

Une étude



pour

**THE GOOD  
ADVERTISING**  
PROJECT

## Les Français et la publicité sur Internet

**Février 2022**

Jean-Daniel Lévy, Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion

Antoine Gautier, Chargé d'études senior au Département Politique – Opinion

Yanis Belaghene, Chargé d'études au Département Politique – Opinion



# Sommaire

<b>Méthodologie d'enquête</b>	<b>P. 3</b>
<b>Le rapport des Français au temps passé sur Internet et sur leur téléphone</b>	<b>P. 5</b>
<b>Le regard des Français concernant la présence de la publicité sur différents supports</b>	<b>P. 9</b>
<b>Les attentes des Français concernant la publicité</b>	<b>P. 15</b>
<b>Les attentes des Français concernant l'utilisation de leurs données personnelles sur Internet et la protection des mineurs</b>	<b>P. 23</b>

# Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **17** au **18 février** 2022.



Échantillon de **1 013** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe**, **âge**, **catégorie socioprofessionnelle** et **région** de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

# Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

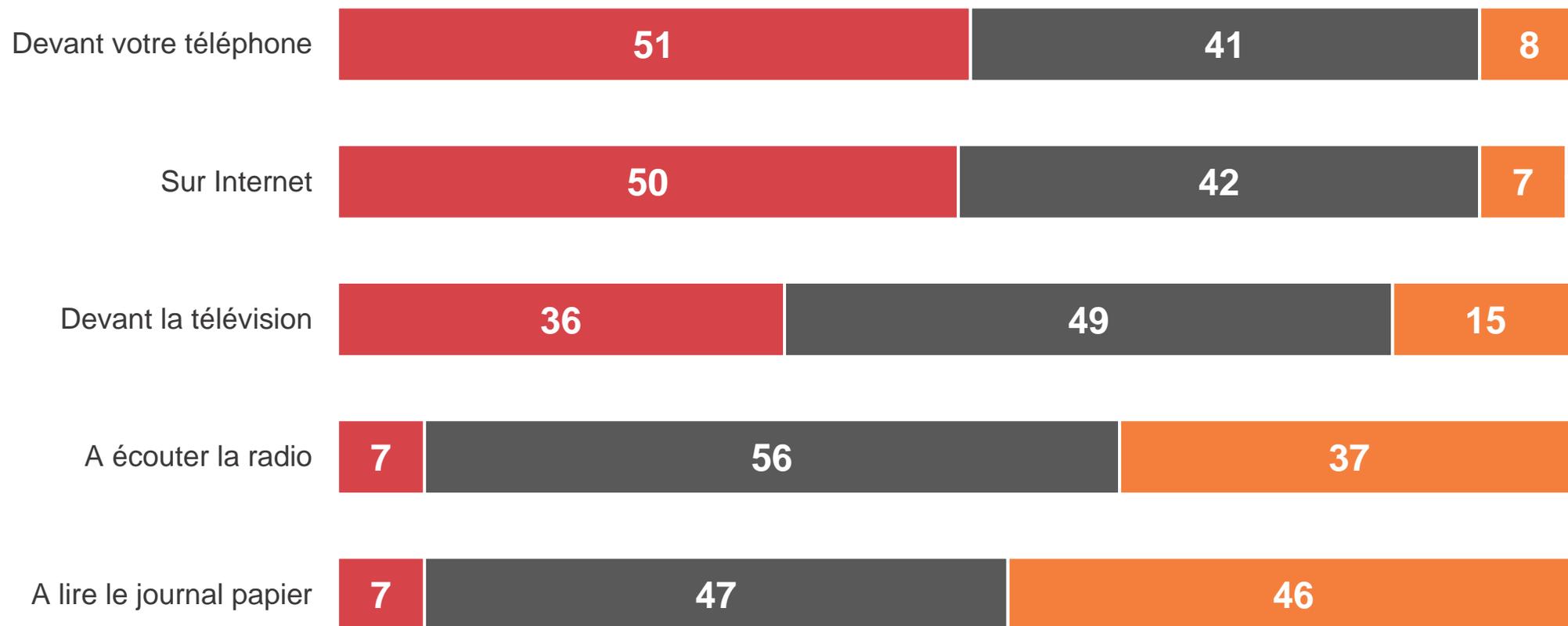


# **Le rapport des Français au temps passé sur Internet et sur leur téléphone**

# 1 Français sur 2 estime passer trop de temps sur Internet et sur son téléphone

Estimez-vous que vous passez chaque jour trop de temps, pas assez de temps ou ni trop ni pas assez de temps ... ?

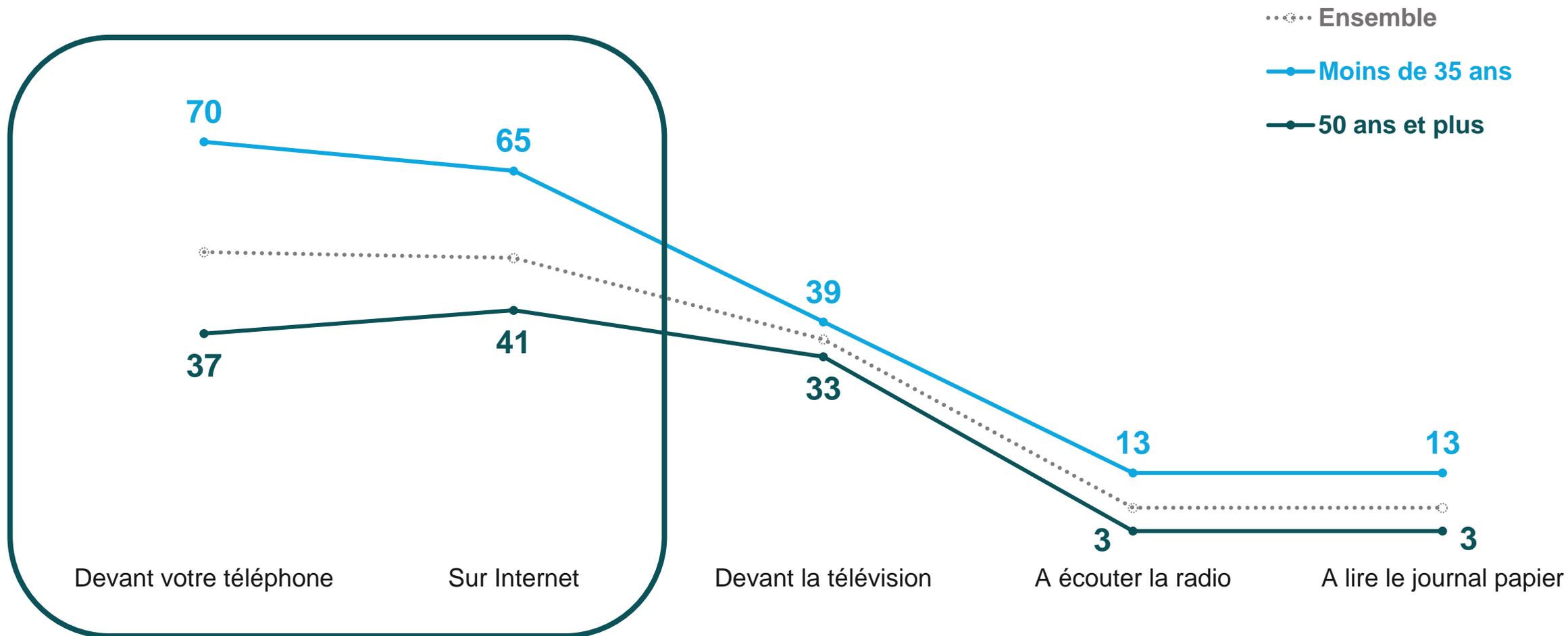
- À tous, en % -



# Les plus jeunes déclarent très majoritairement passer « trop de temps » sur leur téléphone et sur Internet

Estimez-vous que vous passez chaque jour trop de temps, pas assez de temps ou ni trop ni pas assez de temps ... ?

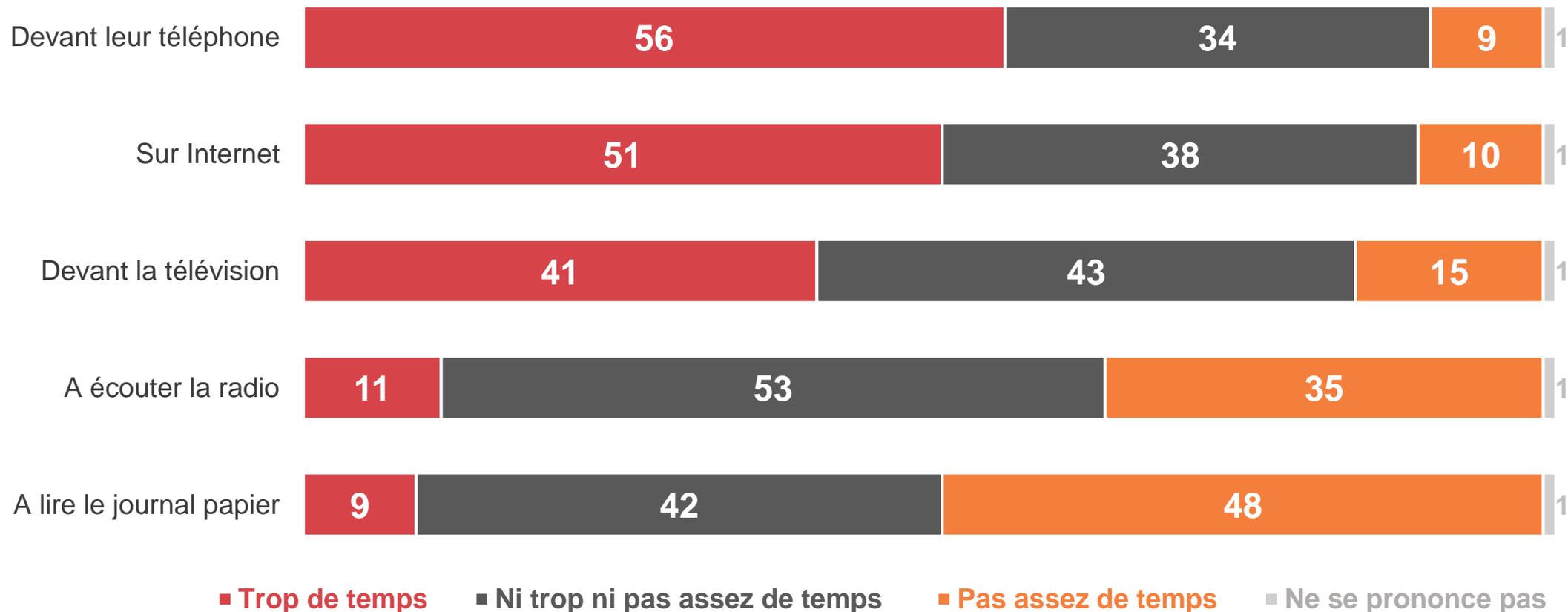
- À tous, en % de « Trop de temps » -



# Plus de la moitié des parents déclarent par ailleurs que leur(s) enfant(s) passent trop de temps sur leur téléphone et sur Internet

Estimez-vous que vos enfants passent chaque jour... ?

- Aux parents d'enfants âgés de moins de 25 ans, en % -



Les parents considérant qu'ils passent eux-mêmes trop de temps sur ces différents supports estiment plus que la moyenne que leurs enfants y passent trop de temps.

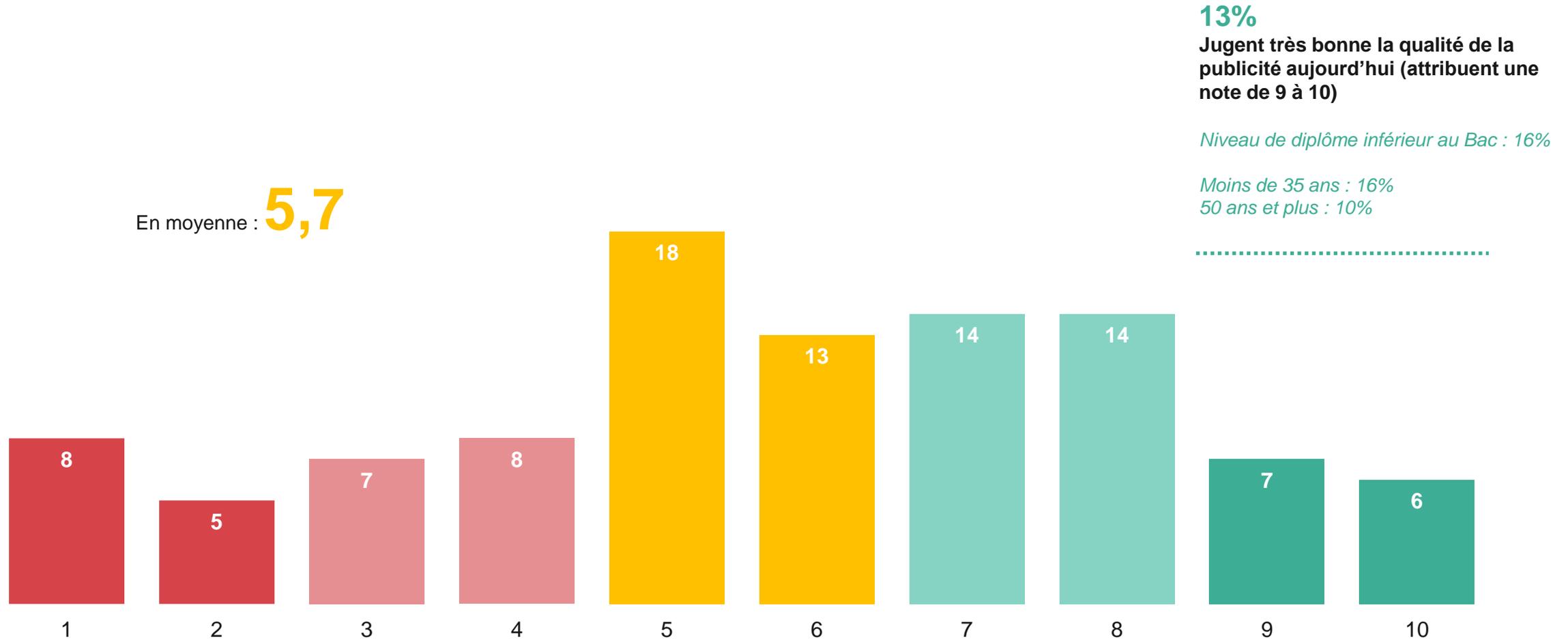


# **Le regard des Français concernant la présence de la publicité sur différents supports**

# Les Français estiment plutôt que la qualité de la publicité aujourd'hui est bonne, bien qu'une minorité d'entre eux estime qu'elle est « très bonne »

Sur une échelle de 1 à 10, comment jugez-vous la qualité de la publicité aujourd'hui ? 1 signifie que vous pensez que la publicité est de très mauvaise qualité, 10 que la publicité est de très bonne qualité

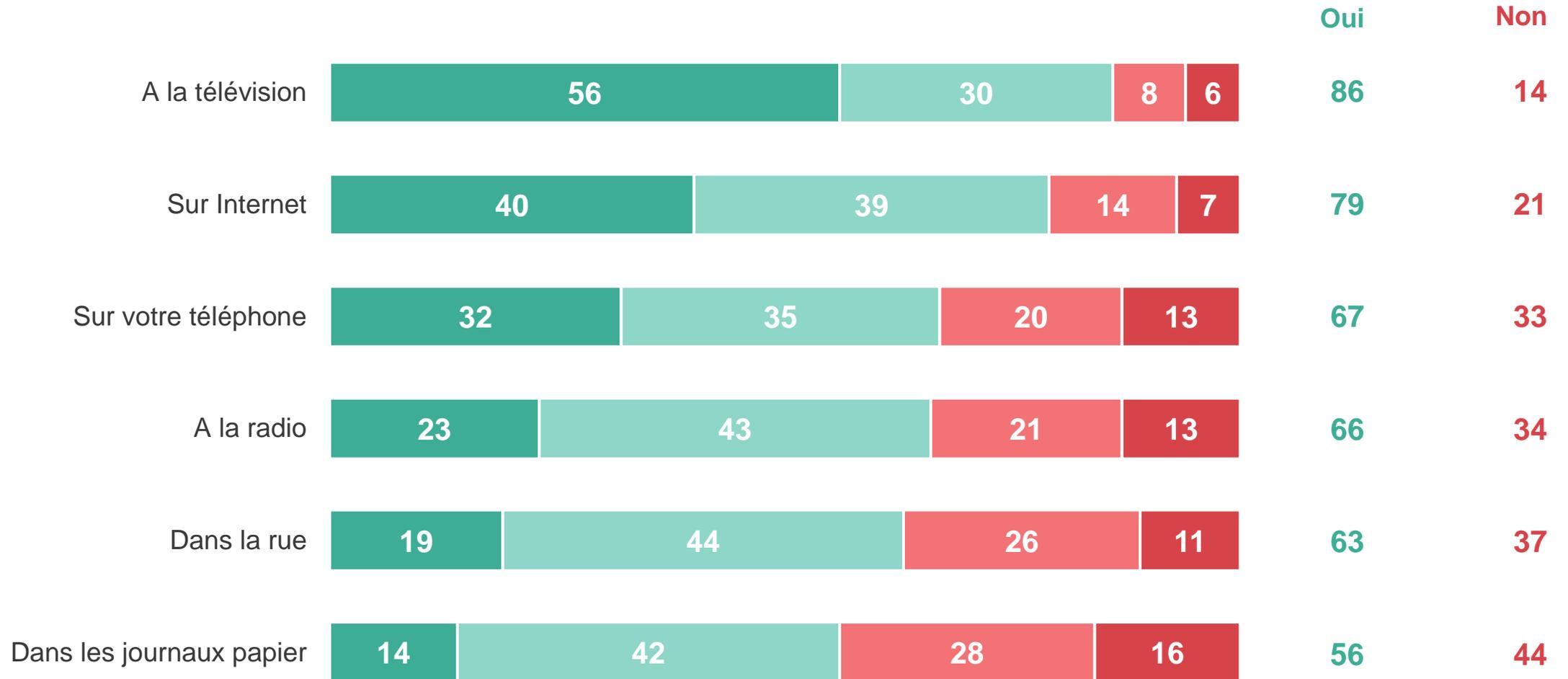
- À tous, en % -



# Les Français estiment en grande majorité voir « beaucoup » de publicités à la télévision, mais également sur Internet

D'une manière générale voyez-vous beaucoup, plutôt, plutôt pas ou pas du tout de publicités... ?

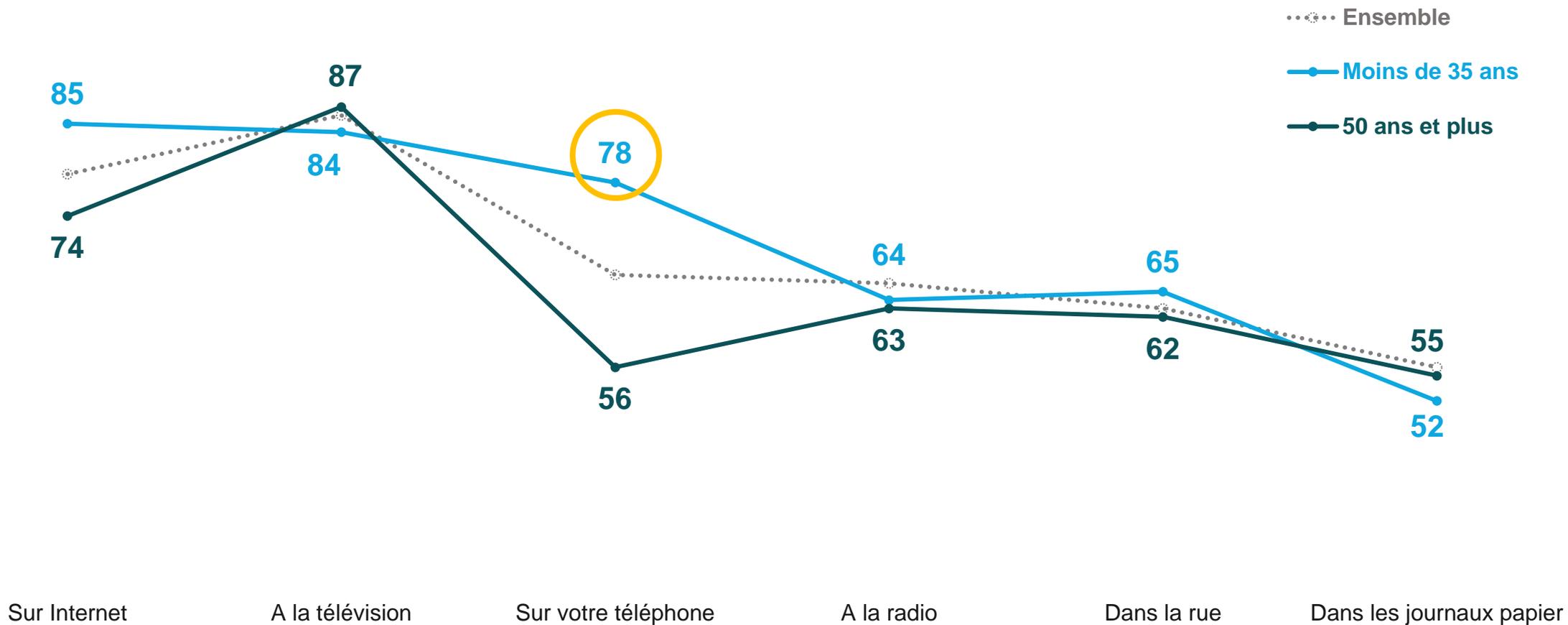
- À tous, en % -



# Contrairement à leurs aînés, les plus jeunes déclarent très majoritairement être exposés à de la publicité sur leur téléphone

D'une manière générale voyez-vous beaucoup, plutôt, plutôt pas ou pas du tout de publicités... ?

- À tous, en % de « Oui » -



# Un peu plus de la moitié des Français déclare qu'il leur arrive d'évoquer avec leurs proches une publicité qui leur a plu, ou un produit ou service découvert par la publicité... et 6 sur 10 l'omniprésence de la publicité

Abordez-vous le sujet de la publicité avec vos proches pour évoquer ... ?

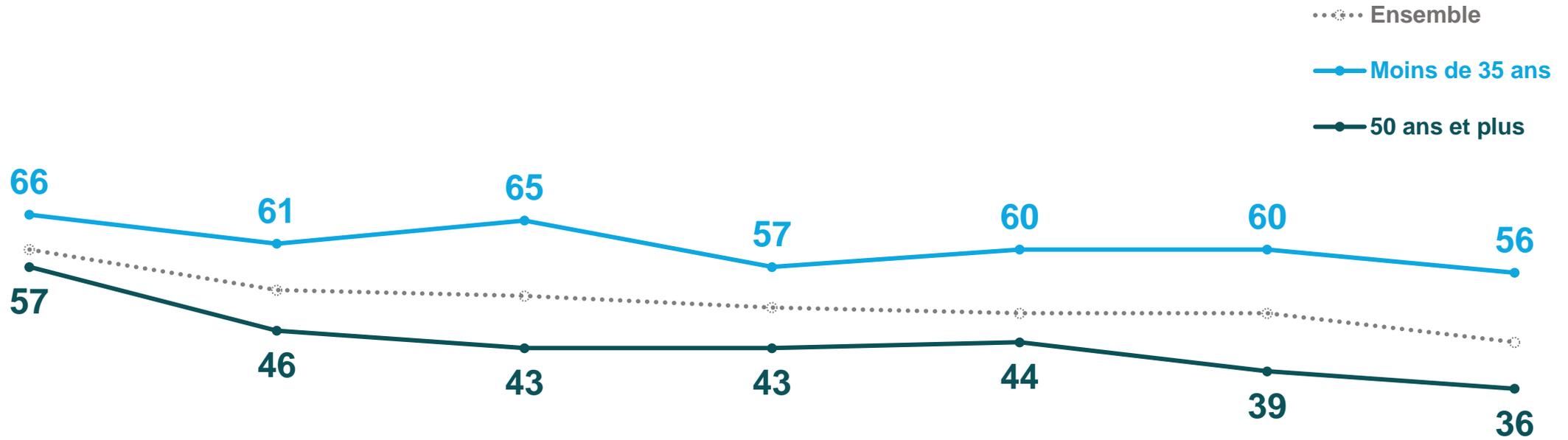
- À tous, en % -



# Les Français les plus jeunes, qui se déclarent en moyenne plus exposés que leurs aînés à la publicité, déclarent également davantage évoquer le sujet de la publicité avec leurs proches, autant pour ses aspects positifs que négatifs

Abordez-vous le sujet de la publicité avec vos proches pour évoquer ... ?

- À tous, en % de « Souvent / De temps en temps » -



L'omniprésence de la publicité

Une publicité qui vous a plu

Un produit ou un service que vous avez découvert grâce à la publicité

La façon dont la publicité est le reflet de notre société et de notre époque

Le décalage entre le message publicitaire et la réalité

Un produit ou un service que vous avez envie de découvrir grâce à la publicité

Le lien entre publicité et respect de la vie privée

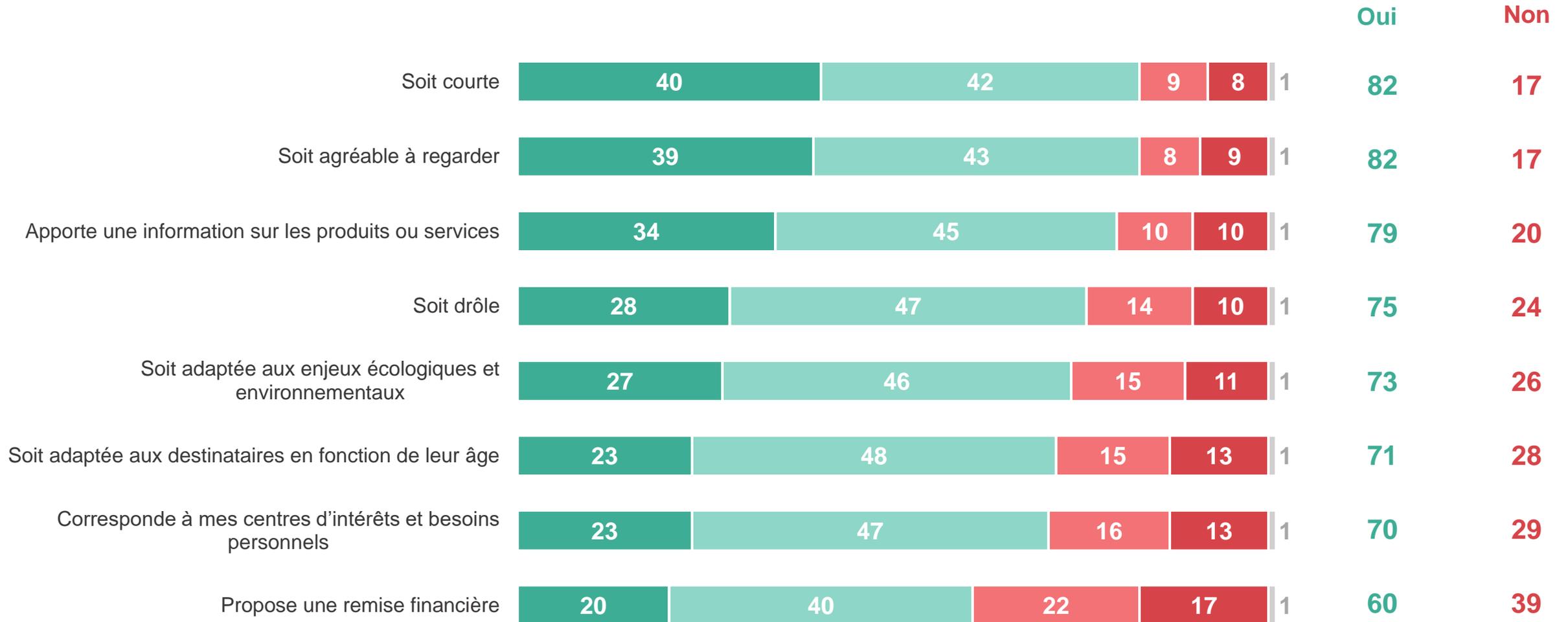


# Les attentes des Français concernant la publicité

# Les Français attendent majoritairement de la publicité qu'elle soit courte, agréable à regarder, qu'elle apporte une information mais aussi qu'elle soit drôle

Attendez-vous de la publicité qu'elle ... ?

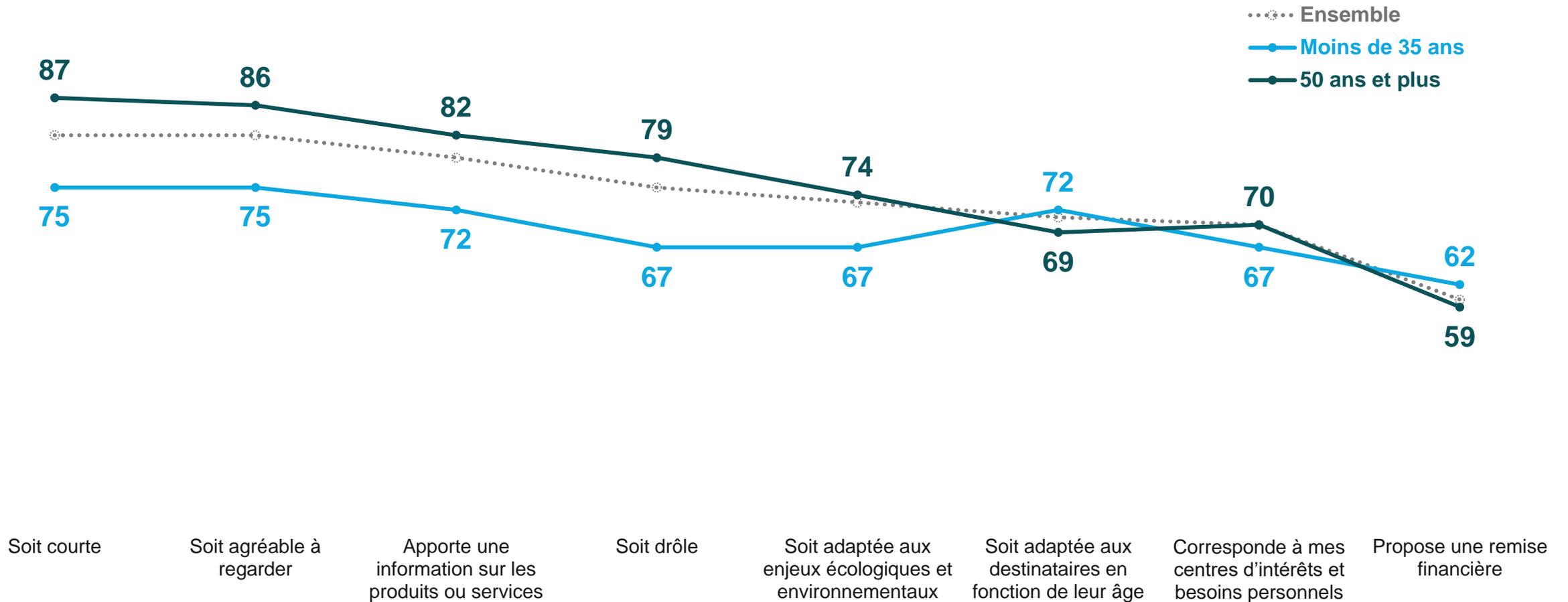
- À tous, en % -



# Les Français âgés de 50 ans et plus attendent davantage encore de la publicité qu'elle soit courte, agréable, informative et drôle

Attendez-vous de la publicité qu'elle ... ?

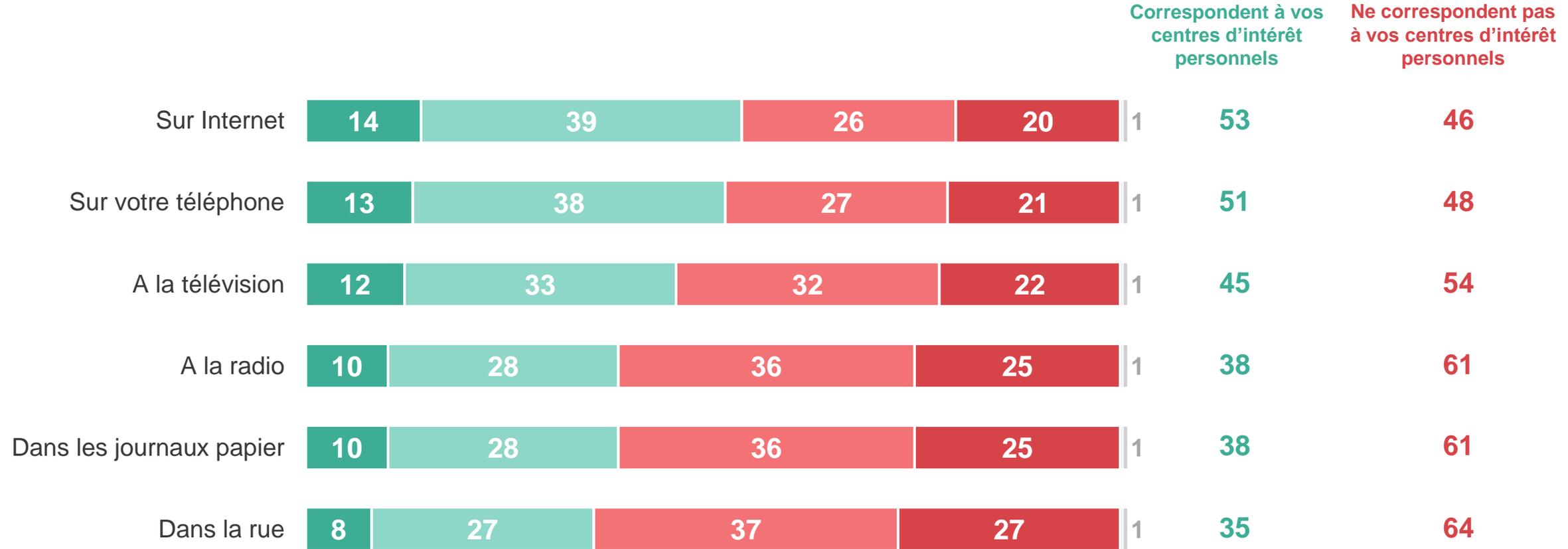
- À tous, en % de « Oui » -



# Un peu plus de la moitié des Français considèrent que la publicité qu'ils voient sur Internet et leur téléphone correspond à leurs centres d'intérêts personnels, et une minorité d'entre eux en ce qui concerne la publicité à la télévision, à la radio, dans les journaux ou encore dans la rue

Pour chacun des supports suivants diriez-vous que les publicités que vous voyez correspondent ou ne correspondent pas à vos centres d'intérêts personnels... ?

- À tous, en % -

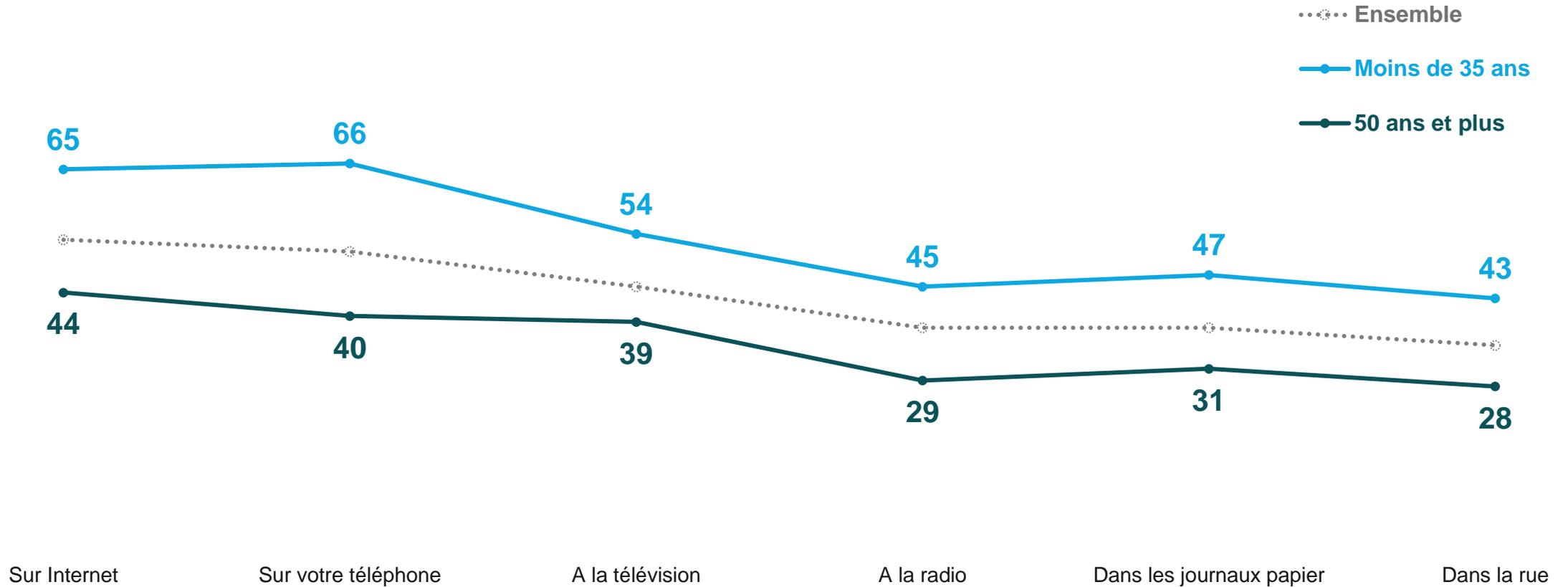


- Correspondent tout à fait à vos centres d'intérêt personnels
- Correspondent plutôt à vos centres d'intérêt personnels
- Ne correspondent plutôt pas à vos centres d'intérêt personnels
- Ne correspondent pas du tout à vos centres d'intérêt personnels
- Ne se prononce pas

# Les plus jeunes estiment néanmoins davantage que leurs aînés que la publicité à laquelle ils sont exposés sur Internet et sur leur téléphone correspond à leurs centres d'intérêts

Pour chacun des supports suivants diriez-vous que les publicités que vous voyez correspondent ou ne correspondent pas à vos centres d'intérêts personnels... ?

- À tous, en % de « **Correspondent à vos centres d'intérêt personnel** » -



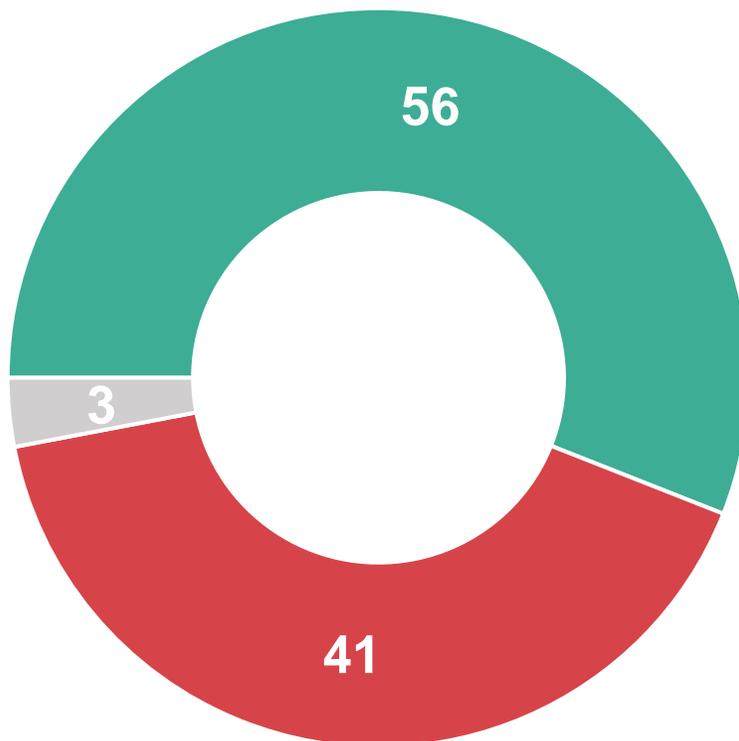
# Un peu plus de la moitié des Français déclare préférer une publicité personnalisée selon ses centres d'intérêts plutôt qu'une publicité qui n'y correspond pas forcément

D'une manière générale, préférez-vous voir une publicité personnalisée selon vos centres d'intérêts ou une publicité qui ne correspond pas forcément à vos centres d'intérêt ... ?

- À tous, en % -

**Une publicité personnalisée  
selon vos centres d'intérêts**

Ne se prononce pas



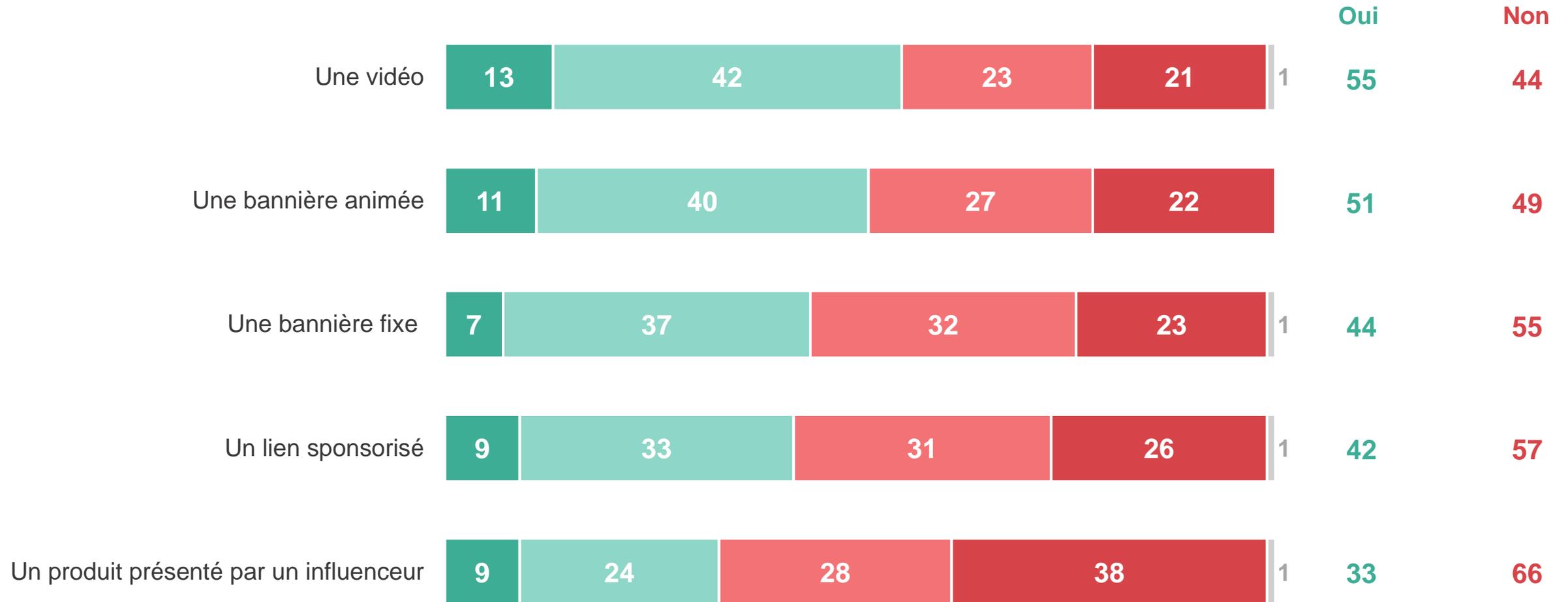
Ces résultats sont homogènes en termes d'âge, de catégorie socio-professionnelle et d'usage d'Internet

**Une publicité qui ne correspond pas  
forcément à vos centres d'intérêts**

# Les Français se montrent partagés quant aux formats de publicité qu'ils attendent sur Internet, les vidéos et les bannières animées étant des formats un peu plus appréciés

D'une manière générale, appréciez-vous ou pas chacun de ces formats de publicité sur Internet ... ?

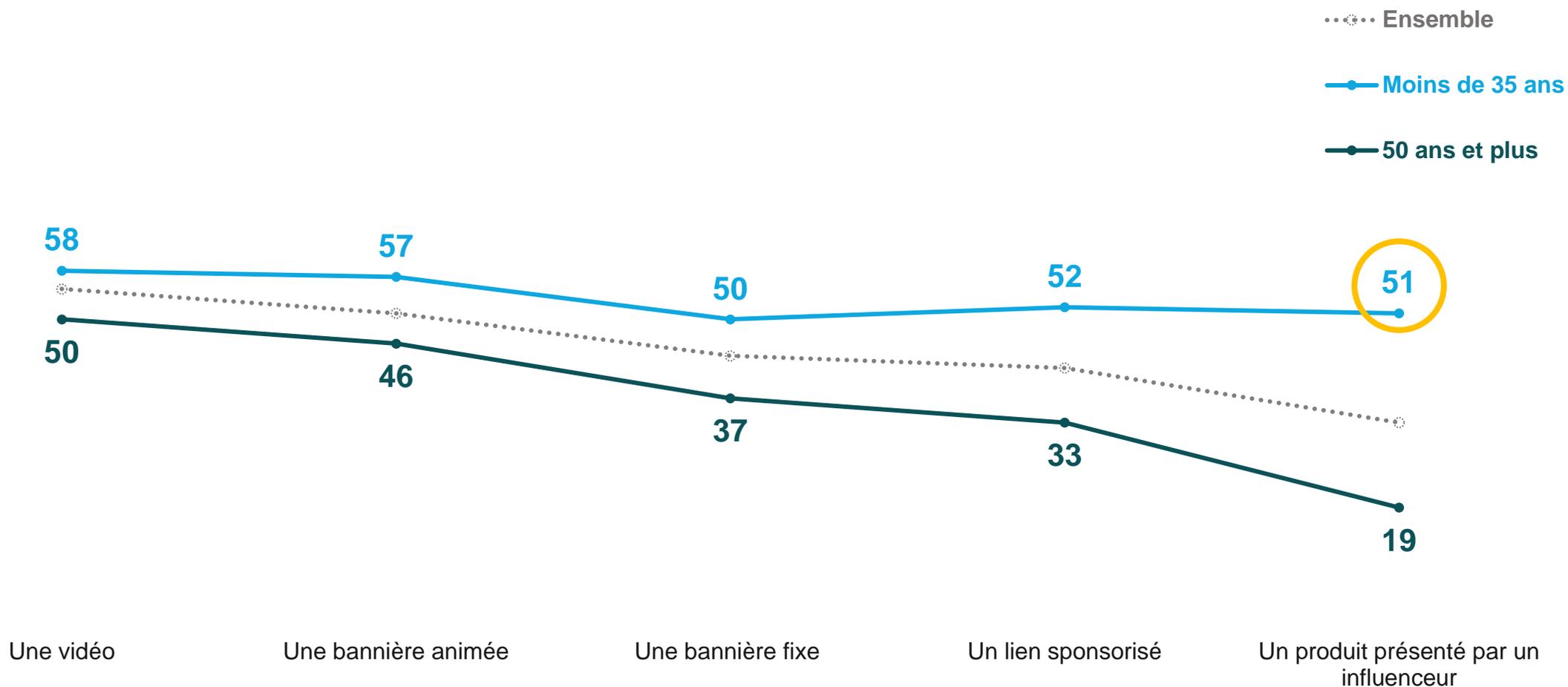
- À tous, en % -



# Les plus jeunes déclarent davantage apprécier chacun des formats de publicité proposés, et en particulier le fait qu'un produit soit présenté par un influenceur

D'une manière générale, appréciez-vous ou pas chacun de ces formats de publicité sur Internet ... ?

- À tous, en % de « Oui » -



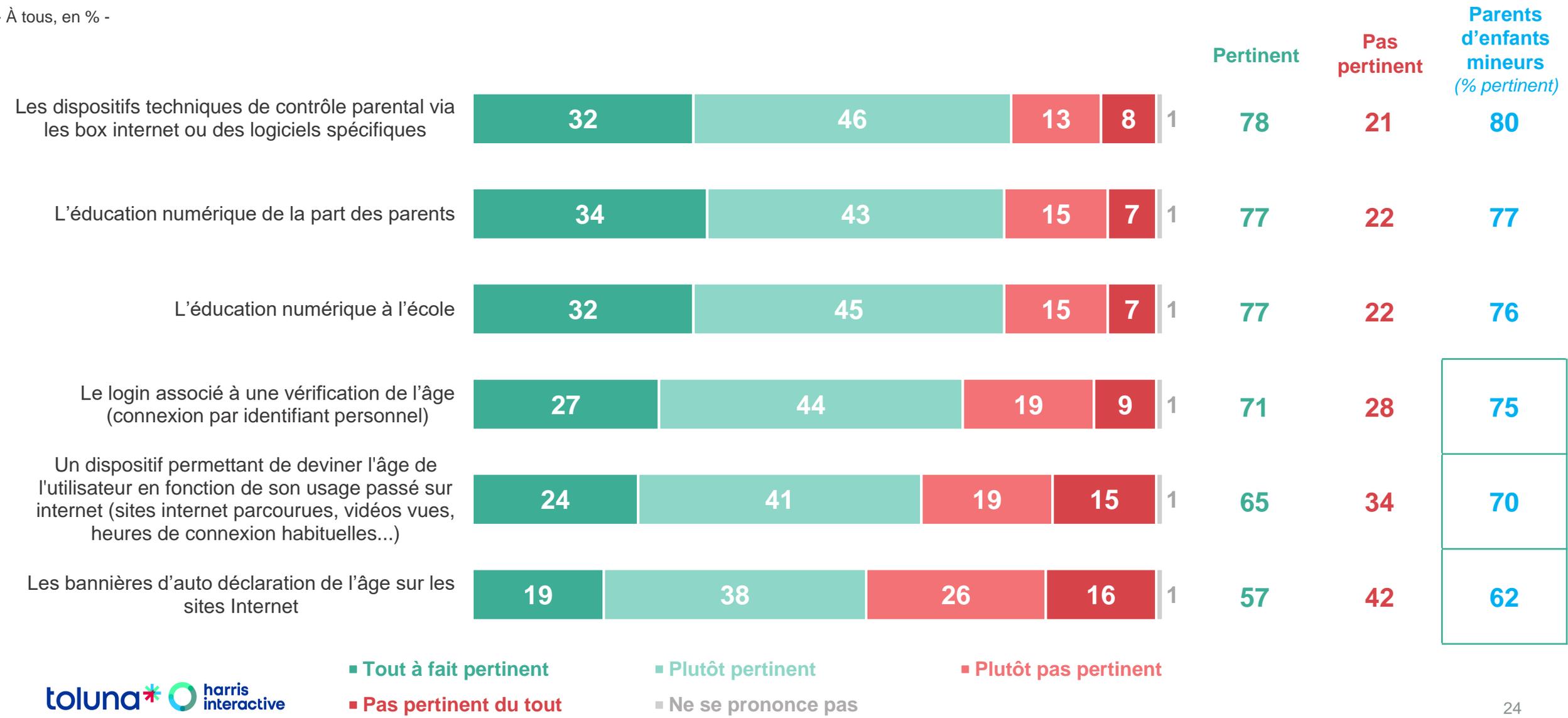


# **Les attentes des Français concernant l'utilisation de leurs données personnelles sur Internet et la protection des mineurs**

# Pour protéger les mineurs sur Internet, près de 8 Français sur 10 estiment pertinents les dispositifs techniques de contrôle parental, ainsi que l'éducation numérique de la part des parents et à l'école. Les parents d'enfants mineurs estiment davantage pertinent encore les dispositifs reposant sur une évaluation de l'âge de l'utilisateur.

Chacun de ces différents moyens de protéger les mineurs sur Internet des contenus inadaptés vous semblent-ils pertinents ou pas pertinents ... ?

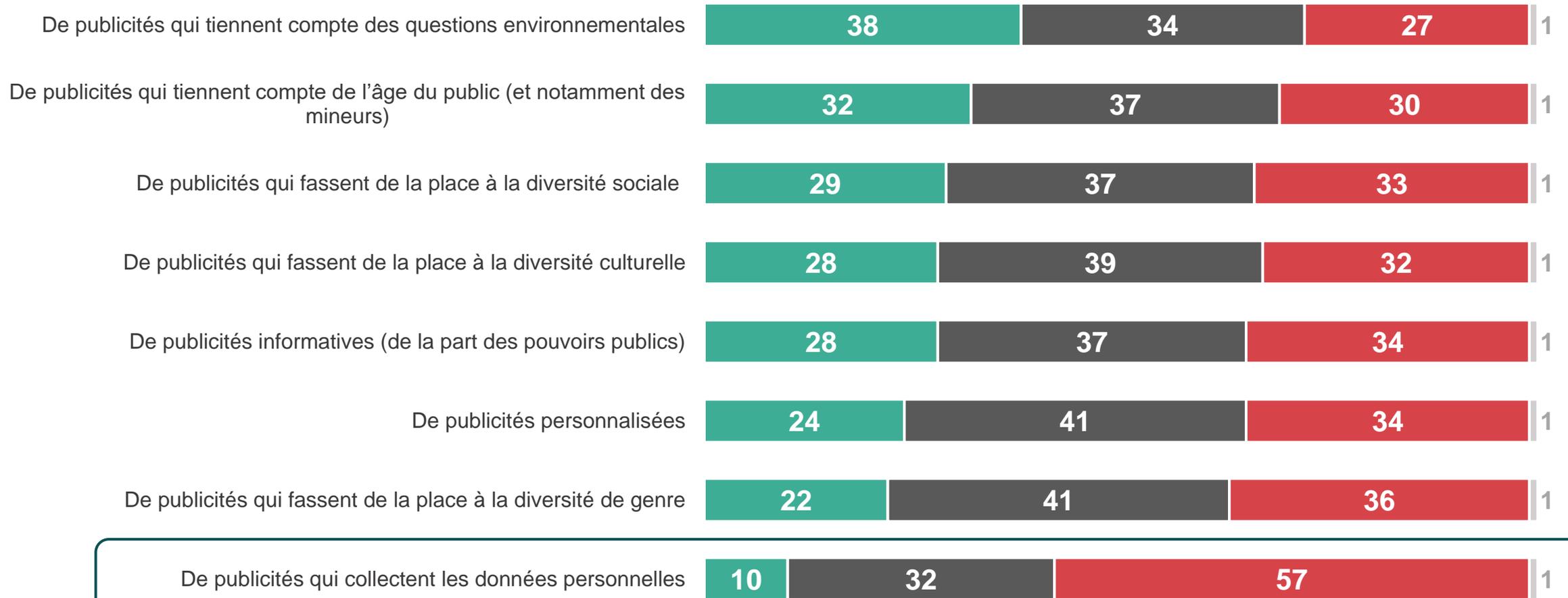
- À tous, en % -



# À l'avenir les Français se montrent partagés quant aux différents types de publicités souhaitées. Plus de la moitié souhaite par ailleurs qu'il y ait moins de publicités qui collectent leurs données personnelles.

Pour chacun de ces types de publicités, souhaiteriez-vous qu'il y en ait à l'avenir plus, moins ou ni plus ni moins ... ?

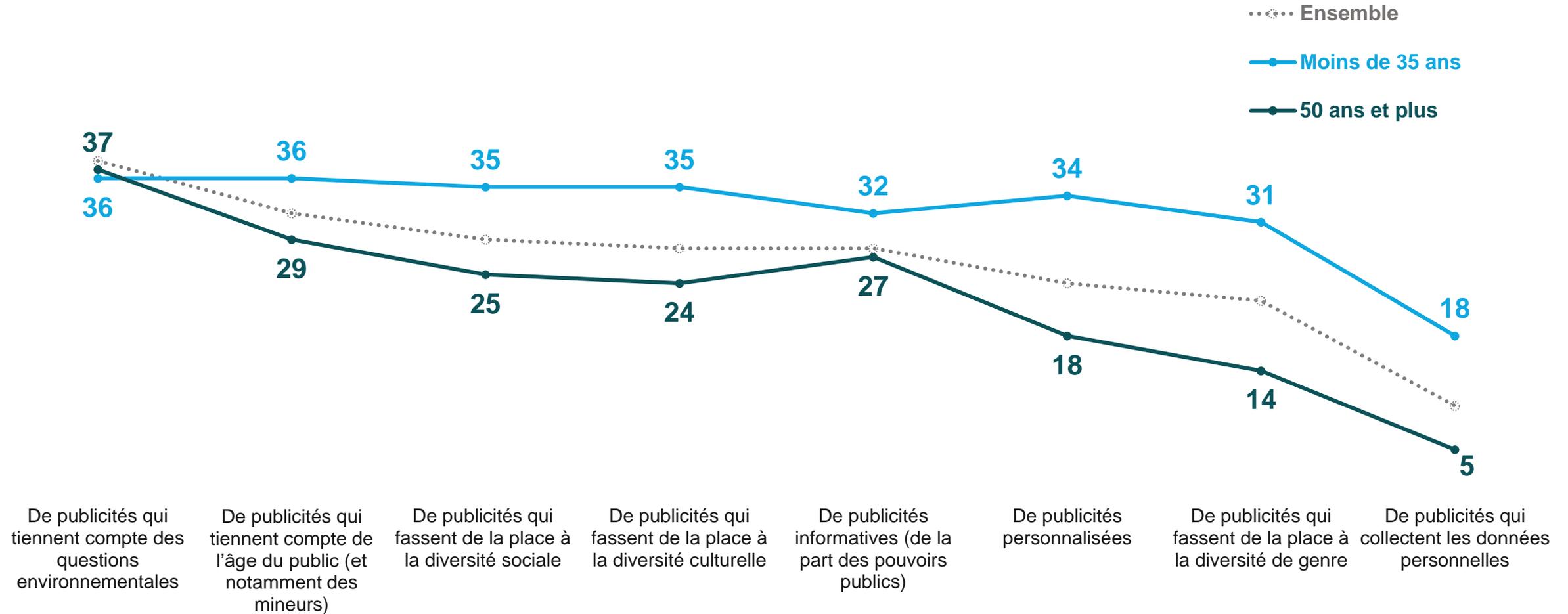
- À tous, en % -



# Les jeunes de moins de 35 ans déclarent davantage que la moyenne souhaiter qu'il y ait plus de publicités de différents types, mais une minorité d'entre eux souhaite néanmoins qu'il y ait plus de publicités qui collectent les données personnelles

Pour chacun de ces types de publicités, souhaiteriez-vous qu'il y en ait à l'avenir plus, moins ou ni plus ni moins ... ?

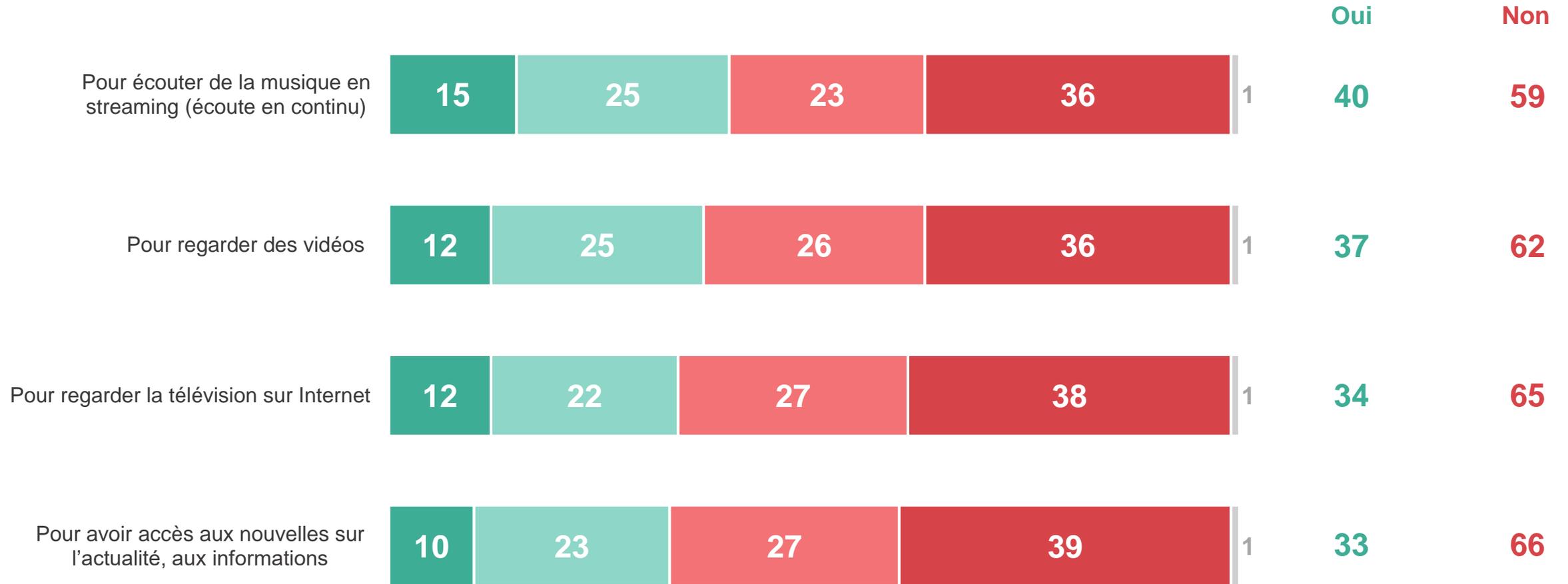
- À tous, en % de « Plus » -



## 6 Français sur 10 déclarent qu'ils ne seraient pas prêts à payer un abonnement pour supprimer ou réduire la publicité pour écouter de la musique sur Internet, ou regarder des vidéos. Et 2/3 des Français ne s'y déclarent pas prêts pour regarder la télévision ou avoir accès aux informations.

Seriez-vous prêts à payer un abonnement pour supprimer ou réduire la publicité des services que vous consultez gratuitement sur Internet ... ?

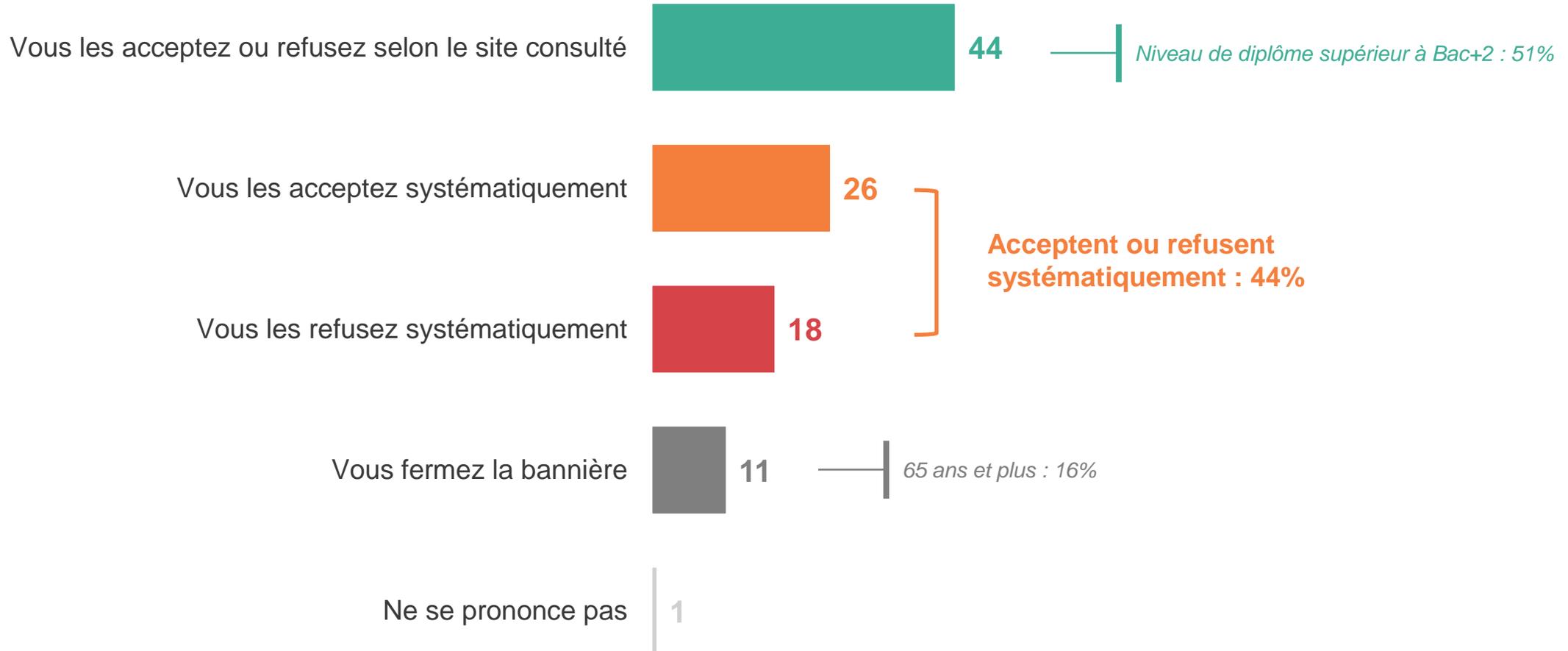
- À tous, en % -



# Plus de 4 Français sur 10 déclarent choisir d'accepter ou de refuser, selon le site consulté, les bannières de consentement au suivi par « cookies » sur les sites Internet. Tandis qu'une même proportion de Français déclare les accepter ou refuser de manière systématique, quel que soit le site consulté.

Sur Internet, quelle est votre attitude face aux bannières de consentement au suivi par « cookies » (dispositif permettant de suivre vos habitudes de navigation sur les sites Internet) ... ?

- À tous, en % -



# Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

---

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



[www.harris-interactive.com](http://www.harris-interactive.com)



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

---

## Contact Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 66 – [jdlevy@harrisinteractive.fr](mailto:jdlevy@harrisinteractive.fr)
- Pierre-Hadrien Bartoli – Directeur des études politiques – 01 44 87 61 05 – [phbartoli@harrisinteractive.fr](mailto:phbartoli@harrisinteractive.fr)