



1 012



France

A propos

- YouGov est un institut international d'études de marché, pionnier des études online.
- Fondé à Londres en 2000, YouGov compte aujourd'hui plus de 30 bureaux dans 21 pays dans le monde, dont la France depuis 2011.
- Fort d'un panel propriétaire de plus de 310 000 personnes en France et plus de 8M dans le monde, YouGov accompagne les marques dans leurs décisions stratégiques.

Contacts Presse

Salomé Marcadé
 Communication Executive
salome.marcade@yougov.com
 01.88.33.75.43

Guillemette Petit
 Marketing & Communication Manager
Guillemette.petit@yougov.com
 01.86.95.79.91
 07.82.19.47.49

Les Français sont-ils prêts à adopter la publicité segmentée à la télévision

Paris, le 25 mars 2020 - YouGov a réalisé une étude dans le but de connaître l'avis des Français sur la publicité segmentée.

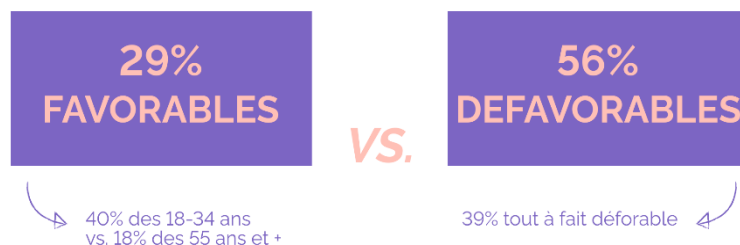


En fin d'année dernière, un projet de loi de réforme de l'audiovisuel a été présentée en conseil des ministres - 19% des Français ont entendu parler de ce projet de réforme.

Ce projet de loi prévoit notamment la possibilité pour les chaînes TV de cibler les téléspectateurs en matière de publicité. Concrètement, les spectateurs d'un même programme pourront ainsi voir des spots différents pendant la coupure publicitaire, 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.

• **Les Français sont majoritairement opposés à ce projet**

Alors que 29% des Français sont favorables à la publicité « ciblée » à la télévision, 56% y sont défavorables. On constate que les jeunes sont plus enthousiastes à cette idée que leurs aînés : 40% des Millennials vs. 18% des 55 ans et plus.



• **Pour quelles raisons les Français sont-ils défavorables à cette mesure ?**

En premier lieu, 66% d'entre eux ne souhaitent pas que leurs données personnelles soient utilisées. 55% déclarent souhaiter qu'il n'y ait plus de publicité du tout. Enfin, si 32% trouvent que la segmentation de la publicité pose un problème éthique, 17% souhaitent continuer à voir toutes les publicités, et non pas seulement celles qui correspondent à leur profil.



1 012



France

A propos

- YouGov est un institut international d'études de marché, pionnier des études online.
- Fondé à Londres en 2000, YouGov compte aujourd'hui plus de 30 bureaux dans 21 pays dans le monde, dont la France depuis 2011.
- Fort d'un panel propriétaire de plus de 310 000 personnes en France et plus de 8M dans le monde, YouGov accompagne les marques dans leurs décisions stratégiques.

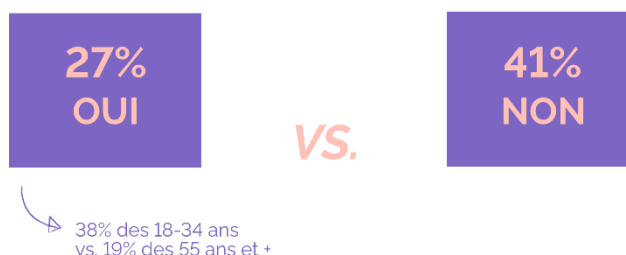
Contacts Presse

Salomé Marcadé
Communication Executive
salome.marcade@yougov.com
01.88.33.75.43

Guillemette Petit
Marketing & Communication Manager
Guillemette.petit@yougov.com
01.86.95.79.91
07.82.19.47.49

• TV vs. Numérique

Les chaînes TV sont-elles actuellement défavorisées par rapport aux chaînes online / numériques ?



Plus d'1 Français sur 4 a le sentiment que les chaînes TV sont actuellement défavorisées par rapport aux chaînes online / numériques (27%). A noter : ce chiffre grimpe à 38% chez les 18-34 ans.

Enfin, 31% des Français considèrent que la mise en place de la publicité « segmentée » est un moyen efficace pour les groupes audiovisuels de rivaliser avec les géants du numérique.

Méthodologie

Etude Omnibus réalisée du 10 au 11 mars 2020 auprès de 1 012 personnes représentatives de la population nationale âgée de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas.