



Les Français, l'intelligence artificielle et les attentes vis-à-vis des marques

Mai 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



Echantillon de **1058 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 **16 au 17 mai 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 Comdata Group »

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%

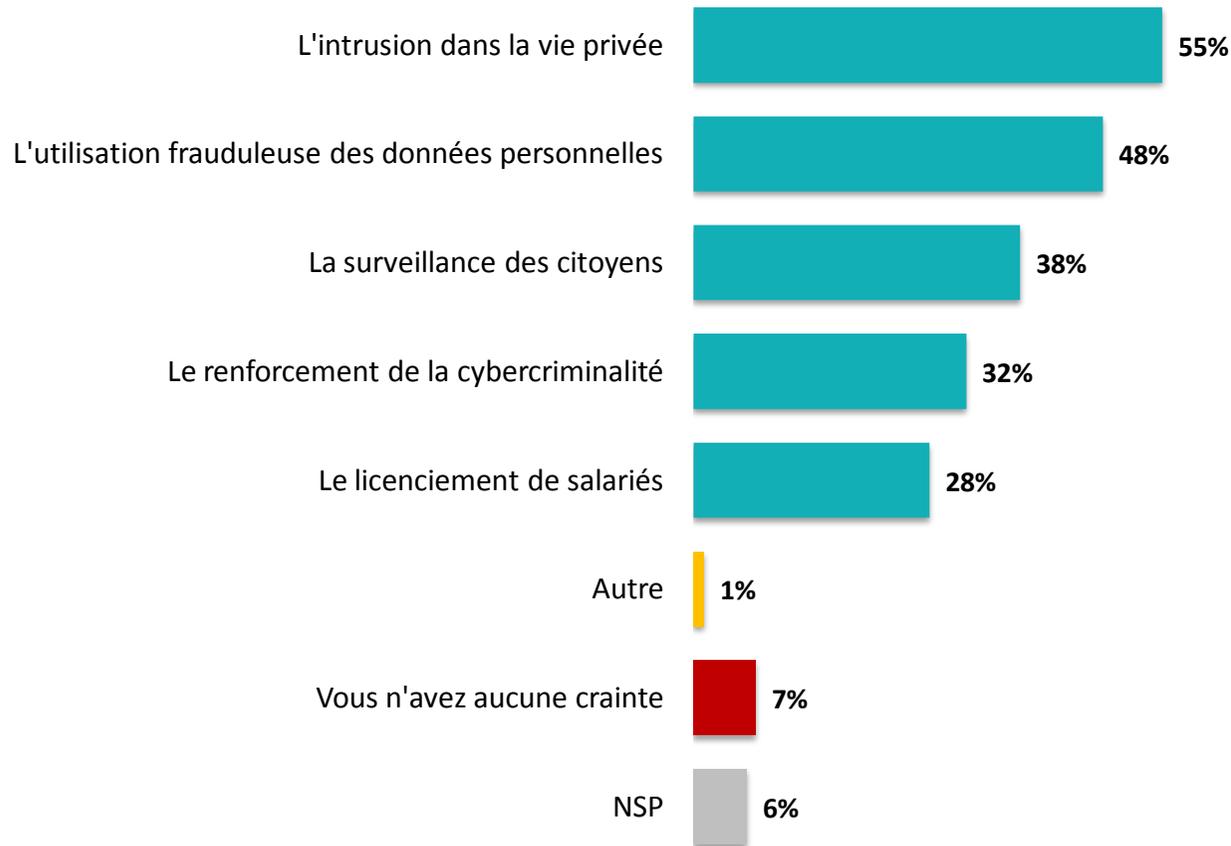


LES RÉSULTATS



Les craintes vis-à-vis de l'intelligence artificielle

Q. L'intelligence artificielle (IA) désigne « l'ensemble de théories et de techniques mises en œuvre en vue de réaliser des machines capables de simuler l'intelligence ».
Quelles sont vos principales craintes concernant les innovations s'appuyant sur l'intelligence artificielle ?





Les craintes vis-à-vis de l'intelligence artificielle



Q. L'intelligence artificielle (IA) désigne « l'ensemble de théories et de techniques mises en œuvre en vue de réaliser des machines capables de simuler l'intelligence ».
 Quelles sont vos principales craintes concernant les innovations s'appuyant sur l'intelligence artificielle ?

	% 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
L'intrusion dans la vie privée	55%	55%	55%	57%	52%	53%	54%	60%	52%	61%	55%
L'utilisation frauduleuse des données personnelles	48%	46%	50%	45%	37%	43%	53%	57%	45%	45%	54%
La surveillance des citoyens	38%	39%	38%	27%	37%	42%	40%	39%	34%	46%	38%
Le renforcement de la cybercriminalité	32%	32%	32%	38%	25%	29%	35%	35%	33%	31%	33%
Le licenciement de salariés	28%	26%	29%	39%	27%	33%	25%	22%	29%	33%	23%
Autre	1%	2%	1%	-	-	1%	2%	1%	1%	-	2%
Vous n'avez aucune crainte	7%	8%	7%	2%	11%	9%	8%	5%	5%	10%	6%



Les craintes vis-à-vis de l'intelligence artificielle



Q. L'intelligence artificielle (IA) désigne « l'ensemble de théories et de techniques mises en œuvre en vue de réaliser des machines capables de simuler l'intelligence ». Quelles sont vos principales craintes concernant les innovations s'appuyant sur l'intelligence artificielle ?

	% Total	Statut						Vote au 1 ^{er} tour 2017 – Présidentielle 2017				
		A son compte	Salarié	... dont salarié du public	... dont salarié du privé	Chômeur	Retraité	J.-L. Mélenchon	B. Hamon	E. Macron	F. Fillon	M. Le Pen
L'intrusion dans la vie privée	55%	49%	57%	61%	56%	44%	60%	64%	64%	52%	59%	57%
L'utilisation frauduleuse des données personnelles	48%	36%	45%	46%	45%	45%	57%	56%	49%	45%	60%	44%
La surveillance des citoyens	38%	21%	41%	40%	41%	37%	39%	52%	53%	32%	35%	43%
Le renforcement de la cybercriminalité	32%	36%	32%	30%	32%	26%	35%	35%	44%	34%	38%	23%
Le licenciement de salariés	28%	28%	31%	28%	32%	34%	21%	35%	33%	25%	23%	36%
Autre	1%	-	1%	-	1%	2%	2%	-	3%	-	-	3%
Vous n'avez aucune crainte	7%	1%	8%	9%	8%	13%	5%	4%	1%	9%	4%	8%



Les craintes vis-à-vis de l'intelligence artificielle



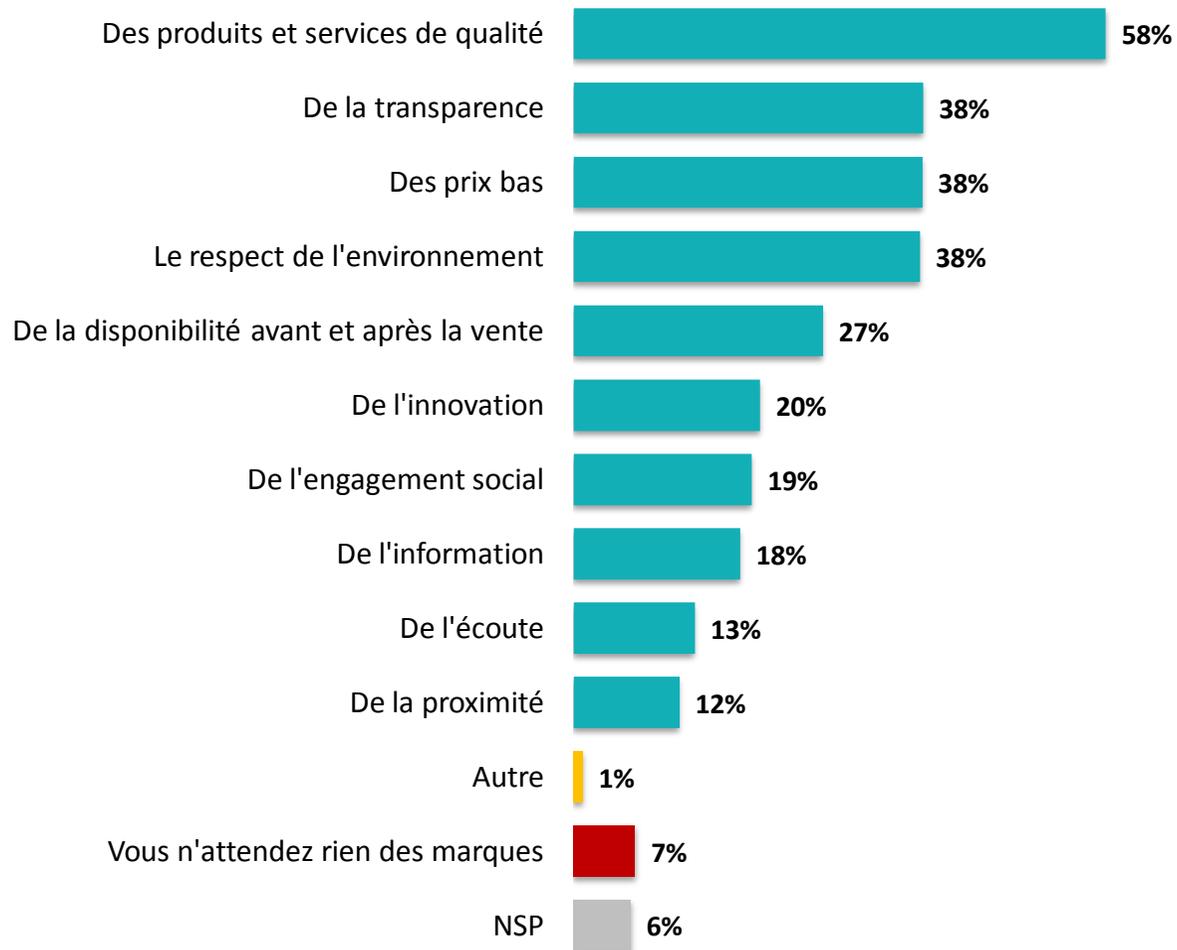
Q. L'intelligence artificielle (IA) désigne « l'ensemble de théories et de techniques mises en œuvre en vue de réaliser des machines capables de simuler l'intelligence ». Quelles sont vos principales craintes concernant les innovations s'appuyant sur l'intelligence artificielle ?

	% Total	Proximité partisane					
		La France Insoumise / PC	Parti socialiste	La République en Marche	Les Républicains	Front National	Sans préférence partisane
L'intrusion dans la vie privée	55%	68%	59%	46%	57%	55%	55%
L'utilisation frauduleuse des données personnelles	48%	59%	47%	44%	50%	42%	50%
La surveillance des citoyens	38%	62%	44%	26%	28%	37%	42%
Le renforcement de la cybercriminalité	32%	44%	29%	39%	31%	24%	29%
Le licenciement de salariés	28%	51%	35%	19%	16%	33%	26%
Autre	1%	-	1%	-	-	2%	2%
Vous n'avez aucune crainte	7%	5%	2%	7%	9%	5%	11%



Les attentes vis-à-vis des marques

Q. Vous personnellement, qu'attendez-vous des marques ?





Les attentes vis-à-vis des marques

Q. Vous personnellement, qu'attendez-vous des marques ?



	% 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
Des produits et services de qualité	58%	59%	57%	52%	38%	61%	62%	66%	56%	54%	63%
De la transparence	38%	37%	39%	51%	37%	35%	40%	35%	35%	39%	39%
Des prix bas	38%	36%	40%	41%	33%	41%	39%	36%	31%	46%	37%
Le respect de l'environnement	38%	34%	41%	45%	37%	35%	36%	40%	37%	36%	40%
De la disponibilité avant et après la vente	27%	26%	29%	29%	19%	26%	27%	33%	19%	27%	33%
De l'innovation	20%	21%	20%	22%	23%	22%	19%	18%	19%	22%	20%
De l'engagement social	19%	19%	20%	28%	18%	20%	18%	18%	21%	20%	18%
De l'information	18%	17%	19%	29%	14%	18%	17%	18%	14%	17%	20%
De l'écoute	13%	13%	13%	19%	15%	13%	16%	8%	10%	16%	12%
De la proximité	12%	10%	13%	15%	10%	13%	14%	8%	12%	13%	10%
Autre	1%	2%	1%	-	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Vous n'attendez rien des marques	7%	8%	5%	2%	12%	5%	7%	8%	3%	11%	7%



Les attentes vis-à-vis des marques

Q. Vous personnellement, qu'attendez-vous des marques ?



	Statut							Vote au 1 ^{er} tour 2017 – Présidentielle 2017				
	% Total	A son compte	Salarié	... dont salarié du public	... dont salarié du privé	Chômeur	Retraité	J.-L. Mélenchon	B. Hamon	E. Macron	F. Fillon	M. Le Pen
Des produits et services de qualité	58%	46%	55%	52%	56%	54%	66%	58%	65%	66%	70%	60%
De la transparence	38%	19%	39%	35%	41%	35%	38%	45%	43%	39%	44%	30%
Des prix bas	38%	20%	40%	42%	40%	42%	36%	44%	34%	34%	32%	50%
Le respect de l'environnement	38%	23%	36%	38%	36%	42%	40%	50%	60%	38%	38%	31%
De la disponibilité avant et après la vente	27%	7%	26%	28%	25%	19%	34%	34%	27%	28%	30%	27%
De l'innovation	20%	14%	21%	25%	20%	20%	18%	20%	24%	26%	24%	18%
De l'engagement social	19%	15%	20%	24%	19%	24%	17%	33%	33%	25%	11%	11%
De l'information	18%	11%	17%	14%	18%	23%	19%	20%	20%	21%	21%	12%
De l'écoute	13%	4%	14%	17%	13%	21%	8%	13%	17%	12%	11%	17%
De la proximité	12%	4%	14%	12%	15%	13%	7%	15%	12%	10%	15%	12%
Autre	1%	-	1%	1%	1%	-	1%	1%	-	1%	-	1%
Vous n'attendez rien des marques	7%	3%	7%	5%	8%	5%	7%	5%	8%	3%	4%	9%



Les attentes vis-à-vis des marques

Q. Vous personnellement, qu'attendez-vous des marques ?


1058
personnes

	% Total	Proximité partisane					
		La France Insoumise / PC	Parti socialiste	La République en Marche	Les Républicains	Front National	Sans préférence partisane
Des produits et services de qualité	58%	65%	61%	66%	63%	52%	52%
De la transparence	38%	44%	42%	38%	39%	26%	37%
Des prix bas	38%	50%	36%	33%	34%	46%	41%
Le respect de l'environnement	38%	54%	54%	36%	31%	21%	34%
De la disponibilité avant et après la vente	27%	32%	27%	27%	23%	25%	27%
De l'innovation	20%	22%	28%	27%	22%	14%	18%
De l'engagement social	19%	49%	32%	20%	6%	7%	16%
De l'information	18%	23%	19%	23%	25%	9%	16%
De l'écoute	13%	19%	5%	14%	10%	20%	12%
De la proximité	12%	19%	12%	10%	14%	10%	10%
Autre	1%	2%	-	1%	-	1%	2%
Vous n'attendez rien des marques	7%	1%	3%	3%	5%	7%	14%



“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

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