



L'avenir de l'audiovisuel public

Juin 2018

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR
member



Frédéric Micheau

Directeur des études d'opinion

Directeur de département

Tel: 01 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com

“ LA MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie - France



Echantillon de **1020 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 du **13 au 15 juin 2018**.

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 le Sénat »

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%



La méthodologie - Europe



-  Echantillon de **531 personnes** représentatif de la population allemande âgée de 18 ans et plus ;
-  Echantillon de **515 personnes** représentatif de la population britannique âgée de 18 ans et plus ;
-  Echantillon de **525 personnes** représentatif de la population italienne âgée de 18 ans et plus ;
-  Echantillon de **508 personnes** représentatif de la population espagnole âgée de 18 ans et plus ;

Les échantillons ont été constitués selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle 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 du **18 au 21 juin 2018**.



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** : 1,9 à 4,5 points au plus pour un échantillon de 500 répondants.

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

« Sondage OpinionWay pour le Sénat »

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



LES RÉSULTATS

01



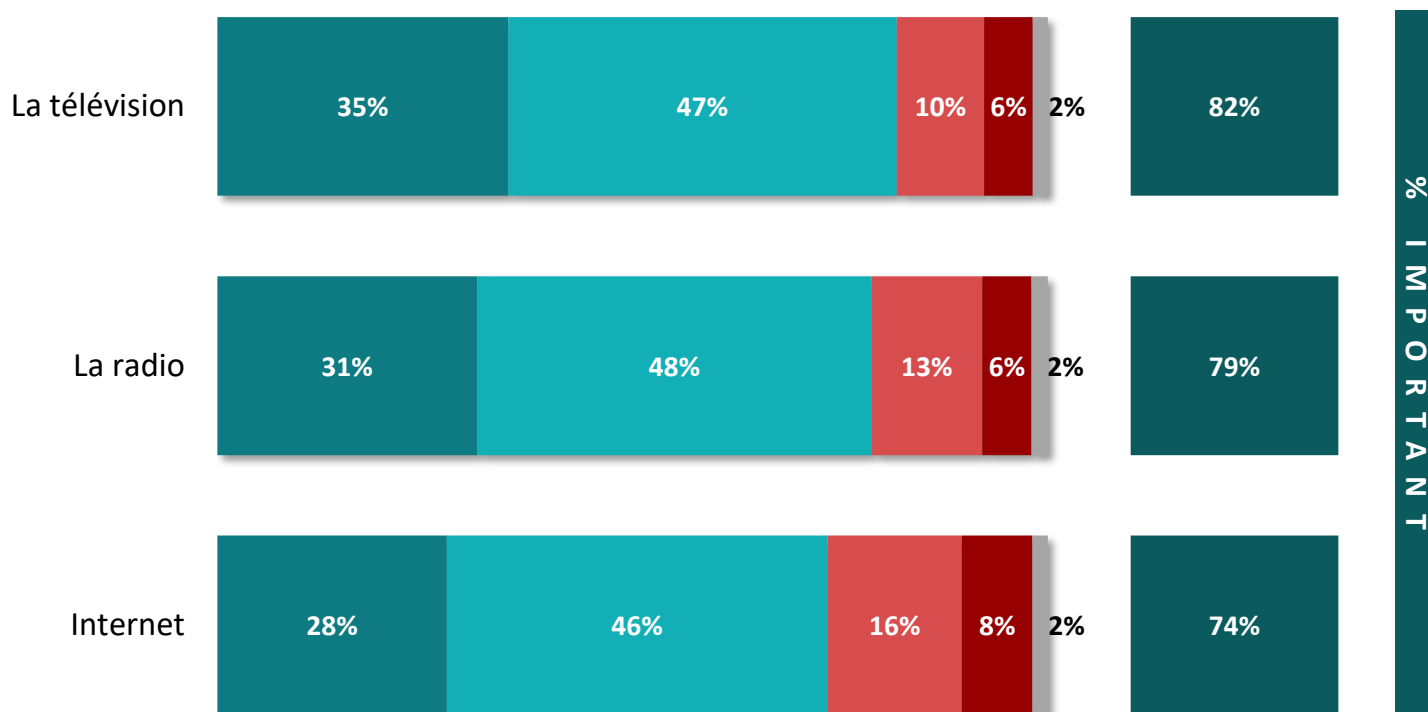
**L'importance et la connaissance
de l'audiovisuel public**



L'importance de l'existence des médias du service public

Q. Estimez-vous que l'existence de médias du service public est importante ou pas importante sur chacun des supports suivants ?


1020
personnes




Très importante Assez importante Peu importante Pas du tout importante NSP



L'importance de l'existence des médias du service public

Q. Estimez-vous que l'existence de médias du service public est importante ou pas importante sur chacun des supports suivants ?



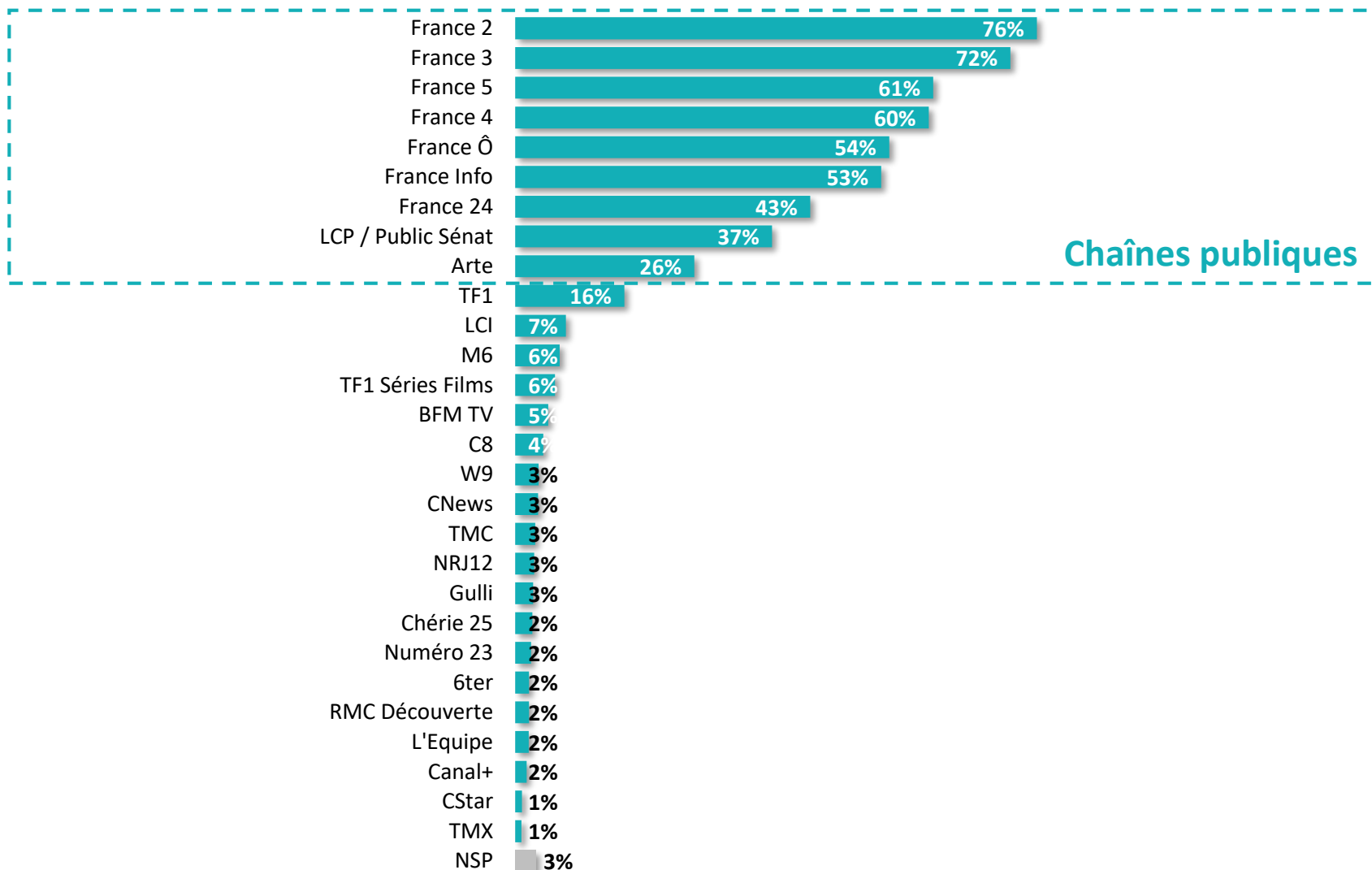
	% IMPORTANTE	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
La télévision	82%	80%	84%	87%	82%	82%	80%	82%	82%	81%	82%
La radio	79%	75%	82%	87%	79%	82%	73%	78%	81%	80%	77%
Internet	74%	69%	77%	82%	79%	74%	71%	69%	73%	77%	72%



L'identification de appartenance au secteur public de certains médias - Télévision



Q. Selon vous, parmi les médias suivants, lesquels appartiennent au service public ?



Chaînes publiques



L'identification de appartenance au secteur public de certains médias - Télévision

Q. Selon vous, parmi les médias suivants, lesquels appartiennent au service public ?

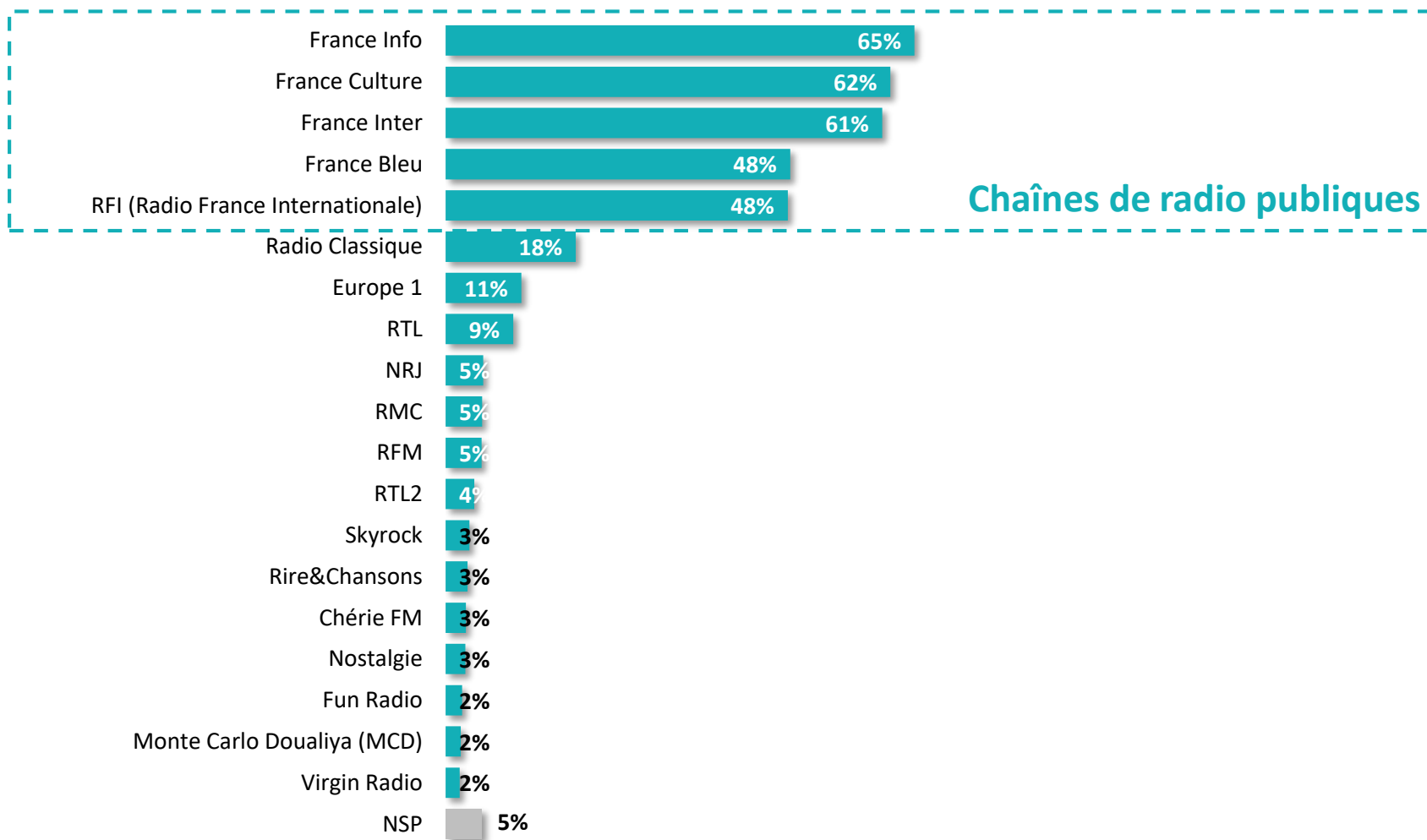


	% TOTAL	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
France 2	76%	84%	68%	57%	68%	73%	80%	87%	81%	65%	80%
France 3	72%	80%	65%	55%	66%	66%	76%	85%	76%	62%	77%
France 5	61%	70%	52%	44%	53%	60%	63%	70%	69%	53%	61%
France 4	60%	72%	49%	46%	56%	54%	66%	68%	70%	52%	60%
France Ô	54%	66%	43%	35%	50%	51%	60%	62%	62%	45%	55%
France Info	53%	67%	41%	38%	40%	48%	56%	70%	57%	44%	58%
France 24	43%	55%	31%	29%	38%	45%	46%	46%	50%	41%	39%
LCP / Public Sénat	37%	49%	27%	25%	23%	34%	40%	52%	42%	29%	41%
Arte	26%	37%	16%	24%	13%	19%	33%	36%	26%	22%	30%
TF1	16%	10%	21%	28%	15%	16%	15%	12%	9%	21%	17%
LCI	7%	6%	8%	11%	10%	6%	4%	10%	3%	11%	8%
M6	6%	4%	9%	14%	9%	5%	4%	6%	2%	8%	8%
TF1 Séries Films	6%	3%	9%	14%	2%	6%	5%	5%	2%	8%	7%
BFM TV	5%	3%	7%	12%	7%	5%	3%	2%	2%	6%	6%
C8	4%	2%	6%	6%	5%	6%	4%	1%	2%	6%	3%
CNews	3%	2%	4%	10%	7%	2%	2%	1%	1%	5%	3%
Gulli	3%	2%	3%	3%	5%	3%	1%	2%	3%	3%	2%
NRJ12	3%	1%	4%	10%	3%	4%	-	1%	1%	4%	3%
TMC	3%	2%	4%	9%	3%	3%	2%	2%	1%	4%	3%
W9	3%	2%	5%	9%	5%	4%	2%	1%	2%	5%	2%
6ter	2%	1%	3%	4%	3%	2%	2%	1%	1%	2%	2%
Canal+	2%	1%	2%	3%	2%	2%	2%	-	1%	2%	1%
Chérie 25	2%	1%	4%	8%	5%	1%	1%	1%	2%	3%	2%
L'Equipe	2%	1%	3%	7%	2%	2%	1%	1%	1%	2%	2%
Numéro 23	2%	1%	3%	2%	2%	4%	1%	2%	1%	4%	2%
RMC Découverte	2%	2%	2%	5%	1%	3%	1%	-	1%	3%	1%
CStar	1%	1%	1%	2%	3%	1%	-	-	-	2%	-
TMX	1%	-	1%	2%	1%	1%	1%	-	1%	1%	-



L'identification de appartenance au secteur public de certains médias - Radio

Q. Selon vous, parmi les médias suivants, lesquels appartiennent au service public ?





L'identification de appartenance au secteur public de certains médias - Radio

Q. Selon vous, parmi les médias suivants, lesquels appartiennent au service public ?

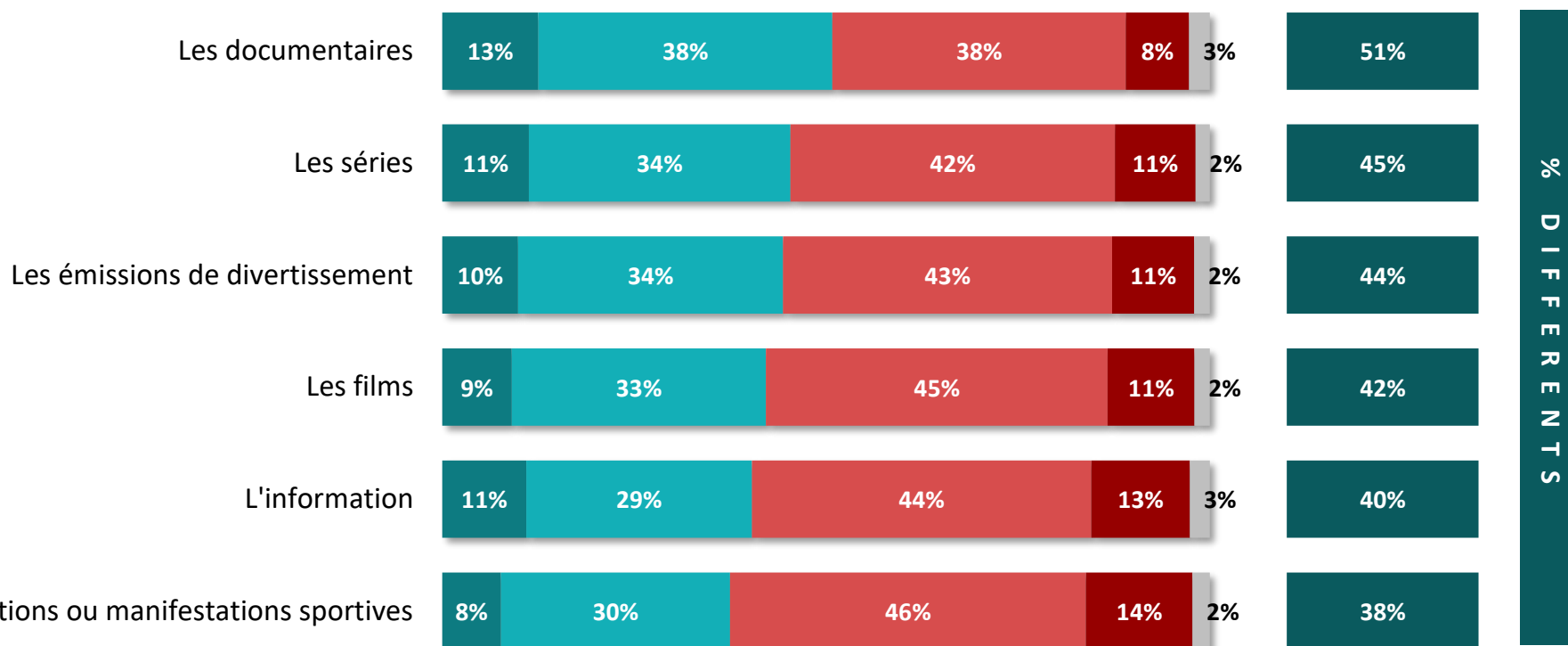


	% TOTAL	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactif
France Info	65%	75%	57%	50%	47%	58%	71%	86%	70%	50%	74%
France Culture	62%	74%	51%	53%	41%	54%	67%	83%	62%	51%	71%
France Inter	61%	71%	52%	45%	43%	53%	66%	82%	63%	48%	69%
France Bleu	48%	61%	36%	50%	38%	40%	53%	57%	52%	40%	52%
RFI (Radio France Internationale)	48%	61%	35%	37%	28%	39%	55%	66%	50%	35%	56%
Radio Classique	18%	23%	14%	10%	10%	13%	19%	31%	20%	10%	24%
Europe 1	11%	6%	15%	32%	9%	11%	10%	4%	6%	15%	10%
RTL	9%	7%	12%	16%	10%	12%	11%	1%	7%	16%	5%
NRJ	5%	3%	7%	19%	6%	8%	2%	0%	4%	7%	3%
RFM	5%	4%	6%	11%	8%	5%	2%	4%	2%	7%	6%
RMC	5%	5%	6%	13%	6%	6%	3%	2%	4%	8%	3%
RTL2	4%	3%	5%	13%	4%	4%	3%	1%	3%	6%	3%
Chérie FM	3%	1%	4%	6%	3%	5%	1%	-	2%	5%	2%
Nostalgie	3%	2%	3%	5%	3%	5%	2%	-	2%	5%	1%
Rire&Chansons	3%	3%	3%	9%	2%	6%	1%	1%	2%	6%	2%
Skyrock	3%	3%	4%	13%	4%	4%	2%	-	1%	6%	3%
Fun Radio	2%	1%	4%	9%	4%	3%	-	-	2%	2%	2%
Monte Carlo Doualiya (MCD)	2%	1%	3%	4%	3%	3%	2%	1%	2%	3%	1%
Virgin Radio	2%	1%	3%	9%	3%	2%	1%	-	2%	4%	1%



La différence entre les programmes proposés par les médias publics et ceux des médias privés

Q. D'après ce que vous en savez, les médias du service public proposent-ils des programmes différents ou similaires à ceux des médias privés dans chacun des domaines suivants ?





La différence entre les programmes proposés par les médias publics et ceux des médias privés

Q. D'après ce que vous en savez, les médias du service public proposent-ils des programmes différents ou similaires à ceux des médias privés dans chacun des domaines suivants ?








	% DIFFERENTS	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Les documentaires	51%	55%	47%	53%	48%	51%	49%	52%	54%	48%	50%
Les séries	45%	41%	49%	68%	47%	55%	41%	30%	53%	48%	37%
Les émissions de divertissement	44%	41%	48%	55%	45%	49%	41%	39%	47%	45%	41%
Les films	42%	38%	47%	65%	46%	48%	39%	28%	44%	50%	35%
L'information	40%	43%	38%	42%	33%	46%	33%	45%	40%	40%	40%
Les compétitions ou manifestations sportives	38%	38%	38%	45%	41%	42%	34%	30%	41%	37%	32%



La différence entre les programmes proposés par les médias publics et ceux des médias privés - Comparaison européenne

Q. D'après ce que vous en savez, les médias du service public proposent-ils des programmes différents ou similaires à ceux des médias privés dans chacun des domaines suivants ?

% Différents	FRANCE	 Allemagne	 Royaume-Uni	 Italie	 Espagne
Les documentaires	51%	56%	56%	54%	53%
Les séries	45%	60%	51%	57%	52%
Les émissions de divertissement	44%	56%	47%	49%	48%
Les films	42%	59%	49%	54%	49%
L'information	40%	44%	41%	42%	37%
Les compétitions ou manifestations sportives	38%	45%	41%	52%	39%

 Taux le plus élevé

02

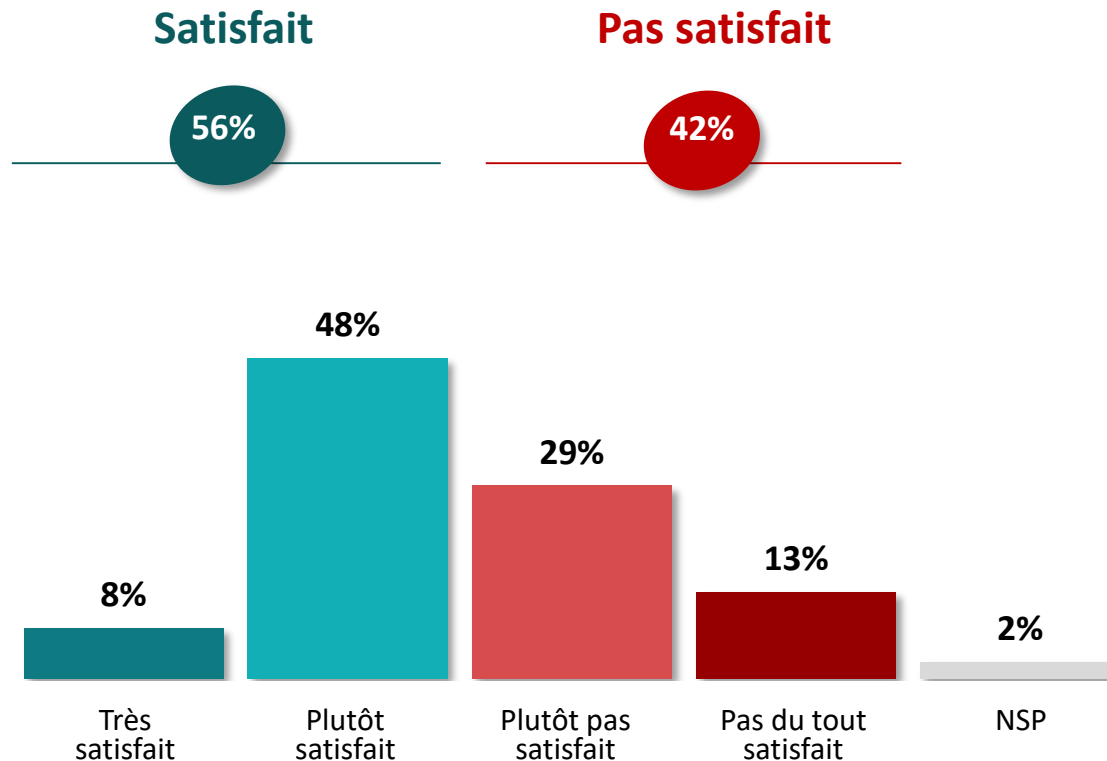


L'image de l'audiovisuel public



La satisfaction vis-à-vis des programmes proposés par les médias du service public

Q. Vous personnellement, êtes-vous satisfait ou non des programmes proposés par les médias du service public ?





La satisfaction vis-à-vis des programmes proposés par les médias du service public

Q. Vous personnellement, êtes-vous satisfait ou non des programmes proposés par les médias du service public ?



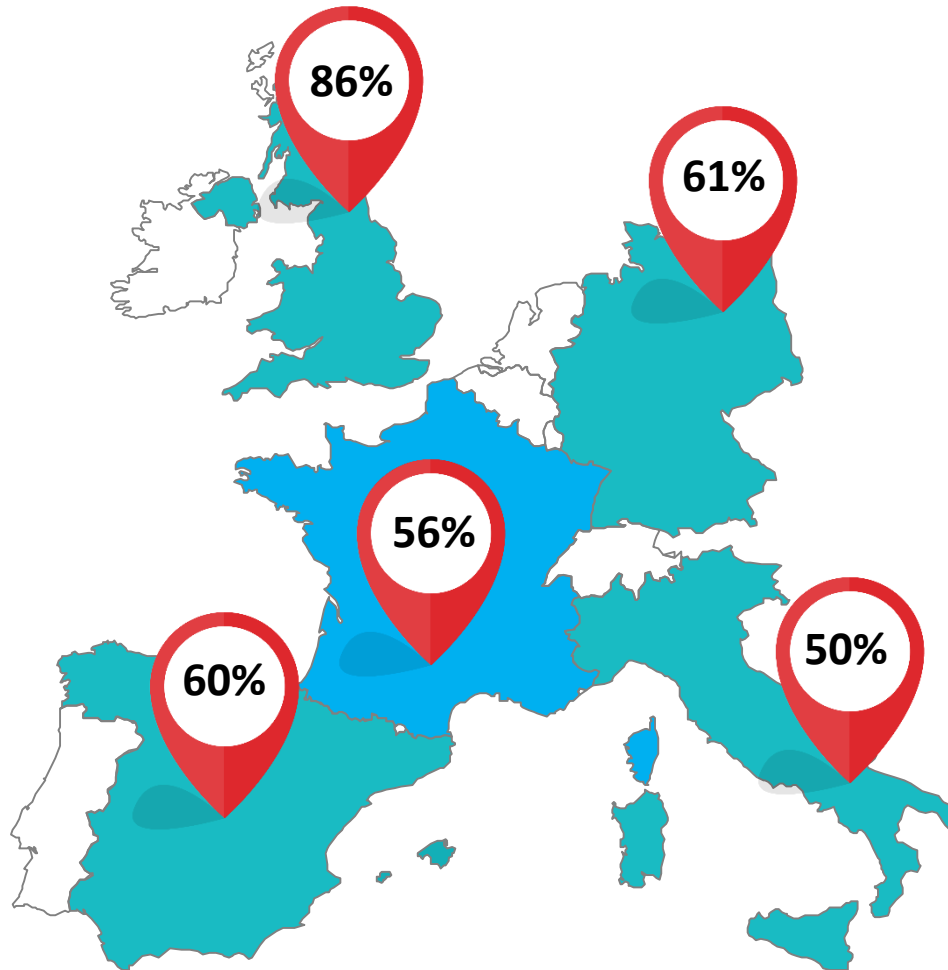
	% TOTAL	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Satisfait	56%	57%	55%	61%	53%	51%	57%	58%	55%	54%	56%
...Très satisfait	8%	9%	7%	14%	6%	6%	8%	7%	7%	9%	7%
...Plutôt satisfait	48%	48%	48%	47%	47%	45%	49%	51%	48%	45%	49%
Sous-total Pas satisfait	42%	42%	42%	38%	41%	47%	41%	40%	42%	43%	42%
...Plutôt pas satisfait	29%	27%	31%	28%	23%	31%	30%	30%	28%	29%	30%
...Pas du tout satisfait	13%	15%	11%	10%	18%	16%	11%	10%	14%	14%	12%



La satisfaction vis-à-vis des programmes proposés par les médias du service public - Comparaison européenne

Q. Vous personnellement, êtes-vous satisfait ou non des programmes proposés par les médias du service public ?





% Sous-total Satisfait des médias du service public





La satisfaction vis-à-vis des programmes proposés par les médias du service public - Comparaison européenne

Q. Vous personnellement, êtes-vous satisfait ou non des programmes proposés par les médias du service public ?

	FRANCE	 Allemagne	 Royaume-Uni	 Italie	 Espagne
Sous-total Satisfait	56%	61%	86%	50%	60%
...Très satisfait	8%	16%	22%	6%	10%
...Plutôt satisfait	48%	45%	64%	44%	50%
Sous-total Pas satisfait	42%	38%	14%	50%	39%
...Plutôt pas satisfait	29%	23%	12%	37%	30%
...Pas du tout satisfait	13%	15%	2%	13%	9%

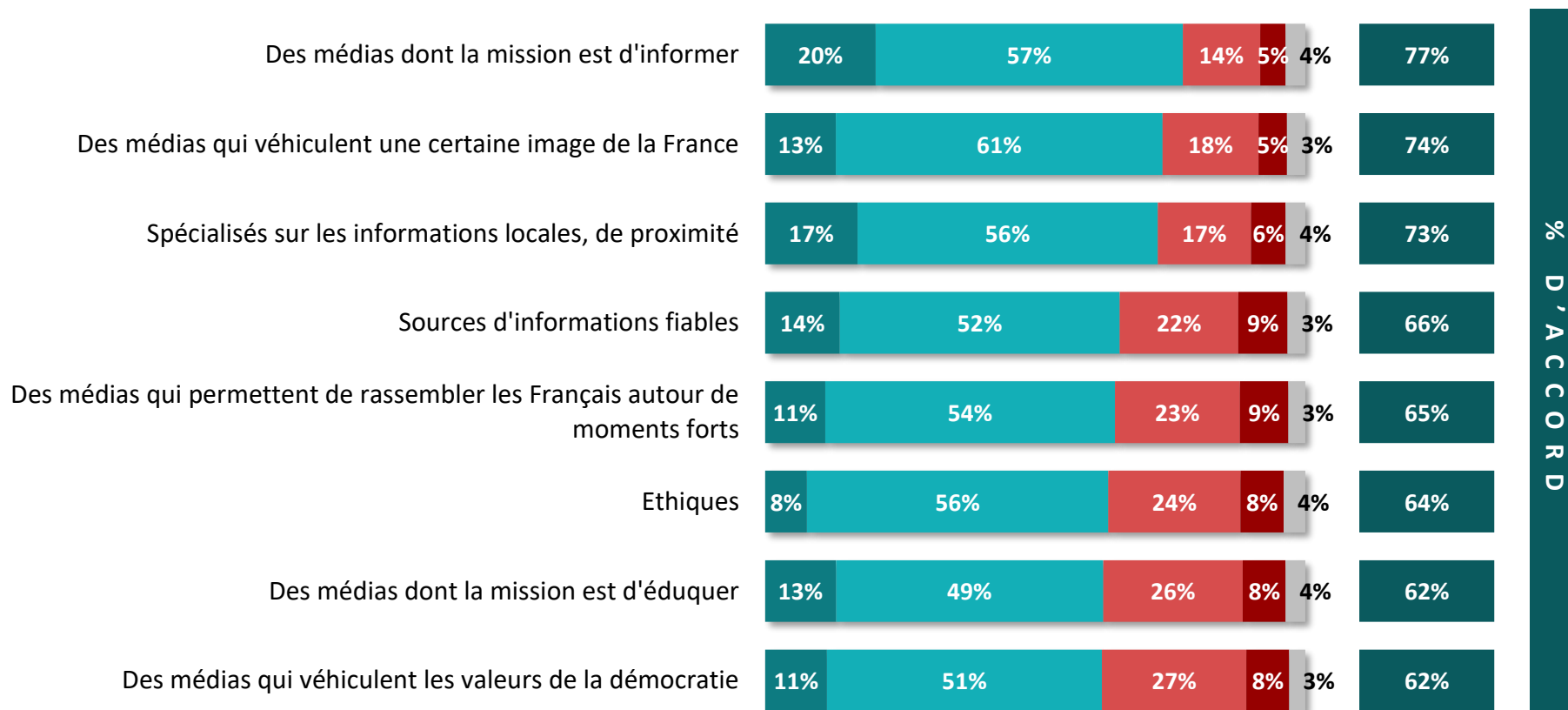
 Taux le plus élevé
 Taux le plus faible



La perception des médias du service public (1/2)

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes concernant les médias du service public ?

Les médias publics sont...



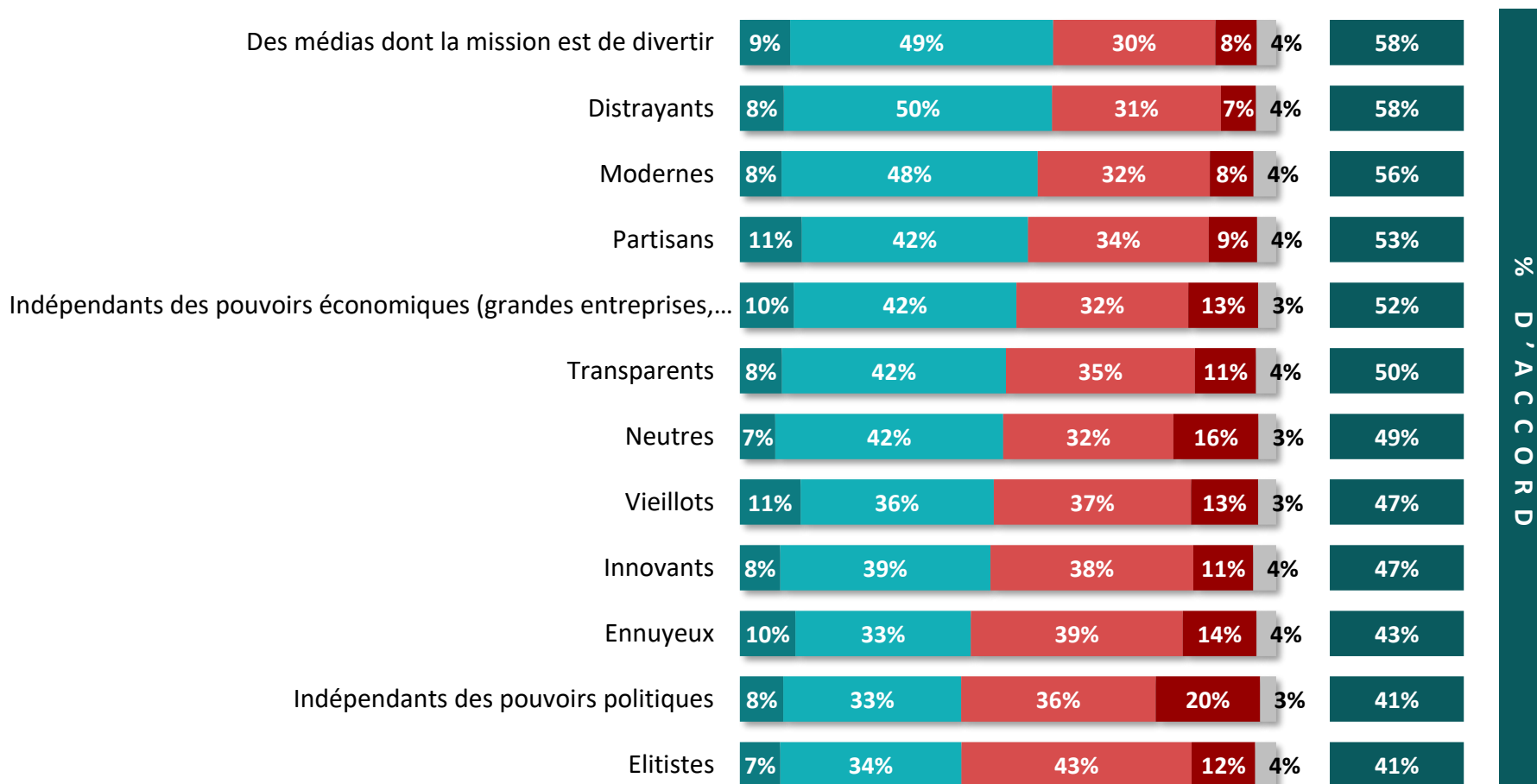
■ Tout à fait d'accord
 ■ Plutôt d'accord
 ■ Plutôt pas d'accord
 ■ Pas du tout d'accord
 ■ NSP



La perception des médias du service public (2/2)

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes concernant les médias du service public ?

Les médias publics sont...



■ Tout à fait d'accord
 ■ Plutôt d'accord
 ■ Plutôt pas d'accord
 ■ Pas du tout d'accord
 ■ NSP



La perception des médias du service public 1/2

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes concernant les médias du service public ?

Les médias publics sont...



	% D'ACCORD	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Des médias dont la mission est d'informer	77%	78%	77%	82%	67%	78%	78%	82%	78%	72%	81%
Des médias qui véhiculent une certaine image de la France	74%	73%	74%	79%	65%	75%	70%	79%	73%	66%	77%
Spécialisés sur les informations locales, de proximité	73%	73%	73%	76%	66%	72%	76%	74%	76%	67%	73%
Sources d'informations fiables	66%	64%	67%	67%	62%	71%	65%	62%	75%	57%	64%
Des médias qui permettent de rassembler les Français autour de moments forts	65%	62%	67%	68%	53%	68%	68%	65%	66%	64%	64%
Ethiques	64%	64%	63%	66%	64%	68%	63%	59%	71%	58%	60%
Des médias dont la mission est d'éduquer	62%	65%	61%	67%	56%	63%	63%	64%	66%	59%	62%
Des médias qui véhiculent les valeurs de la démocratie	62%	66%	59%	60%	51%	69%	59%	68%	71%	53%	62%



La perception des médias du service public 2/2

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes concernant les médias du service public ?

Les médias publics sont...







	% D'ACCORD	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Des médias dont la mission est de divertir	58%	56%	61%	55%	56%	61%	60%	58%	57%	58%	58%
Distrayants	58%	59%	57%	44%	54%	60%	63%	60%	57%	58%	58%
Modernes	56%	54%	57%	54%	52%	54%	59%	57%	54%	56%	56%
Partisans	53%	54%	54%	61%	52%	46%	52%	61%	50%	49%	60%
Indépendants des pouvoirs économiques (grandes entreprises, syndicats....)	52%	51%	52%	53%	49%	59%	52%	43%	54%	50%	49%
Transparents	50%	52%	48%	53%	51%	56%	48%	43%	58%	47%	44%
Neutres	49%	49%	49%	60%	46%	57%	47%	40%	54%	46%	46%
Veillots	47%	46%	49%	61%	54%	52%	42%	39%	50%	45%	45%
Innovants	47%	47%	47%	45%	43%	49%	46%	46%	43%	50%	46%
Ennuyeux	43%	44%	42%	62%	46%	45%	35%	39%	42%	44%	43%
Indépendants des pouvoirs politiques	41%	43%	40%	56%	42%	45%	40%	32%	46%	43%	36%
Elitistes	41%	40%	44%	46%	45%	42%	37%	40%	38%	42%	43%



La perception des médias du service public - Comparaison européenne

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes concernant les médias du service public ?

Les médias publics sont...

	FRANCE	 Allemagne	 Royaume-Uni	 Italie	 Espagne
Des médias dont la mission est d'informer	77%	62%	83%	54%	47%
Des médias qui véhiculent une certaine image de la France/l'Allemagne/le Royaume-Uni/l'Italie/l'Espagne	74%	68%	80%	72%	75%
Spécialisés sur les informations locales, de proximité	73%	66%	79%	47%	53%
Sources d'informations fiables	66%	56%	77%	66%	67%
Des médias qui permettent de rassembler les Français/Allemands/Britanniques/Italiens/Espagnols autour de moments forts	65%	57%	37%	57%	55%
Ethiques	64%	58%	72%	46%	50%
Des médias dont la mission est d'éduquer	62%	57%	85%	54%	70%
Des médias qui véhiculent les valeurs de la démocratie	62%	61%	71%	54%	51%





 Taux le plus élevé  Taux le plus faible



La perception des médias du service public - Comparaison européenne

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des propositions suivantes concernant les médias du service public ?

Les médias publics sont...

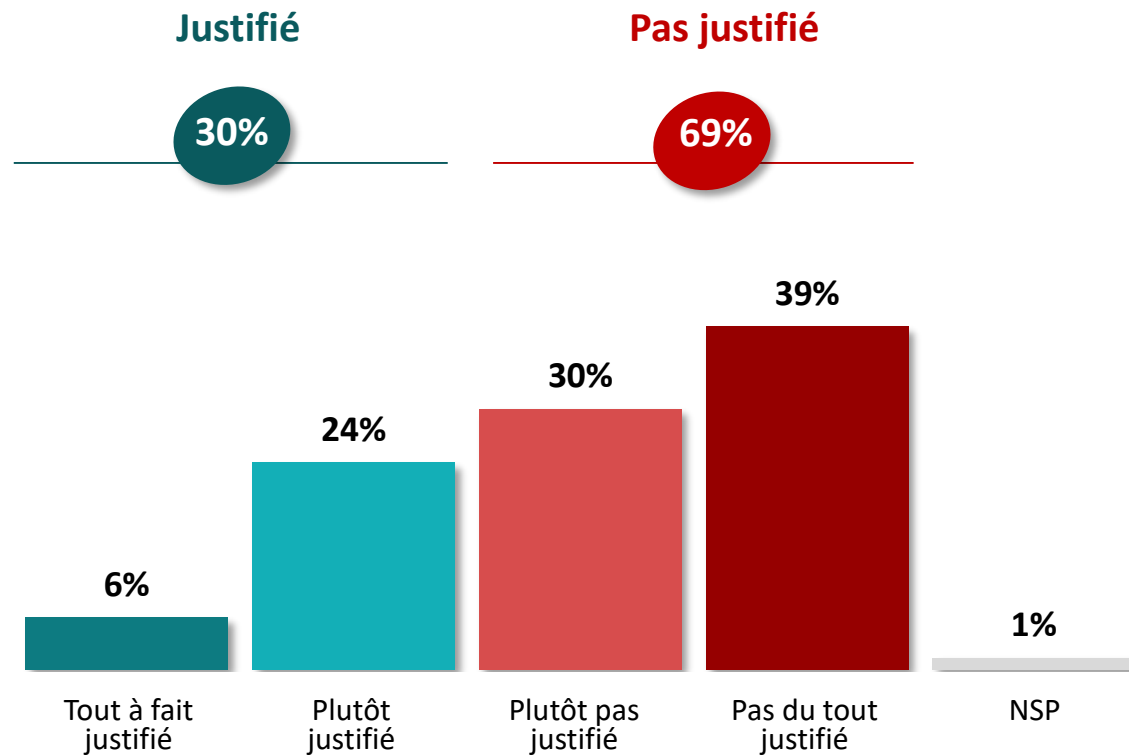
% D'accord	FRANCE	 Allemagne	 Royaume-Uni	 Italie	 Espagne
Des médias dont la mission est de divertir	58%	66%	81%	60%	61%
Distrayants	58%	76%	87%	64%	69%
Modernes	56%	50%	75%	54%	56%
Partisans	53%	44%	53%	76%	55%
Indépendants des pouvoirs économiques (grandes entreprises, syndicats....)	52%	47%	60%	30%	37%
Transparents	50%	53%	59%	33%	39%
Neutres	49%	55%	62%	29%	38%
Vieillots	47%	47%	46%	57%	50%
Innovants	47%	48%	68%	43%	45%
Ennuyeux	43%	48%	36%	57%	53%
Indépendants des pouvoirs politiques	41%	47%	50%	23%	28%
Elitistes	41%	36%	46%	40%	51%

 Taux le plus élevé  Taux le plus faible



Le jugement porté sur le montant de la redevance audiovisuelle

Q. Estimez-vous que le montant de la redevance audiovisuelle (contribution à l'audiovisuel public), qui sera de 139 € en 2018, est justifié ou non par rapport à l'offre proposée par les médias du service public ?





Le jugement porté sur le montant de la redevance audiovisuelle



Q. Estimez-vous que le montant de la redevance audiovisuelle (contribution à l'audiovisuel public), qui sera de 139 € en 2018, est justifié ou non par rapport à l'offre proposée par les médias du service public ?

	% TOTAL	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Justifié	30%	35%	25%	38%	25%	27%	27%	35%	34%	22%	32%
...Tout à fait justifié	6%	9%	3%	5%	4%	5%	5%	10%	7%	5%	7%
...Plutôt justifié	24%	26%	22%	33%	21%	22%	22%	25%	27%	17%	25%
Sous-total Pas justifié	69%	64%	73%	61%	70%	72%	73%	64%	65%	76%	67%
...Plutôt pas justifié	30%	27%	32%	32%	24%	28%	34%	30%	27%	26%	32%
...Pas du tout justifié	39%	37%	41%	29%	46%	44%	39%	34%	38%	50%	35%

03

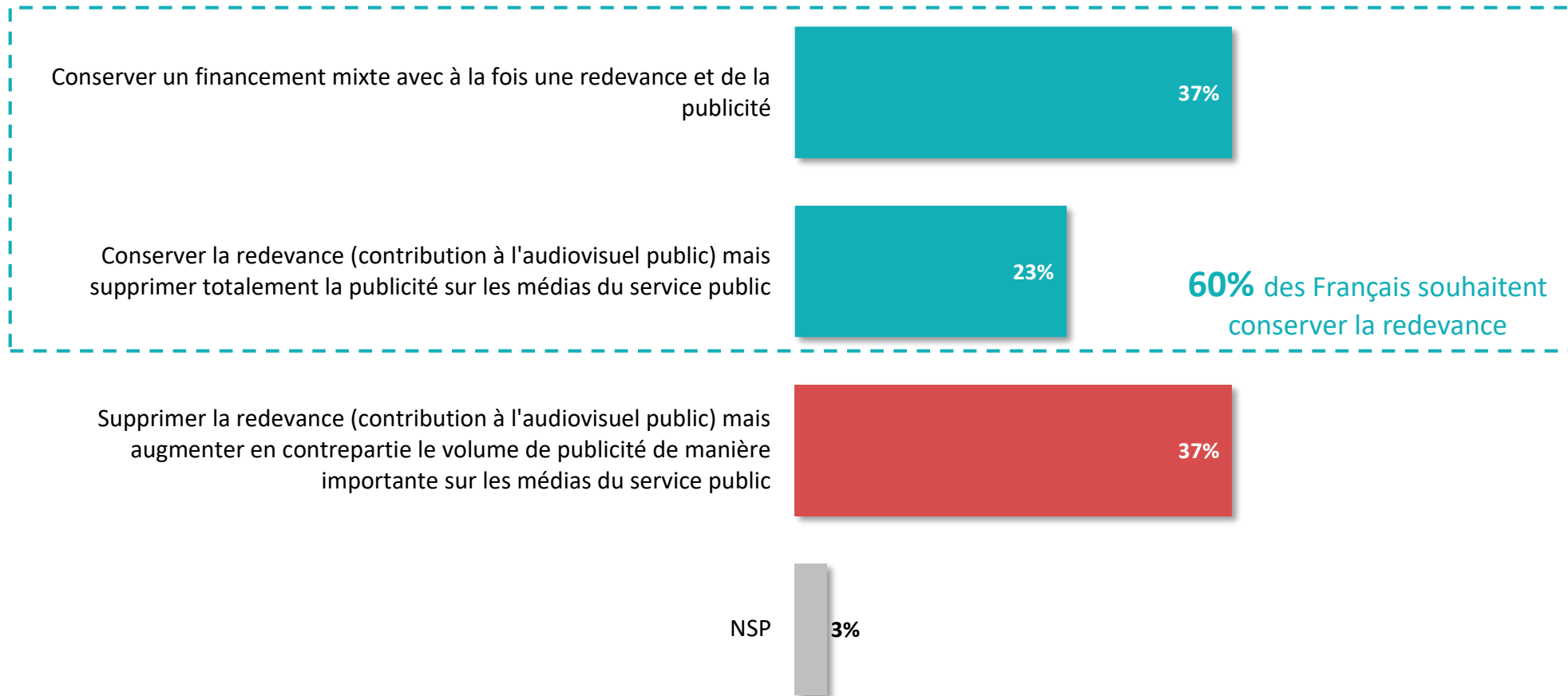


L'avenir de l'audiovisuel public



La solution de financement préférée pour les médias du service public à l'avenir

Q. A l'avenir, quelle solution de financement pour les médias du service public préféreriez-vous ?





La solution de financement préférée pour les médias du service public à l'avenir

Q. A l'avenir, quelle solution de financement pour les médias du service public préféreriez-vous ?

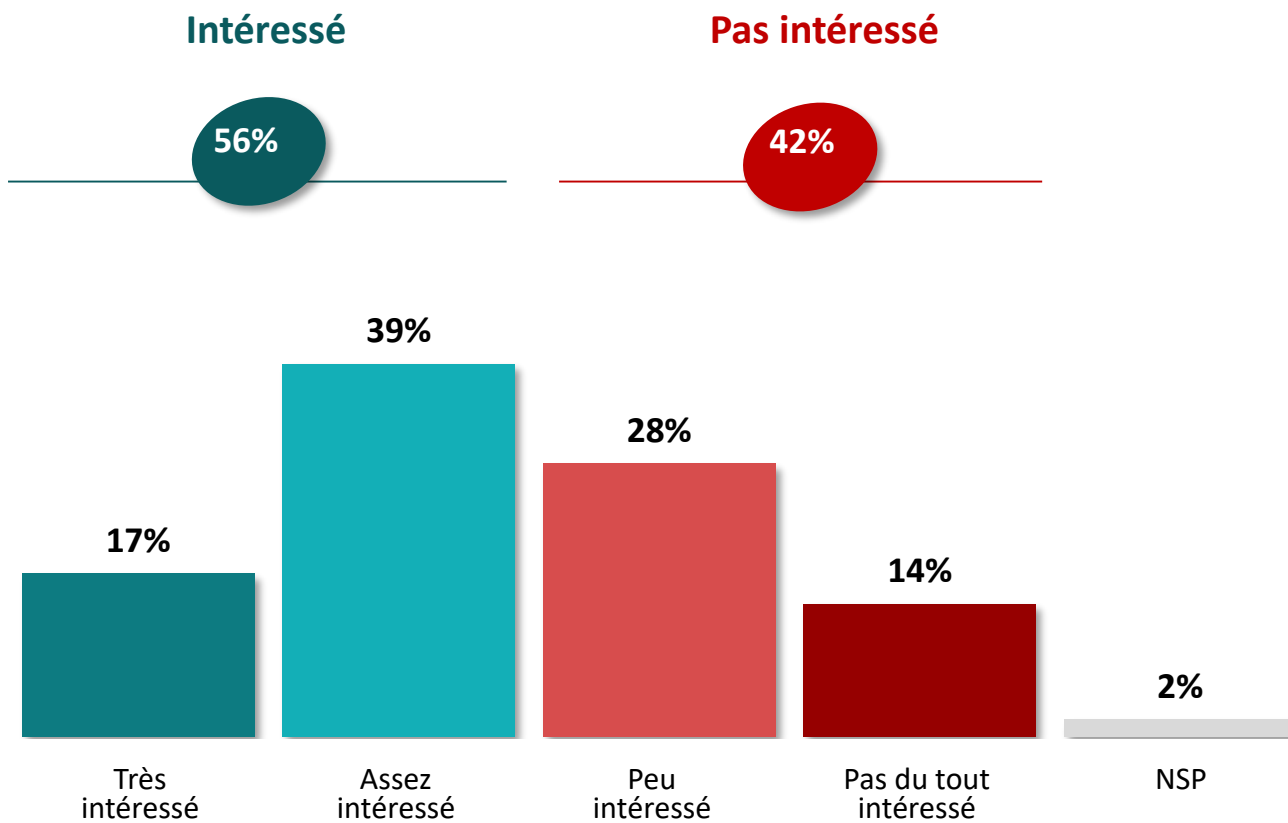


	% TOTAL	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Souhaite conserver la redevance	60%	60%	61%	71%	52%	48%	60%	74%	54%	52%	70%
...Conserver un financement mixte avec à la fois une redevance et de la publicité	37%	37%	37%	45%	31%	33%	39%	39%	36%	33%	39%
...Conserver la redevance (contribution à l'audiovisuel public) mais supprimer totalement la publicité sur les médias du service public	23%	23%	24%	26%	21%	15%	21%	35%	18%	19%	31%
Supprimer la redevance (contribution à l'audiovisuel public) mais augmenter en contrepartie le volume de publicité de manière importante sur les médias du service public	37%	39%	35%	28%	43%	50%	37%	24%	44%	44%	27%



L'intérêt pour un service en ligne donnant accès aux contenus des médias du service public

Q. Seriez-vous intéressé par un service en ligne proposant gratuitement l'ensemble des contenus des médias du service public ?





L'intérêt pour un service en ligne donnant accès aux contenus des médias du service public

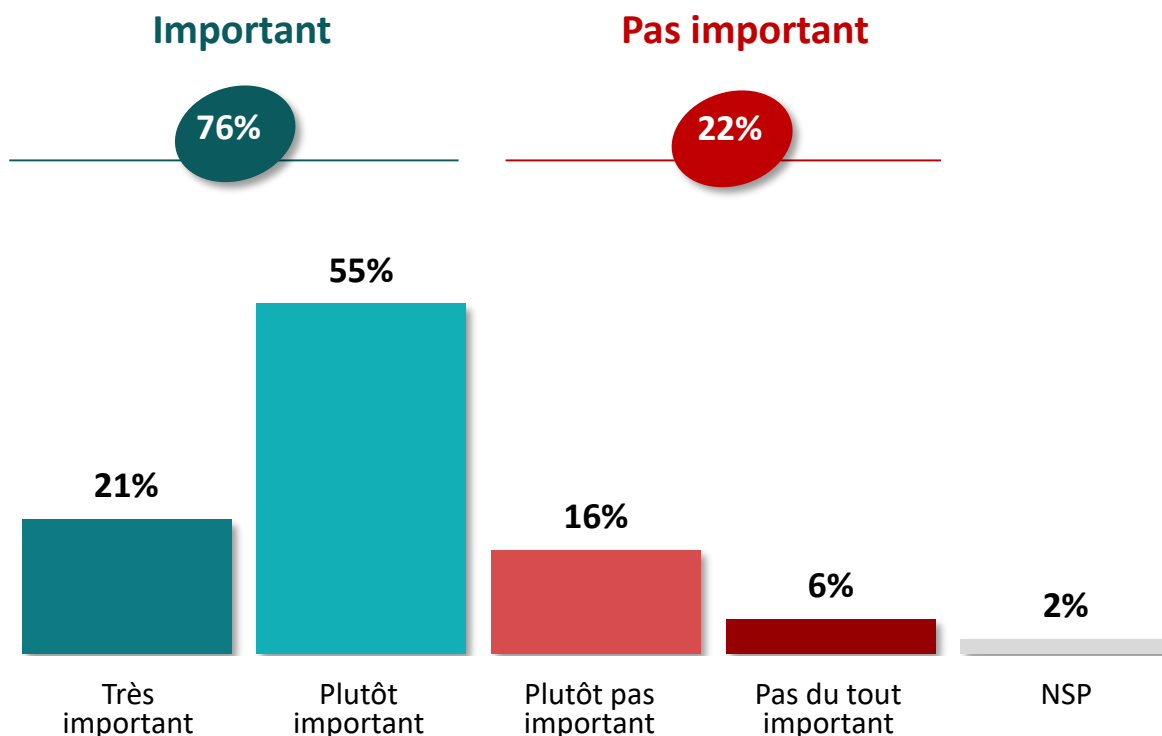
Q. Seriez-vous intéressé par un service en ligne proposant gratuitement l'ensemble des contenus des médias du service public ?



	% TOTAL	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Intéressé	56%	59%	53%	74%	54%	60%	53%	47%	58%	60%	53%
...Très intéressé	17%	18%	16%	28%	17%	19%	14%	13%	17%	19%	17%
...Assez intéressé	39%	41%	37%	46%	37%	41%	39%	34%	41%	41%	36%
Sous-total Pas intéressé	42%	40%	45%	26%	41%	38%	46%	52%	41%	38%	45%
...Peu intéressé	28%	27%	30%	15%	25%	27%	31%	36%	30%	23%	31%
...Pas du tout intéressé	14%	13%	15%	11%	16%	11%	15%	16%	11%	15%	14%

“ L'importance accordée aux contenus locaux proposés sur un média unique

Q. Diriez-vous qu'il est important ou non que les médias du service public proposent des contenus locaux adaptés à chaque région, sur un média unique rassemblant la télévision et la radio ?





L'importance accordée aux contenus locaux proposés sur un média unique

Q. Diriez-vous qu'il est important ou non que les médias du service public proposent des contenus locaux adaptés à chaque région, sur un média unique rassemblant la télévision et la radio ?

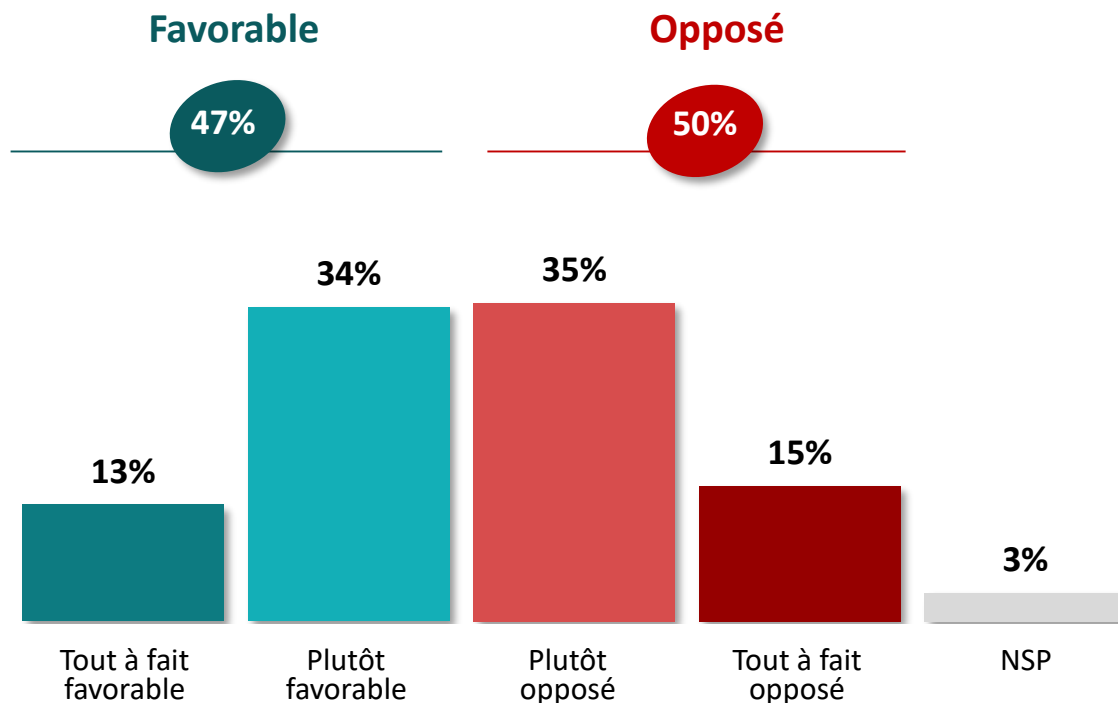


	% TOTAL	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Important	76%	79%	73%	64%	73%	77%	82%	75%	81%	74%	74%
...Très important	21%	23%	19%	20%	24%	21%	23%	17%	21%	26%	19%
...Plutôt important	55%	56%	54%	44%	49%	56%	59%	58%	60%	48%	55%
Sous-total Pas important	22%	19%	24%	36%	22%	22%	15%	22%	18%	23%	23%
...Plutôt pas important	16%	14%	18%	28%	15%	15%	11%	19%	15%	14%	18%
...Pas du tout important	6%	5%	6%	8%	7%	7%	4%	3%	3%	9%	5%

“ L’adhésion à l’obligation pour le service public de diffuser des contenus uniquement français et européens

1020
personnes

Q. Seriez-vous favorable ou opposé à l’obligation pour les médias du service public de ne diffuser que des contenus français et européens ?



“ L’adhésion à l’obligation pour le service public de diffuser des contenus uniquement français et européens

1020 personnes

Q. Seriez-vous favorable ou opposé à l’obligation pour les médias du service public de ne diffuser que des contenus français et européens ?

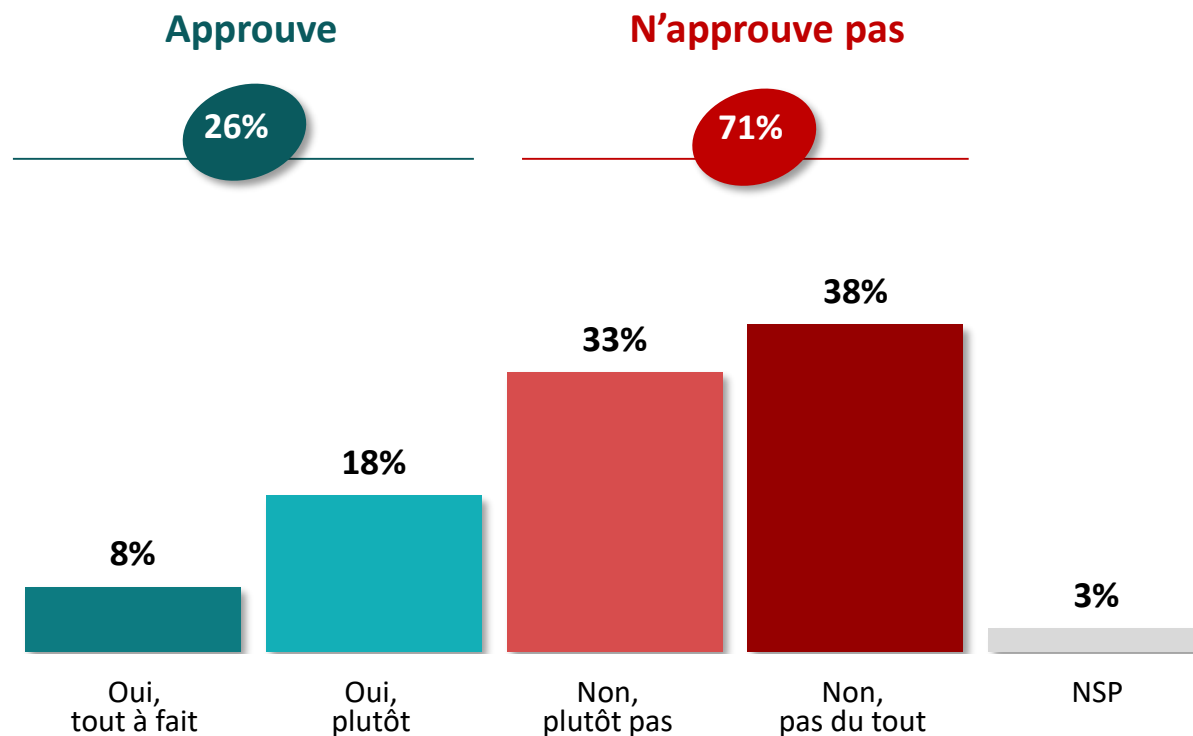
	% TOTAL	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Favorable	47%	50%	44%	47%	42%	42%	56%	47%	44%	46%	51%
...Tout à fait favorable	13%	17%	9%	11%	14%	10%	17%	11%	11%	15%	14%
...Plutôt favorable	34%	33%	35%	36%	28%	32%	39%	36%	33%	31%	37%
Sous-total Opposé	50%	48%	52%	52%	52%	55%	40%	51%	54%	49%	47%
...Plutôt opposé	35%	33%	37%	36%	32%	39%	32%	35%	40%	33%	33%
...Tout à fait opposé	15%	15%	15%	16%	20%	16%	8%	16%	14%	16%	14%



La suppression de la chaîne France 4



Q. Approuvez-vous ou non l'annonce du Gouvernement de supprimer la diffusion à la télévision de la chaîne France 4, qui est sans publicité et destinée aux enfants jusqu'à 19h00, afin de rendre ces programmes jeunesse accessibles uniquement sur Internet ?





La suppression de la chaîne France 4

Q. Approuvez-vous ou non l'annonce du Gouvernement de supprimer la diffusion à la télévision de la chaîne France 4, qui est sans publicité et destinée aux enfants jusqu'à 19h00, afin de rendre ces programmes jeunesse accessibles uniquement sur Internet ?



	% TOTAL	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Sous-total Oui	26%	32%	21%	35%	24%	30%	23%	23%	29%	26%	24%
...Oui, tout à fait	8%	10%	6%	11%	9%	9%	5%	8%	9%	7%	8%
...Oui, plutôt	18%	22%	15%	24%	15%	21%	18%	15%	20%	19%	16%
Sous-total Non	71%	66%	76%	64%	69%	66%	75%	76%	68%	70%	74%
...Non, plutôt pas	33%	33%	33%	31%	26%	31%	35%	37%	31%	29%	37%
...Non, pas du tout	38%	33%	43%	33%	43%	35%	40%	39%	37%	41%	37%



“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

« Rendre le monde intelligible pour agir aujourd’hui et imaginer demain. »