



Quelle est l'image des CCI ?

Novembre 2008

Méthodologie



▶ Étude réalisée auprès :

- ▶ d'un échantillon représentatif de **1006 français** de 18 ans et plus constitué selon la méthode des quotas au regard des critères de sexe, d'âge, de CSP du chef de famille, statut d'activité, catégorie d'agglomération et région;
 - ▶ d'un échantillon représentatif de **806 chefs d'entreprise** constitué à partir du fichier SIRENE des entreprises selon les critères de nombre de salariés, de secteur d'activité et de région.
- ▶ **Mode d'interrogation:** L'échantillon représentatif des chefs d'entreprise a été interrogé par téléphone sur leur lieu de travail et le sondage auprès du grand public a été réalisé également par téléphone au domicile des interviewés.
- ▶ **Date du terrain:** les interviews ont été réalisées **du 10 au 24 novembre 2008.**



Résultats

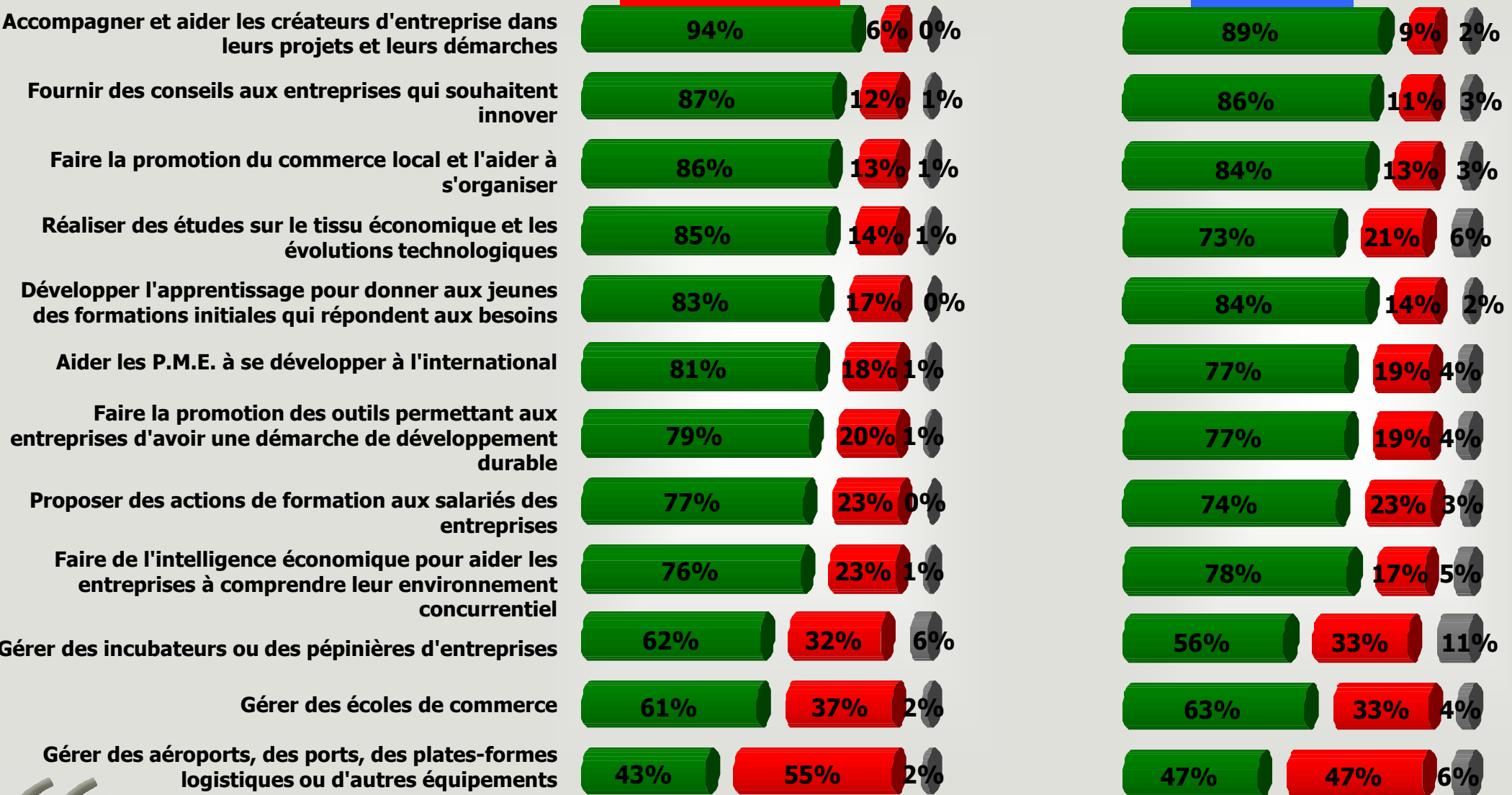


Connaissance des missions des CCI

Q : Chacune des missions suivantes, fait-elle, selon vous, partie des missions des Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) ?

Chefs d'entreprise

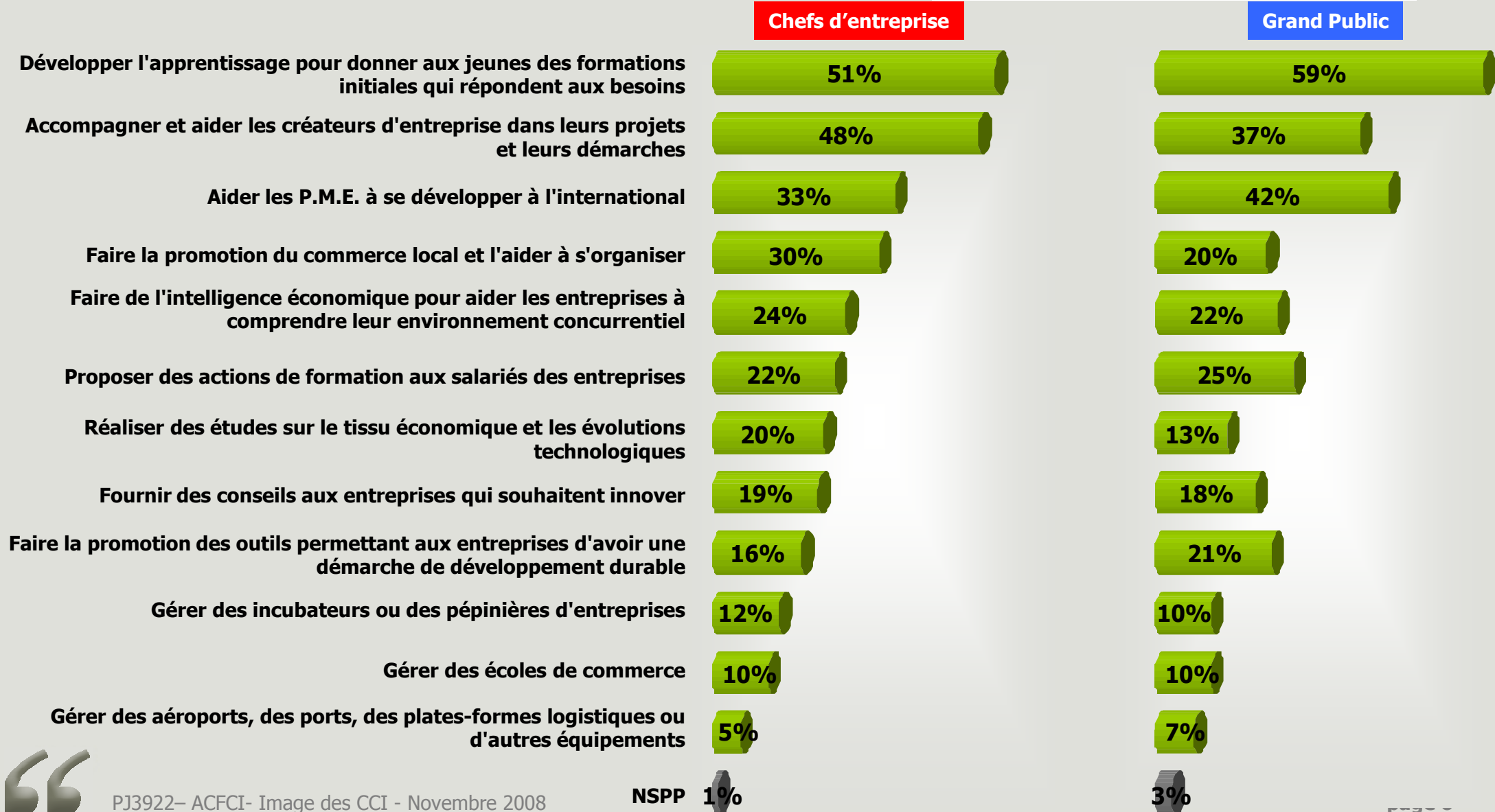
Grand Public



Les missions les plus importantes

Q : Et parmi ces missions, quelles sont les 3 plus importantes selon vous ?

Total supérieur à 100%, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses



Définition d'une CCI

Q : Quelle expression décrit le mieux une Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI), selon vous ?

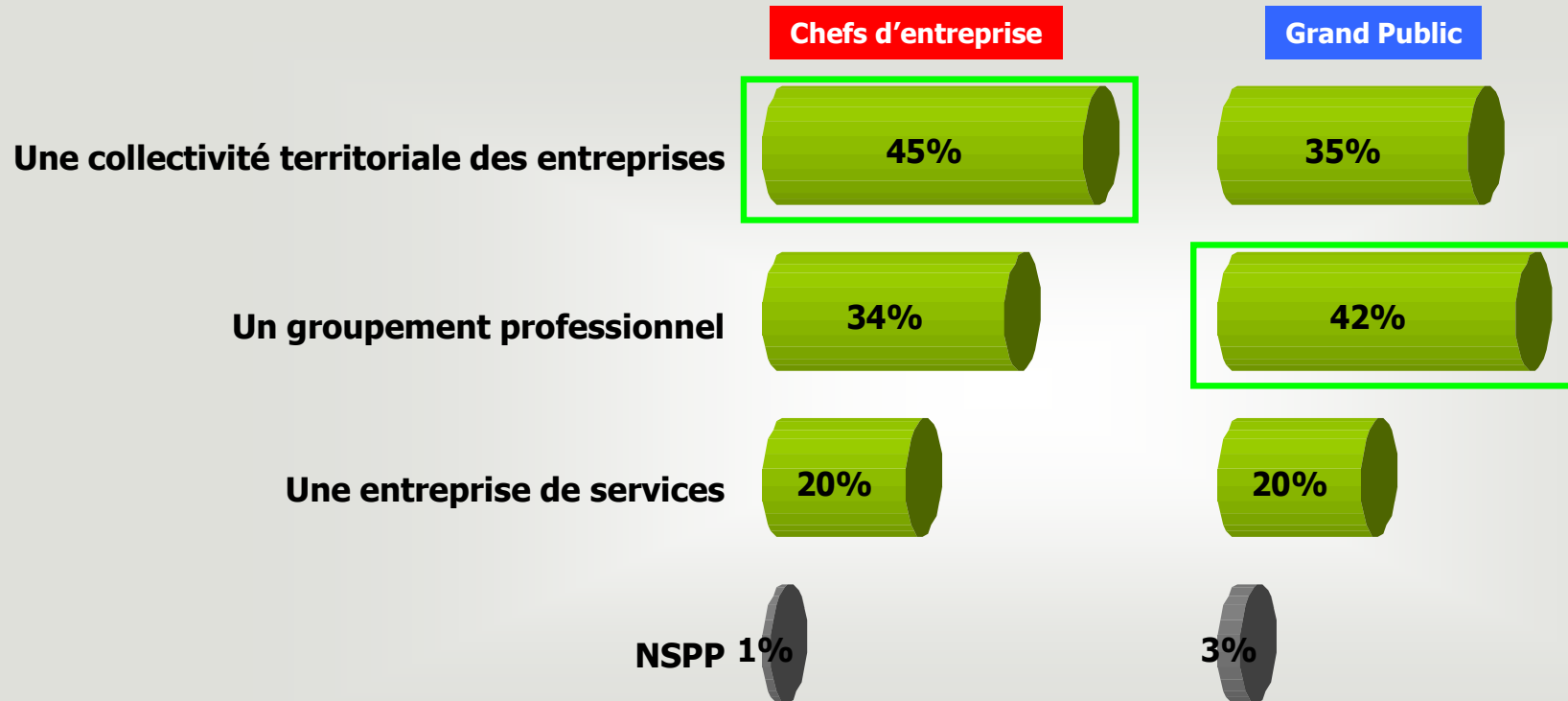


Image globale des CCI / Raisons citées spontanément

Chefs d'entreprise

Q : Diriez-vous globalement que vous avez une très bonne opinion, une plutôt bonne opinion, une plutôt mauvaise opinion ou une très mauvaise opinion des Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) ?

Q : Pourquoi dites-vous que vous avez une bonne / mauvaise opinion des Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) ? QUESTION OUVERTE

Réponses spontanées (sur la base de l'ensemble des interviewés)

Raisons citées spontanément par les répondants ayant exprimé une bonne opinion

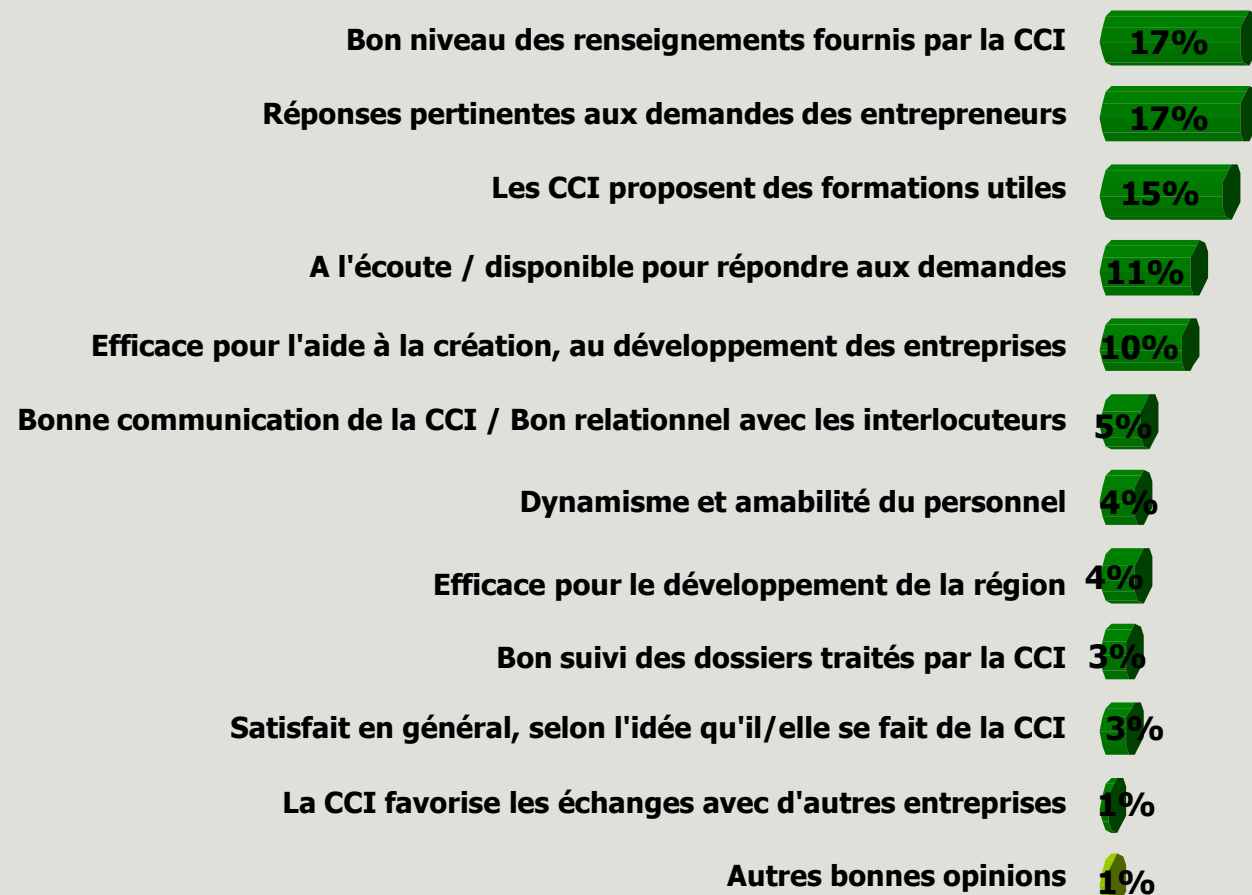
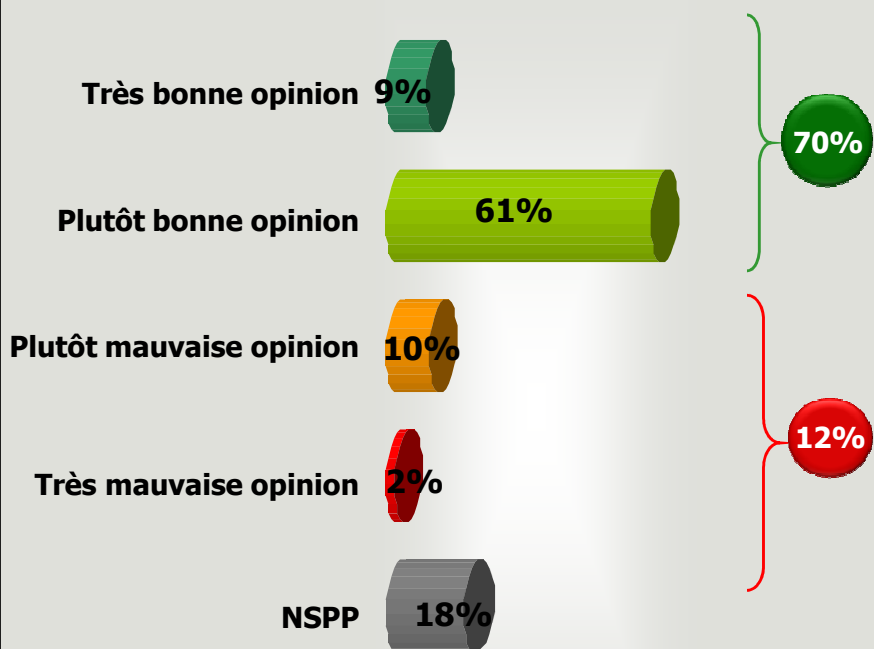


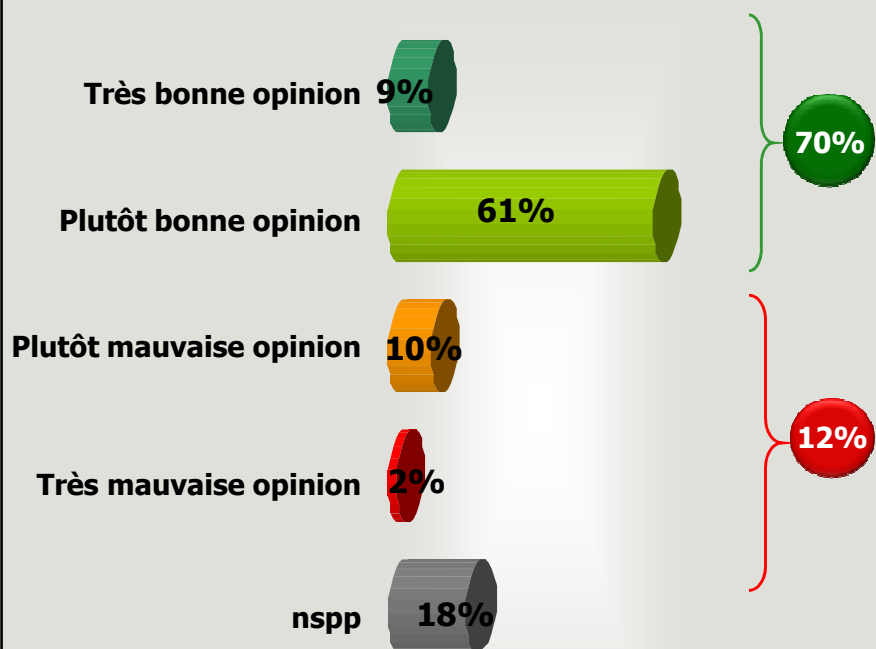
Image globale des CCI / Raisons citées spontanément

Chefs d'entreprise

Q : Diriez-vous globalement que vous avez une très bonne opinion, une plutôt bonne opinion, une plutôt mauvaise opinion ou une très mauvaise opinion des Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) ?

Q : Pourquoi dites-vous que vous avez une bonne / mauvaise opinion des Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) ? QUESTION OUVERTE

Réponses spontanées (sur la base de l'ensemble des interviewés)



Raisons citées spontanément par les répondants ayant exprimé une mauvaise opinion

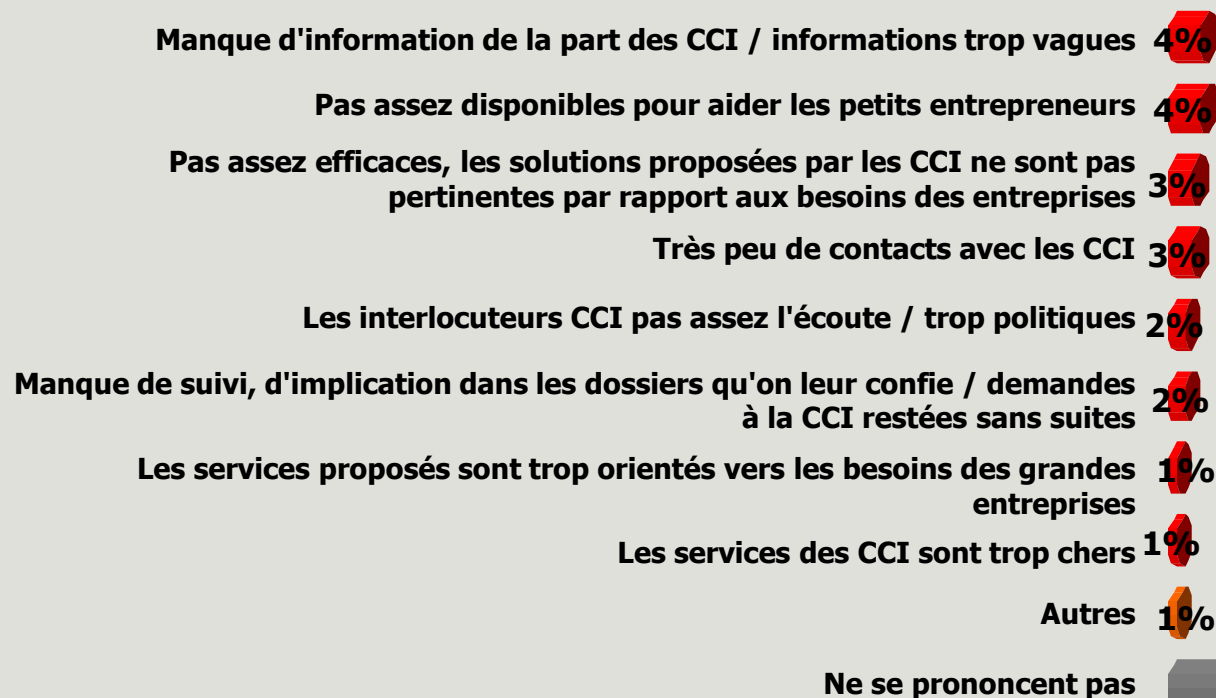
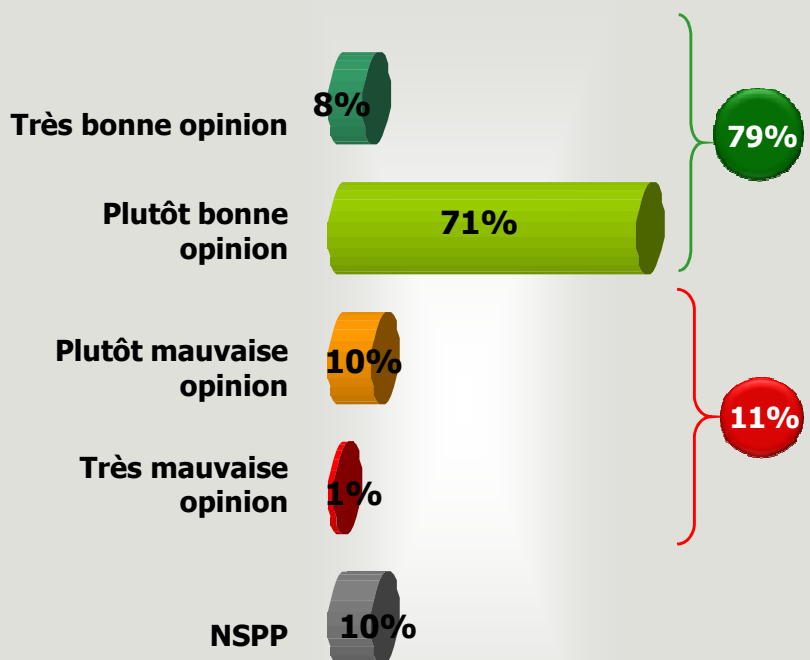


Image globale des CCI / Raisons citées spontanément

Grand Public

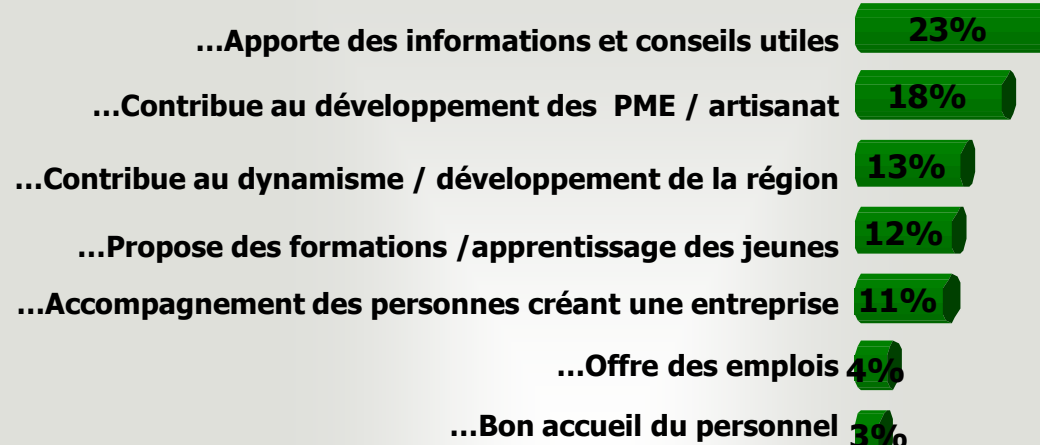
Q : Diriez-vous globalement que vous avez une très bonne opinion, une plutôt bonne opinion, une plutôt mauvaise opinion ou une très mauvaise opinion des Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) ?



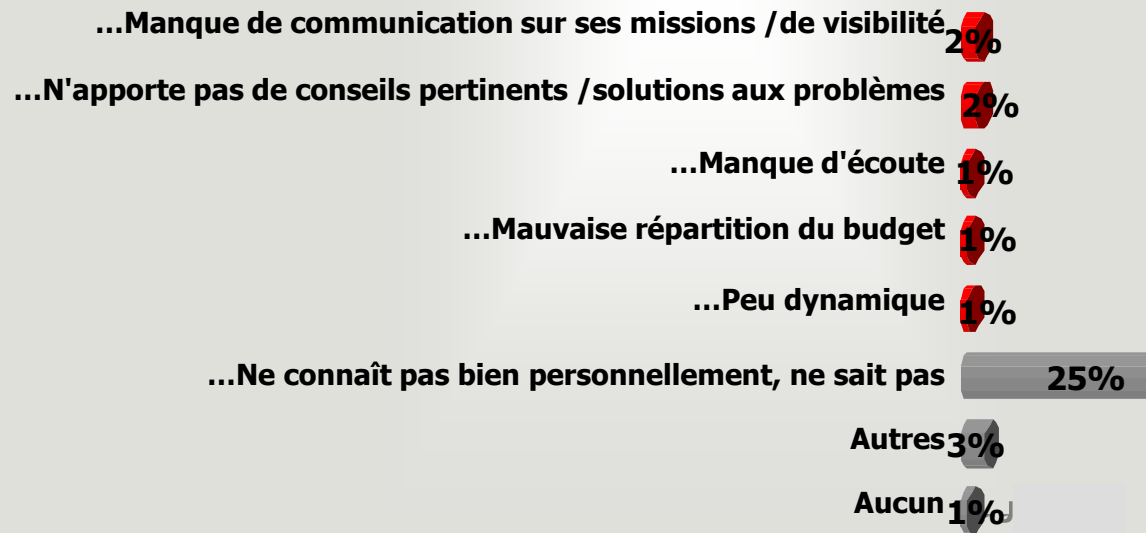
Q : Pourquoi dites-vous que vous avez une bonne / mauvaise opinion des Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) ? QUESTION OUVERTE

Réponses spontanées (sur la base de l'ensemble des interviewés)

Raisons citées spontanément par les répondants ayant exprimé une bonne opinion

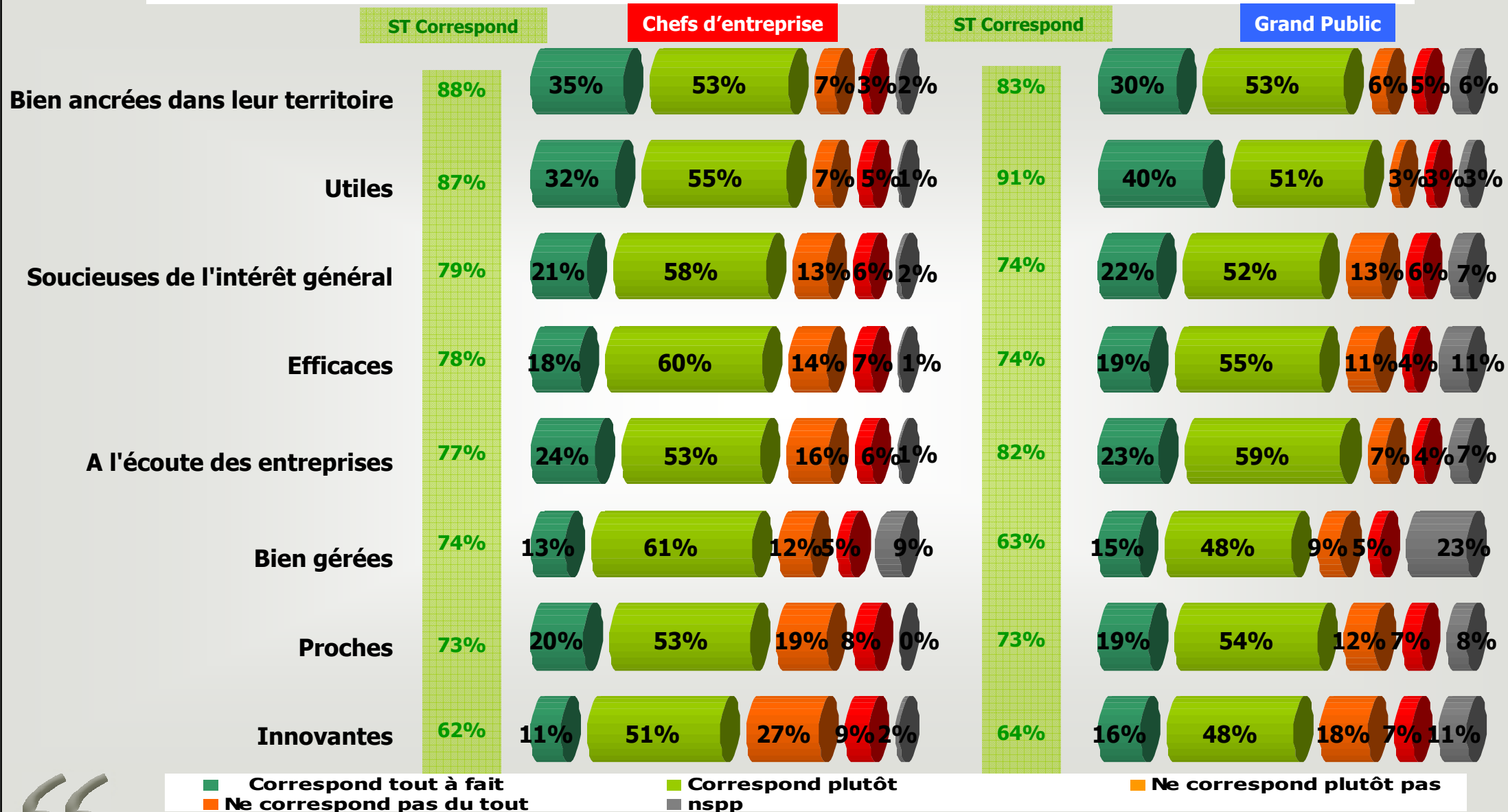


Raisons citées spontanément par les répondants ayant exprimé une mauvaise opinion



Traits d'image des CCI

Q : Chacun des qualificatifs suivants correspond-il à l'image que vous avez des Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) ?



Sources d'information sur les CCI

Grand Public

Q : Par quel moyen entendez-vous parler de la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de votre ville ou de votre région et que voyez-vous de son action ?

Total supérieur à 100%, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Les installations ou bâtiments devant lesquels vous **PASSEZ**
(aéroports, ports, criées, marchés, plates-formes logistiques..)

62%

Les équipements que vous **UTILISEZ** : aéroports, ports, criées,
marchés, plates-formes logistiques..)

57%

Les publicités dans les médias

57%

Ce que l'on vous en dit dans des conversations

50%

Les affiches

49%

Leurs publications régulières

32%

Les plaquettes de présentation

28%

Un autre moyen ou d'autres actions

12%

NSPP 4%

