LES FRANÇAIS ET L'ATTENTION QU'ILS ACCORDENT À LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

Septembre 2017

opinionway

15 place de la République 75003 Paris

SYNC

Frédéric Micheau
Directeur des études d'opinion
Directeur de département
Tel: 01 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com

LA MÉTHODOLOGIE

La méthodologie

Echantillon de **1071 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).

Les interviews ont été réalisées **les 13 et 14 septembre 2017.**

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.

Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des **marges d'incertitude** : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Sync »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : *INSEE, Bilan démographique 2015.*

Sexe	%
Hommes	48%
Femmes	52%

Age	%
18-24 ans	10%
25-34 ans	16%
35-49 ans	25%
50-64 ans	25%
65 ans et plus	24%

Région	%
Ile-de-France	18%
Nord ouest	24%
Nord est	22%
Sud ouest	11%
Sud est	25%

Activité professionnelle	%
Agriculteurs	1%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	***26%***
Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
Professions libérales / Cadres	9%
Professions intermédiaires	14%
Catégories populaires	***30%***
Employés	17%
Ouvriers	13%
Inactifs	***43%***
Retraités	26%
Autres inactifs	17%

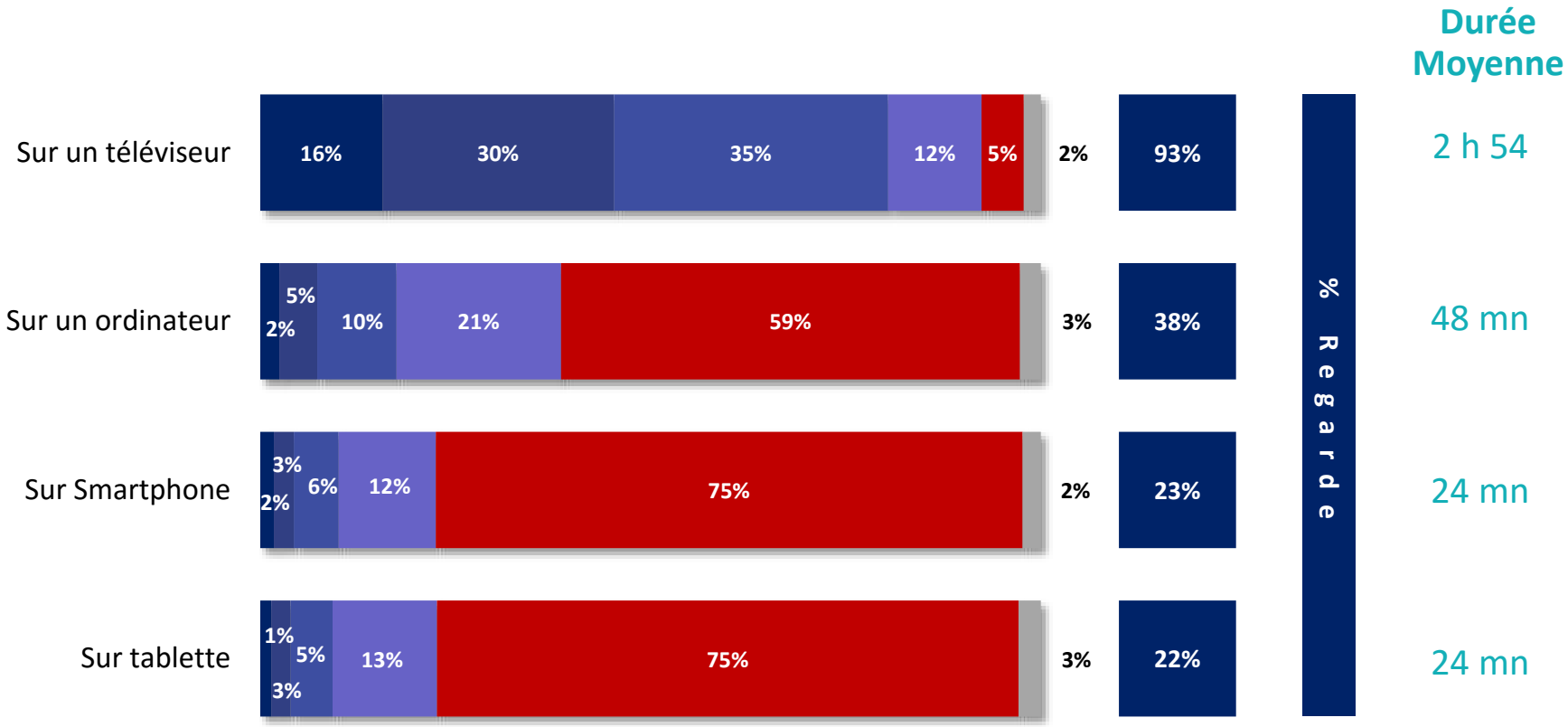
Taille d'agglomération	%
Une commune rurale	24%
De 2000 à 19 999 habitants	17%
De 20 000 à 99 999 habitants	13%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	16%

LES RESULTATS

La durée moyenne de visionnage des programmes télévisés selon les supports

1071 personnes

Q. En moyenne, combien de temps par jour regardez-vous des programmes télévisés ?
Nous parlons ici de programmes télévisés gratuits (hors VOD, abonnements Netflix, etc.) visionnés en direct ou en différé (replay sur le site Internet de la chaîne de télévision).



La durée moyenne de visionnage des programmes télévisés selon les supports

1071 personnes

Q. En moyenne, combien de temps par jour regardez-vous des programmes télévisés ?

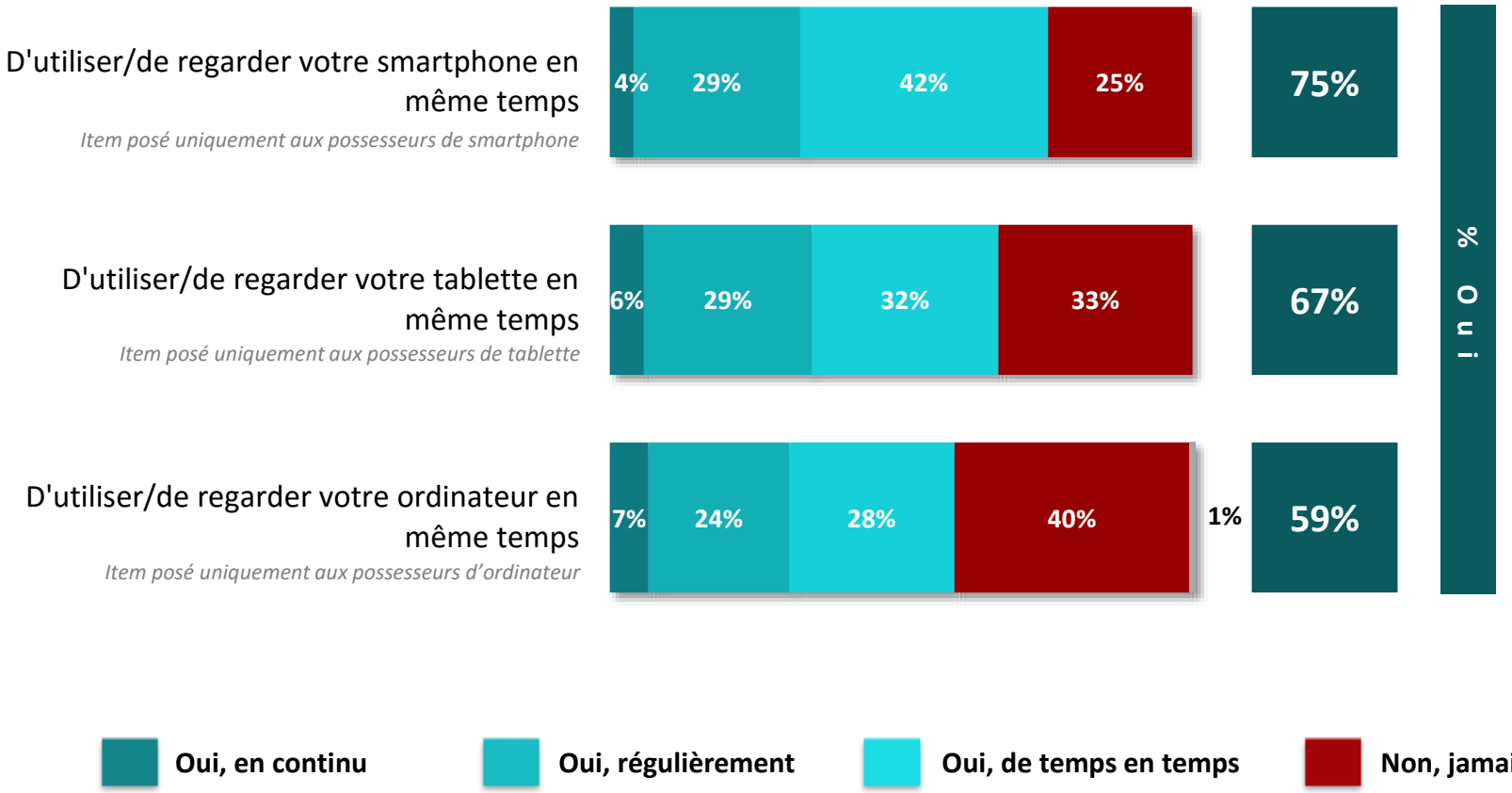
Nous parlons ici de programmes télévisés gratuits (hors VOD, abonnements Netflix, etc.) visionnés en direct ou en différé (replay sur le site Internet de la chaîne de télévision).

		Sexe		Âge					Statut		
	% Regarde	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sur un téléviseur	**93%**	90%	94%	89%	81%	91%	97%	98%	89%	91%	96%
Sur un ordinateur	**38%**	39%	38%	58%	52%	35%	34%	30%	44%	39%	34%
Sur Smartphone	**23%**	24%	22%	39%	39%	27%	15%	8%	29%	28%	12%
Sur tablette	**22%**	23%	22%	30%	38%	21%	18%	15%	30%	20%	18%

La pratique du multi-écrans devant la télévision

Q. De manière générale, lorsque vous regardez un programme télévisé sur un téléviseur, vous arrive-t-il… ?

Items posés uniquement à ceux qui possèdent personnellement chacun des équipements



73%

des Français regardent leur ordinateur et/ou leur smartphone et/ou leur tablette devant la télévision

La pratique du multi-écrans devant la télévision

Q. De manière générale, lorsque vous regardez un programme télévisé sur un téléviseur, vous arrive-t-il… ?

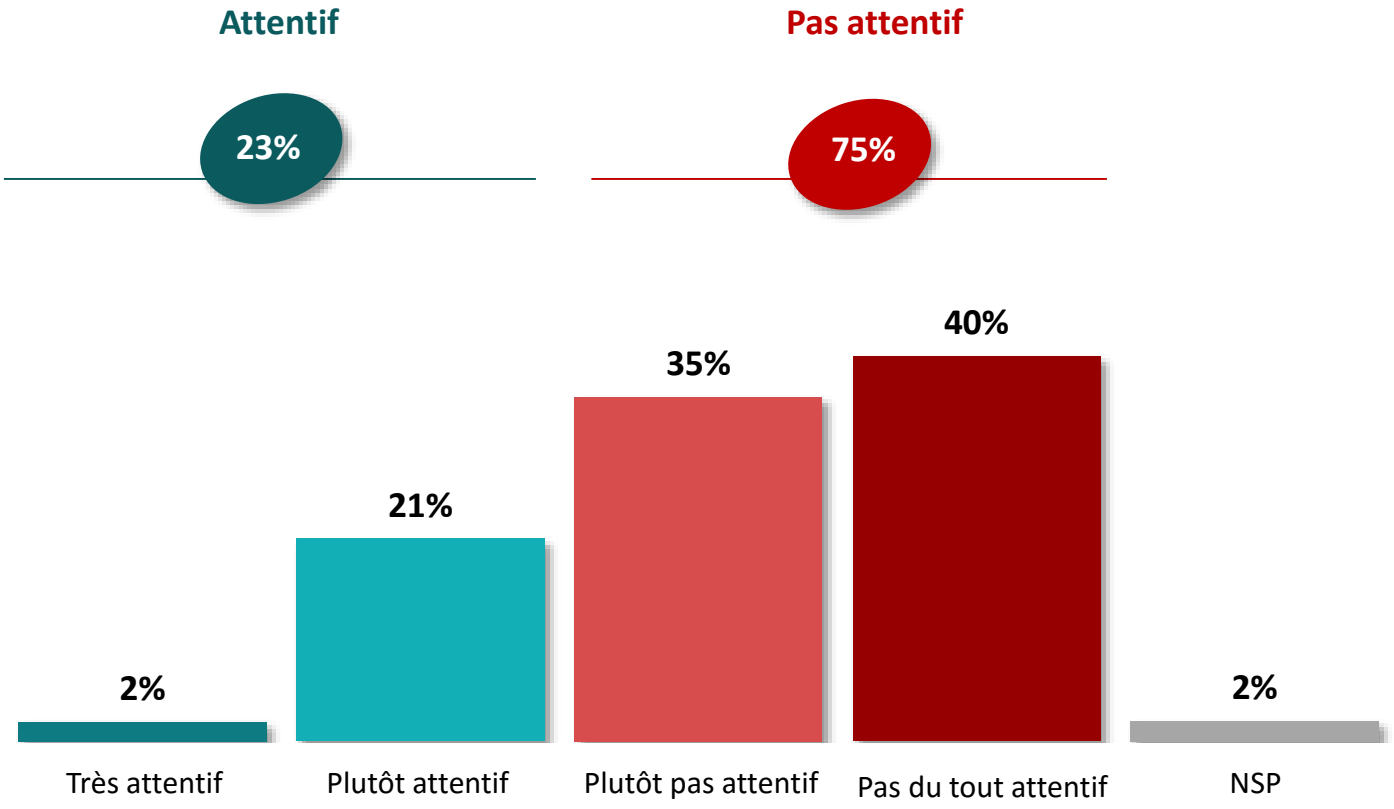
Items posés uniquement à ceux qui possèdent personnellement chacun des équipements

		Sexe		Âge					Statut		
	% Oui	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
D'utiliser/de regarder votre smartphone en même temps	**75%**	71%	79%	92%	90%	86%	66%	52%	79%	84%	63%
D'utiliser/de regarder votre tablette en même temps	**67%**	62%	70%	82%	79%	72%	59%	53%	80%	64%	59%
D'utiliser/de regarder votre ordinateur en même temps	**59%**	51%	66%	70%	77%	73%	51%	42%	62%	68%	50%
Personnes qui utilisent/regardent leur ordinateur et/ou leur smartphone et/ou leur tablette devant la télévision	**73%**	**66%**	**79%**	**85%**	**79%**	**80%**	**70%**	**59%**	**78%**	**76%**	**65%**

L’attention portée à la publicité à la télévision

Q. Diriez-vous que vous êtes attentif ou pas attentif à la publicité à la télévision ?

1071 personnes



L’attention portée à la publicité à la télévision

Q. Diriez-vous que vous êtes attentif ou pas attentif à la publicité à la télévision ?

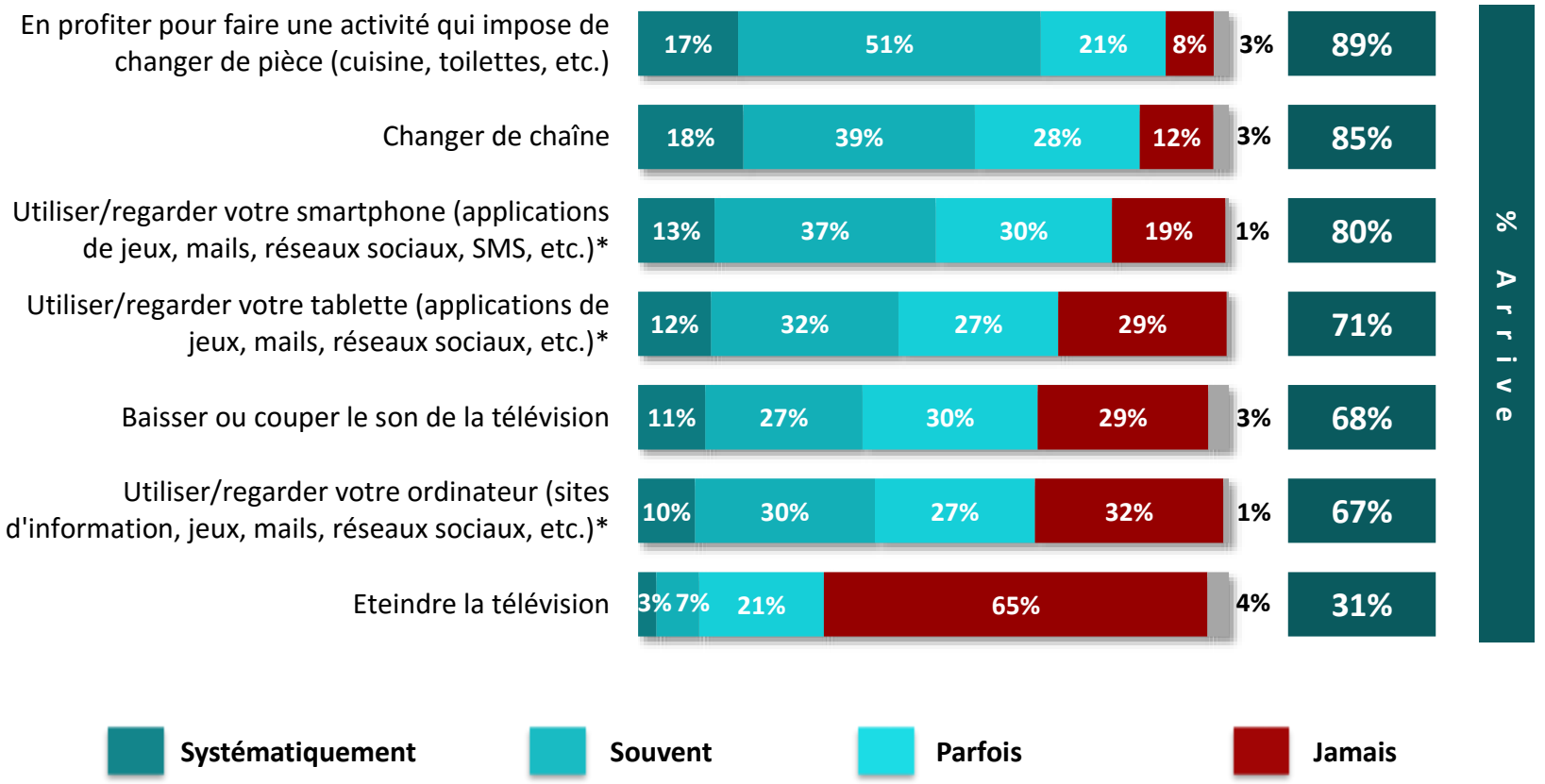
1071 personnes

		Sexe		Âge					Statut		
	% Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-Total Attentif	**23%**	**18%**	**27%**	**33%**	**37%**	**31%**	**15%**	**9%**	**30%**	**29%**	**13%**
Très attentif	**2%**	2%	2%	5%	4%	1%	2%	1%	2%	2%	1%
Plutôt attentif	**21%**	16%	25%	28%	33%	30%	13%	8%	28%	27%	12%
Sous-Total Pas attentif	**75%**	**79%**	**71%**	**58%**	**60%**	**67%**	**84%**	**91%**	**68%**	**68%**	**85%**
Plutôt pas attentif	**35%**	35%	35%	29%	31%	27%	41%	45%	29%	32%	41%
Pas du tout attentif	**40%**	44%	36%	29%	29%	40%	43%	46%	39%	36%	44%

Les activités pendant la publicité à la télévision

Q. Et de manière générale, lorsque vous regardez des programmes télévisés sur votre téléviseur, vous arrive-t-il de faire chacune des choses suivantes pendant la coupure publicitaire ?

1071 personnes



72%

des Français utilisent/regardent leur ordinateur et/ou leur smartphone et/ou leur tablette pendant la publicité

** Items posés uniquement à ceux qui possèdent personnellement chaque équipement*

Les activités pendant la publicité à la télévision

1071 personnes

Q. Et de manière générale, lorsque vous regardez des programmes télévisés sur votre téléviseur, vous arrive-t-il de faire chacune des choses suivantes pendant la coupure publicitaire ?

		Sexe		Âge					Statut		
	% Arrive	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
En profiter pour faire une activité qui impose de changer de pièce	**89%**	87%	91%	88%	86%	87%	89%	95%	90%	83%	93%
Changer de chaîne	**85%**	85%	85%	87%	88%	81%	84%	87%	85%	84%	84%
Utiliser/regarder votre smartphone*	**80%**	78%	82%	92%	91%	88%	73%	64%	85%	86%	71%
Utiliser/regarder votre tablette*	**71%**	67%	75%	84%	79%	72%	71%	58%	83%	69%	63%
Baisser ou couper le son de la télévision	**68%**	68%	68%	66%	70%	65%	69%	68%	69%	68%	66%
Utiliser/regarder votre ordinateur*	**67%**	64%	70%	75%	81%	74%	62%	57%	70%	71%	61%
Eteindre la télévision	**31%**	30%	32%	39%	47%	37%	24%	21%	38%	35%	21%
Personnes qui utilisent/regardent leur ordinateur, leur smartphone ou leur tablette pendant la publicité	**72%**	**66%**	**77%**	**79%**	**72%**	**78%**	**74%**	**60%**	**76%**	**76%**	**66%**

** Items posés uniquement à ceux qui possèdent personnellement chacun de ces équipements*

opinionway

15 place de la République 75003 Paris

« Permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur, pour mieux décider aujourd'hui, agir demain et imaginer après-demain. »