

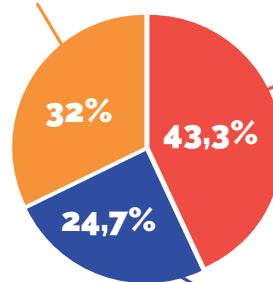
**5819**  
répondants

dont **1703**  
contributions écrites



dont →

Sans lien avec  
les outre-mer



**Ultramarins**

parmi eux, 54,9% vivent  
outre-mer et 44,6% dans  
l'hexagone

Avec des attaches  
personnelles outre-mer

### 1 Dans les tendances : des valeurs fortes



### 2 Une consommation des contenus de France Ô tournée vers l'information et les documentaires

**les documentaires**



**89,5 %**

**l'information**



**76,5%**

**la musique  
et les spectacles**



**48,6%**

**les magazines**



**37,4%**

### 3 La télévision : support dominant de consommation des offres ultramarines



93,6%



19,3%



+ de 10%

Une consommation en ligne des offres de France Ô et des stations La 1ère encore faible :

58,5%

des répondants n'utilisent jamais ou qu'occasionnellement le site internet de France Ô

Parmi les ultramarins et personnes ayant un lien avec les outre-mer

35%

n'utilisent jamais le site internet des chaînes La 1ère

### 4 Une décision gouvernementale massivement rejetée

« Approuvez-vous la décision du Gouvernement d'arrêter d'ici à 2020 la diffusion de la chaîne de télévision France Ô ? »



96,4%  
ont répondu  
**NON**

Ce taux atteint même 98,6 % chez les répondants déclarant n'avoir aucun lien avec les outre-mer

### 5 Quels moyens pour mieux garantir la visibilité sur les chaînes publiques ?

Une chaîne de télévision dédiée

Des créneaux plus nombreux sur les principales chaînes

Des rendez-vous périodiques sur les principales chaînes publiques

Une plateforme numérique

Très bon

Bon

Peu pertinent

