



Les Français croient plus au piston qu'au talent

Résultats de l'étude Sky Prods "Les Français, le piston et le talent"

- 88% des Français pensent que le piston prime sur le talent
- Près d'1 Français sur 2 désigne la France comme le 'pays du piston'
- 1 Français sur 3 ne pistonnera jamais ses collègues de travail
- 1 Français sur 5 refuse d'être pistonné par principe
- 3 Français sur 4 pensent le cinéma et l'audiovisuel sont les secteurs les plus pistonnés
- 84% des Français pensent que nos stars ont été pistonnées pour réussir
- Près d'1 Français sur 2 pense que les dirigeants du CAC 40 sont des pistonnés
- Les entreprises qui incarnent le plus 'le talent' sont LVMH en France et Apple à l'étranger

Paris, 26 octobre 2010 - Sky Prods, spécialisé dans la découverte de nouveaux talents dans les métiers culturels, a organisé une enquête nationale afin d'analyser le regard des Français sur "le piston" et "le talent".

Le piston, une injustice dont on aime bien profiter, même à contre coeur.

Le piston est avant tout une question de chance pour une large majorité de Français (68,2%). Malgré ce premier jugement, près d'un sur deux (40,8%) considère que le piston est une injustice qui ne devrait pas exister. Seule une minorité pense qu'il s'agit d'une bonne chose qui permet de faire la différence (7,6%).

S'ils le pouvaient, plus de 75% des Français accepteraient d'être pistonnés (77,6%). En revanche, plus de la moitié d'entre eux (58%) confessent qu'ils accepteraient à contre coeur. Seul un Français sur cinq refuserait d'être pistonné par principe.

Si le "piston" était un objet, la majorité des gens le rattacherait à un moteur, un instrument de musique, un téléphone ou de l'argent.

Le Français prêt à pistonner sa famille et ses amis mais pas ses collègues.

La grande majorité des Français (86,5%) serait prête à pistonner des membres de leur famille ou leurs amis. Ils seraient moins généreux avec leurs collègues de travail puisque plus d'un Français sur trois (34,5%) avoue qu'il ne les pistonnerait jamais.

La majorité des Français affirme déjà avoir été pistonnée dans leur vie personnelle ou professionnelle (63,2%) dont 14,8% plusieurs fois.

La plupart d'entre eux (62,8%) pense que le piston a plus d'importance dans notre société aujourd'hui qu'il n'en avait il y a 10 ans.

Pour la grande majorité, le piston prime sur le talent

88% des Français pensent que le piston prime sur le talent en général. Malgré cela, 94,7% pensent pouvoir réussir dans la vie sans piston même si 70% d'entre eux soulignent que cela reste difficile.

Les dirigeants du CAC 40 et nos stars sont tous des pistonnés.

Plus de 8 Français sur 10 (83,9%) pensent que les stars françaises issues d'un métier artistique ont été pistonnées pour réussir.

Les dirigeants des entreprises du CAC 40 ne sont pas épargnés, près d'un Français sur deux (43,5%) pense que la majorité d'entre eux, voir tous, ont été pistonnés pour atteindre leur poste de direction.

L'art (45,7%) et la politique (35,4%) sont perçus comme les milieux les plus pistonnés en France devant le sport, le secteur public et privé.

Pour trois Français sur quatre (74,9%), le cinéma et l'audiovisuel sont les secteurs artistiques les plus pistonnés loin devant la littérature (11,2%), la musique (10,8%) et la photographie (1,8%).

Les Français rattachent le talent à des artistes avant tout...et leur mère.

Aux yeux des Français, ce sont des artistes qui incarnent le plus le talent. En effet, ils rattachent la notion de "talent" à des personnalités artistiques telles que Pablo Picasso, Mozart ou encore des artistes plus récents tels que Michael Jackson ou Jacques Brel.

Plus étonnant, un grand nombre rattache également cette notion à "leur mère".

Lorsque l'on parle de Cinéma, ce sont des acteurs qui incarnent le mieux la notion de talent pour les Français. Johnny Depp, Gérard Depardieu et Clint Eastwood forment le trio de tête devant Leonardo DiCaprio et Sophie Marceau, puis suivent les réalisateurs Woody Allen et Steven Spielberg.

Si le "talent" était un objet, la majorité des Français le rattacherait à un stylo, une œuvre d'art ou de l'argent.

Pour 69,1% des Français, le talent n'est pas simplement inné, il doit également être travaillé pour pouvoir être exploité. L'un n'est pas dissociable de l'autre.

Talent = luxe et automobile en France, nouvelles technologies à l'étranger.

Les entreprises françaises qui incarnent le mieux la notion de talent appartiennent en majorité au secteur du luxe : LVMH, Chanel et L'Oréal. Le secteur automobile a également la cote avec PSA Peugeot Citroën et Renault cités en tête des réponses.

Du côté des entreprises étrangères, les sociétés issues du secteur des nouvelles technologies arrivent loin devant, à commencer par Apple, suivi de Microsoft, Google, Pixar et Facebook. Parmi les autres secteurs d'activités, ce sont Coca-Cola, Ikea et Mercedes qui tirent le plus leur épingle du jeu.

La France, pays du piston, et les Etats-Unis, pays du talent

A la question : *si vous deviez rattacher le mot "piston" à un pays, auquel penseriez-vous ?*

Loin devant avec 41%, près d'un Français sur deux cite la France comme pays qui incarne le plus le piston. Derrière suivent les Etats-Unis (13%), l'Italie (8%), la Russie (4%), l'Angleterre (3%), l'Afrique (3%), la Grèce (3%) et la Suisse (2%).

A la question : *si vous deviez rattacher le mot "talent" à un pays, auquel penseriez-vous ?*

Ce sont les Etats-Unis qui arrivent en tête des réponses pour un Français sur quatre (24%). Derrière suivent la France (18%), l'Italie (8%), le Japon (6%), l'Allemagne (4%), la Chine (4%), le Brésil (3%) et l'Angleterre (3%).

Les résultats de cette étude sont téléchargeables directement sur la page d'accueil du site Sky Prods : www.skyprods.fr

Etude auto-administrée en ligne réalisée auprès de 4 156 personnes en France du 20 septembre au 15 octobre 2010 (64,5% d'hommes et 35,5% de femmes, 38% de 18 à 25 ans, 35% de 26 à 45 ans, 21% de 46 à 60 ans, 6% de plus de 60 ans).

A propos de Sky Prods :

Sky Prods a été créé en 2006 avec un but bien précis : découvrir et ouvrir des portes à de nouveaux talents. Leur slogan "Non au piston, Oui au talent".

Sky Prods organise chaque année 3 concours culturels internationaux : photographie, nouvelles et courts-métrages. Les concours Sky Prods sont ouverts à tous, amateurs et professionnels, de tout âge et nationalité.

Son objectif est de créer des voies supplémentaires pour accéder à des mondes artistiques trop fermés et privilégiés ainsi que de mettre en valeur des idées innovantes et non-conformistes.

Participez du 1er septembre au 13 novembre 2010 aux 4èmes éditions des Concours de Photos, Nouvelles et Courts-métrages Sky Prods.

Plus d'informations sur : www.skyprods.fr

Contact presse :

Julie Beluze

Attachée Presse

06.26.45.69.95

contact@skyprods.fr

Sky Prods - www.skyprods.fr