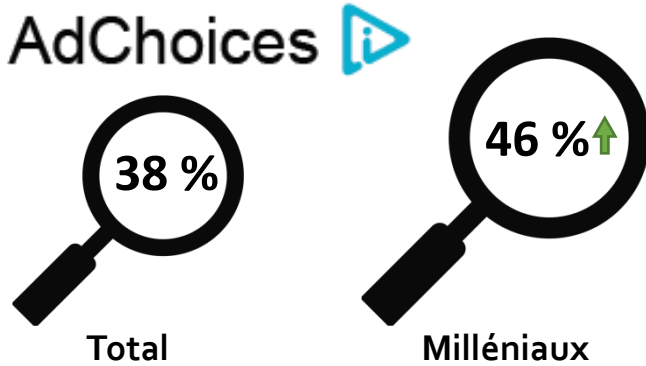


Les résultats démontrent un niveau de sensibilisation respectable au programme vieux de deux ans ainsi qu'un degré de compréhension et d'acceptation plus élevé chez les milléniaux de 18-34 ans

Sensibilisation *Après seulement deux ans d'existence au Canada, l'icône Choix de pub est assez bien reconnue*

Près de 4 répondants sur 10 se rappellent de l'icône-texte Choix de pub, et 46 % chez les milléniaux :



Q : Avant aujourd'hui, aviez-vous déjà vu cette icône alors que vous étiez en ligne?

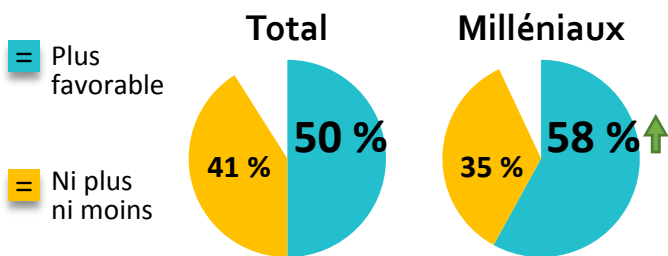
La connaissance de certains aspects précis de la publicité ciblée par centres d'intérêt est répandue

| | Total | Milléniaux |
|--|-------|------------|
| Des pubs précises me sont présentées selon mes habitudes de navigation | 68 % | 77% ↑ |
| Des données sont utilisées pour prédire mes intérêts | 67 % | 75% ↑ |
| Des données sur moi sont recueillies en ligne | 65 % | 71% ↑ |
| La publicité paie pour les services gratuits | 53 % | 68% ↑ |

Q : Plus particulièrement, avant le sondage d'aujourd'hui, dans quelle mesure connaissiez-vous chacun des éléments suivants de la publicité ciblée par centres d'intérêt?

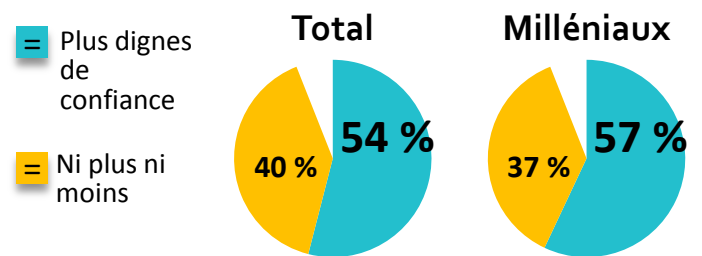
Opinions *La connaissance du programme entraîne une opinion plus positive chez consommateurs*

La moitié des internautes affirment avoir **une opinion plus favorable de la publicité ciblée par centres d'intérêt** lorsqu'ils en apprennent davantage sur le programme Choix de pub



Q : Selon la définition que vous venez de lire, de quelle façon l'accès à de l'information sur ce site Web et l'option que vous avez de gérer vos préférences en matière de confidentialité influencent-ils votre opinion générale de la publicité ciblée par centres d'intérêt en ligne?

Plus de la moitié des internautes affirment **avoir davantage confiance dans les marques** lorsqu'ils savent qu'ils peuvent gérer leurs préférences en matière de confidentialité grâce à Choix de pub



Q : Et selon la définition que vous venez de lire, de quelle façon l'option de pouvoir gérer vos préférences en matière de confidentialité à l'aide de l'icône Choix de pub influence-t-elle votre niveau de confiance dans la marque qui est annoncée?

Réaction *Résultat de l'exposition au site Web et à l'explication du programme*

Plus des trois quarts des internautes sont désormais susceptibles de **remarquer l'icône Choix de pub**



Q : Quelle est la probabilité que vous remarquiez l'icône à l'avenir?