



## COMMUNIQUE DE PRESSE

### Enquête PSB pour ASDA'A-Burson-Marsteller : La jeunesse arabe aspire plus que jamais à la démocratie

Paris, le 16 mars 2011 - Leader des métiers de la communication et des relations publiques au Moyen Orient et en Afrique du Nord, ASDA'A Burson-Marsteller réalise depuis 3 ans la plus vaste enquête d'opinion auprès de la jeunesse arabe. La dernière édition publiée ce jour donne un éclairage inédit au contexte politique qui bouleverse actuellement la région.

2 000 jeunes, entre 18 et 24 ans, ont été interrogés par le cabinet Penn Schoen Berland (PSB) dans 10 pays (Bahreïn, Koweït, Oman, Qatar, Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis, Egypte, Liban, Jordanie, Irak) sur leurs préoccupations majeures entre décembre 2010 et janvier 2011. Suite aux mouvements de protestations de février et mars 2011, PSB a mené un sondage complémentaire auprès de 500 jeunes des cinq pays les plus touchés par les mouvements : Bahreïn, Egypte, Jordanie, Liban et Irak.

L'enquête montre que l'opinion de la jeunesse arabe a constitué un levier clé pour les changements en cours dans la région.

#### LES JEUNES AU CŒUR DE L'EVOLUTION POLITIQUE

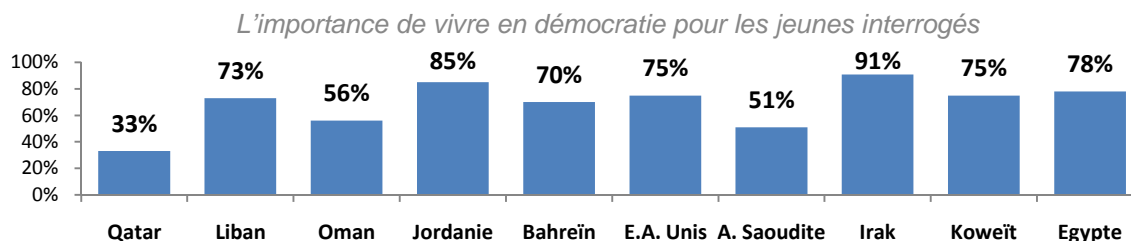
Parmi les principaux résultats de cette enquête :

- **Aspiration N°1 des jeunes interrogés : vivre en démocratie (92 %)**
- **La jeunesse arabe est portée par un désir fort de stabilité politique (89 %)**
- **Les principales inquiétudes sont : le coût élevé de la vie (48 %), le chômage (34 %), les droits de l'homme (26 %), l'écart entre riches et pauvres (20 %)**
- **L'usage d'Internet et des réseaux sociaux a fortement progressé en un an : +24 et +28 points respectivement**

D'après l'enquête ASDA'A de Burson-Marsteller, l'aspiration première des jeunes des pays arabes est de vivre en démocratie. Ce résultat fait écho à la précédente édition de l'enquête, qui mettait déjà en lumière un désir croissant chez ces jeunes d'être associés plus étroitement à la politique de leurs pays.

#### LA DEMOCRATIE AVANT TOUT

L'enquête montre que la volonté de vivre en démocratie est plus prégnante que jamais. Une grande majorité de jeunes supporte activement les mouvements contestataires et croit en leur impact positif sur les gouvernements et la politique de leurs pays.

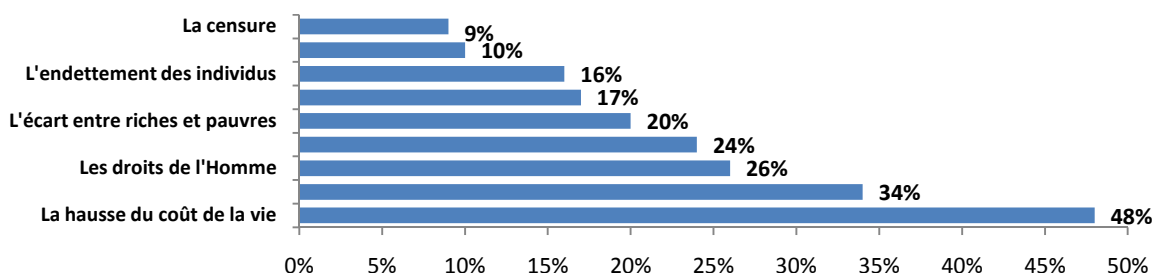




## DES CRAINTES QUI S'ARTICULENT PRINCIPALEMENT AUTOUR DU COUT DE LA VIE, DU CHOMAGE ET DES DISPARITES SOCIALES

- La hausse du coût de la vie est perçue comme le défi majeur pour **48 % des jeunes arabes interrogés**
- Le taux de **chômage** est la crainte majeure pour **34 % d'entre eux**
- **20 %** des jeunes arabes interrogés sont particulièrement inquiets de **l'écart entre riches et pauvres** (Surtout en Jordanie, au Liban et en Arabie Saoudite)

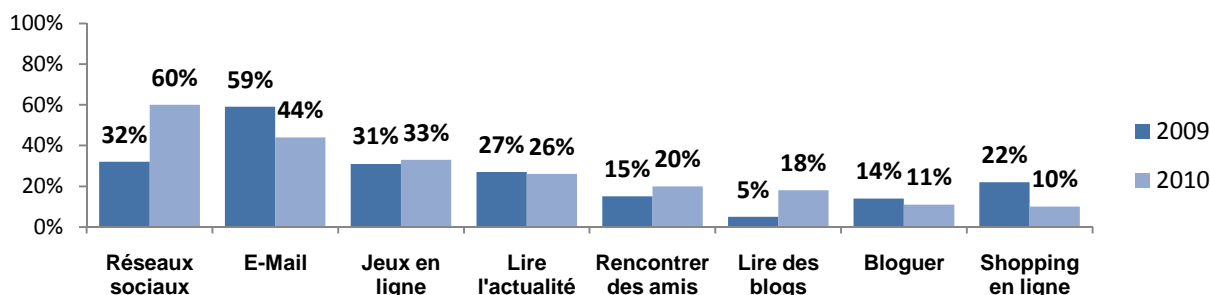
*Les principaux défis pour leur pays selon les jeunes interrogés*



## FOCUS SUR... LA JEUNESSE ARABE ET LES MEDIAS

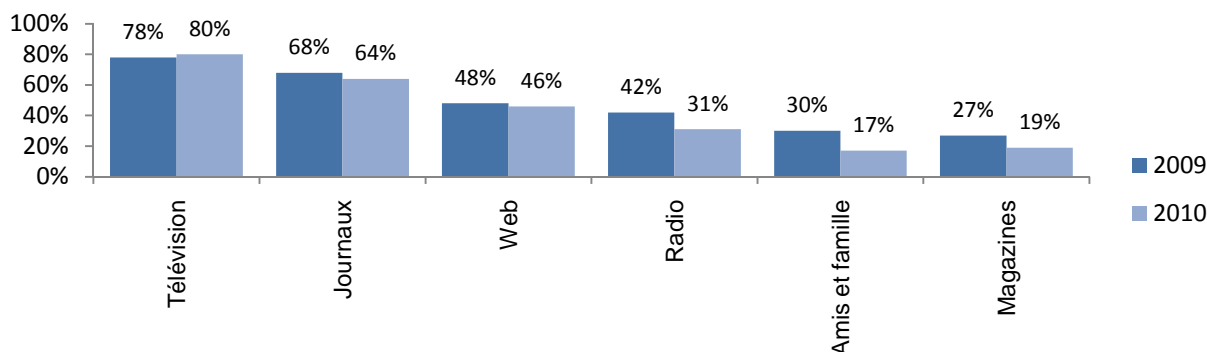
- L'utilisation d'Internet progresse fortement depuis 2009 chez les jeunes interrogés : **80 % se connectent ainsi chaque jour**, contre 56 % l'an dernier.
- L'engouement pour les **réseaux sociaux** se poursuit, leur usage ayant presque doublé en un an pour atteindre un **taux d'usage de 60 % contre 32 %** l'année précédente.
- La lecture des blogs a plus que triplé sur la même période chez les jeunes arabes : **désormais, 18 % les lisent régulièrement** (contre 5 % en 2009).
- Si l'usage d'Internet progresse, **la télévision reste le moyen d'information privilégié** pour les jeunes interrogés (utilisé à 80 %), devant les journaux (64 %) et le web (46 %).

*Activités en ligne des jeunes interrogés*





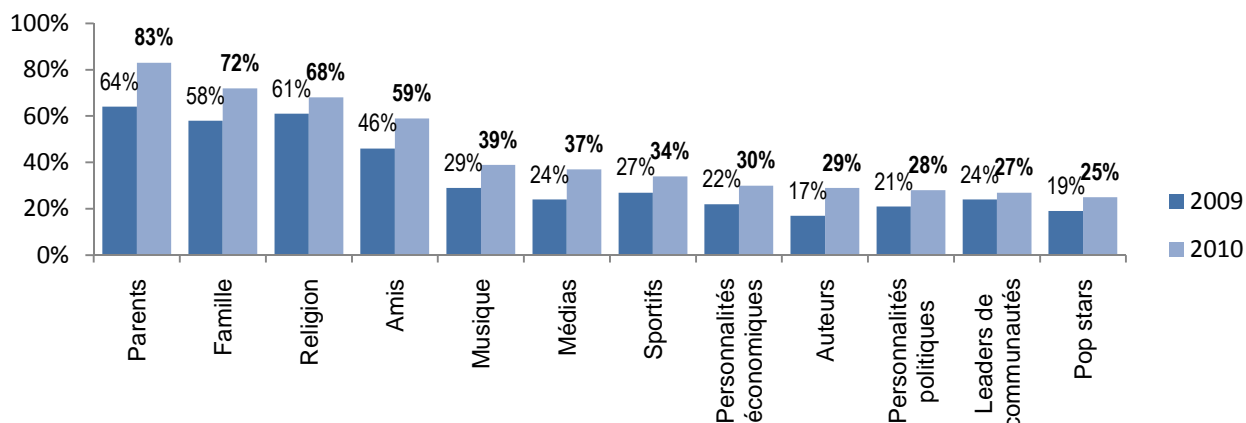
Les sources d'information pour les jeunes interrogés



### FOCUS SUR... LES ACTEURS QUI FAÇONNENT LA VISION DU MONDE DES JEUNES ARABES

- La jeunesse arabe demeure très attachée aux **repères traditionnels** : parents (83 % disent être « très influencés » par leurs parents), famille (72 %) et religion (68 %) arrivent ainsi en tête et sont même en progrès.
- Les **facteurs d'influence extérieurs** comme les médias (37 %), les personnalités politiques (28 %) et les leaders de communautés (27 %) gagnent en influence mais demeurent loin derrière les repères traditionnels.
- La jeunesse arabe est de plus en plus favorable aux **grandes puissances mondiales** et s'accorde sur un sentiment croissant de citoyenneté globale.

Ce qui influe sur la vision du monde des jeunes interrogés



### PLUS D'UN JEUNE SUR DEUX VEUT CREER SON ENTREPRISE

- Alors que 63 % des jeunes des pays du Golfe ont l'ambition de poursuivre leurs études, seuls 14 % des jeunes des autres pays arabes formulent cette ambition.
- Les jeunes des pays arabes préféreraient travailler dans le secteur privé (47 %), plutôt que dans le secteur public (40 %).
- 51 % des jeunes interrogés pensent créer leur entreprise dans les 5 ans à venir.



**Mark Penn**, Président Directeur Général de Burson-Marsteller Monde, affirme : « *au cours de cette période de changement radical dans la majeure partie du monde arabe, il est plus important que jamais que nous comprenions les espoirs, craintes et aspirations des jeunes des pays concernés. Comme indiqué dans notre sondage de 2009 et ce rapport, la priorité pour les jeunes de la région reste la participation et la représentation dans la vie politique. Les récents événements en Tunisie, Egypte, Lybie et ailleurs sont la manifestation de cette vérité fondamentale : la jeunesse arabe a une soif intense et durable de démocratie* ».

Pour **Karen Hughes**, Vice-présidente de Burson-Marsteller Monde et ancienne sous-secrétaire d'Etat pour la diplomatie et les affaires publiques : « *cette enquête donne aux décideurs, chefs d'entreprise et hommes politiques, ainsi qu'aux annonceurs et aux médias une analyse complète des ambitions et des priorités des deux tiers des jeunes habitants des localités concernées* ».

**Sunil John**, directeur général de ASDA'A de Burson-Marsteller en charge des relations publiques au Moyen-Orient, déclare : « *nous sommes fiers de produire, sur une base annuelle, la plus grande enquête auprès des jeunes dans le monde arabe. Cette enquête reflète notre engagement en faveur d'une communication fondée sur la preuve. En partant de convictions politiques pour en arriver aux valeurs personnelles, des tendances onlines aux prétentions scolaires, cette étude de Burson-Marsteller couvre un éventail inégalé de paramètres cruciaux pour le futur du monde arabe* ».

## **NOTE METHODOLOGIQUE SUR LA PLUS VASTE ENQUETE MENEES DANS LE MONDE ARABE**

Les résultats sont les fruits de la plus grande enquête menée dans le monde arabe. Dirigée par Penn Schoen Berland (PSB) entre décembre 2010 et janvier 2011, la troisième édition de l'étude annuelle ASDA'A de Burson Marsteller sur la jeunesse arabe a regroupé :

- 2000 interviewés de 18 à 24 ans issus de 10 pays
  - Des jeunes des pays du Golfe (Bahreïn, Koweït, Oman, Qatar, Arabie Saoudite et les Emirats Arabes Unis)
  - Des jeunes d'Egypte, du Liban, de Jordanie et d'Irak
- Des ressortissants et des expatriés arabes

Pour consulter l'intégralité des résultats de l'enquête : <http://www.arabyouthsurvey.com>

### **A propos de Burson-Marsteller Paris**

Présent sur le marché français depuis 34 ans, Burson-Marsteller Paris, Agence Conseil en Relations publiques, Affaires publiques et Communication de Crise, intervient auprès des entreprises et de leurs marques ainsi que des institutions publiques. Ses 52 collaborateurs développent leurs expertises dans 8 domaines complémentaires : conseil stratégique, communication financière, communication de changement, relations avec les médias, affaires publiques/lobbying, crise, formations/media-trainings et édition. De plus, l'agence dispose d'équipes de consultants spécialisés dans le domaine de la santé/nutrition et dans le secteur high-tech télécom. Le réseau Burson-Marsteller est présent au niveau européen dans 31 pays avec 42 bureaux et au niveau mondial dans 137 pays avec 96 bureaux. Burson-Marsteller est membre du groupe WPP.

- Lire notre blog : [www.bmparisblog.com](http://www.bmparisblog.com)
- Nous suivre sur Twitter : [www.twitter.com/b\\_minded](http://www.twitter.com/b_minded)
- Rejoindre notre page Facebook : [www.facebook.com/BursonMarsteller.Paris](http://www.facebook.com/BursonMarsteller.Paris)



## A propos de ASDA'A Burson Marsteller

ASDA'A Burson Marsteller fait partie du groupe MENACOM qui est la plateforme de relations publique leader sur la région grâce à ses 130 professionnels de la communication répartis dans 11 bureaux couvrant tous le Moyen Orient et le Nord de l'Afrique. Le groupe dispose également de 8 sociétés affiliées, se positionnant ainsi sur 17 pays différents. L'agence offre ses services aux gouvernements, aux entreprises multinationales et régionales dans ses 6 domaines de prédilection : Technologie, Corporate, Finance, Santé, Marketing clients, Affaires publiques. Ces services couvrent aussi la réputation du management, le media training, la crise et les problèmes liés au management, la communication digitale, la relation avec les médias, la média monitoring ainsi que l'analyse et le management d'événements.

- Visiter le site : [www.asdaa.com](http://www.asdaa.com)

## About Penn Schoen Berland

Penn Schoen Berland is a global communication advisory that specializes in messaging and communication strategy for blue-chip corporate, entertainment and political clients. Rooted in market research, Penn Schoen Berland has over 30 years of experience in generating unique insights about public opinion and providing client actionable ideas that gives them a competitive edge. We call this Winning Knowledge™. Penn Schoen Berland is a member of Young & Rubicam Brands and WPP. In early 2011, it established its South Asia office headquartered in India.

- Website : [www.psbresearch.in](http://www.psbresearch.in)