

# Langue française – quelques opinions, usages et pratiques des Français

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

Charlotte Millot  
Jorg Müller

CRÉDOC

# Sommaire

Objectifs et contexte	3
Méthodologie	5
<b>Synthèse des principaux résultats</b>	7
<b>L'utilisation de langues étrangères dans le cadre professionnel</b>	8
<b>La perception des langues étrangères dans la publicité et l'étiquetage de produits de consommation</b>	16
<b>Attitudes envers la loi garantissant et encadrant l'usage du français dans la société</b>	24
Questionnaire	29

# 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 ;
- les réactions à l'égard de l'emploi de mots ou expressions en anglais dans la publicité ;
- la perception de la qualité de la langue française dans les médias ;
- l'avis sur la pertinence d'une loi garantissant l'emploi du français dans la société.

Cette étude a été 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.
- **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

35% des actifs pratiquent des langues étrangères au travail



L'anglais est la langue étrangère la plus utilisée dans le cadre professionnel en France (79% des actifs concernés)

Une situation qui peut causer des difficultés au travail...

2

49% des Français amenés à parler une langue étrangère au travail ne se sentent pas à l'aise avec cette situation



3

... et dans le domaine de la consommation



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 du message

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



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, 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 une langue étrangère pendant des 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**.

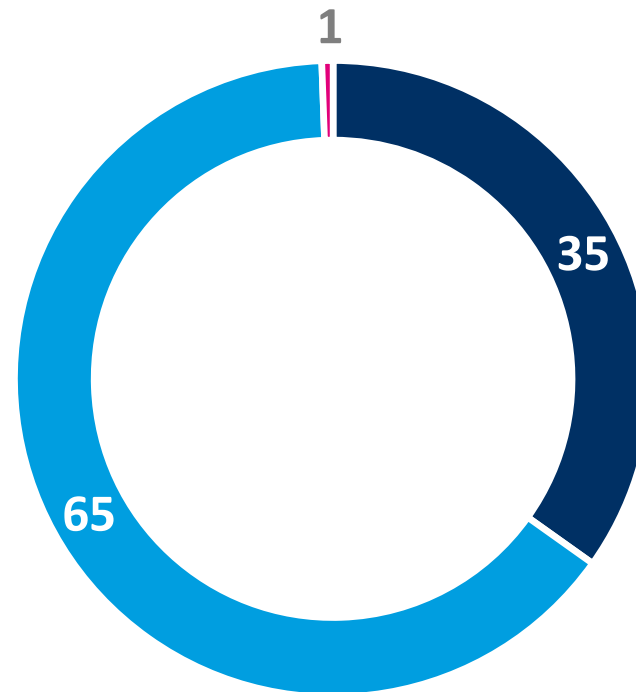


Source: Eurobaromètre spécial, EBS 386, Les Européens et leurs langues, Rapport, février-mars 2012

# 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




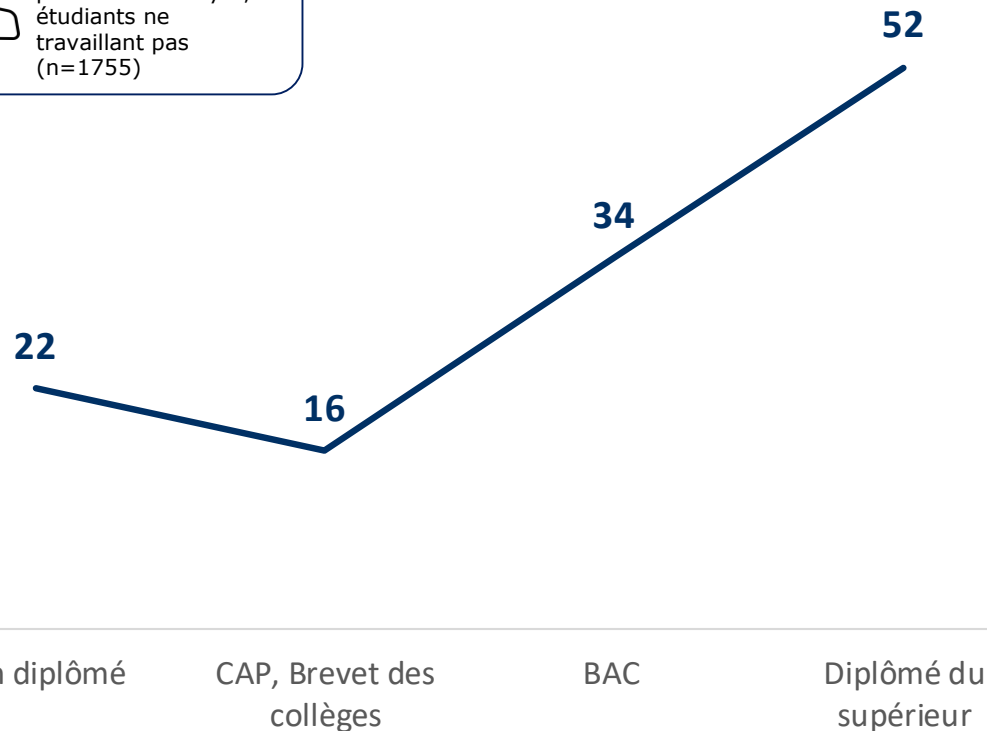
Ensemble des actifs :  
hors retraités,  
personnes au foyer  
et étudiants ne  
travaillant pas  
(n=1755)

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 %)

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



... mais on observe également une influence des critères suivants :

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

**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

**Le niveau de revenu :** 49% des hauts revenus contre 30% des bas revenus et 29% des classes moyennes inférieures

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

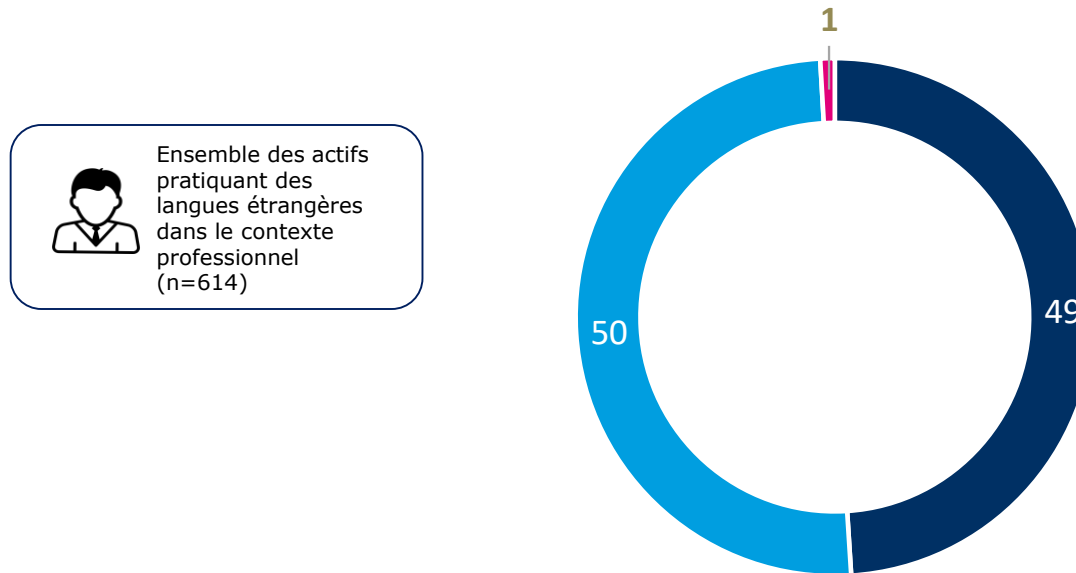
Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

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



# Près de la moitié des actifs concernés vivent cette situation comme une contrainte

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

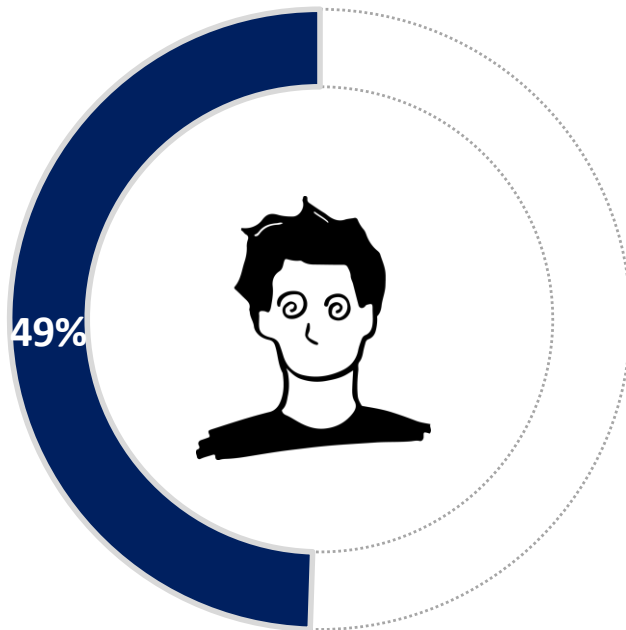


- Vous êtes gêné, car vous ne maîtrisez pas tout à fait cette ou ces autres langues
- Vous trouvez cela stimulant, car vous aimez pratiquer des langues étrangères
- Ne sait pas

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

# Une contrainte davantage ressentie par les moins diplômés et les personnes se sentant le moins intégrées à la société

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



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% chez les personnes ayant un niveau de diplôme inférieur au bac (+13 points par rapport à la moyenne)
- ❖ 59% chez les ouvriers (+10 points) et 58% chez les employés (+9 points)
- ❖ 58% parmi les classes moyennes inférieures (2<sup>ème</sup> quartile de revenu) (+9 points)
- ❖ 59% chez les habitants de petites agglomérations (2 000 à 20 000 hab.) (+10 points) et 57% chez les habitants des communes rurales (+8 points)

## Vie professionnelle et cadre de vie

- ❖ 55% des personnes qui éprouvent un sentiment d'insécurité dans la vie quotidienne (+6 points)
- ❖ 54% des personnes qui estiment appartenir à la classe populaire (+5 points)

## Sociabilité et activités de loisirs

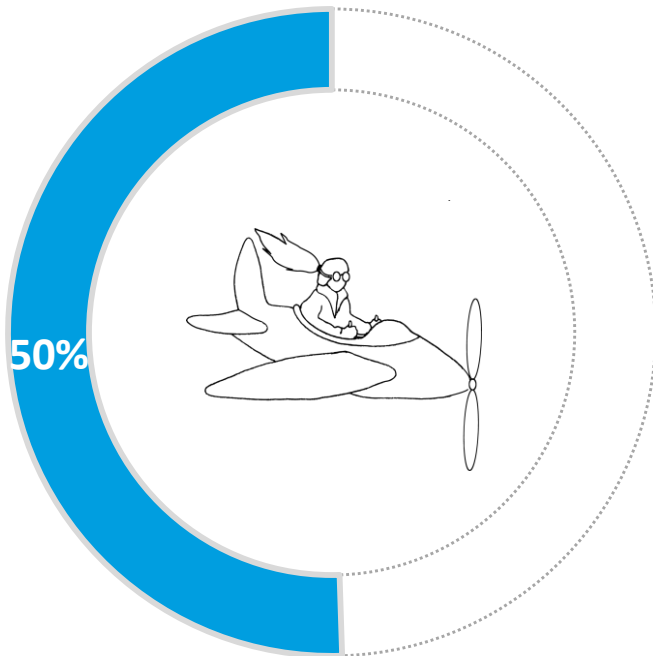
- ❖ 68% des personnes qui éprouvent « souvent » un sentiment d'inutilité sociale (+19 points)
- ❖ 57% des personnes qui ne sont pas parties en vacances au cours des 12 derniers mois (+8 points)

## Opinions politiques et valeurs sociétales

- ❖ 58% des personnes déclarant adhérer au mouvement des gilets jaunes ou le soutenir (+9 points)
- ❖ 54% des personnes qui sont peu ou pas du tout attirées par les innovations technologiques (+5 points)

# Une expérience ressentie comme stimulante surtout pour les cadres, les diplômés, les personnes se sentant bien intégrées à la société...

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



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% parmi les cadres et professions intellectuelles supérieures (+12 points)
- ❖ 60% chez les hauts revenus (dernier quartile de la répartition des revenus) (+10 points)
- ❖ 57% chez les diplômés du supérieur (+7 points)
- ❖ 56% Habitants des villes moyennes (20 000 à 100 000 hab.) (+6 points) et 55% des habitants de l'agglomération parisienne (+5 points)

## Vie professionnelle et cadre de vie

- ❖ 60% des personnes qui travaillent plus de 45 heures par semaine (+10 points)
- ❖ 60% des personnes qui se sentent très souvent heureux dans leur vie actuelle (+10 points)
- ❖ 55% des personnes qui estiment appartenir à la classe moyenne supérieure (+5 points)

## Sociabilité et activités de loisirs

- ❖ 61% des personnes qui n'éprouvent jamais de sentiment d'inutilité sociale (+11 points)

## Opinions politiques et valeurs sociétales

- ❖ 61% des personnes se déclarant opposées au mouvement des gilets jaunes
- ❖ 57% des personnes qui pensent que la société française a besoin de beaucoup plus de liberté (vs plus d'ordre)
- ❖ 54% des personnes qui souhaitent l'intégration des immigrés plutôt que leur départ
- ❖ 53% des personnes qui déclarent être attirées par les innovations technologiques

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



# Près de 70% des Français estiment que l'usage de mots anglais dans la publicité peut les empêcher de comprendre les messages

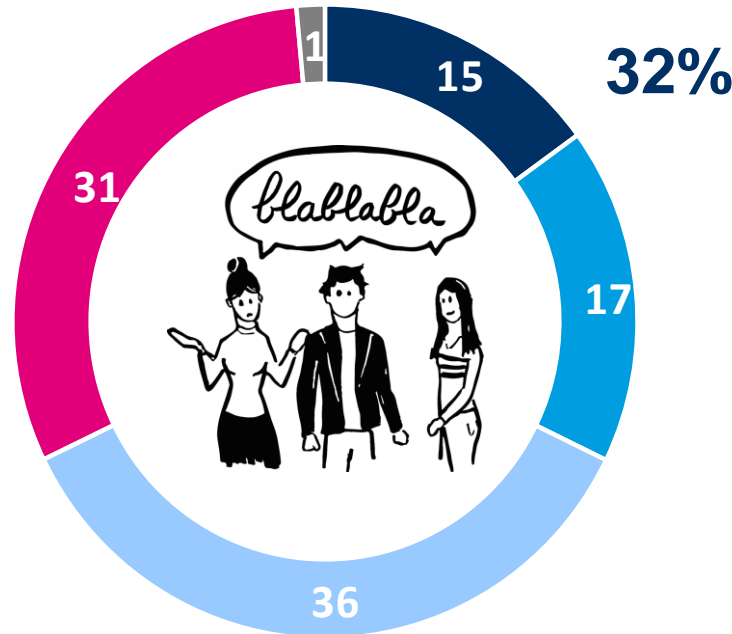
Si un message ou un slogan publicitaire comporte des mots ou expressions en anglais, est-ce que cela gêne votre compréhension du message ? (en %)



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

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

48% des cadres et professions intellectuelles supérieures (+17 points)  
 45% des étudiants (+14 points)  
 45% des personnes utilisant ou ayant utilisé une langue étrangère dans le cadre professionnel (+14 points)  
 44% des diplômés du supérieur (+13 points)  
 43% des moins de 25 ans (+12 points)  
 37% des habitants des DROM (+8 points)  
 36% des habitants de l'agglomération parisienne (+5 points)  
 35% des personnes estimant que la mondialisation représente plutôt des avantages (+4 points)



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

48% des 70 ans et plus (+16 points) et 43% des sexagénaires (+11 points)

48% des retraités (+16 points)

48% des non-diplômés (+16 points)

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

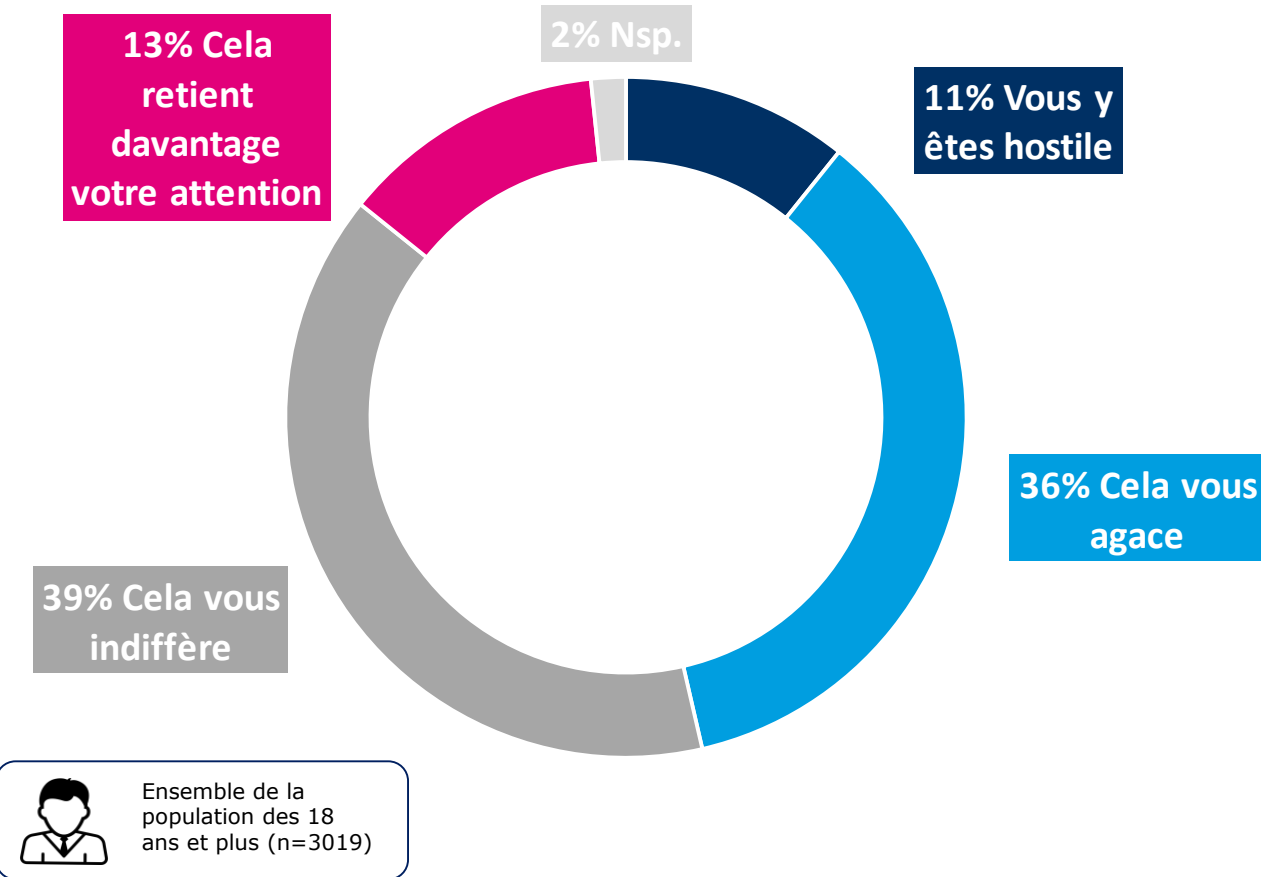
Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.



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 plus hostiles ou agacés (47%)

- ❖ Les 70 ans et plus (70%) et les sexagénaires (63%)
- ❖ Les retraités (69%)
- ❖ Les non-diplômés (60%) et les titulaires d'un CAP ou Brevet des collèges (52%)
- ❖ Les hommes (52%)
- ❖ Les indépendants (51%)

## Les plus indifférents (39%)

- ❖ Les cadres (54%)
- ❖ Les moins de 25 ans (48%) et les 25-39 ans (44%)
- ❖ Les étudiants (46%)
- ❖ Les diplômés du supérieur (47%)
- ❖ Les professions intermédiaires (45%)

## Les plus favorables (13%)

- ❖ Les étudiants (27%)
- ❖ Les moins de 25 ans (23%)
- ❖ Les personnes disposant de bas revenus (18%)

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

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

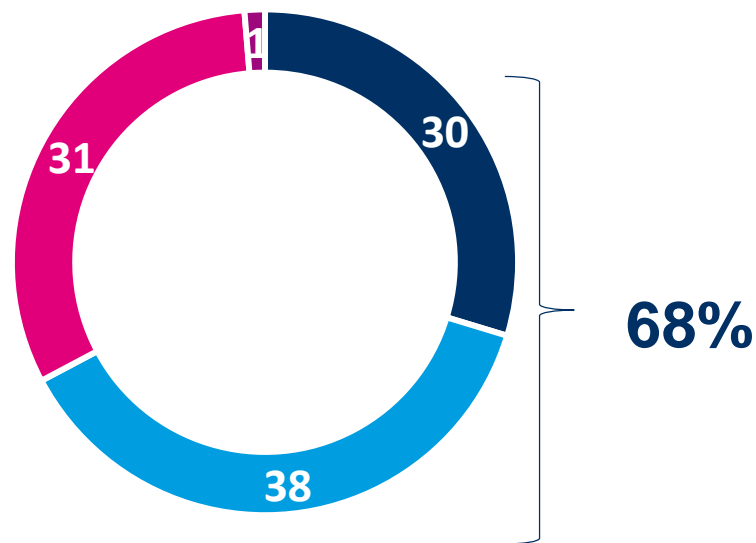
## Plus de personnes hostiles ou agacées par les messages en anglais parmi :


- ❖ Les personnes déclarant être très à gauche sur l'échelle politique (60%) - +13 points
- ❖ Les personnes déclarant être très à droite sur l'échelle politique (57%) - +10 points
- ❖ Les personnes pensant que le pays a besoin de beaucoup plus d'ordre (56%) - +9 points
- ❖ Les personnes déclarant appartenir aux « gilets jaunes » (55%) - +8 points
- ❖ Les personnes déclarant « toujours voter » aux élections (54%)
- ❖ Les personnes comprenant que l'on puisse dégrader des biens publics pour défendre une cause qui tient à cœur (54%)
- ❖ Les personnes ayant le sentiment d'appartenir à une communauté liée à leurs engagements ou opinions politique (54%)
- ❖ Les personnes ayant déjà renoncé à l'achat d'un produit parce que les informations essentielles n'étaient pas traduites (53%)
- ❖ Les 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



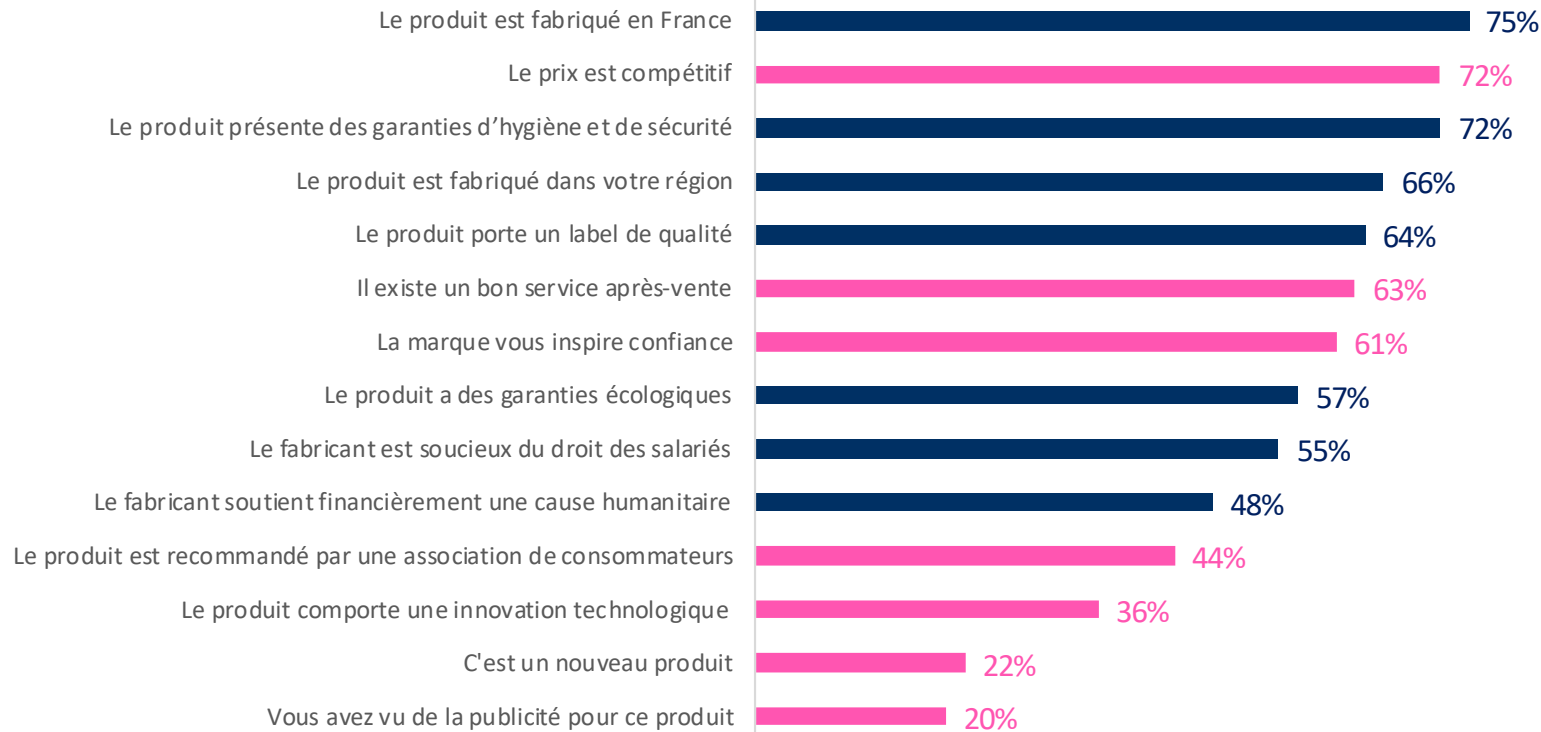
 Ensemble de la population des 18 ans et plus (n=3019)

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



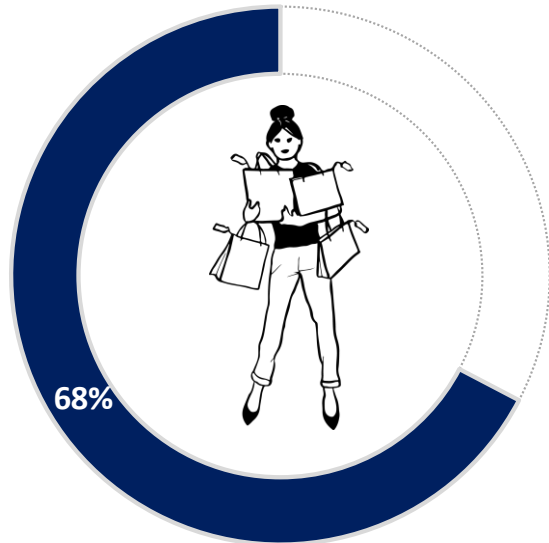
**Avoir des informations claires et compréhensibles sur l'origine, la sécurité sanitaire, l'impact écologique, le respect des normes RSE ou encore sur la qualité du produit priment dans l'acte d'achat**

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 ne sont 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 %)



**La probabilité de** renoncer à acheter des produits ou de services dont les notices ou compositions ne sont pas traduites augmente avec l'âge, elle atteint :

- ❖ **77%** chez les 70 ans et plus et **72%** chez les sexagénaires
- ❖ **76%** chez les retraités

Il est notable que **ni le diplôme, ni le niveau de vie n'influent sur la décision d'achat** : 67% des non diplômés ont renoncé à un achat, contre 64% des diplômés du supérieur ; 67% des bas revenus sont concernés contre 68% des hauts revenus. Il en va de même pour la perception sur la mondialisation et la confiance dans différents acteurs publics et privés (entreprises, école, gouvernement, justice...).

Même si la taille d'agglomération n'impacte pas significativement la propension à renoncer à un achat, il convient de noter que les habitants des **DROM** indiquent nettement plus souvent qu'en moyenne avoir renoncé pour des raisons de traduction manquante: **84%** contre 68% en moyenne.

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 achetés à l'étranger.



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

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

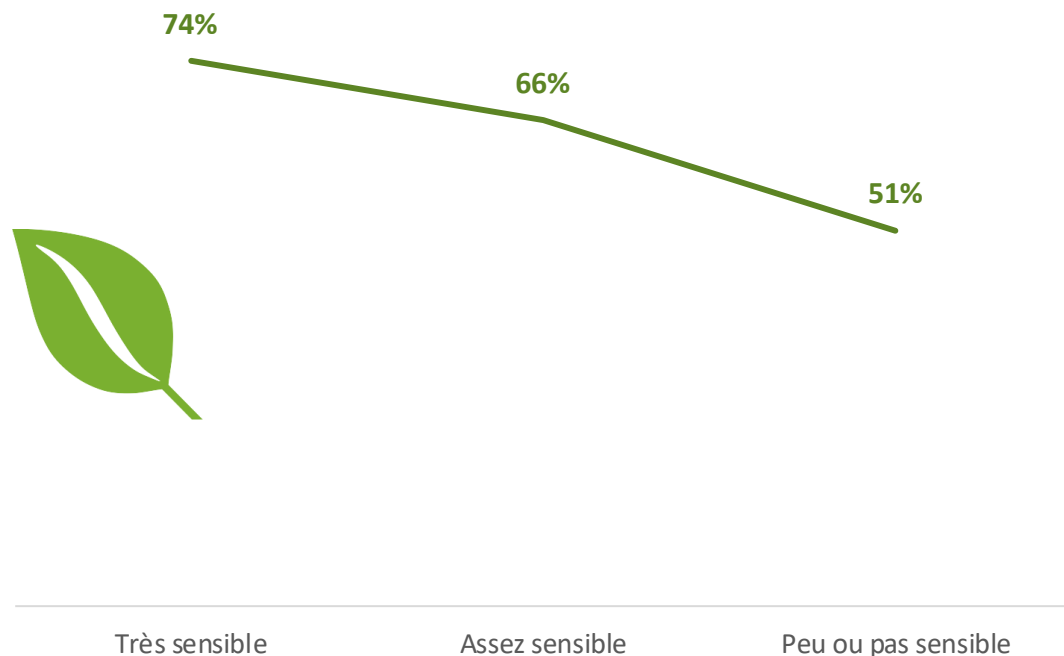
| Langue française – quelques pratiques et opinions - 2020

# 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.

**Plus souvent adeptes d'une consommation « responsable », les personnes les plus sensibles à l'environnement pourraient être plus en recherche d'informations sur les produits qu'ils achètent, et probablement plus prompts à renoncer à un achat lorsque ces informations ne sont pas disponibles en Français.**

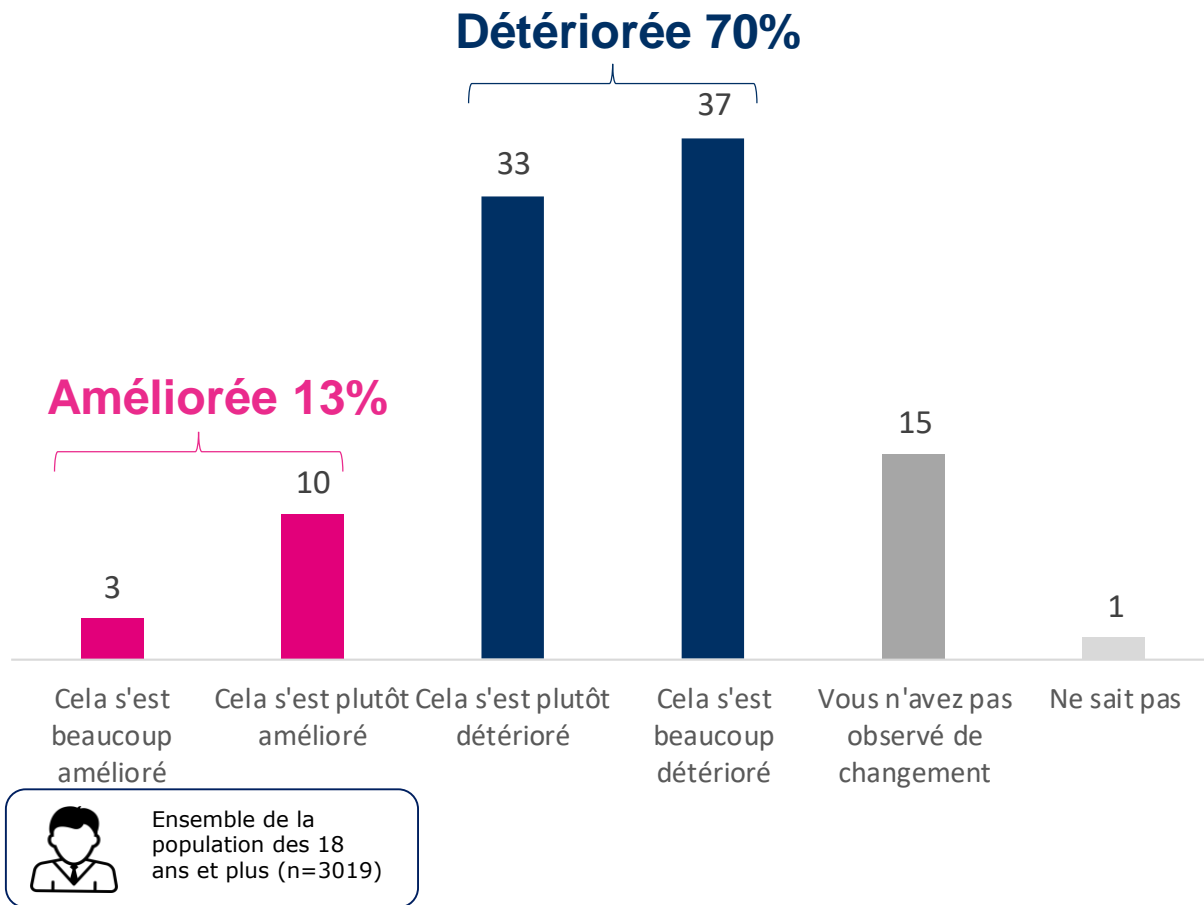
- ❖ 81% des personnes faisant partie d'une association de défense de l'environnement ont déjà renoncé à l'achat d'un produit ou d'un service parce que des informations essentielles (notice, composants) n'étaient pas traduites
- ❖ Il en va de même pour 75% des personnes se déclarant prêt à payer une taxe 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.

# 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%), particulièrement pour...

- ❖ Les 70 ans et plus (88%) et les sexagénaires (81%)
- ❖ Les retraités (86%)
- ❖ Les hauts revenus (79%) et les classes moyennes supérieures (77%)
- ❖ Les habitants de l'agglomération parisienne (76%)
- ❖ Les hommes (75%)
- ❖ Les diplômés du supérieur (74%)

## Améliorée (13%), davantage chez...

- ❖ Les moins de 25 ans (28%) et les 25-39 ans (20%)
- ❖ Les étudiants (25%)
- ❖ Les indépendants (24%)
- ❖ Les bas revenus (19%)

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

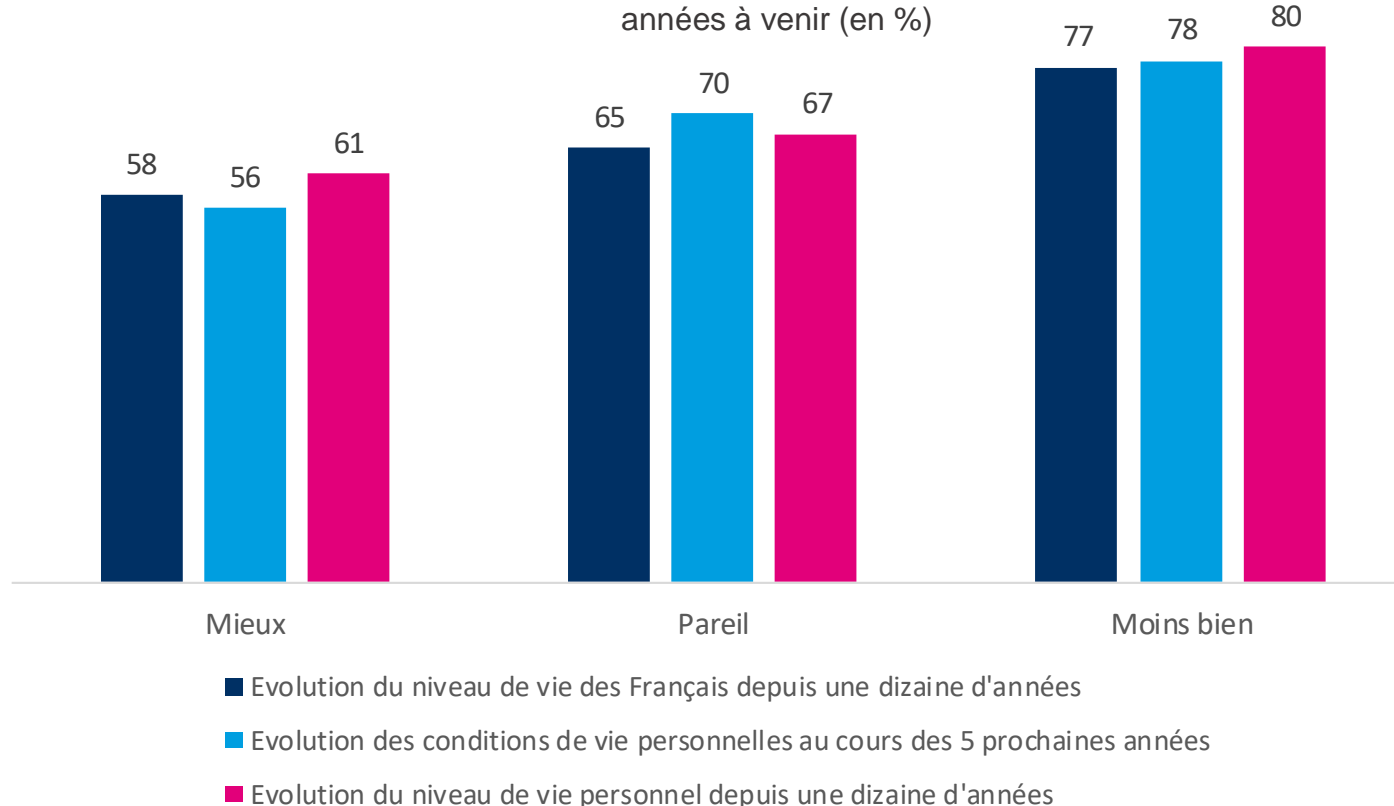
# Les personnes pessimistes quant à l'évolution des conditions de vie ont un regard plus négatif sur l'évolution de la langue française

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.

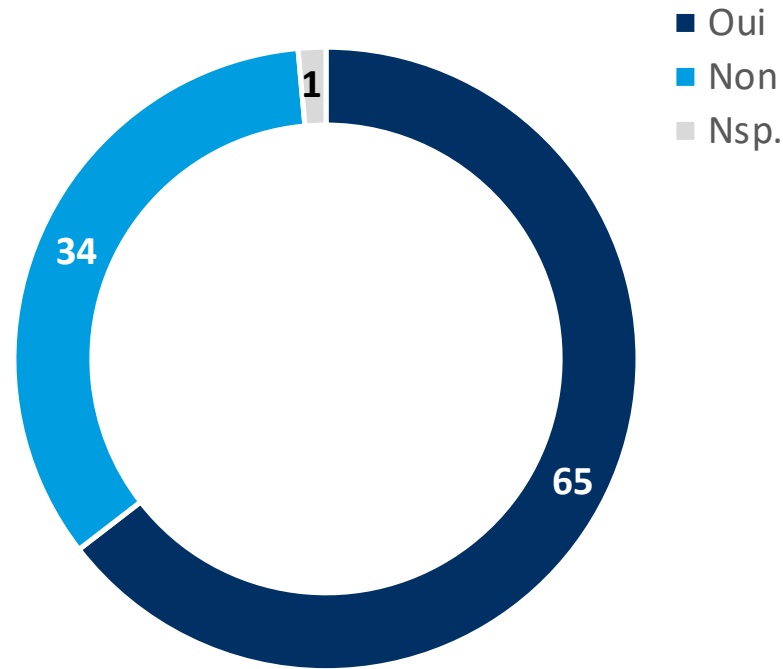
Exemple de lecture: **80% des personnes estimant que leur niveau de vie personnel s'est dégradé au cours des 10 dernières années** pensent que la qualité de la langue française dans les médias et sur les réseaux sociaux s'est détériorée depuis une dizaine d'années (70%)

# 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)

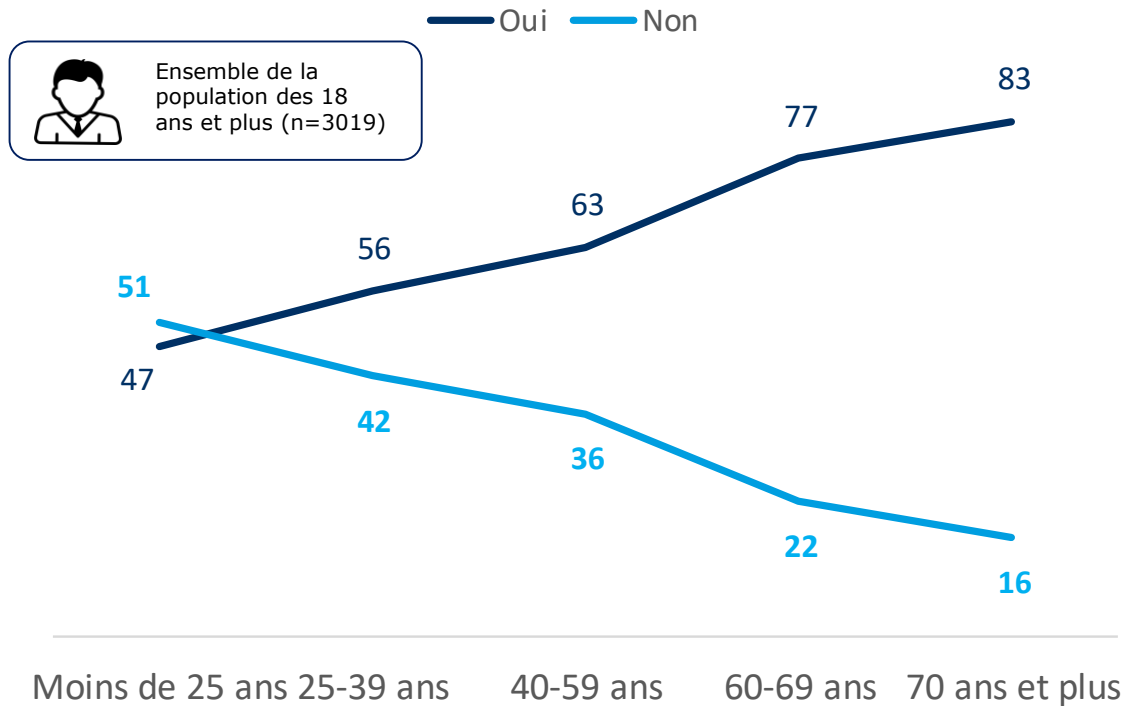


Source: CREDOC, enquête « Condition de vie et aspirations », début 2020.

# Un fort effet générationnel sur la question de l'utilité d'une loi garantissant l'emploi du français dans la société divisée

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...

- ❖ En corollaire, 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