

SONDAGE

Confiance des internautes envers Internet et les réseaux sociaux : le taux de confiance dépasse pour la première fois la barre des 50% en France*

*Sondage « Digital Trust Index » par l'agence JIN et OpinionWay – 2017

JIN, agence d'influence et de relations publiques, publie les résultats de son deuxième « Digital Trust Index » (DTI) : premier index d'évaluation de la confiance ressentie par les internautes. Le « DTI » 2017 fait le constat d'une confiance globale en hausse par rapport à 2016, confirmant ainsi l'importance grandissante des usages numériques.

On distingue, dans les trois pays concernés (France, Allemagne, UK), le même phénomène: les marques média digitales que sont le **Die Welt, Le Monde, Le Figaro, et la BBC**, bénéficient en moyenne d'un taux de confiance de **65% des internautes**. En revanche, les réseaux sociaux, une source pourtant importante d'information, sont considérés comme très peu fiables avec un taux de confiance entre **30 et 40%**.

Opinionway x Plugr :

Le Digital Trust Index utilise le score de confiance révélé par OpinionWay (Indice sur 100) et le score d'influence déterminé par Plugr (Indice sur 100).

52%

Le taux de confiance moyen des internautes dans les usages digitaux (s'informer en ligne, faire ses achats en ligne, faire des rencontres...)

68%

Le taux de confiance que les Français placent dans l'information qu'ils trouvent sur les sites web des grands journaux

4Pts

D'augmentation du taux de confiance moyen dans les usages en France par rapport à 2016

30%

Le taux de confiance que les Français accordent à l'information qu'ils trouvent sur Twitter

LE DTI revient aussi cette année sur l'origine et la propagation des fake news

L'année 2017 a été le théâtre de nombreuses polémiques autour de la manière de s'informer sur le web. Fake news, post-vérité et leurs éventuels impacts politiques ont été au cœur des débats ces derniers mois : *Les hackers russes ont-ils fait élire Donald Trump ? Le Brexit aurait-il eu lieu sans l'implication de Robert Mercer et de Cambridge Analytica ? Marine Le Pen a-t-elle été soutenue par le Kremlin ?*

Pour recevoir les résultats complets du « Digital Trust Index », sondage OpinionWay pour Jin, n'hésitez pas à contacter le service de presse.

A propos de JIN

Basée à Paris, Londres, Hambourg et depuis peu New-York, JIN est une agence d'influence et de relations publiques « digital native ». La mission de l'agence est d'analyser les conversations et les opinions, pour construire des stratégies créatives et développer des réputations des marques afin de générer des leads qualifiés et élargir les communautés. JIN prône la confiance pour une influence réussie (cf. Manifeste, « Trust is influence », infra). Véritable one stop shop de l'influence, JIN allie digital, RP et créativité.

A propos de Plugr

Technologie propriétaire de JIN, Plugr est une solution qui permet de comprendre et d'analyser les conversations dans les médias et les réseaux sociaux en temps réel afin d'identifier les influenceurs clés. Ces données sont filtrées et hiérarchisées pour disposer des informations clés pour construire des stratégies pertinentes. .



CONTACT PRESSE

JIN

Raphael Touchet

rt@jin.fr - 06 17 51 52 62