

L'enquête a été réalisée sur 1 012 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus. Le sondage a été effectué en ligne, sur le panel propriétaire YouGov France du 10 au 11 Mars.



Total	Genre		Age						Région						CSP			Situation professionnelle				
	Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	18 à 34 ans	Nord-Est	Nord-Ouest	Région Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre	
	A	B	C	D	E	F	G	AN	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	

Q1. Avez-vous entendu parler de la réforme de l'audiovisuel, qui prévoit notamment la possibilité pour les chaînes TV de cibler les téléspectateurs en matière de publicité ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1012	477	535	94	145	164	184	425	239	238	225	191	251	107	343	304	365	522	67	67	244	112
Base: Adultes français	1012	483	529	103	156	165	174	414	259	237	232	187	247	109	341	305	367	518	68	73	241	113
Oui	19%	23%	14%	23%	25%	24%	16%	14%	25%	17%	19%	22%	16%	21%	24%	19%	13%	21%	10%	21%	15%	17%
Non	75%	70%	79%	74%	72%	72%	78%	76%	72%	78%	74%	72%	76%	70%	71%	76%	77%	74%	78%	76%	76%	75%
Je ne sais pas	7%	7%	7%	3%	3%	4%	7%	10%	3%	5%	7%	6%	7%	9%	5%	5%	10%	5%	12%	3%	9%	9%

Q2. Avec cette réforme, les spectateurs d'un même programme pourront ainsi voir des spots différents pendant la coupure pub, selon leur situation géographique, ou encore en fonction des particularités de leur foyer. Le principe de cette publicité "segmentée" est d'adapter la publicité à celui qui la regarde, comme le fait internet. Dans quelle mesure êtes-vous favorable ou défavorable à la publicité « ciblée » à la télévision ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1012	477	535	94	145	164	184	425	239	238	225	191	251	107	343	304	365	522	67	67	244	112
Base: Adultes français	1012	483	529	103	156	165	174	414	259	237	232	187	247	109	341	305	367	518	68	73	241	113
Tout à fait favorable	9%	9%	9%	13%	16%	11%	8%	5%	15%	9%	7%	12%	8%	6%	9%	11%	7%	10%	12%	16%	4%	6%
Plutôt favorable	20%	20%	21%	28%	23%	26%	23%	14%	25%	21%	23%	20%	21%	12%	20%	23%	18%	21%	28%	24%	16%	20%
Plutôt défavorable	17%	18%	17%	21%	20%	15%	17%	16%	20%	15%	18%	21%	13%	22%	19%	19%	14%	19%	15%	25%	14%	13%
Tout à fait défavorable	39%	42%	37%	32%	32%	32%	35%	48%	32%	40%	36%	36%	42%	44%	40%	32%	45%	37%	29%	27%	51%	38%
Je ne sais pas	15%	12%	17%	6%	9%	17%	17%	17%	8%	15%	16%	11%	15%	16%	12%	16%	16%	13%	16%	8%	15%	23%
Net: Favorable	29%	29%	29%	40%	39%	36%	31%	18%	40%	30%	30%	32%	29%	18%	29%	34%	25%	31%	40%	40%	20%	26%
Net: Défavorable	56%	60%	53%	53%	52%	46%	52%	65%	52%	55%	54%	57%	55%	68%	59%	50%	59%	56%	44%	52%	65%	51%

Q3. Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous défavorable à cette initiative ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base brute	572	286	286	50	75	76	86	275	125	131	122	108	138	71	202	153	217	293	29	35	158	57
Base: Adultes Français défavorables à la publicité ciblée	572	288	283	55	81	77	91	268	135	130	126	106	136	73	200	153	218	290	30	38	156	57
Je ne souhaite pas que mes données personnelles soient utilisées	66%	60%	71%	74%	68%	64%	60%	65%	70%	60%	72%	75%	60%	63%	71%	60%	65%	68%	55%	80%	65%	52%
Je souhaite qu'il n'y ait plus de publicité du tout	55%	53%	58%	46%	59%	43%	52%	61%	54%	57%	56%	47%	60%	55%	52%	57%	58%	53%	45%	45%	63%	59%
Je trouve que ce n'est pas éthique	32%	32%	32%	46%	32%	37%	27%	29%	34%	31%	32%	37%	31%	27%	35%	31%	30%	33%	39%	54%	28%	22%
Je souhaite continuer à voir toutes les publicités, et non pas seulement celles qui correspondent à mon profil	17%	17%	17%	24%	23%	20%	15%	14%	23%	19%	18%	22%	12%	14%	17%	20%	14%	17%	24%	37%	11%	13%
Autre	2%	2%	1%	-	3%	1%	2%	2%	2%	-	2%	2%	4%	-	2%	1%	1%	2%	7%	-	1%	-
Je ne sais pas	1%	1%	0%	2%	-	1%	2%	0%	1%	1%	1%	2%	-	2%	0%	1%	1%	0%	7%	-	1%	2%

Q4. Concernant les initiatives à respecter en matière de publicité, avez-vous le sentiment que les chaînes TV sont actuellement défavorisées par rapport aux chaînes online / numériques ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1012	477	535	94	145	164	184	425	239	238	225	191	251	107	343	304	365	522	67	67	244	112
Base: Adultes français	1012	483	529	103	156	165	174	414	259	237	232	187	247	109	341	305	367	518	68	73	241	113
Oui, tout à fait	8%	9%	6%	15%	14%	6%	8%	4%	15%	9%	8%	11%	8%	3%	8%	9%	6%	9%	11%	12%	4%	6%
Oui, plutôt	19%	20%	19%	23%	24%	23%	20%	15%	24%	19%	21%	17%	22%	20%	21%	17%	21%	18%	22%	16%	20%	
Non, pas vraiment	29%	29%	29%	27%	35%	27%	28%	29%	32%	28%	31%	30%	28%	30%	27%	31%	29%	29%	28%	30%	31%	24%
Non, pas du tout	12%	15%	10%	16%	7%	12%	12%	14%	11%	14%	11%	14%	13%	8%	14%	10%	13%	11%	16%	18%	13%	10%
Je ne sais pas	31%	26%	36%	19%	19%	32%	33%	38%	19%	31%	29%	25%	37%	37%	30%	28%	35%	30%	25%	18%	36%	40%
Net: Oui	27%	29%	25%	38%	38%	29%	27%	19%	38%	28%	28%	32%	23%	25%	29%	31%	22%	29%	29%	34%	20%	26%
Net: Non	41%	44%	39%	43%	43%	39%	40%	43%	43%	42%	42%	43%	41%	38%	41%	41%	42%	41%	46%	48%	44%	34%

Q5. Selon vous, la mise en place de la publicité « segmentée » est-elle un moyen efficace pour les groupes audiovisuels de rivaliser avec les géants du numérique ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1012	477	535	94	145	164	184	425	239	238	225	191	251	107	343	304	365	522	67	67	244	112
Base: Adultes français	1012	483	529	103	156	165	174	414	259	237	232	187	247	109	341	305	367	518	68	73	241	113
Oui, tout à fait	7%	7%	7%	12%	12%	7%	5%	4%	12%	8%	5%	11%	7%	6%	8%	7%	6%	6%	7%	13%	5%	12%
Oui, plutôt	24%	26%	23%	23%	30%	28%	26%	21%	27%	22%	28%	25%	22%	28%	28%	28%	28%	19%	27%	23%	22%	21%
Non, pas vraiment	21%	23%	20%	25%	27%	20%	24%	18%	26%	22%	24%	20%	19%	23%	20%	25%	19%	22%	22%	26%	20%	18%
Non, pas du tout	14%	16%	11%	19%	12%	16%	13%	13%	15%	15%	12%	13%	16%	12%	15%	13%	12%	14%	14%	18%	12%	11%
Je ne sais pas	34%	28%	38%	21%	19%	29%	32%	45%	20%	33%	32%	32%	37%	33%	29%	28%	43%	30%	34%	21%	42%	38%
Net: Oui	31%	33%	30%	35%	42%	35%	31%	25%	39%	30%	32%	36%	28%	32%	36%	34%	25%	33%	30%	36%	25%	33%
Net: Non	35%	40%	31%	44%	39%	36%	38%	30%	41%	37%	35%	32%	35%	36%	35%	32%	32%	36%	36%	44%	33%	29%

Contenu cellule (Pourcentage de colonne, Résultats test statistique), Statistiques (Proportions de colonne, (95%): A/B, C/D/E/F/G, H/I/J/K/L, M/N/O, P/Q/R/S/T, U/V/W, X/Y, Z/A/A/B/C/D/A/E/A/F, A/G/A/H/A/I/A/J, A/K/A/L/A/M, A/N, Base minimum: 30 (**), Petite base: 100 (**))

▲ indique que le résultat est significativement supérieur au résultat de la colonne Total

▼ indique que le résultat est significativement inférieur au résultat de la colonne Total

L'enquête a été réalisée sur 1 012 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus. Le sondage a été effectué en ligne, sur le panel propriétaire YouGov France du 10 au 11 Mars.



Total	Statut marital			Enfants		Comptes sur réseaux sociaux							Niveau d'éducation atteint				Zone d'habitation		
	En couple	Célibataire	Autre	Avec enfant	Sans enfant	Facebook	Twitter	LinkedIn	Google+	Autre	Net: Utilisateurs	Aucun	Non-titulaire du baccalauréat	Baccalauréat ou équivalent	Etudes supérieures	Autre	Un village ou une zone rurale	Une petite ville ou une ville de taille moyenne	Une grande ville
	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM

Q1. Avez-vous entendu parler de la réforme de l'audiovisuel, qui prévoit notamment la possibilité pour les chaînes TV de cibler les téléspectateurs en matière de publicité ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1012	671	317	24	324	688	786	294	231	-	575	871	115	276	255	469	12	315	429	268
Base: Adultes français	1012	669	318	25	323	689	787	298	233	-	580	872	114	274	256	470	12	316	428	268
Oui	19%	19%	19%	9%	20%	18%	20%	24%	26%	-	20%	20%	7%	13%	20%	21%	9%	16%	20%	20%
Non	75%	74%	75%	75%	75%	74%	75%	71%	69%	-	75%	75%	77%	78%	75%	73%	57%	76%	74%	75%
Je ne sais pas	7%	7%	6%	16%	**	5%	5%	5%	5%	**	5%	5%	17%	9%	5%	5%	34%	8%	6%	5%

Q2. Avec cette réforme, les spectateurs d'un même programme pourront ainsi voir des spots différents pendant la coupure pub, selon leur situation géographique, ou encore en fonction des particularités de leur foyer. Le principe de cette publicité "segmentée" est d'adapter la publicité à celui qui la regarde, comme le fait internet. Dans quelle mesure êtes-vous favorable ou défavorable à la publicité « ciblée » à la télévision ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1012	671	317	24	324	688	786	294	231	-	575	871	115	276	255	469	12	315	429	268
Base: Adultes français	1012	669	318	25	323	689	787	298	233	-	580	872	114	274	256	470	12	316	428	268
Tout à fait favorable	9%	9%	9%	4%	13%	7%	9%	12%	10%	**	9%	9%	3%	8%	9%	9%	6%	8%	9%	10%
Plutôt favorable	20%	21%	20%	13%	21%	20%	22%	23%	25%	**	23%	21%	12%	20%	19%	21%	9%	20%	22%	18%
Plutôt défavorable	17%	17%	19%	8%	19%	16%	18%	19%	18%	**	18%	18%	12%	15%	17%	15%	9%	16%	17%	19%
Tout à fait défavorable	39%	40%	37%	54%	32%	43%	37%	36%	38%	-	38%	38%	53%	36%	41%	40%	41%	39%	39%	39%
Je ne sais pas	15%	14%	15%	20%	**	15%	14%	14%	10%	**	12%	14%	20%	21%	14%	11%	33%	18%	13%	14%
Net: Favorable	29%	29%	29%	17%	34%	26%	31%	35%	35%	-	32%	31%	15%	28%	28%	31%	17%	28%	30%	28%
Net: Défavorable	56%	56%	56%	63%	51%	59%	56%	56%	56%	**	56%	56%	65%	51%	58%	59%	50%	55%	57%	58%

Q3. Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous défavorable à cette initiative ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base brute	572	378	179	15	165	407	437	184	130	-	322	486	75	142	148	276	6	172	244	156
Base: Adultes Français défavorables à la publicité ciblée	571	377	179	16	164	407	437	185	130	-	324	485	74	141	148	276	6	173	242	156
Je ne souhaite pas que mes données personnelles soient utilisées	66%	65%	69%	47%	63%	67%	68%	71%	73%	-	70%	68%	55%	58%	62%	73%	32%	60%	64%	75%
Je souhaite qu'il n'y ait plus de publicité du tout	55%	58%	50%	66%	53%	56%	57%	53%	52%	**	56%	56%	49%	59%	57%	53%	46%	63%	53%	51%
Je trouve que ce n'est pas éthique	32%	30%	35%	39%	28%	33%	30%	33%	37%	**	33%	32%	35%	27%	27%	37%	50%	29%	33%	33%
Je souhaite continuer à voir toutes les publicités, et non pas seulement celles qui correspondent à mon profil	17%	15%	20%	27%	16%	17%	17%	16%	17%	-	18%	17%	14%	14%	17%	18%	16%	12%	19%	19%
Autre	2%	1%	3%	-	2%	1%	1%	1%	4%	**	2%	1%	3%	1%	1%	2%	**	1%	2%	1%
Je ne sais pas	1%	-	2%	7%	-	1%	1%	1%	1%	**	2%	1%	-	2%	1%	0%	17%	1%	1%	1%

Q4. Concernant les initiatives à respecter en matière de publicité, avez-vous le sentiment que les chaînes TV sont actuellement défavorisées par rapport aux chaînes online / numériques ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1012	671	317	24	324	688	786	294	231	-	575	871	115	276	255	469	12	315	429	268
Base: Adultes français	1012	669	318	25	323	689	787	298	233	-	580	872	114	274	256	470	12	316	428	268
Oui, tout à fait	8%	8%	7%	4%	9%	7%	8%	12%	11%	-	9%	8%	5%	7%	8%	8%	-	9%	7%	8%
Oui, plutôt	19%	20%	19%	13%	21%	19%	20%	19%	21%	**	20%	19%	20%	17%	19%	21%	6%	17%	19%	24%
Non, pas vraiment	29%	31%	26%	13%	32%	27%	30%	32%	26%	**	31%	30%	23%	27%	32%	29%	26%	34%	28%	25%
Non, pas du tout	12%	11%	15%	25%	10%	14%	12%	13%	11%	**	11%	12%	14%	10%	13%	13%	9%	10%	13%	14%
Je ne sais pas	31%	30%	33%	45%	28%	33%	31%	24%	31%	**	29%	31%	38%	38%	28%	29%	57%	30%	33%	30%
Net: Oui	27%	28%	27%	17%	30%	26%	28%	30%	32%	**	28%	27%	25%	25%	27%	29%	8%	25%	26%	31%
Net: Non	41%	42%	40%	38%	42%	41%	42%	45%	37%	**	42%	42%	37%	38%	45%	42%	35%	45%	41%	39%

Q5. Selon vous, la mise en place de la publicité « segmentée » est-elle un moyen efficace pour les groupes audiovisuels de rivaliser avec les géants du numérique ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1012	671	317	24	324	688	786	294	231	-	575	871	115	276	255	469	12	315	429	268
Base: Adultes français	1012	669	318	25	323	689	787	298	233	-	580	872	114	274	256	470	12	316	428	268
Oui, tout à fait	7%	7%	6%	8%	10%	6%	7%	8%	11%	-	8%	7%	5%	6%	8%	7%	-	7%	6%	8%
Oui, plutôt	24%	25%	22%	21%	26%	23%	26%	22%	22%	**	26%	26%	17%	20%	21%	28%	17%	25%	25%	23%
Non, pas vraiment	21%	21%	22%	13%	24%	20%	22%	22%	18%	**	21%	21%	23%	21%	22%	25%	25%	21%	21%	23%
Non, pas du tout	14%	12%	16%	21%	11%	15%	13%	18%	13%	**	13%	13%	15%	12%	13%	15%	8%	14%	12%	16%
Je ne sais pas	34%	34%	33%	37%	29%	36%	32%	23%	26%	**	33%	32%	40%	41%	36%	28%	50%	33%	36%	30%
Net: Oui	31%	33%	29%	29%	36%	29%	33%	36%	43%	**	33%	33%	22%	28%	29%	36%	17%	32%	31%	32%
Net: Non	35%	34%	38%	34%	35%	35%	34%	41%	31%	**	34%	35%	37%	33%	36%	36%	33%	35%	33%	39%

Contenu cellule

▲ indique que

▼ indique que