GESIS Study ID ZA6775

Flash Eurobarometer 437
March 2016

Internet users’ preferences for accessing content online

Basic bilingual questionnaire

TNS Political & Social

DEMOGRAPHICS

VARIABLES DEMOGRAPHIQUES

DEMOGRAPHICS

VARIABLES DEMOGRAPHIQUES

ASK ALL

D01 What is your nationality? Please select the country(ies) that applies(y).

(MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE)

	(2041-2070)
Belgium	1,
Denmark	2,
Germany	3,
Greece	4,
Spain	5,
France	6,
Ireland	7,
Italy	8,
Luxembourg	9,
Netherlands	10,
Portugal	11,
United Kingdom (Great Britain, Northern Ireland)	12,
Austria	13,
Sweden	14,
Finland	15,
Republic of Cyprus	16,
Czech Republic	17,
Estonia	18,
Hungary	19,
Latvia	20,
Lithuania	21,
Malta	22,
Poland	23,

A TOUS

D01 Quelle est votre nationalité ? Veuillez sélectionner le(s) pays qui s'applique(nt).

(PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)

	(2041-2070)
Belgique	1,
Danemark	2,
Allemagne	3,
Grèce	4,
Espagne	5,
France	6,
Irlande	7,
Italie	8,
Luxembourg	9,
Pays-Bas	10,
Portugal	11,
Royaume-Uni (Grande Bretagne, Irlande du Nord)	12,
Autriche	13,
Suède	14,
Finlande	15,
République de Chypre	16,
République tchèque	17,
Estonie	18,
Hongrie	19,
Lettonie	20,
Lituanie	21,
Malte	22,
Pologne	23,

Slovakia	24,
Slovenia	25,
Bulgaria	26,
Romania	27,
Croatia	28,
Other countries	29,
Don't know	30,

NEW

Slovaquie	24,
Slovénie	25,
Bulgarie	26,
Roumanie	27,
Croatie	28,
Autres pays	29,
Ne sait pas	30,

NEW

D02	Please indicate in which region you currently live:

(ONE ANSWER ONLY)

	(2071-2073)
Region 1	1
Region 2	2
Region 3	3
Region 4	4
Region 5	5
Region 6	6
Region 7	7
Region 8	8
Region 9	9
Region 10	10
Region 11	11
Region 12	12
Region 13	13
Region 14	14
Region 15	15
Region 16	16
Region 17	17
Region 18	18
Region 19	19
Region 20	20
Region 21	21
Region 22	22
Region 23	23
Region 24	24
Region 25	25

D02	Veuillez indiquer dans quelle région vous habitez :

(ONE ANSWER ONLY)

	(2071-2073)
Region 1	1
Region 2	2
Region 3	3
Region 4	4
Region 5	5
Region 6	6
Region 7	7
Region 8	8
Region 9	9
Region 10	10
Region 11	11
Region 12	12
Region 13	13
Region 14	14
Region 15	15
Region 16	16
Region 17	17
Region 18	18
Region 19	19
Region 20	20
Region 21	21
Region 22	22
Region 23	23
Region 24	24
Region 25	25

Region 26	26
Region 27	27
Region 28	28
Region 29	29
Region 30	30
Region 31	31
Region 32	32
Region 33	33
Region 34	34
Region 35	35
Region 36	36
Region 37	37
Region 38	38
Region 39	39
Region 40	40
Region 41	41
Region 42	42
Region 43	43
Region 44	44
Region 45	45
Region 46	46
Region 47	47
Region 48	48
Region 49	49
Region 50	50
Region 51	51
Region 52	52
Region 53	53
Region 54	54
Region 55	55

Region 26	26
Region 27	27
Region 28	28
Region 29	29
Region 30	30
Region 31	31
Region 32	32
Region 33	33
Region 34	34
Region 35	35
Region 36	36
Region 37	37
Region 38	38
Region 39	39
Region 40	40
Region 41	41
Region 42	42
Region 43	43
Region 44	44
Region 45	45
Region 46	46
Region 47	47
Region 48	48
Region 49	49
Region 50	50
Region 51	51
Region 52	52
Region 53	53
Region 54	54
Region 55	55

Region 56	56
Region 57	57
Region 58	58
Region 59	59
Region 60	60
Region 61	61
Region 62	62
Region 63	63
Region 64	64
Region 65	65
Region 66	66
Region 67	67
Region 68	68
Region 69	69
Region 70	70
Region 71	71
Region 72	72
Region 73	73
Region 74	74
Region 75	75
Region 76	76
Region 77	77
Region 78	78
Region 79	79
Region 80	80
Region 81	81
Region 82	82
Region 83	83
Region 84	84
Region 85	85

Region 56	56
Region 57	57
Region 58	58
Region 59	59
Region 60	60
Region 61	61
Region 62	62
Region 63	63
Region 64	64
Region 65	65
Region 66	66
Region 67	67
Region 68	68
Region 69	69
Region 70	70
Region 71	71
Region 72	72
Region 73	73
Region 74	74
Region 75	75
Region 76	76
Region 77	77
Region 78	78
Region 79	79
Region 80	80
Region 81	81
Region 82	82
Region 83	83
Region 84	84
Region 85	85

Region 86	86
Region 87	87
Region 88	88
Region 89	89
Region 90	90
Region 91	91
Region 92	92
Region 93	93
Region 94	94
Region 95	95
Region 96	96
Region 97	97
Region 98	98
Region 99	99
Region 100	100
Region 101	101
Region 102	102
Region 103	103
Region 104	104
Region 105	105
Region 106	106
Region 107	107
Region 108	108
Region 109	109
Region 110	110
Region 111	111
Region 112	112
Region 113	113
Region 114	114
Region 115	115

Region 86	86
Region 87	87
Region 88	88
Region 89	89
Region 90	90
Region 91	91
Region 92	92
Region 93	93
Region 94	94
Region 95	95
Region 96	96
Region 97	97
Region 98	98
Region 99	99
Region 100	100
Region 101	101
Region 102	102
Region 103	103
Region 104	104
Region 105	105
Region 106	106
Region 107	107
Region 108	108
Region 109	109
Region 110	110
Region 111	111
Region 112	112
Region 113	113
Region 114	114
Region 115	115

Region 116	116
Region 117	117
Region 118	118
Region 119	119
Region 120	120
Region 121	121
Region 122	122
Region 123	123
Region 124	124
Region 125	125
Region 126	126
Region 127	127
Region 128	128
Region 129	129
Region 130	130
Region 131	131
Region 132	132
Region 133	133
Region 134	134
Region 135	135
Region 136	136
Region 137	137
Region 138	138
Region 139	139
Region 140	140
Region 141	141
Region 142	142
Region 143	143
Region 144	144
Region 145	145

Region 116	116
Region 117	117
Region 118	118
Region 119	119
Region 120	120
Region 121	121
Region 122	122
Region 123	123
Region 124	124
Region 125	125
Region 126	126
Region 127	127
Region 128	128
Region 129	129
Region 130	130
Region 131	131
Region 132	132
Region 133	133
Region 134	134
Region 135	135
Region 136	136
Region 137	137
Region 138	138
Region 139	139
Region 140	140
Region 141	141
Region 142	142
Region 143	143
Region 144	144
Region 145	145

Region 146	146
Region 147	147
Region 148	148
Region 149	149
Region 150	150
Region 151	151
Region 152	152
Region 153	153
Region 154	154
Region 155	155
Region 156	156
Region 157	157
Region 158	158
Region 159	159
Region 160	160
Region 161	161
Region 162	162
Region 163	163
Region 164	164
Region 165	165
Region 166	166
Region 167	167
Region 168	168
Region 169	169
Region 170	170
Region 171	171
Region 172	172
Region 173	173
Region 174	174
Region 175	175

Region 146	146
Region 147	147
Region 148	148
Region 149	149
Region 150	150
Region 151	151
Region 152	152
Region 153	153
Region 154	154
Region 155	155
Region 156	156
Region 157	157
Region 158	158
Region 159	159
Region 160	160
Region 161	161
Region 162	162
Region 163	163
Region 164	164
Region 165	165
Region 166	166
Region 167	167
Region 168	168
Region 169	169
Region 170	170
Region 171	171
Region 172	172
Region 173	173
Region 174	174
Region 175	175

Region 176	176
Region 177	177
Region 178	178
Region 179	179
Region 180	180
Region 181	181
Region 182	182
Region 183	183
Region 184	184
Region 185	185
Region 186	186
Region 187	187
Region 188	188
Region 189	189
Region 190	190
Region 191	191
Region 192	192
Region 193	193
Region 194	194
Region 195	195
Region 196	196
Region 197	197
Region 198	198
Region 199	199
Region 200	200
Don't know	201

NEW

Region 176	176
Region 177	177
Region 178	178
Region 179	179
Region 180	180
Region 181	181
Region 182	182
Region 183	183
Region 184	184
Region 185	185
Region 186	186
Region 187	187
Region 188	188
Region 189	189
Region 190	190
Region 191	191
Region 192	192
Region 193	193
Region 194	194
Region 195	195
Region 196	196
Region 197	197
Region 198	198
Region 199	199
Region 200	200
Ne sait pas	201

NEW

	D1: "NO ANSWER" NOT ALLOWED
D1	Please insert your gender

(2074)

Man	1
Woman	2

NEW
D2: "NO ANSWER" NOT ALLOWED
D2: MUST BE 15-45

D2	Pease insert your age

(2075-2076)

NEW

	D1: "SANS REPONSE" PAS AUTORISE
D1	Veuillez indiquer votre sexe

(2074)

Homme	1
Femme	2

NEW
D2: "SANS REPONSE" PAS AUTORISE
D2: DOIT ETRE 15-45

D2	Veuillez indiquer votre âge

(2075-2076)

NEW

D3a	Concerning your current occupation, please indicate if you are self-employed, an employee, a manual worker or without a professional activity

(ONE ANSWER ONLY)

	(2077)
Self-employed	1
Employee	2
Manual worker	3
Without a professional activity	4
Refusal	5

NEW

ASK D3b IF Self-employed, CODE 1 IN D3a

D3b	More precisely, are you...?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2078)
Farmer, forester, fisherman	1
Owner of shop, craftsman	2
Professional (lawyer, medical practitioner, accountant, architect,...)	3
Manager of a company	4
Other\ Refusal	5

NEW

D3a	Concernant votre occupation actuelle, veuillez indiquer si vous êtes de profession libérale\ Indépendant, salarié, ouvrier ou si vous êtes sans activité professionnelle

(UNE SEULE REPONSE)

	(2077)
Profession libérale\ Indépendant	1
Salarié	2
Ouvrier	3
Sans activité professionnelle	4
Refus	5

NEW

POSER D3b SI Profession libérale\ Indépendant, CODE 1 EN D3a

D3b	Plus précisément, êtes-vous ... ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2078)
Agriculteur, sylviculteur, pêcheur	1
Commerçant, artisan	2
De profession libérale (avocat, médecin, comptable, architecte, ...)	3
Chef d`entreprise	4
Autre\ Refus	5

NEW

ASK D3c IF Employee, CODE 2 IN D3a

D3c More precisely, are you...?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2079)
Professional (employed doctor, lawyer, accountant, architect, ...)	1
General management, director or top management	2
Middle management	3
Civil servant	4
Office clerk	5
Other employee (salesman, nurse, ...)	6
Other\ Refusal	7

NEW

POSER D3c SI Salarié, CODE 2 EN D3a

D3c Plus précisément, êtes-vous ... ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2079)
Cadre employé (médecin sous convention, avocat, comptable, architecte, ...)	1
Cadre supérieur/dirigeant d`entreprise	2
Cadre moyen	3
Fonctionnaire	4
Employé(e) de bureau	5
Autre salarié (commercial, infirmière, ...)	6
Autre\ Refus	7

NEW

ASK D3d IF Manual worker, CODE 3 IN D3a

D3d More precisely, are you...?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2080)
Supervisor\ foreman (team manager, ...)	1
Manual worker	2
Unskilled manual worker	3
Other\ Refusal	4

NEW

ASK D3e IF Without a professional activity, CODE 4 IN D3a

D3e More precisely, are you...?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2081)
Looking after the home	1
Student (full time)	2
Retired	3
Seeking a job	4
Other\ Refusal	5

NEW

POSER D3d SI Ouvrier, CODE 3 EN D3a

D3d Plus précisément, êtes-vous ... ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2080)
Superviseur\ agent de maîtrise (chef d'équipe, ...)	1
Ouvrier	2
Ouvrier non qualifié	3
Autre\ Refus	4

NEW

POSER D3e SI Sans activité professionnelle, CODE 4 EN D3a

D3e Plus précisément, êtes-vous ... ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2081)
Femme\ Homme au foyer	1
Etudiant (temps plein)	2
Retraité	3
A la recherche d`un emploi	4
Autre\ Refus	5

NEW

D4	Please indicate if you live in a...?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2082)
Rural area or village	1
Small or middle sized town	2
Large town	3
Don’t know	4

NEW

D5: CANNOT BE HIGHER THAN D2 (AGE)

D5	How old were you when you stopped full-time education?

	(2083)
SPECIFY	1
Still studying (full-time education)	2
Did not follow any education	3
Refuse to answer	4
Don’t know	5

NEW

D4	Veuillez indiquer si vous vivez … ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2082)
Dans une commune rurale	1
Dans une ville petite ou moyenne	2
Dans une grande ville	3
Ne sait pas	4

NEW

D5: NE PEUT PAS ETRE SUPERIEUR A D2 (AGE)

D5	A quel âge avez-vous arrêté vos études à temps complet ?

	(2083)
SPECIFIER	1
Etudie encore (études à plein temps)	2
N'a pas fait d'études	3
Refuse de répondre	4
Ne sait pas	5

NEW

D6	Have you got a mobile phone?		D6	Possédez-vous un téléphone mobile ?	
	(ONE ANSWER ONLY)			(UNE SEULE REPONSE)	
		(2084)			**(2084)**
	Yes	1		Oui	1
	No	2		Non	2
	NEW			NEW	
	D7a: MINIMUM = 01			D7a: MINIMUM = 01	
D7a	How many people aged 15 years or more live in your household, yourself included?		D7a	Combien de personnes âgées de 15 ans et plus vivent dans votre foyer, y compris vous-même ?	
		(2085)			**(2085)**
	SPECIFY	1		SPECIFIER	1
	Refuse to answer	2		Refuse de répondre	2
	Don’t know	3		Ne sait pas	3
	NEW			NEW	
D7b	How many children less than 10 years old live in your household?		D7b	Combien d’enfants de moins de 10 ans vivent dans votre foyer ?	
		(2086)			**(2086)**
	SPECIFY	1		SPECIFIER	1
	Refuse to answer	2		Refuse de répondre	2
	Don’t know	3		Ne sait pas	3
	NEW			NEW	

D7c	And finally, how many children aged 10 to 14 years old live in your household?	
		(2087)
	SPECIFY	1
	Refuse to answer	2
	Don’t know	3

NEW

I1	Please indicate how often you…

(ONE ANSWER ONLY)

		Several times a day	At least once a day	At least once a week	Less than once a week	Don't know
(2088) 1	Use the Internet	1	2	3	4	5

NEW

D7c	Et pour terminer, combien d’enfants de 10 à 14 ans vivent dans votre foyer ?	
		(2087)
	SPECIFIER	1
	Refuse de répondre	2
	Ne sait pas	3

NEW

I1	Veuillez indiquer à quelle fréquence vous …

(UNE SEULE REPONSE)

		Plusieurs fois par jour	Au moins une fois par jour	Au moins une fois par semaine	Moins d’une fois par semaine	Ne sait pas
(2088) 1	Utilisez Internet	1	2	3	4	5

NEW

I2	Do you totally agree, tend to agree, tend to disagree or totally disagree with each of the following statements:

(ONE ANSWER ONLY)

		Totally agree	Tend to agree	Tend to disagree	Totally disagree	Don't know
1	Your Internet connection never or almost never cuts out	1	2	3	4	5
2	The speed of your Internet connection/downloading speed remains constant	1	2	3	4	5

(2089)

(2090)

NEW

I2	Etes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des affirmations suivantes :

(UNE SEULE REPONSE)

		Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Ne sait pas
1	Votre connexion Internet ne coupe jamais ou presque jamais	1	2	3	4	5
2	La vitesse de votre connexion Internet / de téléchargement est constante	1	2	3	4	5

(2089)

(2090)

NEW

I3	Do you ever express your opinion on the Internet or on online social media? Please indicate if you do this…

(ONE ANSWER ONLY)

	(2091)
Often	1
Occasionally	2
Rarely	3
Never	4
Don't know	5

NEW

I4a	What equipment do you use most often to access the Internet?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2092)
A computer (desk-top or portable computer, notebook)	1
A touchscreen tablet	2
A Smartphone	3
A television	4
A connected watch	5
Other	6
Don't know	7

NEW

I3	Exprimez-vous votre opinion sur Internet ou les réseaux sociaux en ligne ? Veuillez indiquer si vous le faites …

(UNE SEULE REPONSE)

	(2091)
Souvent	1
De temps en temps	2
Rarement	3
Jamais	4
Ne sait pas	5

NEW

I4a	Quel appareil utilisez-vous le plus souvent pour vous connecter à Internet ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2092)
Un ordinateur (de bureau, portable ou notebook)	1
Une tablette tactile	2
Un smartphone	3
Une télévision	4
Une montre connectée	5
Autre	6
Ne sait pas	7

NEW

QI4b: ITEM MENTIONED IN QI4a CANNOT BE PROPOSED IN QI4b (except code 6)

QI4b: IF CODE 7 IN QI4a THEN QI4b IS SKIPPED

I4b	What other equipments do you use to access the Internet?	
	(MULTIPLE ANSWERS POSSIBLE)	
		(2093-2100)
	A computer (desk-top or portable computer, notebook)	1,
	A touchscreen tablet	2,
	A Smartphone	3,
	A television	4,
	A connected watch	5,
	Other	6,
	None	7,
	Don't know	8,

NEW

QI4b: ITEM MENTIONNE EN QI4a NE PEUT PAS ETRE PROPOSE EN QI4b (excepté code 6)

QI4b: SI CODE 7 EN QI4a ALORS QI4b N'EST PAS POSEE

I4b	Quels autres appareils utilisez-vous pour vous connecter à Internet ?	
	(PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)	
		(2093-2100)
	Un ordinateur (de bureau, portable ou notebook)	1,
	Une tablette tactile	2,
	Un smartphone	3,
	Une télévision	4,
	Une montre connectée	5,
	Autre	6,
	Aucun	7,
	Ne sait pas	8,

NEW

I5	Do you see yourself and your household belonging to…?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2101)
The working class of society	1
The lower middle class of society	2
The middle class of society	3
The upper middle class of society	4
The higher class of society	5
Other	6
None	7
Refusal	8
Don’t know	9

NEW

I5	Vous considérez-vous et votre foyer comme appartenant à … ?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2101)
La classe ouvrière de la société	1
La classe moyenne inférieure de la société	2
La classe moyenne de la société	3
La classe moyenne suppérieure de la société	4
La classe la plus élevée de la société	5
Autre	6
Aucun	7
Refus	8
Ne sait pas	9

NEW

MAIN QUESTIONNAIRE

QUESTIONNAIRE PRINCIPAL

SECTION A) FREQUENCY OF ONLINE CONSUMPTION OF CULTURAL CONTENTS

ASK ALL

Q1: ROTATE ITEMS 1 TO 4

Q1 How frequently do you use the Internet to consume or access the following types of online content in digital/electronic format (i.e. NOT in a physical form such as a CD or DVD)?

(ONE ANSWER ONLY)

			Every day or so	Several times per week	Several times per month	Once a month or less	Never	Don't know
(2142)	1	Music (including music videos)	1	2	3	4	5	6
(2143)	2	Films, TV series	1	2	3	4	5	6
(2144)	3	Images (e.g. photos, reproductions of paintings, drawings, etc.)	1	2	3	4	5	6
(2145)	4	Press, news	1	2	3	4	5	6

NEW

SECTION A) FREQUENCE DE CONSOMMATION DE CONTENUS CULTURELS EN LIGNE

A TOUS

Q1: ROTATION ITEMS 1 A 4

Q1 A quelle fréquence utilisez-vous Internet pour consommer ou accéder aux types de contenus en ligne suivants, sous forme électronique ou numérique (c.-à-d. PAS via un support physique comme un CD ou un DVD) ?

(UNE SEULE REPONSE)

			Chaque jour ou presque	Plusieurs fois par semaine	Plusieurs fois par mois	Une fois par mois ou moins	Jamais	Ne sait pas
(2142)	1	De la musique (y compris des clips vidéo)	1	2	3	4	5	6
(2143)	2	Des films ou séries télévisées	1	2	3	4	5	6
(2144)	3	Des images (p.ex. photos, reproductions de peinture, dessins, etc.)	1	2	3	4	5	6
(2145)	4	La presse, l'actualité	1	2	3	4	5	6

NEW

ROTATE SECTIONS B,C,D,E

ROTATION DES SECTIONS B,C,D,E

SECTION B) MUSIC

ASK Q2-Q5b TO RESPONDENTS WHO ACCESS MUSIC IN DIGITAL/ ELECTRONIC FORMAT, CODES 1,2,3,4,6 IN Q1.1 – OTHERS GO TO Q6

Q2: ROTATE/PERMUTE ITEMS 1-5 (ITEMS 1+2 ALWAYS TOGETHER) AND (ITEMS 4+5 ALWAYS TOGETHER)

TO RESPONDENTS: This section refers to the music and music videos you access online.

Q2	When you access music online, do you…	
	(ONE ANSWER ONLY)	
		(2166)
	Only use free services	1
	Mainly use free services	2
	Use both free services and services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	3
	Mainly use services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	4
	Only use services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	5
	Don't know	6

NEW

SECTION B) MUSIQUE

POSER Q2-Q5b AUX REPONDANTS QUI ECOUTENT DE LA MUSIQUE SOUS FORME NUMERIQUE/ELECTRONIQUE, CODES 1,2,3,4,6 EN Q1.1 – LES AUTRES ALLER A Q6

Q2: ROTATION/PERMUTATION ITEMS 1-5 (ITEMS 1+2 TOUJOURS ENSEMBLE) ET (ITEMS 4+5 TOUJOURS ENSEMBLE)

AUX PERSONNES INTERROGEES: Cette section concerne la musique et les clips vidéos auxquels vous accédez en ligne.

Q2	Lorsque vous accédez à de la musique en ligne, est-ce que vous…	
	(UNE SEULE REPONSE)	
		(2166)
	Utilisez uniquement des services gratuits	1
	Utilisez principalement des services gratuits	2
	Utilisez des services gratuits ainsi que des services payants (p.ex. au téléchargement ou par abonnement)	3
	Utilisez principalement des services payants (p.ex. au téléchargement ou par abonnement)	4
	Utilisez uniquement des services payants (p.ex. au téléchargement ou par abonnement)	5
	Ne sait pas	6

NEW

Q3a: ROTATE ITEMS 1-6

Q3a	What type of service do you use the most often to access music online?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2167)
Video or music sharing websites where you can find a variety of music/videos uploaded by individual users, artists or companies	1
Professional music streaming services (free or paid) that enable you to listen to music over the Internet	2
Digital stores from which you can download music that you can store permanently on your device	3
Online social media that provide links to music or music videos	4
Online radio stations	5
Internet radio services providing access to a selection of music or radio stations	6
Other	7
Don't know	8

NEW

Q3a: ROTATION ITEMS 1-6

Q3a	Quel type de service utilisez-vous le plus souvent pour accéder à de la musique en ligne ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2167)
Des sites Internet de partage de vidéos ou de musique où l'on trouve une variété de musiques/vidéos mises en ligne par des utilisateurs particuliers, des artistes ou des entreprises	1
Des services professionnels de musique en streaming (gratuits ou payants) qui permettent d'écouter de la musique en ligne	2
Des boutiques en ligne d'où vous pouvez télécharger de la musique et l'enregistrer de façon permanente sur votre appareil	3
Des réseaux sociaux en ligne où figurent des liens vers de la musique ou des clips vidéo	4
Des stations de radio en ligne	5
Des services de radio par Internet donnant accès à une sélection de musiques ou de stations de radio	6
Autre	7
Ne sait pas	8

NEW

Q3b: ITEM MENTIONED IN Q3a CANNOT BE PROPOSED IN Q3b (except code 7)	Q3b: ITEM MENTIONNE EN Q3a NE PEUT PAS ETRE PROPOSE EN Q3b (excepté code 7)
Q3b: IF CODE 8 IN Q3a THEN Q3b IS SKIPPED	Q3b: SI CODE 8 EN Q3a ALORS Q3b N'EST PAS POSEE
Q3b: MAX. 3 ANSWERS	Q3b: MAX. 3 REPONSES
Q3b: CODE 8 IS EXCLUSIVE	Q3b: CODE 8 EST EXCLUSIF
Q3b: ROTATE ITEMS 1-6	Q3b: ROTATION ITEMS 1-6

Q3b	Do you also sometimes use any other types of services to access music online?	Q3b	Utilisez-vous aussi parfois d'autres types de services pour accéder à de la musique en ligne ?
	(MAX. 3 ANSWERS)		(MAX. 3 REPONSES)

	(2168-2176)		**(2168-2176)**
Video or music sharing websites where you can find a variety of music/videos uploaded by individual users, artists or companies	1,	Des sites Internet de partage de vidéos ou de musique où l'on trouve une variété de musiques/vidéos mises en ligne par des utilisateurs particuliers, des artistes ou des entreprises	1,
Professional music streaming services (free or paid) that enable you to listen to music over the Internet	2,	Des services professionnels de musique en streaming (gratuits ou payants) qui permettent d'écouter de la musique en ligne	2,
Digital stores from which you can download music that you can store permanently on your device	3,	Des boutiques en ligne d'où vous pouvez télécharger de la musique et l'enregistrer de façon permanente sur votre appareil	3,
Online social media that provide links to music or music videos	4,	Des réseaux sociaux en ligne où figurent des liens vers de la musique ou des clips vidéo	4,
Online radio stations	5,	Des stations de radio en ligne	5,
Internet radio services providing access to a selection of music or radio stations	6,	Des services de radio par Internet donnant accès à une sélection de musiques ou de stations de radio	6,
Other	7,	Autre	7,

None	8,
Don’t know	9,

NEW

Q4	Please name the services you use most often to access music online

(2177)

SPECIFY	1
Don't know	2

NEW

Aucun	8,
Ne sait pas	9,

NEW

Q4	Veuillez indiquer le nom des services que vous utilisez le plus souvent pour accéder à de la musique en ligne

(2177)

SPECIFIER	1
Ne sait pas	2

NEW

Q5a: ROTATE ITEMS 1-8

Q5a	Which of the following criteria is the most important to you when choosing the service you use to access music?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2178-2179)
Streaming of music is not interrupted by ads	1
Service offers both streaming and downloading, either directly or by using a freely available tool (stream ripping)	2
Service does not require you to register	3
Service is free	4
Service allows users to listen to music and also to watch music videos	5
Service provides recommendations, new releases, top tracks, playlists, etc.	6
Service offers good quality audio/video	7
Service is bundled with one of your subscriptions, e.g. with your telecom operator	8
Other	9
Don't know	10

NEW

Q5a: ROTATION ITEMS 1-8

Q5a	Quel critère, parmi les suivants, est le plus important pour vous dans le choix du service que vous utilisez pour accéder à de la musique en ligne?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2178-2179)
L'écoute de la musique en streaming n'est pas interrompue par des publicités	1
Le service offre à la fois l'écoute en streaming et le téléchargement, directement ou via un outil disponible gratuitement (téléchargement de flux ou "stream ripping")	2
Le service ne nécessite pas d'inscription	3
Le service est gratuit	4
Le service permet d'écouter de la musique et aussi de regarder des clips vidéo	5
Le service propose des recommandations, des actualités, un classement des meilleurs morceaux, des playlists, etc.	6
Le service offre une bonne qualité audio/vidéo	7
Le service est compris dans une de vos offres d'abonnement, p.ex. auprès de votre opérateur télécom	8
Autre	9
Ne sait pas	10

NEW

Q5b: ITEM MENTIONED IN Q5a CANNOT BE PROPOSED IN Q5b (except code 9)	Q5b: ITEM MENTIONNE EN Q5a NE PEUT PAS ETRE PROPOSE EN Q5b (excepté code 9)
Q5b: IF CODE 10 IN Q5a THEN Q5b IS SKIPPED	Q5b: SI CODE 10 EN Q5a ALORS Q5b N'EST PAS POSEE
Q5b: MAX. 3 ANSWERS	Q5b: MAX. 3 REPONSES
Q5b: CODE 10 IS EXCLUSIVE	Q5b: CODE 10 EST EXCLUSIF
Q5b: ROTATE ITEMS 1-8	Q5b: ROTATION ITEMS 1-8

Q5b	Which other criteria are important to you when choosing the service you use to access music online?	Q5b	Quels autres critères sont importants dans le choix de services que vous utilisez pour accéder à de la musique en ligne ?
	(MAX 3. ANSWERS)		(MAX 3. REPONSES)

	(2180-2190)		**(2180-2190)**
Streaming of music is not interrupted by ads	1,	L'écoute de la musique en streaming n'est pas interrompue par des publicités	1,
Service offers both streaming and downloading, either directly or by using a freely available tool (stream ripping)	2,	Le service offre à la fois l'écoute en streaming et le téléchargement, directement ou via un outil disponible gratuitement (téléchargement de flux ou "stream ripping")	2,
Service does not require you to register	3,	Le service ne nécessite pas d'inscription	3,
Service is free	4,	Le service est gratuit	4,
Service allows users to listen to music and also to watch music videos	5,	Le service permet d'écouter de la musique et aussi de regarder des clips vidéo	5,
Service provides recommendations, new releases, top tracks, playlists, etc.	6,	Le service propose des recommandations, des actualités, un classement des meilleurs morceaux, des playlists, etc.	6,
Service offers good quality audio/video	7,	Le service offre une bonne qualité audio/vidéo	7,

Service is bundled with one of your subscriptions, e.g. with your telecom operator	8,
Other	9,
None	10,
Don’t know	11,

NEW

Le service est compris dans une de vos offres d’abonnement, p.ex. auprès de votre opérateur télécom	8,
Autre	9,
Aucun	10,
Ne sait pas	11,

NEW

SECTION C) FILM AND TV SERIES

SECTION C) FILM ET SERIES TELEVISEES

ASK Q6-Q9b TO RESPONDENTS WHO ACCESS FILM AND TV SERIES IN DIGITAL/ ELECTRONIC FORMAT, CODES 1,2,3,4,6 IN Q1.2 – OTHERS GO TO Q10

Q6: ROTATE/PERMUTE ITEMS 1-5 (ITEMS 1+2 ALWAYS TOGETHER) AND (ITEMS 4+5 ALWAYS TOGETHER)

TO RESPONDENTS: This section refers to films and TV series you access online. More specifically, it does NOT relate to other types of content such as TV shows, user-created videos, etc.

Q6	When you access films or TV series online, do you…

(ONE ANSWER ONLY)

	(2211)
Only use free services	1
Mainly use free services	2
Use both free services and services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	3
Mainly use services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	4
Only use services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	5
Don't know	6

NEW

POSER Q6-Q9b AUX REPONDANTS QUI CONSULTENT DES FILMS ET DES SERIES TELEVISEES SOUS FORME ELECTRONIQUE/NUMERIQUE, CODES 1,2,3,4,6 EN Q1.2 – LES AUTRES ALLER A Q10

Q6: ROTATION/PERMUTATION ITEMS 1-5 (ITEMS 1+2 TOUJOURS ENSEMBLE) ET (ITEMS 4+5 TOUJOURS ENSEMBLE)

AUX PERSONNES INTERROGEES: Cette section concerne les films ou séries télévisées auxquels vous accédez en ligne. Plus spécifiquement, elle ne concerne PAS les autres types de contenus, comme les émissions télévisées, les vidéos créées par des utilisateurs particuliers, etc.

Q6	Lorsque vous accédez à des films ou des séries télévisées en ligne, est-ce que vous…

(UNE SEULE REPONSE)

	(2211)
Utilisez uniquement des services gratuits	1
Utilisez principalement des services gratuits	2
Utilisez des services gratuits ainsi que des services payants (p.ex. au téléchargement ou par abonnement)	3
Utilisez principalement des services payants (p.ex. au téléchargement ou par abonnement)	4
Utilisez uniquement des services payants (p.ex. au téléchargement ou par abonnement)	5
Ne sait pas	6

NEW

Q7a: ROTATE ITEMS 1-6

Q7a	What type of service do you use the most often to access films or TV series online?

(ONE ANSWER ONLY)

		(2212)
Video-sharing websites where you can find films and TV series uploaded by individual users, artists or companies	1	
Professional film and TV series streaming services (free or paid) that allow you to watch films or TV series online	2	
Broadcasters' online TV services (including catch-up and on-demand services)	3	
Digital stores, from which you can download films and TV series that you can permanently save on your device	4	
Online platforms, providing access to a selection of TV channels or video on demand services	5	
Online social media, that provide links to films or TV series	6	
Other	7	
Don't know	8	

NEW

Q7a: ROTATION ITEMS 1-6

Q7a	Quel type de services utilisez-vous le plus souvent pour accéder à des films ou des séries télévisées en ligne ?

(UNE SEULE REPONSE)

		(2212)
Des sites Internet de partage de vidéos où l'on trouve des films et séries télévisées mis en ligne par des utilisateurs particuliers, des artistes ou des entreprises	1	
Des services professionnels de streaming de films et séries télévisées (gratuits ou payants) qui permettent de regarder des films ou des séries télévisées en ligne	2	
Des services de télévision en ligne de radio-diffuseurs (y compris les services d'accès en différé « replay » et à la demande)	3	
Des boutiques en ligne d'où vous pouvez télécharger des films et des séries télévisées et les enregistrer de façon permanente sur votre appareil	4	
Des plateformes en ligne permettant d'accéder à une sélection de chaînes de télévision et de services de vidéo à la demande	5	
Des réseaux sociaux en ligne où figurent des liens vers des films ou des séries télévisées	6	
Autre	7	
Ne sait pas	8	

NEW

Q7b: ITEM MENTIONED IN Q7a CANNOT BE PROPOSED IN Q7b (except code 7)	Q7b: ITEM MENTIONNE EN Q7a NE PEUT PAS ETRE PROPOSE EN Q7b (excepté code 7)
Q7b: IF CODE 8 IN Q7a THEN Q7b IS SKIPPED	Q7b: SI CODE 8 EN Q7a ALORS Q7b N'EST PAS POSEE
Q7b: MAX. 3 ANSWERS	Q7b: MAX. 3 REPONSES
Q7b: CODE 8 IS EXCLUSIVE	Q7b: CODE 8 EST EXCLUSIF
Q7b: ROTATE ITEMS 1-6	Q7b: ROTATION ITEMS 1-6

Q7b	Do you also sometimes use other types of service to access films or TV series online?	Q7b	Utilisez-vous parfois d'autres types de services pour accéder à des films ou des séries télévisées en ligne ?
	(MAX. 3 ANSWERS)		(MAX. 3 REPONSES)

	(2213-2221)		**(2213-2221)**
Video sharing websites where you can find a variety of films and TV series uploaded by individual users, artists or companies	1,	Des sites Internet de partage de vidéos où l'on trouve des films et séries télévisées mis en ligne par des utilisateurs particuliers, des artistes ou des entreprises	1,
Professional film and TV series streaming services (free or paid) that allow you to watch films or TV series online	2,	Des services professionnels de streaming de films/séries télévisées (gratuits ou payants) qui permettent de regarder des films ou des séries télévisées en ligne	2,
Broadcasters' online TV services (including catch-up and on-demand services)	3,	Des services de télévision en ligne de radiodiffuseurs (y compris les services d'accès en différé « replay » et à la demande)	3,
Digital stores, from which you can download films or TV series that you can permanently save on your device	4,	Des boutiques en ligne d'où l'on peut télécharger des films et des séries télévisées et les conserver de façon permanente sur son appareil	4,

Online platforms, providing access to a selection of TV channels or video on demand services	5,	Des plateformes en ligne permettant d'accéder à une sélection de chaînes de télévision et de services de vidéo à la demande	5,
Online social media, that provide links to films or TV series	6,	Des réseaux sociaux en ligne où figurent des liens vers des films ou des séries télévisées	6,
Other	7,	Autre	7,
None	8,	Aucun	8,
Don’t know	9,	Ne sait pas	9,

NEW

NEW

Q8	Please name the services you use most often to access films or TV series online	
	(2222)	
SPECIFY	1	
Don't know	2	

Q8	Veuillez indiquer le nom des services que vous utilisez le plus souvent pour accéder à des films ou des séries télévisées en ligne	
	(2222)	
SPECIFIER	1	
Ne sait pas	2	

NEW

NEW

Q9a: ROTATE ITEMS 1-7

Q9a	Which of the following criteria is the most important to you when choosing the service you use to access films or TV series online?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2223)
Streaming is not interrupted by ads	1
Service offers both streaming and downloading, either directly or by using a freely available tool (stream ripping)	2
Service does not require you to register	3
Service is free	4
Service offers you a large catalogue and wide variety of films and TV series	5
Service provides recommendations, new releases, most viewed content, etc.	6
Service offers good quality audio/video	7
Other	8
Don’t know	9

NEW

Q9a: ROTATION ITEMS 1-7

Q9a	Quel critère, parmi les suivants, est le plus important pour vous dans le choix du service que vous utilisez pour accéder à des films ou des séries télévisées ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2223)
Le visionnage en streaming n’est pas interrompu par des publicités	1
Le service offre à la fois le visionnage en streaming et le téléchargement, directement ou via un outil disponible gratuitement (téléchargement de flux ou “stream ripping”)	2
Le service ne nécessite pas d’inscription	3
Le service est gratuit	4
Le service propose un catalogue important et une grande variété de films ou de séries télévisées	5
Le service propose des recommandations, des actualités, un classement des meilleurs contenus, etc.	6
Le service offre une bonne qualité audio/vidéo	7
Autre	8
Ne sait pas	9

NEW

Q9b: ITEM MENTIONED IN Q9a CANNOT BE PROPOSED IN Q9b (except code 8)	Q9b: ITEM MENTIONNE EN Q9a NE PEUT PAS ETRE PROPOSE EN Q9b (excepté code 8)
Q9b: IF CODE 9 IN Q9a THEN Q9b IS SKIPPED	Q9b: SI CODE 9 EN Q9a ALORS Q9b N'EST PAS POSEE
Q9b: MAX. 3 ANSWERS	Q9b: MAX. 3 REPONSES
Q9b: CODE 9 IS EXCLUSIVE	Q9b: CODE 9 EST EXCLUSIF
Q9b: ROTATE ITEMS 1-7	Q9b: ROTATION ITEMS 1-7

Q9b	Which other criteria are important to you when choosing the service you use to access films or TV series online?		Q9b	Quels autres critères sont importants dans le choix de services que vous utilisez pour accéder à des films ou des séries télévisées ?	
	(MAX. 3 ANSWERS)			(MAX. 3 REPONSES)	
		(2224-2233)			**(2224-2233)**
	Streaming is not interrupted by ads	1,		Le visionnage en streaming n’est pas interrompu par des publicités	1,
	Service offers both streaming and downloading, either directly or by using a freely	2,		Le service offre à la fois le visionnage en streaming et le téléchargement, directement ou via un outil disponible gratuitement (téléchargement de flux ou “stream ripping”)	2,
	Service does not require you to register	3,		Le service ne nécessite pas d’inscription	3,
	Service is free	4,		Le service est gratuit	4,
	Service offers you a large catalogue and wide variety of films and TV series	5,		Le service propose un catalogue important et une grande variété de films ou de séries télévisées	5,
	Service provides recommendations, new releases, most viewed content, etc.	6,		Le service propose des recommandations, des actualités, un classement des meilleurs contenus, etc.	6,
	Service offers good quality audio/video	7,		Le service offre une bonne qualité audio/vidéo	7,
	Other	8,		Autre	8,

None	9,
Don’t know	10,

NEW

Aucun	9,
Ne sait pas	10,

NEW

SECTION D) IMAGES

ASK Q10-Q14b TO RESPONDENTS WHO ACCESS IMAGES IN DIGITAL/ ELECTRONIC FORMAT, CODES 1,2,3,4,6 IN Q1.3 – OTHERS GO TO Q15

Q10: ROTATE/PERMUTE ITEMS 1-5 (ITEMS 1+2 ALWAYS TOGETHER) AND (ITEMS 4+5 ALWAYS TOGETHER)

TO RESPONDENTS: This section refers to the images you access online.

Q10 When you access images online, do you…

(ONE ANSWER ONLY)

	(2254)
Only use free services	1
Mainly use free services	2
Use both free services and services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	3
Mainly use services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	4
Only use services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	5
Don't know	6

NEW

SECTION D) IMAGES

POSER Q10-Q14b AUX REPONDANTS QUI CONSULTENT DES IMAGES SOUS FORME ELECTRONIQUE/NUMERIQUE, CODES 1,2,3,4,6 EN Q1.3 – LES AUTRES ALLER A Q15

Q10: ROTATION/PERMUTATION ITEMS 1-5 (ITEMS 1+2 TOUJOURS ENSEMBLE) ET (ITEMS 4+5 TOUJOURS ENSEMBLE)

AUX PERSONNES INTERROGEES: Cette section concerne les images auxquelles vous accédez en ligne.

Q10 Lorsque vous accédez à des images en ligne, est-ce que vous…

(UNE SEULE REPONSE)

	(2254)
Utilisez uniquement des services gratuits	1
Utilisez principalement des services gratuits	2
Utilisez des services gratuits ainsi que des services payants (p.ex. au téléchargement ou par abonnement)	3
Utilisez principalement des services payants (p.ex. au téléchargement ou par abonnement)	4
Utilisez uniquement des services payants (p.ex. au téléchargement ou par abonnement)	5
Ne sait pas	6

NEW

Q11: ROTATE ITEMS 1-4

Q11 How do you access images online the most often?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2255)
Via search engines	1
Via websites where users can share images	2
Via professional photo websites or image banks	3
Via online social media	4
Other	5
Don’t know	6

NEW

Q11: ROTATON ITEMS 1-4

Q11 De quelle façon accédez-vous le plus souvent à des images en ligne ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2255)
Via des moteurs de recherche	1
Via des sites Internet de partage d’images entre utilisateurs	2
Via des sites Internet professionnels de photos ou des banques d’images	3
Via les réseaux sociaux en ligne	4
Autre	5
Ne sait pas	6

NEW

Q12	When you use a search engine to find and access images online, what do you do the most often once you obtain the search engine results?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2256)
You view and use the images only on the search engine results page (without accessing the websites referenced in the results)	1
You use the results of the search engine to access the websites where the images are located	2
Other	3
You never use a search engine to find and access images	4
Don’t know	5

NEW

Q13	Please name the services / search engines you use most often to find and access images online

	(2257)
SPECIFY	1
Don't know	2

NEW

Q12	Lorsque vous utilisez un moteur de recherche pour chercher et accéder à des images en ligne, que faites-vous le plus souvent ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2256)
Vous regardez et utilisez les images uniquement sur la page de résultats du moteur de recherche (sans accéder aux sites Internet référencés dans les résultats)	1
Vous utilisez les résultats du moteur de recherche pour accéder aux sites Internet où les images sont localisées	2
Autre	3
Vous n’utilisez jamais de moteur de recherche pour chercher et accéder à des images	4
Ne sait pas	5

NEW

Q13	Veuillez indiquer le nom des services / moteurs de recherche que vous utilisez le plus souvent pour chercher et accéder à des images en ligne

	(2257)
SPECIFIER	1
Ne sait pas	2

NEW

Q14a: ROTATE ITEMS 1-4

Q14a Which of the following criteria is the most important to you when choosing the service you use to find and access images online?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2258)
Service does not require you to register	1
Service is free	2
Service provides a quick browse and selection of images coming from different webpages	3
Service provides high quality professional images (size, proportions, etc.)	4
Other	5
Don’t know	6

NEW

Q14a: ROTATION ITEMS 1-4

Q14a Quel critère, parmi les suivants, est le plus important dans le choix du service que vous utilisez pour chercher et accéder à des images en ligne ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2258)
Le service ne nécessite pas d’inscription	1
Le service est gratuit	2
Le service propose une sélection et un aperçu rapide d’images provenant de différentes pages Internet	3
Le service propose des images de haute qualité professionnelle (taille, proportions, etc.)	4
Autre	5
Ne sait pas	6

NEW

Q14b: ITEM MENTIONED IN Q14a CANNOT BE PROPOSED IN Q14b (except code 5)	Q14b: ITEM MENTIONNE EN Q14a NE PEUT PAS ETRE PROPOSE EN Q14b (excepté code 5)
Q14b: IF CODE 6 IN Q14a THEN Q14b IS SKIPPED	Q14b: SI CODE 6 EN Q14a ALORS Q14b N'EST PAS POSEE
Q14b: MAX. 3 ANSWERS	Q14b: MAX. 3 REPONSES
Q14b: CODE 6 IS EXCLUSIVE	Q14b: CODE 6 EST EXCLUSIF
Q14b: ROTATE ITEMS 1-4	Q14b: ROTATION ITEMS 1-4

Q14b	Which other criteria are important to you when choosing the service that you use to find and access images online?	Q14b	Quels autres critères sont importants dans le choix de services que vous utilisez pour chercher et accéder à des images en ligne ?
	(MAX. 3 ANSWERS)		(MAX. 3 REPONSES)

	(2259-2265)		**(2259-2265)**
Service does not require you to register	1,	Le service ne nécessite pas d'inscription	1,
Service is free	2,	Le service est gratuit	2,
Service provides a quick browse and selection of images coming from different webpages	3,	Le service propose une sélection et un aperçu rapide d'images provenant de différentes pages Internet	3,
Service provides high quality professional images (size, proportions, etc.)	4,	Le service propose des images de haute qualité professionnelle (taille, proportions, etc.)	4,
Other	5,	Autre	5,
None	6,	Aucun	6,
Don't know	7,	Ne sait pas	7,

NEW	NEW

SECTION E) PRESS AND NEWS

ASK Q15-Q19b TO RESPONDENTS WHO ACCESS NEWS IN DIGITAL/ ELECTRONIC FORMAT, CODES 1,2,3,4,6 IN Q1.4

Q15: ROTATE/PERMUTE ITEMS 1-5 (ITEMS 1+2 ALWAYS TOGETHER) AND (ITEMS 4+5 ALWAYS TOGETHER)

TO RESPONDENTS: This section refers to the news you access online.

Q15 When you read the news online, do you…

(ONE ANSWER ONLY)

		(2286)
Only use free services	1	
Mainly use free services	2	
Use both free services and services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	3	
Mainly use services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	4	
Only use services where you have to pay (e.g. per download or through a subscription)	5	
Don't know	6	

NEW

SECTION E) PRESSE ET ACTUALITE

POSER Q15-Q19b AUX REPONDANTS QUI CONSULTENT LES ACTUALITES SOUS FORME ELECTRONIQUE/NUMERIQUE, CODES 1,2,3,4,6 EN Q1.4

Q15: ROTATION/PERMUTATION ITEMS 1-5 (ITEMS 1+2 TOUJOURS ENSEMBLE) ET (ITEMS 4+5 TOUJOURS ENSEMBLE)

AUX PERSONNES INTERROGEES: Cette section concerne l'actualité à laquelle vous accédez en ligne.

Q15 Lorsque vous lisez l'actualité en ligne, est-ce que vous…

(UNE SEULE REPONSE)

		(2286)
Utilisez uniquement des services gratuits	1	
Utilisez principalement des services gratuits	2	
Utilisez des services gratuits ainsi que des services payants (p. ex. au téléchargement ou par abonnement)	3	
Utilisez principalement des services payants (p. ex. au téléchargement ou par abonnement)	4	
Utilisez uniquement des services payants (p. ex. au téléchargement ou par abonnement)	5	
Ne sait pas	6	

NEW

Q16: ROTATE ITEMS 1-4

Q16	What are the services you mainly use to read the news online?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2287)
Online news aggregation services, providing extracts and links to articles from a variety of newspapers' websites	1
Online social media	2
The website or app of newspapers and magazines	3
Search engines	4
Other	5
Don't know	6

NEW

Q16: ROTATION ITEMS 1-4

Q16	Quels sont les services que vous utilisez principalement pour lire l'actualité en ligne ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2287)
Des services d'agrégateur d'actualités en ligne, proposant des extraits et des liens vers des articles provenant des sites Internet de divers journaux	1
Les réseaux sociaux en ligne	2
Les sites Internet ou applications des journaux ou magazines	3
Des moteurs de recherche	4
Autre	5
Ne sait pas	6

NEW

Q17	When you access the news via news aggregators, online social media or search engines, what do you most often do?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2288)
Browse and read the main news of the day, without clicking on links to access the whole articles	1
Click on available links to read the whole articles on their original webpage	2
Other	3
You never access the news via news aggregators or online social media	4
Don’t know	5

NEW

Q18	Please name the websites (including websites of newspapers and magazines) and services (e.g. news aggregators, online social media, search engines) you use most often to read the news online

	(2289)
SPECIFY	1
Don't know	2

NEW

Q17	Lorsque vous accédez à de l’actualité en ligne via des agrégateurs d’actualités, des réseaux sociaux en ligne ou des moteurs de recherche, que faites-vous le plus souvent ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2288)
Vous lisez un aperçu des principales nouvelles de la journée sans cliquer sur les liens vers les articles dans leur intégralité	1
Vous cliquez sur les liens disponibles pour lire les articles dans leur intégralité sur leur page Internet d'origine	2
Autre	3
Vous n'accédez jamais à l’actualité en ligne via des agrégateurs d’actualités ou des réseaux sociaux en ligne	4
Ne sait pas	5

NEW

Q18	Veuillez indiquer le nom des sites Internet (y compris les sites Internet de journaux et magazines) et des services (p.ex. agrégateurs d’actualités, réseaux sociaux en ligne, moteurs de recherche) que vous utilisez le plus souvent pour lire l’actualité en ligne

	(2289)
SPECIFIER	1
Ne sait pas	2

NEW

Q19a: ROTATE ITEMS 1-7

Q19a | Which of the following criteria is the most important to you when choosing the service you use to read the news online?

(ONE ANSWER ONLY)

	(2290)
Opening or reading an article is not interrupted or disturbed by ads	1
Service does not require you to register	2
Service is free	3
Service provides comprehensive news coverage at a glance, through the aggregation of a wide variety of newspaper and magazine sources	4
Service gives you access to information published by newspapers and magazines you are not familiar with	5
Service provides additional content beyond the factual news, such as editorial content, infographics, chat with a community, or related articles , etc.	6
Service is offered by a newspaper or magazine with a good reputation	7
Other	8
Don’t know	9

NEW

Q19a: ROTATION ITEMS 1-7

Q19a | Quel critère, parmi les suivants, est le plus important dans le choix du service que vous utilisez pour lire l’ actualité en ligne ?

(UNE SEULE REPONSE)

	(2290)
L’affichage ou la lecture de l’article n’est pas interrompu ou gêné par des publicités	1
Le service ne nécessite pas d’inscription	2
Le service est gratuit	3
Le service propose une couverture complète de l’actualité en un coup d’œil en agrégeant une grande variété de sources de journaux et de magazines	4
Le service vous donne accès à des informations publiées par des journaux et des magazines que vous ne connaissez pas	5
Le service propose du contenu additionnel, en plus des faits d’actualités, comme des éditoriaux, des infographies, des discussions avec une communauté, ou des articles connexes	6
Le service est proposé par un journal ou un magazine bénéficiant d’une bonne réputation	7
Autre	8
Ne sait pas	9

NEW

Q19b: ITEM MENTIONED IN Q19a CANNOT BE PROPOSED IN Q19b (except code 8)	Q19b: ITEM MENTIONNE EN Q19a NE PEUT PAS ETRE PROPOSE EN Q19b (excepté code 8)
Q19b: IF CODE 9 IN Q19a THEN Q19b IS SKIPPED	Q19b: SI CODE 9 EN Q19a ALORS Q19b N'EST PAS POSEE
Q19b: MAX. 3 ANSWERS	Q19b: MAX. 3 REPONSES
Q19b: CODE 9 IS EXCLUSIVE	Q19b: CODE 9 EST EXCLUSIF
Q19b: ROTATE ITEMS 1-7	Q19b: ROTATION ITEMS 1-7

Q19b	Which other criteria are important to you when choosing the service that you use to read the news online?	Q19b	Quels autres critères sont importants dans le choix de services que vous utilisez pour lire l'actualité en ligne ?
	(MAX. 3 ANSWERS)		(MAX. 3 REPONSES)

	(2291-2300)		**(2291-2300)**
Opening or reading an article is not interrupted or disturbed by ads	1,	L'affichage ou la lecture de l'article n'est pas interrompu ou gêné par des publicités	1,
Service does not require you to register	2,	Le service ne nécessite pas d'inscription	2,
Service is free	3,	Le service est gratuit	3,
Service provides comprehensive news coverage at a glance, through the aggregation of a wide variety of newspaper and magazine sources	4,	Le service propose une couverture complète de l'actualité en un coup d'œil en agrégeant une grande variété de sources de journaux et de magazines	4,
Service gives you access to information published by newspapers and magazines you are not familiar with	5,	Le service vous donne accès à des informations publiées par des journaux et des magazines que vous ne connaissez pas	5,
Service provides additional content beyond the factual news, such as editorial content, infographics, chat with a community, or related articles , etc.	6,	Le service propose du contenu additionnel, en plus des faits d'actualités, comme des éditoriaux, des infographies, des discussions avec une communauté, ou des articles connexes	6,

Service is offered by a newspaper or magazine with a good reputation	7,
Other	8,
None	9,
Don’t know	10,

NEW

Le service est proposé par un journal ou un magazine bénéficiant d’une bonne réputation	7,
Autre	8,
Aucun	9,
Ne sait pas	10,

NEW

TECHNICAL SPECIFICATIONS

Between the 10th March and the 21st March 2016, TNS Political & Social, a consortium created between TNS political & social, TNS UK and TNS opinion, carried out the FLASH EUROBAROMETER 437 survey on request of the EUROPEAN COMMISSION, Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology. It is a specific target group survey (Level B) co-ordinated by the Directorate-General for Communication ("Strategy, Corporate Communication Actions and Eurobarometer" Unit).

The FLASH EUROBAROMETER 437 survey covers the population of the respective nationalities of the European Union Member States, resident in each of the 28 Member States and aged 15 to 45 years.

All interviews were carried out online and thus self-completed by the respondent. Quotas based on age, gender and region were set at the online stage in order to monitor the sample distribution of those who agreed to take part in the survey. In every country, respondents were pre-recruited[1] both on fixed lines and mobile phones using the TNS e-Call centre (our centralized CATI system). The basic sample design used at the recruitment stage applied in all countries is multi-stage random (probability). In each household, the respondent was drawn at random following the "last birthday rule".

TNS has developed its own RDD sample generation capabilities based on using contact telephone numbers from responders to random probability or random location face-to-face surveys, such as Eurobarometer, as seed numbers. The approach works because the seed number identifies a working block of telephone numbers and reduces the volume of numbers generated that will be ineffective. The seed numbers are stratified by NUTS2 region and urbanisation to approximate a geographically representative sample. From each seed number the required sample of numbers are generated by randomly replacing the last two digits. The sample is then screened against business databases in order to exclude as many of these numbers as possible before going into field. This approach is consistent across all countries.

[1] Pre-recruitment by phone consists in obtaining from people eligible for the survey, their agreement to receive an email enabling them to participate in an Internet survey.

	COUNTRIES	INSTITUTES	N° INTERVIEWS	DATES FIELDWORK		POPULATION 15+	PROPORTION EU28
BE	Belgium	Lightspeed Research	508	10/03/2016	19/03/2016	9.693.779	2,25%
BG	Bulgaria	Lightspeed Research	505	10/03/2016	17/03/2016	6.537.535	1,52%
CZ	Czech Rep.	Lightspeed Research	507	10/03/2016	21/03/2016	9.238.431	2,15%
DK	Denmark	Lightspeed Research	503	10/03/2016	17/03/2016	4.838.729	1,13%
DE	Germany	Lightspeed Research	503	10/03/2016	17/03/2016	70.160.634	16,32%
EE	Estonia	Lightspeed Research	500	10/03/2016	18/03/2016	1.160.064	0,27%
IE	Ireland	Lightspeed Research	501	10/03/2016	17/03/2016	3.592.162	0,84%
EL	Greece	Lightspeed Research	506	10/03/2016	20/03/2016	9.937.810	2,31%
ES	Spain	Lightspeed Research	502	10/03/2016	17/03/2016	39.445.245	9,17%
FR	France	Lightspeed Research	504	10/03/2016	17/03/2016	54.097.255	12,58%
HR	Croatia	Lightspeed Research	501	10/03/2016	17/03/2016	3.796.476	0,88%
IT	Italy	Lightspeed Research	502	10/03/2016	17/03/2016	52.334.536	12,17%
CY	Rep. Of Cyprus	CYMAR	302	10/03/2016	21/03/2016	741.308	0,17%
LV	Latvia	Lightspeed Research	502	10/03/2016	17/03/2016	1.707.082	0,40%
LT	Lithuania	Lightspeed Research	502	10/03/2016	17/03/2016	2.513.384	0,58%
LU	Luxembourg	Lightspeed Research	302	10/03/2016	17/03/2016	457.127	0,11%
HU	Hungary	Lightspeed Research	503	10/03/2016	19/03/2016	8.781.161	2,04%
MT	Malta	Lightspeed Research	300	10/03/2016	20/03/2016	364.171	0,08%
NL	Netherlands	Lightspeed Research	505	10/03/2016	20/03/2016	13.979.215	3,25%
AT	Austria	Lightspeed Research	502	10/03/2016	17/03/2016	7.554.711	1,76%
PL	Poland	Lightspeed Research	503	10/03/2016	19/03/2016	33.444.171	7,78%
PT	Portugal	Lightspeed Research	502	10/03/2016	19/03/2016	8.480.126	1,97%
RO	Romania	Lightspeed Research	502	10/03/2016	17/03/2016	16.852.701	3,92%
SI	Slovenia	Lightspeed Research	504	10/03/2016	18/03/2016	1.760.032	0,41%
SK	Slovakia	Lightspeed Research	502	10/03/2016	17/03/2016	4.586.024	1,07%
FI	Finland	Lightspeed Research	505	10/03/2016	17/03/2016	4.747.810	1,10%
SE	Sweden	Lightspeed Research	500	10/03/2016	18/03/2016	7.998.763	1,86%
UK	United Kingdom	Lightspeed Research	505	10/03/2016	17/03/2016	51.174.531	11,90%
	TOTAL EU28		13.483	15/03/2016	16/03/2016	429.974.973	100%*

Readers are reminded that survey results are estimations, the accuracy of which, everything being equal, rests upon the sample size and upon the observed percentage. With samples of about 1,000 interviews, the real percentages vary within the following confidence limits:

Statistical Margins due to the sampling process

(at the 95% level of confidence)

various sample sizes are in rows *various observed results are in columns*

	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	
	95%	90%	85%	80%	75%	70%	65%	60%	55%	50%	
N=50	6,0	8,3	9,9	11,1	12,0	12,7	13,2	13,6	13,8	13,9	N=50
N=500	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4	N=500
N=1000	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1	N=1000
N=1500	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5	N=1500
N=2000	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2	N=2000
N=3000	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8	N=3000
N=4000	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	N=4000
N=5000	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	N=5000
N=6000	0,6	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	N=6000
N=7000	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	N=7000
N=7500	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	N=7500
N=8000	0,5	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	N=8000
N=9000	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	N=9000
N=10000	0,4	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	N=10000
N=11000	0,4	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	N=11000
N=12000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	N=12000
N=13000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	N=13000
N=14000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	N=14000
N=15000	0,3	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	N=15000
	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	
	95%	90%	85%	80%	75%	70%	65%	60%	55%	50%	

© European Communities
The Eurobarometer questionnaires are reproduced
by permission of its publishers,
the Office for Official Publications of the European Communities,
2 rue Mercier, L-2985 Luxembourg