



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% |

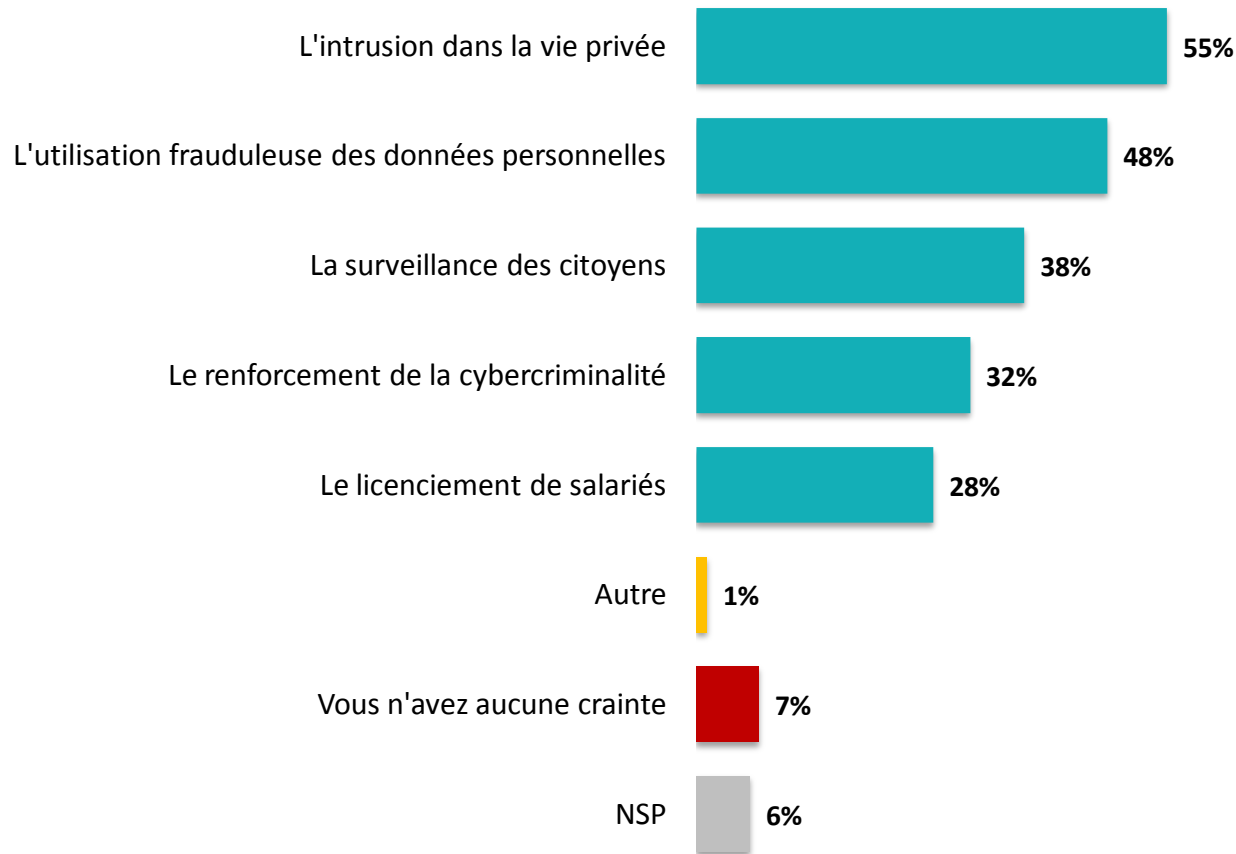


LES RÉSULTATS



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 ?

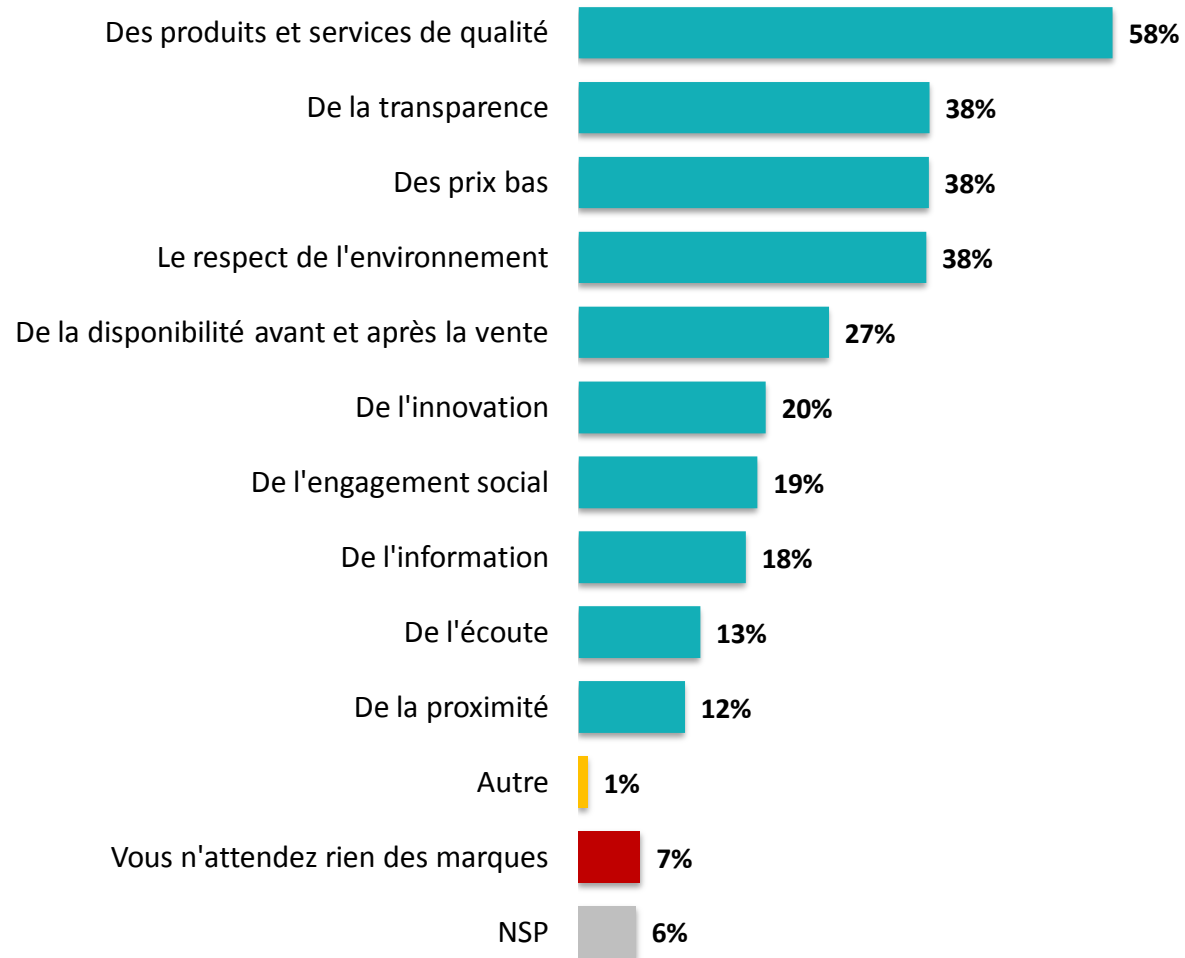
| | % Total | Proximité partisane | | | | | |
|--|------------|--------------------------|------------------|-------------------------|------------------|----------------|---------------------------|
| | | La France Insoumise / PC | Parti socialiste | La République en Marche | Les Républicains | Front 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 ?


1058
personnes





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. »