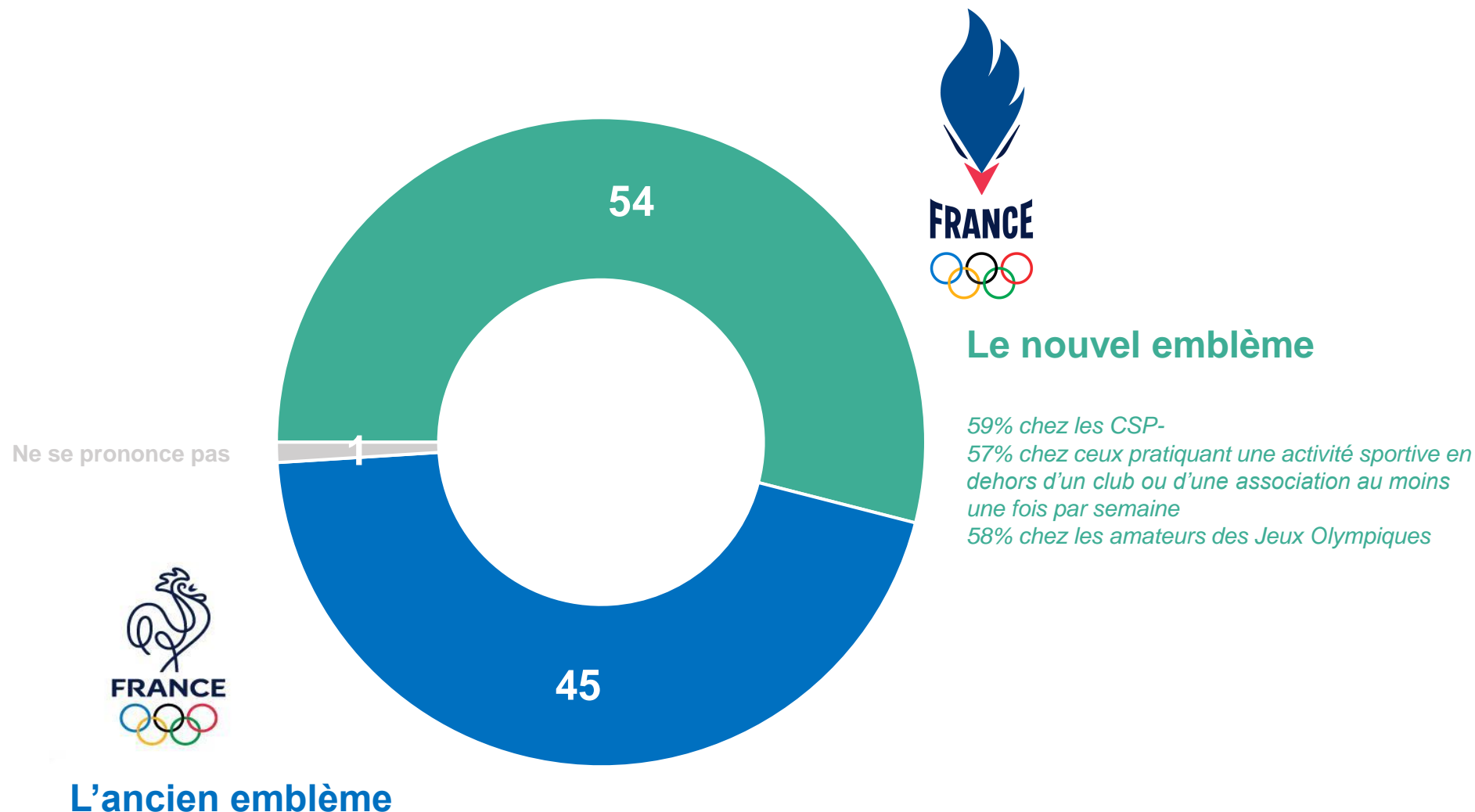
Perception comparée du précédent et du nouvel emblème de l'Equipe de France olympique et paralympique



Les Français se montrent partagés quant à l'emblème qu'ils préfèrent : 54% d'entre eux déclarent préférer le nouvel emblème contre 45% pour l'ancien

Et parmi les deux emblèmes de l'Equipe de France olympique suivants, lequel préférez-vous ?*

- A tous, en % -



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 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr
- Pierre-Hadrien Bartoli – Directeur des études politiques – 01 44 87 61 05 – phbartoli@harrisinteractive.fr