

# Le multilinguisme en France aujourd'hui – opinions, usages, pratiques

Etude réalisée à la demande de la Délégation générale à  
la langue française et aux langues de France



CRÉDOC

# Sommaire

Objectifs et contexte

Méthodologie

**Synthèse des principaux résultats**

**L'utilisation de langues étrangères dans le cadre professionnel**

**La perception des langues étrangères dans la publicité et l'étiquetage de produits de consommation**

**Attitudes envers la loi garantissant et encadrant l'usage du français dans la société**

Questionnaire

# Objectifs et contexte

# Objectifs et contexte de l'étude

Ce rapport d'étude présente **les résultats détaillés** (résultats à plat, analyses croisées selon les principaux marqueurs socio-démographiques et d'opinion) d'une enquête analysant quelques opinions et pratiques de la population française sur l'emploi de langues étrangères dans la société.

L'enquête aborde **plusieurs thématiques** :

- la pratique de langues étrangères dans un contexte professionnel ;
- l'emploi de mots ou expressions en anglais dans la publicité ;
- la perception de la qualité de la langue française dans les médias ;
- la pertinence d'une loi garantissant l'emploi du français dans la société.

Cette étude est réalisée par le CREDOC à la demande de la délégation générale à la langue française et aux langues de France (DGLFLF).

# Méthodologie



# L'enquête « Conditions de vie et aspirations » - Fiche technique de l'enquête 2020 -

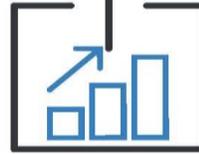
- **Un échantillon national représentatif des personnes résidant en France (France métropolitaine, Corse et DOM-TOM) de 15 ans et plus**
- **3 019 personnes ont été interrogées en ligne, à partir d'un panel**
  - Le recueil s'est effectué entre décembre 2019 et janvier 2020.
  - Dans une enquête par échantillon auprès de 3019 individus, les pourcentages calculés peuvent légèrement s'écarter de leur valeur réelle dans l'ensemble de la population : les écarts sont compris dans un intervalle de confiance de plus ou moins deux points pour un pourcentage estimé de 50% et de plus ou moins un point pour un pourcentage estimé de 10% ou 90%.
- **L'échantillon a été construit selon la méthode des quotas :**
  - grande région, taille d'agglomération, âge, sexe, habitat individuel ou collectif et catégorie socio-professionnelle
- **Des questions propres à chaque client et d'autres qui sont mutualisées parmi lesquelles :**
  - Une vingtaine de critères sociodémographiques
  - De très nombreuses questions portant sur les modes de vie et les opinions de la population sur la santé, les inquiétudes, les préoccupations, la famille, l'environnement, les loisirs et pratiques culturelles, le moral économique, l'opinion sur le fonctionnement de la société, sur les politiques sociales, etc.



# Synthèse des principaux résultats

1

L'utilisation de langues étrangères au travail



35%

Plus d'un actif sur trois pratique des langues étrangères dans le cadre professionnel

L'anglais est la langue étrangère la plus utilisée dans le cadre professionnel en France

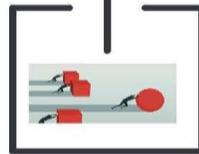
2

16% des Français utilisant une langue étrangère dans un cadre professionnel ont recours à l'anglais



3

Toutefois, l'utilisation des langues étrangères pose des problèmes que ce soit dans le cadre professionnel ou ailleurs



49% vivent l'utilisation d'une langue étrangère au travail comme une contrainte

47% sont hostiles ou agacés par l'usage de mots anglais dans la publicité

32% des Français estiment que l'emploi de mots en anglais dans la publicité gêne souvent la compréhension des messages

70% des Français estiment que la qualité de la langue française s'est détériorée au cours des 10 dernières années

4

65% jugent utile qu'une loi garantisse l'emploi du français dans la société  
Une utilité cependant moins partagée par les jeunes générations



CRÉDOC

# L'utilisation de langues étrangères dans le cadre professionnel

# Plus de la moitié des Français maîtrisent au moins une langue étrangère suffisamment bien pour participer à une conversation

- ❖ **En 2012, l'allemand est la langue maternelle la plus parlée dans l'Union européenne (16%)**, devant l'italien, l'anglais et le français
- ❖ **51% des Français parlent au moins une langue étrangère** qu'ils maîtrisent suffisamment bien pour participer à une conversation, contre 54% des Européens en moyenne et 98% des Luxembourgeois mais aussi 66% des Allemands ou 35% des Hongrois
- ❖ **19% des Français multilingues** pratiquent quotidiennement une langue étrangère, 24% souvent mais pas quotidiennement et 55% occasionnellement
- ❖ **55% des Français multilingues** utilisent la langue étrangère pendant les vacances à l'étranger, 36% pour regarder des films, 35% sur Internet, 31% pour communiquer avec des amis, **28% pour des conversations au travail**, 24% pour communiquer avec des amis ou membres de famille, **19% pour de la lecture au travail** et **17% pour rédiger des mails professionnels**

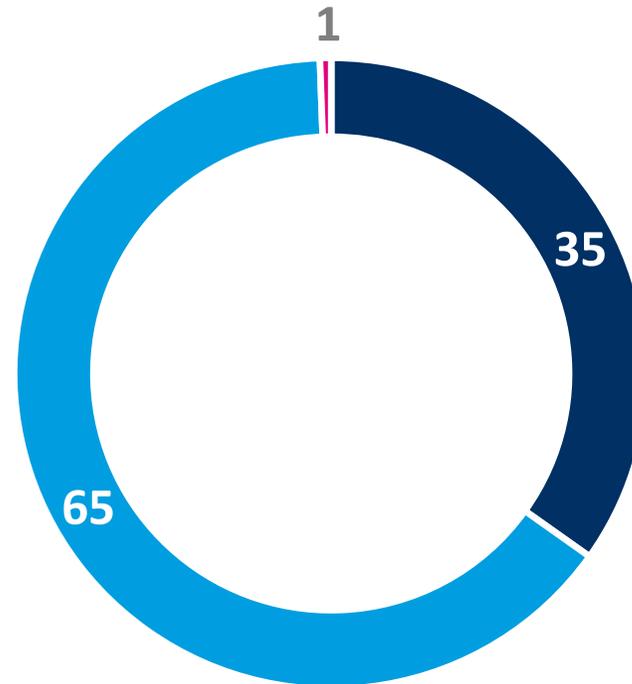


Source: Eurobaromètre spécial, EBS 386, Les Européens et leurs langues, Rapport, février-mars 2012

# Plus d'un actif sur trois pratique des langues étrangères dans le cadre professionnel

Dans le cadre professionnel, vous arrive-t-il (ou vous est-il déjà arrivé) de devoir travailler dans une autre langue que le français ? (en %)

■ Oui ■ Non ■ Ne sait pas

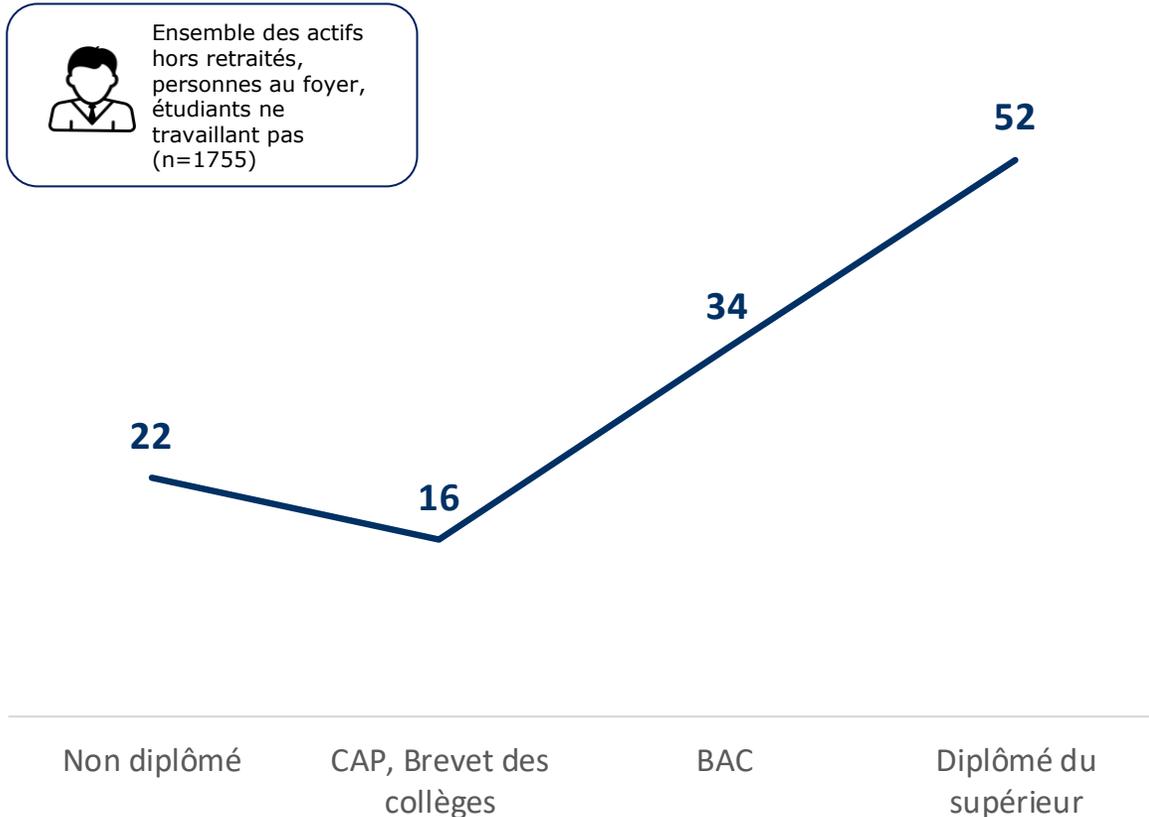


Ensemble des actifs hors retraités, personnes au foyer, étudiants ne travaillant pas (n=1755)

Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

# Un effet « diplôme » manifeste...

La probabilité de travailler dans une autre langue que le français augmente avec le niveau de diplôme (en %)



... mais on observe également une influence de(s)...

**L'âge:** 44% des moins de 25 ans contre 31% des 40-59 ans et 32% des sexagénaires

**La profession:** 57% des cadres et 54% des étudiants travaillant par ailleurs contre 19% des ouvriers et 24% des employés travaillent ou ont travaillé dans une autre langue que le français

**La taille d'agglomération:** 49% des habitants de l'agglomération parisienne contre 26% des habitants de communes rurales

**Revenus:** 49% des hauts revenus contre 30% des bas revenus et 29% des classes moyennes inférieures

**Région:** les DOM (48%), l'Île-de-France (47%), l'Alsace-Champagne-Ardennes-Lorraine (40%) se démarquent légèrement.

Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

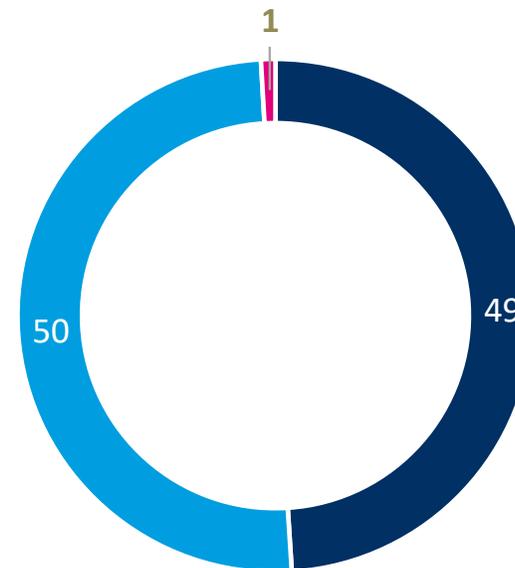
Exemple de lecture: 52% des diplômés du supérieur travaillent ou ont déjà travaillé dans une autre langue que le français.



# Toutefois, près de la moitié de ces actifs vivent cette situation comme une contrainte

Lorsque vous travaillez dans une autre langue que le français, diriez-vous plutôt que... ? (en %)

 Ensemble des actifs pratiquant des langues étrangères dans le contexte professionnel (n=614)

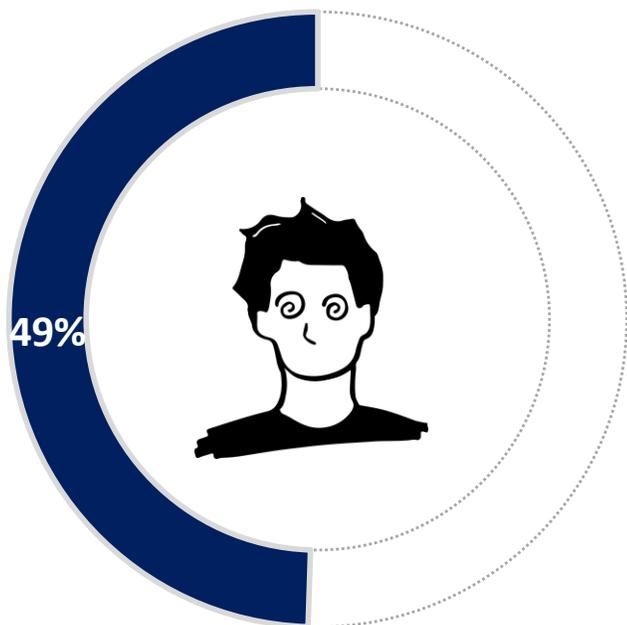


- Vous êtes gêné, car vous ne maîtrisez pas tout à fait cette ou ces autres langues
- Vous trouvez cela stimulant, car vous aimez pratiquer des langues étrangères
- Ne sait pas

Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

# Portrait robot des personnes vivant cette situation comme une contrainte

Proportion de personnes vivant l'utilisation d'une langue étrangère dans un cadre professionnel comme une gêne par manque de maîtrise



Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.



Ensemble des actifs pratiquant des langues étrangères dans le contexte professionnel (n=614)

## Marqueurs socio-démographiques

- ❖ 62% Non diplômés
- ❖ 62% CAP, Brevet des collèges
- ❖ 59% Ouvriers
- ❖ 59% Petites agglomérations entre 2 000 et 20 000 habitants
- ❖ 58% Classes moyennes inférieures
- ❖ 58% Employés
- ❖ 57% Communes rurales

## Vie professionnelle et cadre de vie

- ❖ 59% A renoncé à un emploi à cause de difficultés de gardiennage d'enfants
- ❖ 55% Epreuve un sentiment d'insécurité dans la vie quotidienne
- ❖ 54% Estime appartenir à la classe populaire

## Etat de santé

- ❖ 68% Se sent seul tous les jours ou presque
- ❖ 58% Souffre d'une infirmité physique, d'un handicap ou d'une maladie chronique
- ❖ 55% A eu des maux de tête au cours des 4 dernières semaines
- ❖ 56% A souffert de nervosité au cours des 4 dernières semaines
- ❖ 56% A souffert d'un état dépressif au cours des 4 dernières semaines
- ❖ 60% Considère que son état de santé personnel est peu satisfaisant

## Sociabilité et activités de loisirs

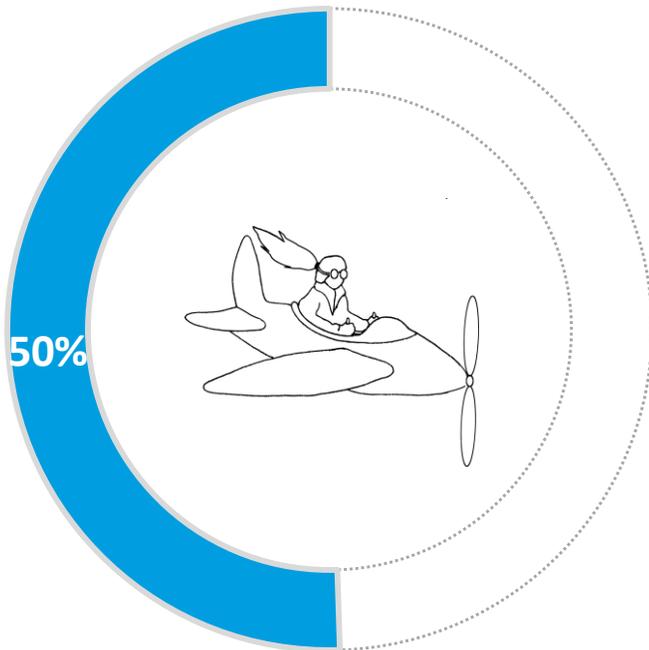
- ❖ 68% Epreuve souvent un sentiment d'inutilité sociale
- ❖ 64% A renoncé à une relation sentimentale à cause de difficultés de gardiennage d'enfants
- ❖ 57% N'est pas partie en vacances au cours des 12 derniers mois
- ❖ 55% A renoncé à des loisirs à cause de difficultés de gardiennage d'enfants
- ❖ 54% A du contact avec ses collègues en dehors du travail plusieurs fois par semaine

## Opinions politiques et valeurs sociétales

- ❖ 54% Est contre le mariage pour les couples du même sexe
- ❖ 62% Pense que les femmes ne devraient jamais travailler avec des enfants en bas âge
- ❖ 58% Pense que les femmes ne devraient travailler que si c'est nécessaire
- ❖ 58% Déclare adhérer au mouvement des gilets jaunes ou soutenir le mouvement
- ❖ 56% Pense que la société française a besoin de beaucoup plus d'ordre contre plus de liberté
- ❖ 54% N'est peu ou pas du tout attiré par les innovations technologiques

# Portrait robot des personnes vivant cette situation comme une expérience stimulante

Proportion de personnes vivant l'utilisation d'une langue étrangère dans un cadre professionnel comme une expérience stimulante (en %)



Ensemble des actifs pratiquant des langues étrangères dans le contexte professionnel (n=614)



Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

## Marqueurs socio-démographiques

- ❖ 62% Cadres et professions intellectuelles supérieures
- ❖ 60% Hauts revenus
- ❖ 57% Diplômés du supérieur
- ❖ 56% Habitants de villes entre 20 000 et 100 000 habitants
- ❖ 55% Habitants de l'agglomération parisienne

## Vie professionnelle et cadre de vie

- ❖ 60% Travaille 46 heures par semaine et plus
- ❖ 60% Se sent très souvent heureux dans sa vie actuelle
- ❖ 55% Estime appartenir à la classe moyenne supérieure

## Sociabilité et activités de loisirs

- ❖ 66% Ne se sent jamais seul
- ❖ 65% Ne regarde jamais la télévision
- ❖ 61% N'éprouve jamais de sentiment d'inutilité sociale
- ❖ 58% Reçoit en moyenne une fois par semaine des amis à la maison
- ❖ 56% Voit ses collègues moins souvent en dehors du travail
- ❖ 55% Voit des membres de sa famille plusieurs fois dans l'année
- ❖ 55% Fréquente régulièrement un cinéma

## Rapport aux nouvelles technologies et à l'innovation

- ❖ 53% Déclare être attiré par les innovations technologiques

## Opinions politiques et valeurs sociétales

- ❖ 61% Est opposé au mouvement des gilets jaunes
- ❖ 57% Pense que la société française a besoin de beaucoup plus de liberté
- ❖ 56% Est hostile au mouvement des gilets jaunes
- ❖ 54% Souhaite l'intégration des immigrés plutôt que leur départ

# La perception des langues étrangères dans la publicité et l'étiquetage de produits de consommation

# Près d'un tiers des Français estiment que l'emploi de l'anglais dans la publicité gêne souvent la compréhension des messages

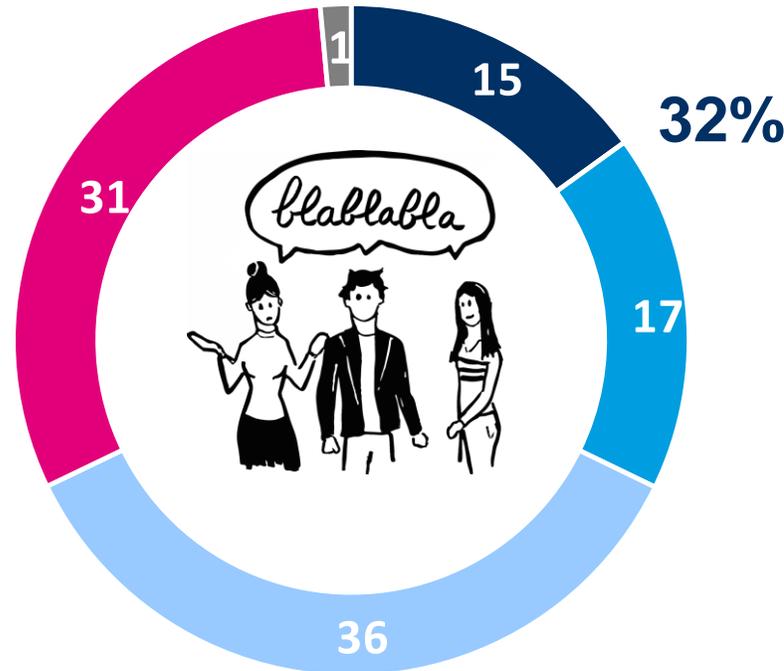
Si un message ou un slogan publicitaire comporte des mots ou expressions en anglais, est-ce que cela gêne votre compréhension du message ? (en %)

■ Toujours ■ Souvent ■ De temps en temps ■ Jamais ■ Ne sait pas



Ensemble de la population des 18 ans et plus (n=3019)

48% des cadres et professions intellectuelles supérieures  
45% des étudiants  
45% des personnes utilisant ou ayant utilisé une langue étrangère dans le cadre professionnel  
44% des diplômés du supérieur  
43% des moins de 25 ans  
37% des habitants des DROM  
36% des habitants de l'agglomération parisienne  
35% des personnes estimant que la mondialisation représente plutôt des avantages



Les personnes âgées sont davantage gênées par des messages publicitaires contenant des mots en anglais:

48% des 70 ans et plus  
48% des retraités  
43% des sexagénaires

48% des non-diplômés  
43% des habitants de la région Centre Val de Loire

La défiance vis-à-vis des médias ou encore vis-à-vis des entreprises privées n'est pas corrélée avec la gêne de compréhension suscitée par des messages publicitaires contenant des mots en anglais

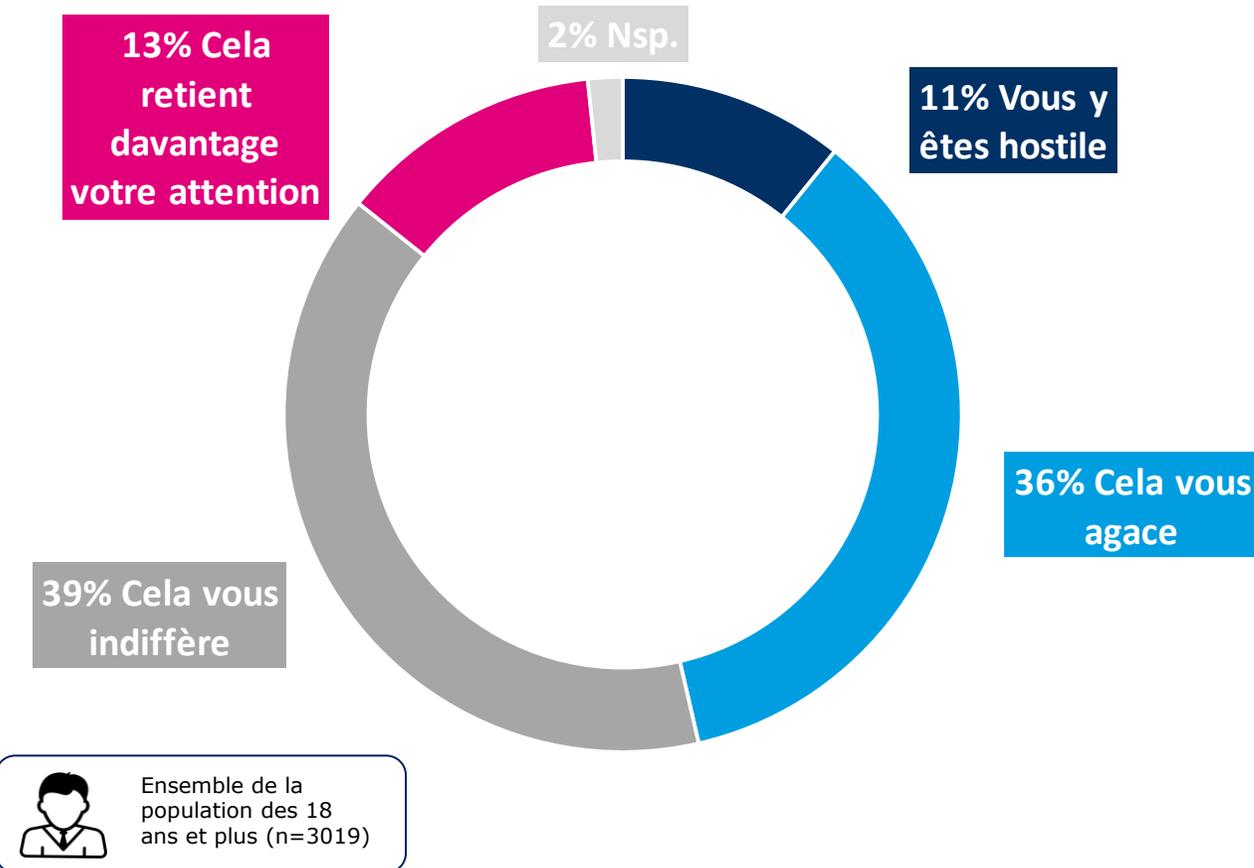
Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.



70% des Européens pensent que la traduction joue un rôle important dans un certain nombre de domaines de la vie quotidienne.  
48% des Français estiment que la traduction est importante pour leur vie de tous les jours (Eurobaromètre spécial, EBS386, 2014)

# 47% des Français se déclarent agacés ou hostiles aux messages publicitaires comportant des mots en anglais

Lorsque vous entendez un message ou un slogan publicitaire qui comporte des mots ou expressions en anglais, quelle est votre réaction ? (en %)



## Les hostiles ou agacés (47%)

- ❖ Les 70 ans et plus (70%)
- ❖ Retraités (69%)
- ❖ Les sexagénaires (63%)
- ❖ Non-diplômés (60%)
- ❖ Les hommes (52%)
- ❖ BEPC, CAP (52%)
- ❖ Indépendants (51%)

## Les indifférents (39%)

- ❖ Cadres (54%)
- ❖ Les moins de 25 ans (48%)
- ❖ Etudiants (46%)
- ❖ 25-39 ans (44%)
- ❖ Diplômés du supérieur (47%)
- ❖ Professions intermédiaires (45%)

## Les « attentionnés » (13%)

- ❖ Etudiants (27%)
- ❖ Les moins de 25 ans (23%)
- ❖ Bas revenus (18%)

Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

# Un fort degré de politisation et d'engagement militant favorise le sentiment d'agacement face à des messages publicitaires en anglais

## Les hostiles ou agacés (47%)

- ❖ Personnes déclarant être très à gauche sur l'échelle politique (60%)
- ❖ Personnes déclarant être très à droite sur l'échelle politique (57%)
- ❖ Personnes pensant que le pays a besoin de beaucoup plus d'ordre (56%)
- ❖ Personnes portant ou ayant porté le « gilet jaune » lors de manifestations (55%)
- ❖ Personnes ayant « toujours voté » aux élections (54%)
- ❖ Personnes comprenant que l'on puisse dégrader des biens publics pour défendre une cause qui tient à cœur (54%)
- ❖ Personnes ayant le sentiment d'appartenir à une communauté liée à leurs engagements ou opinions politique (54%)
- ❖ Personnes ayant déjà renoncé à l'achat d'un produit parce que les informations essentielles n'étaient pas traduites (53%)
- ❖ Personnes pensant que la mondialisation représente plutôt des inconvénients (52%)

# Plus de deux tiers des Français ont déjà renoncé à acheter des produits dont les notices ou compositions n'étaient pas traduites

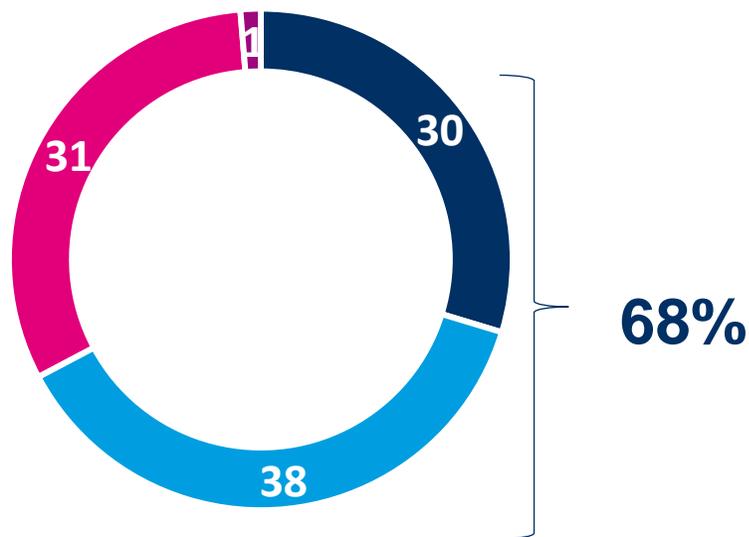
En dehors de vos déplacements ou voyages à l'étranger, vous est-il déjà arrivé de renoncer à acheter un produit parce que des informations essentielles n'étaient pas traduites en français ? (en %)

- Oui, souvent
- Oui, exceptionnellement
- Non, Jamais
- Ne sait pas

Mettre les arbitrages d'achat



 Ensemble de la population des 18 ans et plus (n=3019)

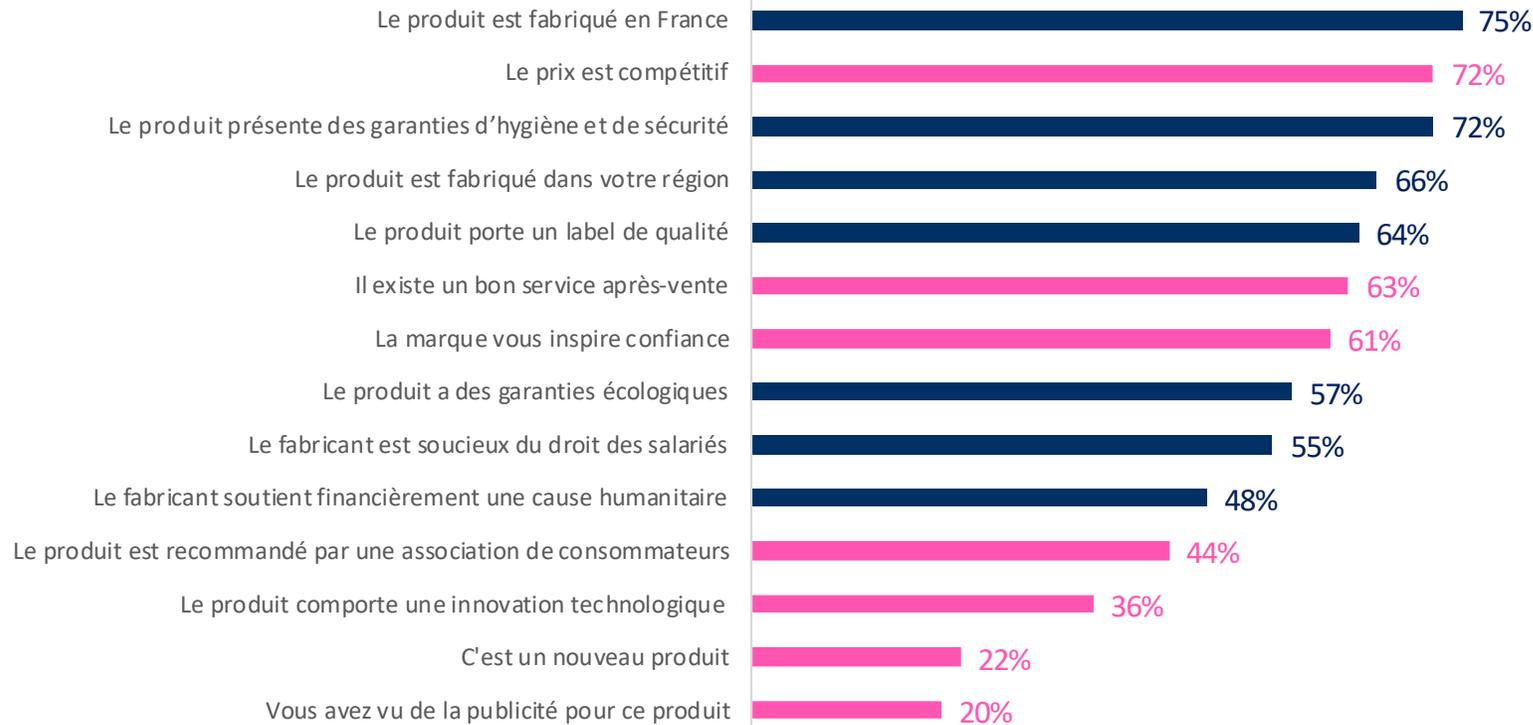


Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

# Les arbitrages lors de l'achat d'un produit de consommation sont guidés par l'existence d'informations compréhensibles et identifiables sur le produit

Voici plusieurs raisons d'acheter des produits de consommation. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si vous personnellement, elle vous incite (beaucoup, assez, un peu, pas du tout) à acheter un produit?

Cumul des réponses beaucoup et assez



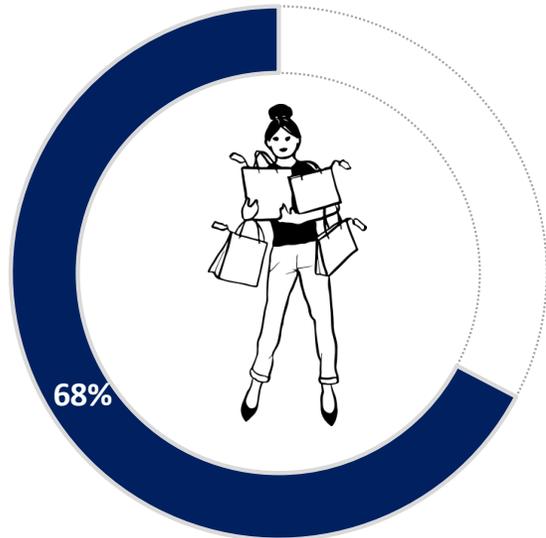
Avoir des informations claires et compréhensibles sur l'origine, la sécurité sanitaire, l'impact écologique, le respect des normes RSE ou encore sur la qualité du produit priment dans l'acte d'achat

Source: CREDOC, enquête « Tendances de consommation », 2016.

45% des Français ont acheté des produits ou services via Internet depuis l'extérieur de l'Union européenne au cours des 12 derniers mois, 81% dans un autre pays de l'UE (Eurobaromètre spécial EB483, 2019). Parmi les obstacles existants aux achats en ligne ou dans un autre pays de l'UE le plus fréquemment cité est la préoccupation quant à la sécurité, juste devant la barrière de langue, citée par 37% des personnes ayant effectué un achat dans un autre pays que la France.

# La probabilité de renoncer à l'achat de produits dont les notices ou composants n'étaient pas traduites augmente avec l'âge

Proportion de personnes ayant renoncé à l'achat d'un produit ou d'un service parce que des informations essentielles n'étaient pas traduites en français ? (en %)



**L'âge** est la variable sociodémographique impactant davantage le renoncement à l'achat de produits ou de services dont les notices ou compositions n'étaient pas traduites:

❖ **72%** des sexagénaires

❖ **77%** des 70 ans et plus

❖ **76%** des retraités

Il est notable que **ni le diplôme, ni le niveau de vie influent sur la décision d'achat**: 67% des non diplômés contre 64% des diplômés du supérieur et 67% des bas revenus contre 68% des hauts revenus. Il va de même pour la perception des bienfaits de la mondialisation ainsi que de la confiance dans différents acteurs publics et privés.

Même si la taille d'agglomération n'impacte pas significativement la propension de renoncer à l'achat, il convient de noter que les habitants des **DROM** indiquent nettement plus souvent qu'en moyenne d'avoir renoncé pour des raisons de traduction manquante: **84%** contre 68% en moyenne. Selon le ministère de l'intérieur, les DROM constituent une porte d'entrée privilégiée pour les marchandises contrefaites à destination du Marché européenne.

Par ailleurs, **les personnes très attirées par l'innovation technologique (72%)** déclarent davantage ayant renoncé à l'achat d'un produit ou d'un service parce que des informations essentielles n'étaient pas traduites, probablement parce que leur recherche de nouveaux produits les amène davantage à être face à des produits en provenance extracommunautaire.



Ensemble de la population des 18 ans et plus (n=3019)

Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

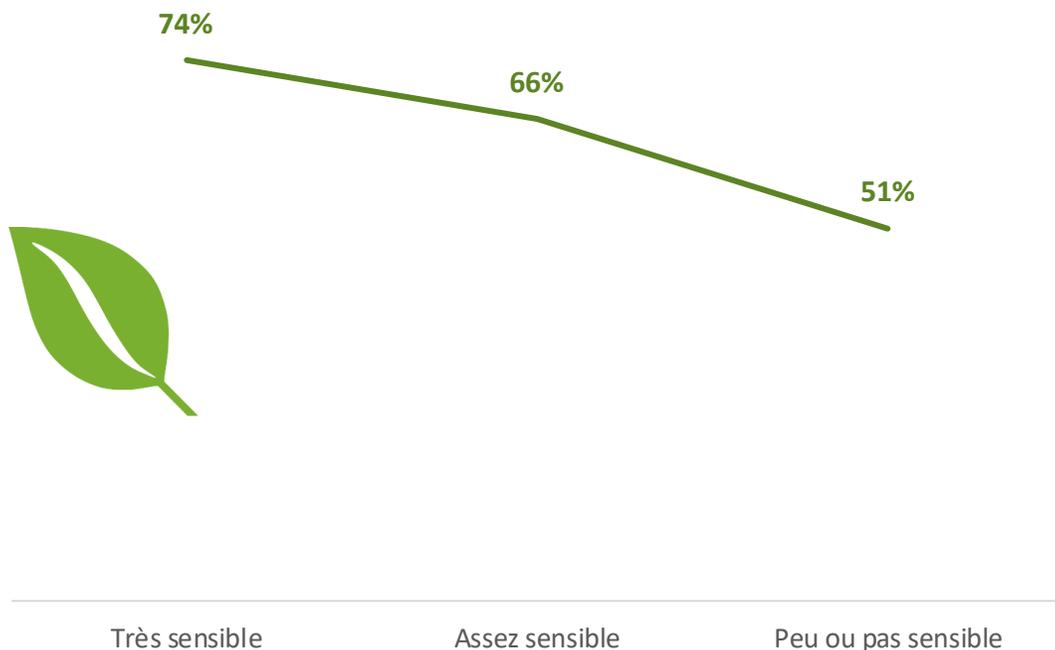
| Langue française – quelques pratiques et opinions - 2020

# La sensibilité à l'environnement amplifie le renoncement à l'achat de produits dont les notices ou composants ne sont pas traduits

Proportion de personnes ayant renoncé à l'achat d'un produit ou d'un service parce que des informations essentielles n'étaient pas traduites en français ?

Selon la sensibilité **environnementale**

Regroupement des positions (1 à 3 = pas ou peu sensibles, 4 à 5 = assez sensible, 6 à 7 = très sensible)



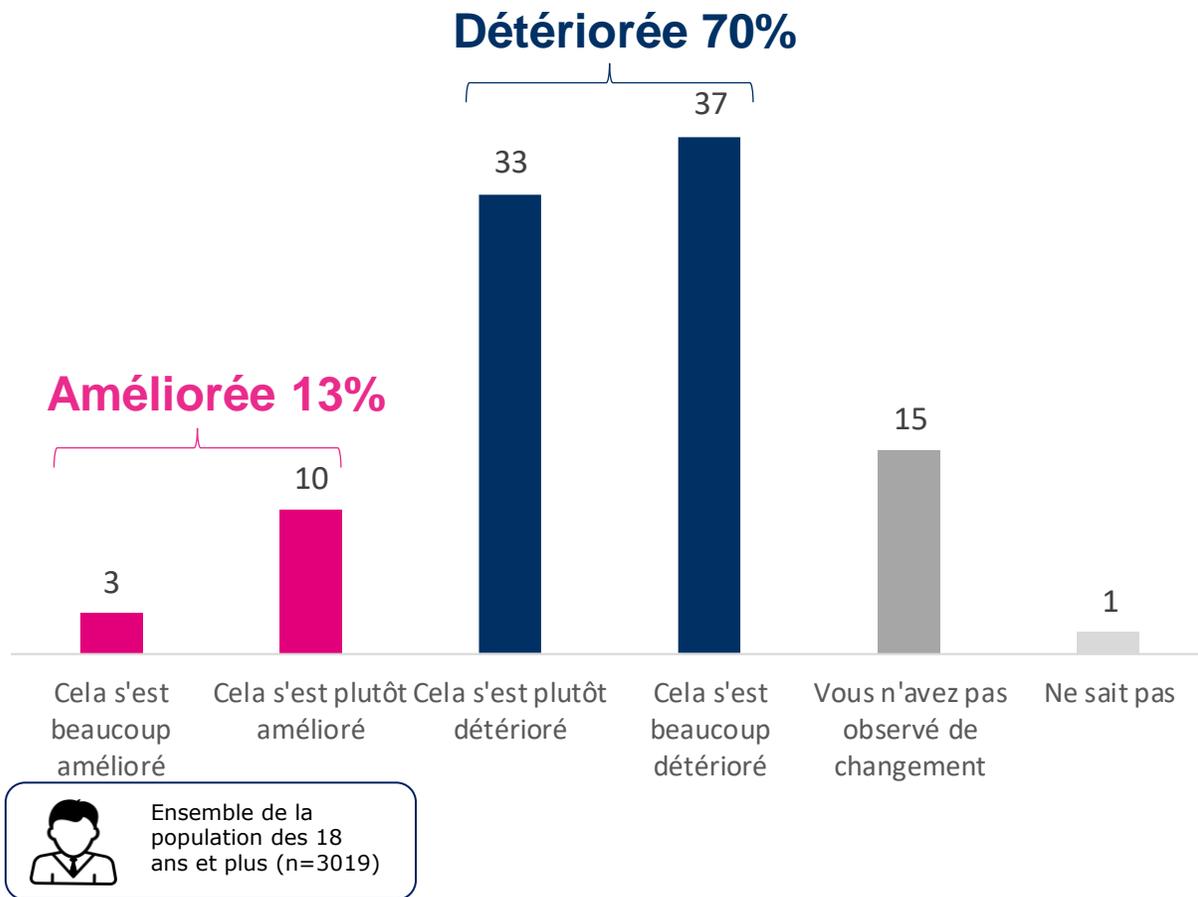
Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

- ❖ 81% des personnes faisant partie d'une **association de défense de l'environnement** ont déjà renoncé à l'achat d'un produit ou d'un service parce que des informations essentielles (notice, composants) n'étaient pas traduites
- ❖ Il va de même pour **75%** des personnes se déclarant prêt à **payer une taxe directement affectée à la défense de l'environnement**
- ❖ 81% des personnes engagées dans une **association de défense des consommateurs** ont déjà renoncé à l'achat d'un produit ou d'un service parce que des informations essentielles (notice, composants) n'étaient pas traduites
- ❖ Les personnes **très attirées par l'innovation technologique (72%)** déclarent également davantage ayant renoncé à l'achat d'un produit ou d'un service parce que des informations essentielles n'étaient pas traduites, probablement parce que leur recherche de nouveaux produits les amène davantage à être face à des produits en provenance extracommunautaire. Notons par ailleurs qu'une grande partie de nos concitoyens voient dans le progrès scientifique et technologique un moyen pour lutter contre des problèmes environnementaux

# Attitudes envers la loi garantissant et encadrant l'usage du français dans la société

# 70% des Français pensent que la qualité de la langue française s'est détériorée dans les médias et sur les réseaux sociaux depuis 10 ans

Que pensez-vous de l'évolution de la qualité de la langue française dans les médias et sur les réseaux sociaux depuis 10 ans ? (en %)



## Détériorée (70%)

- ❖ Les 70 ans et plus (88%)
- ❖ Les sexagénaires (81%)
- ❖ Les retraités (86%)
- ❖ Hauts revenus (79%)
- ❖ Classes moyennes supérieures (77%)
- ❖ Agglomération parisienne (76%)
- ❖ Les hommes (75%)
- ❖ Diplômés du supérieur (74%)

## Améliorée (13%)

- ❖ Les moins de 25 ans (28%)
- ❖ Etudiants (25%)
- ❖ Indépendants (24%)
- ❖ Les 25-39 ans (20%)
- ❖ Bas revenus (19%)

Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

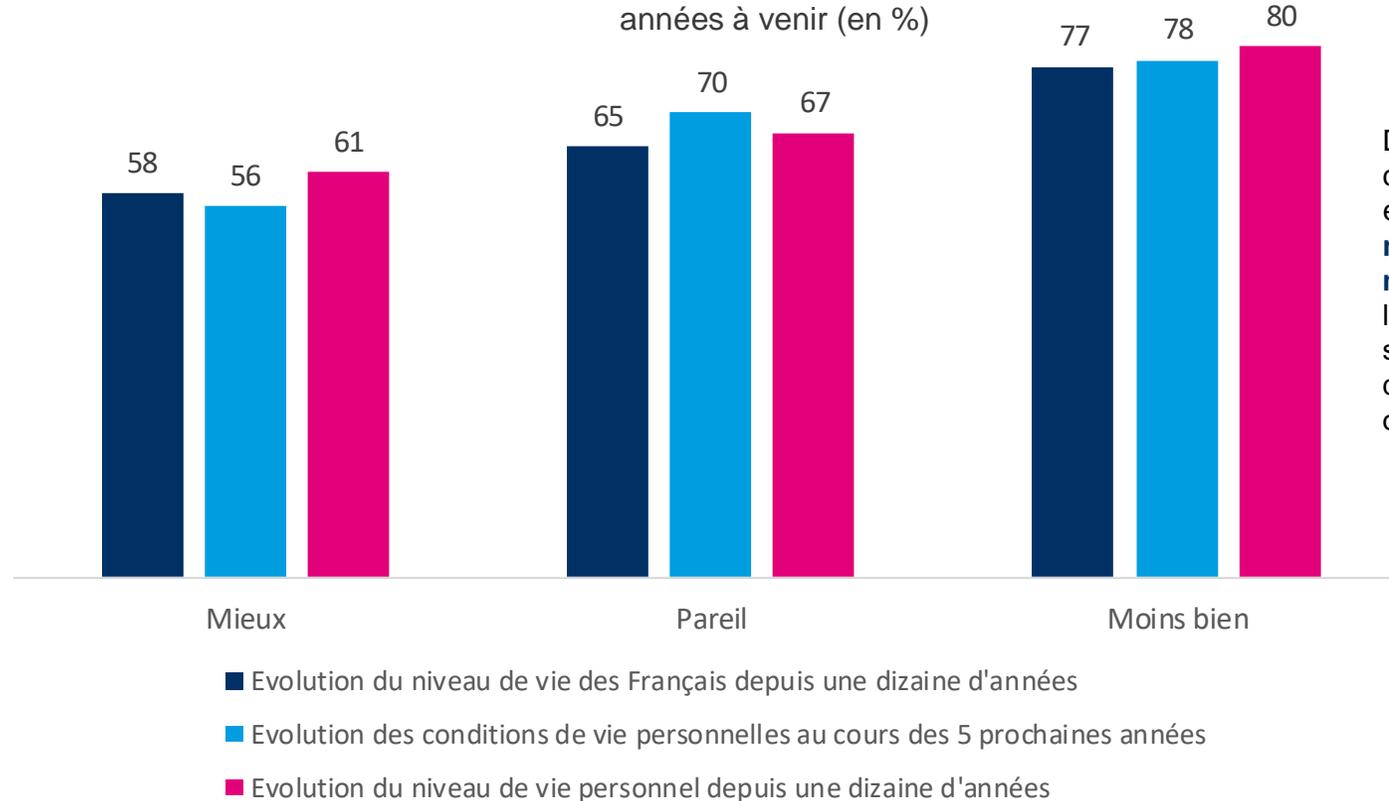
# Les personnes portant un regard sombre sur l'évolution des conditions de vie se soucient davantage de la qualité de la langue française

Proportion de personnes pensant que la qualité de la langue française dans les médias et sur les réseaux sociaux s'est **détériorée** depuis 10 ans ?

Selon la perception des évolutions des niveaux de vie personnels, des Français au cours des 10 dernières années et des 5 années à venir (en %)



Ensemble de la population des 18 ans et plus (n=3019)



Dans une moindre mesure la confiance dans les médias joue également. **76% des personnes n'ayant pas confiance dans les médias** estime que la qualité de la langue française dans les médias et sur les réseaux sociaux s'est détériorée depuis une dizaine d'années

Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

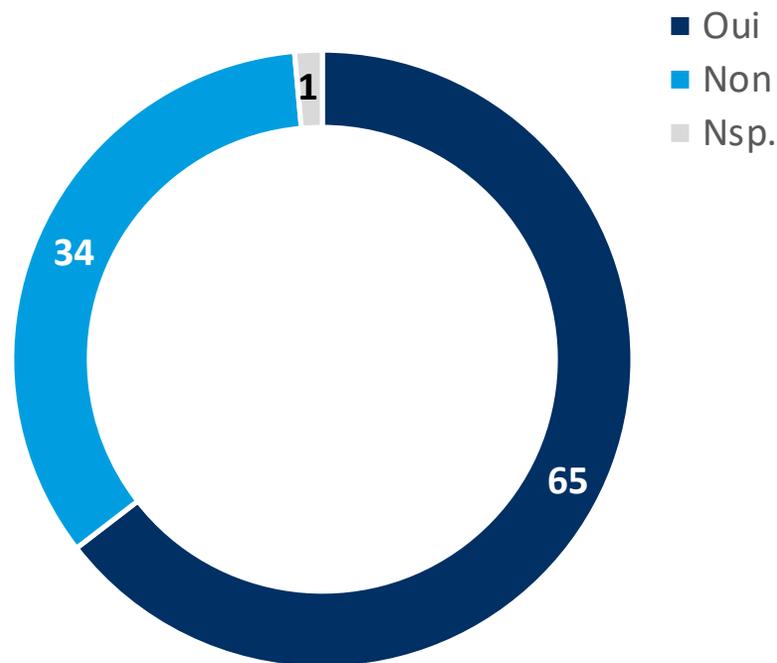
Exemple de lecture: **80% des personnes estimant que leur niveau de vie personnel s'est dégradé au cours des 10 dernières années** pensent que la qualité de la langue française dans les médias et sur les réseaux sociaux s'est détériorée depuis une dizaine d'années (70%)

# Deux Français sur trois jugent utile qu'une loi garantisse l'emploi du français dans la société

Jugez-vous utile qu'une loi garantisse l'emploi du français dans la société, par exemple à la radio, à la télévision ou dans les entreprises ? (par exemple, interdiction d'employer des termes étrangers - notamment anglo-saxons - dans les programmes ou les titres d'émissions à la TV ou à la radio)

(en %)

 Ensemble de la population des 18 ans et plus (n=3019)

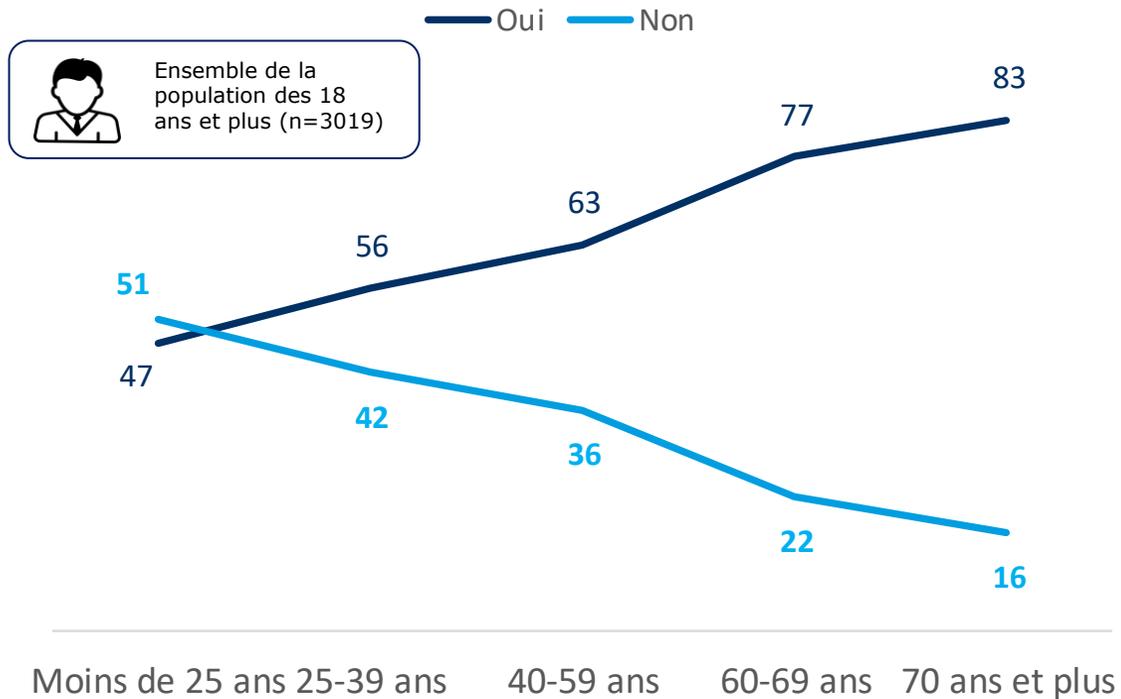


Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

# La question sur l'utilité de la loi garantissant l'emploi du français dans la société divise les générations

Jugez-vous utile qu'une loi garantisse l'emploi du français dans la société, par exemple à la radio, à la télévision ou dans les entreprises ? (par exemple, interdiction d'employer des termes étrangers - notamment anglo-saxons - dans les programmes ou les titres d'émissions à la TV ou à la radio)

Selon l'âge (en %)



Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

Mais aussi...

- ❖ Les retraités (81%) contre les étudiants (43%)
- ❖ Les personnes estimant que **la société française a besoin de beaucoup plus d'ordre pour mieux fonctionner** (78%) contre les personnes considérant qu'elle a besoin de beaucoup plus de liberté (54%)
- ❖ Les personnes pensant que **la société a besoin de se transformer profondément** (69%) contre les personnes ne préconisant pas de changement (55%)
- ❖ Les personnes estimant **que la justice fonctionne très bien** en France (72%) contre les personnes estimant qu'elle ne fonctionne très mal (68%)

La sensibilité au statut et aux usages de la langue française joue également sur les perceptions:

- ❖ **80% des personnes déclarant être hostiles ou agacées par des publicités** dont les messages contiennent des mots en anglais
- ❖ **80% des personnes ayant déjà renoncé à l'achat d'un produit** parce que des informations essentielles n'étaient pas traduites
- ❖ **70% des personnes déclarant être gênées dans la compréhension des messages publicitaires** par la présence de mots en anglais

# Questionnaire

NEW

**Q1 Dans le cadre professionnel, vous arrive-t-il (ou vous est-il déjà arrivé) de devoir travailler dans une autre langue que le français ?**

Oui ..... 1

Non ..... 2

NEW

**Q2 Laquelle, ou lesquelles ?**

*(Notez précisément, mot-à-mot)*

-----

NEW

**Q3 Lorsque vous devez travailler dans une autre langue que le Français, diriez-vous plutôt que :**

Vous êtes gêné, car vous ne maîtrisez pas tout à fait cette ou ces autres langues ..... 1

Vous trouvez cela stimulant, car vous aimez pratiquer des langues étrangères ..... 2

NEW

**Q4 En dehors de vos déplacements ou voyages à l'étranger, vous est-il déjà arrivé de renoncer à acheter un produit ou un service parce que des informations essentielles (composition, utilisation...) n'étaient pas mentionnées en langue française ?**

Oui, souvent ..... 1

Oui, exceptionnellement ..... 2

Non, jamais ..... 3

*Ne sait pas* ..... 4

NEW

**Q5 Si un message ou un slogan publicitaire comporte des mots ou expressions en anglais, est-ce que cela gêne votre compréhension du message ?**

- Toujours ..... 1
- Souvent ..... 2
- De temps en temps ..... 3
- Jamais ..... 4
- Ne sait pas* ..... 5

NEW

**Q6 Lorsque vous entendez ou lisez un message publicitaire qui comporte des mots ou expressions en anglais, quelle est votre réaction (une seule réponse) ?**

- Vous y êtes hostile ..... 1
- Cela vous agace ..... 2
- Cela retient davantage votre attention ..... 3
- Cela vous indiffère ..... 4
- Ne sait pas* ..... 5

NEW

**Q7 Que pensez-vous de l'évolution de la qualité de la langue française dans les médias et sur les réseaux sociaux depuis dix ans ?**

- Cela s'est beaucoup amélioré ..... 1
- Cela s'est plutôt amélioré ..... 2
- Cela s'est plutôt détérioré ..... 3
- Cela s'est beaucoup détérioré ..... 4
- Vous n'avez pas observé de changement ..... 5
- Ne sait pas* ..... 6

NEW

**Q8 Jugez-vous utile qu'une loi garantisse l'emploi du français dans la société, par exemple à la radio, à la télévision ou dans les entreprises ? (Par exemple, interdiction d'employer des termes étrangers – notamment anglo-saxons – dans les programmes ou les titres d'émissions à la TV ou à la radio)**

- Oui ..... 1
- Non ..... 2
- Ne sait pas, sans opinion* ..... 3