

ANNEXES

| | |
|--|----|
| <i>Annexe 1 : Pré-test</i> | 2 |
| <i>Annexe 2 : Vérification stimuli</i> | 2 |
| <i>Annexe 3 : Analyses factorielles</i> | 2 |
| <i>a. Attitude envers la pub classique</i> | 3 |
| <i>b. Degré d'innovation</i> | 4 |
| <i>c. Crédibilité perçue</i> | 5 |
| <i>d. Niveau d'information perçu</i> | 5 |
| <i>e. Niveau de contrôle perçu</i> | 6 |
| <i>f. Caractère divertissant perçu</i> | 6 |
| <i>g. Irritation perçue</i> | 7 |
| <i>h. Inquiétude d'intrusion dans la vie privée</i> | 8 |
| <i>i. Attitude pub géolocalisée</i> | 9 |
| <i>Annexe 4 : Manipulations pour l'indépendance des échantillons</i> | 10 |
| <i>a. Test d'indépendance pour le sexe</i> | 10 |
| <i>b. Test d'indépendance pour l'âge</i> | 10 |
| <i>c. Test d'indépendance pour la profession</i> | 10 |
| <i>d. Test d'indépendance pour l'éducation</i> | 10 |
| <i>e. Test t pour l'implication</i> | 10 |
| <i>Annexe 5 : Résolution des hypothèses</i> | 11 |
| <i>a. H1 à H5</i> | 11 |
| <i>b. H6 à H10</i> | 12 |
| <i>c. H11</i> | 13 |
| <i>d. H12</i> | 13 |
| <i>e. H13</i> | 14 |
| <i>f. H14</i> | 14 |
| <i>Annexe 6 : Questionnaire</i> | 16 |

Annexe 1 : Pré-test

Test des échantillons indépendants

| | | Test de Levene sur l'égalité des variances | | | | Test t pour égalité des moyennes | | | Intervalle de confiance de la différence à 95 % | |
|--|---------------------------------|--|------|-------|-------|----------------------------------|--------------------|----------------------------|---|-----------|
| | | F | Sig. | t | ddl | Sig. (bilatéral) | Différence moyenne | Différence erreur standard | Inférieur | Supérieur |
| Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – La publicité me disait à quelle distance le point de vente Hudsons le plus proche se situait | Hypothèse de variances égales | ,730 | ,418 | 2,419 | 8 | ,042 | 2,800 | 1,158 | ,131 | 5,469 |
| | Hypothèse de variances inégales | | | 2,419 | 6,438 | ,049 | 2,800 | 1,158 | ,014 | 5,586 |

Test T

Statistiques de groupe

| | SIT | N | Moyenne | Ecart type | Moyenne erreur standard |
|--|------------------|---|---------|------------|-------------------------|
| Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – La publicité me disait à quelle distance le point de vente Hudsons le plus proche se situait | Pub géolocalisée | 5 | 5,00 | 2,236 | 1,000 |
| | Pub classique | 5 | 2,20 | 1,304 | ,583 |

Annexe 2 : Vérification stimuli

Statistiques de groupe

| | A quel type de pub l'individu a-t-il été exposé? | N | Moyenne | Ecart type | Moyenne erreur standard |
|--|--|----|---------|------------|-------------------------|
| Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – La publicité me disait à quelle distance le point de vente Hudsons le plus proche se situait | Pub GEO | 82 | 5,78 | 1,257 | ,139 |
| | Pub CLASSIQUE | 78 | 2,51 | 1,466 | ,166 |

Test des échantillons indépendants

| | | Test de Levene sur l'égalité des variances | | | | Test t pour égalité des moyennes | | | Intervalle de confiance de la différence à 95 % | |
|--|---------------------------------|--|------|--------|---------|----------------------------------|--------------------|----------------------------|---|-----------|
| | | F | Sig. | t | ddl | Sig. (bilatéral) | Différence moyenne | Différence erreur standard | Inférieur | Supérieur |
| Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – La publicité me disait à quelle distance le point de vente Hudsons le plus proche se situait | Hypothèse de variances égales | 6,793 | ,010 | 15,158 | 158 | ,000 | 3,268 | ,216 | 2,842 | 3,693 |
| | Hypothèse de variances inégales | | | 15,100 | 151,801 | ,000 | 3,268 | ,216 | 2,840 | 3,695 |

Annexe 3 : Analyses factorielles

| | Moyenne | Ecart-type | Analyse N |
|---|---------|------------|-----------|
| Pub classique intéressante | 3,53 | 1,570 | 160 |
| Pub classique attirante | 3,99 | 1,496 | 160 |
| Pub classique agréable | 3,16 | 1,381 | 160 |
| Favorable à la pub classique | 4,01 | 1,576 | 160 |
| J'aime tester des nouveaux trucs | 4,26 | 1,486 | 160 |
| Je préfère acheter des produits connus | 3,16 | 1,242 | 160 |
| Je suis au courant des nouveautés plus vite que mon entourage | 3,57 | 1,761 | 160 |
| Crédible | 4,94 | 1,065 | 160 |

| | | | |
|--|------|-------|-----|
| Réaliste | 4,86 | 1,090 | 160 |
| Plausible | 5,04 | 1,021 | 160 |
| Pertinente | 3,92 | 1,538 | 160 |
| Temps opportun | 4,26 | 1,535 | 160 |
| L'info dont j'ai besoin | 3,44 | 1,589 | 160 |
| M'apprend des choses que je ne connaissais pas | 4,36 | 1,676 | 160 |
| Messages personnalisés | 3,46 | 1,674 | 160 |
| Adaptés à mes préférences | 3,26 | 1,608 | 160 |
| Divertissante | 3,41 | 1,468 | 160 |
| Agréable | 4,22 | 1,368 | 160 |
| Amusante | 3,24 | 1,577 | 160 |
| Irritante | 2,94 | 1,485 | 160 |
| Ennuyeuse | 3,32 | 1,481 | 160 |
| Trompeuse | 2,91 | 1,222 | 160 |
| M'interrompt | 3,87 | 1,791 | 160 |
| Nous prend pour des idiots | 2,94 | 1,399 | 160 |
| Inquiet de l'utilisation des données | 4,61 | 1,798 | 160 |
| Publicité est une atteinte à la vie privée | 3,97 | 1,732 | 160 |
| Publicité est intrusive | 4,86 | 1,662 | 160 |
| Inquiet d'être traqué constamment | 4,62 | 1,704 | 160 |
| Pub géolocalisée est intéressante | 4,03 | 1,544 | 160 |
| Pub géolocalisée attirante | 3,74 | 1,486 | 160 |
| Pub géolocalisée agréable | 3,21 | 1,342 | 160 |
| Favorable à la pub géolocalisée | 3,45 | 1,565 | 160 |

a. Attitude envers la pub classique

Indice KMO et test de Bartlett

| | | |
|--|-------------------|---------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,811 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 287,755 |
| | ddl | 6 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 2,813 | 70,332 | 70,332 | 2,813 | 70,332 | 70,332 |

Qualités de représentation

| | Initiales | Extraction |
|--|-----------|------------|
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Dans l'ensemble, je trouve la publicité... - ...intéressante | 1,000 | ,757 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Dans l'ensemble, je trouve la publicité... - ...attirante | 1,000 | ,603 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Dans l'ensemble, je trouve la publicité... - ...agréable | 1,000 | ,745 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Dans l'ensemble, je trouve la publicité... - Je suis favorable à l'utilisation de la publicité | 1,000 | ,709 |

Matrice des composantes^a

| | Composante 1 |
|--|--------------|
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Dans l'ensemble, je trouve la publicité... - ...intéressante | ,870 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Dans l'ensemble, je trouve la publicité... - ...agréable | ,863 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Dans l'ensemble, je trouve la publicité... - Je suis favorable à l'utilisation de la publicité | ,842 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Dans l'ensemble, je trouve la publicité... - ...attirante | ,777 |

b. Degré d'innovation

Indice KMO et test de Bartlett

| | | |
|--|-------------------|--------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,470 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 26,718 |
| | ddl | 3 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | | Sommes de rotation du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 1,380 | 46,015 | 46,015 | 1,380 | 46,015 | 46,015 | 1,364 | 45,459 | 45,459 |
| 2 | 1,021 | 34,031 | 80,046 | 1,021 | 34,031 | 80,046 | 1,038 | 34,587 | 80,046 |

Qualités de représentation

| | Initiales | | Extraction | | Composante | |
|--|-----------|--|------------|--|------------|------|
| | | | | | 1 | 2 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – J'aime tester les nouveaux produits/services commercialisés | 1,000 | | ,741 | | ,840 | |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – J'ai tendance à préférer acheter des produits connus plutôt que nouveaux | 1,000 | | ,950 | | ,788 | ,348 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – Je suis au courant de la sortie de nouveaux produits/services plus rapidement que mon entourage | 1,000 | | ,710 | | | ,946 |

Après retrait d'une variable (INNO 2, « préfère acheter produits connus ») :

Indice KMO et test de Bartlett

| | | |
|--|-------------------|--------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,500 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 22,597 |
| | ddl | 1 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 1,366 | 68,280 | 68,280 | 1,366 | 68,280 | 68,280 |

Qualités de représentation

| | Initiales | | Extraction | |
|--|-----------|--|------------|--|
| | | | | |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – J'aime tester les nouveaux produits/services commercialisés | 1,000 | | ,683 | |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – Je suis au courant de la sortie de nouveaux produits/services plus rapidement que mon entourage | 1,000 | | ,683 | |

Matrice des composantes^a

| | Composante | |
|--|------------|------|
| | 1 | |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – Je suis au courant de la sortie de nouveaux produits/services plus rapidement que mon entourage | ,826 | |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? – J'aime tester les nouveaux produits/services commercialisés | | ,826 |

c. *Crédibilité perçue***Indice KMO et test de Bartlett**

| | | |
|--|-------------------|---------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,703 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 208,244 |
| | ddl | 3 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 2,298 | 76,585 | 76,585 | 2,298 | 76,585 | 76,585 |

Qualités de représentation

| | Initiales | Extraction |
|--|-----------|------------|
| Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Cette publicité pour Hudsons est... - ...crédible | 1,000 | ,721 |
| Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Cette publicité pour Hudsons est... - ...réaliste | 1,000 | ,831 |
| Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Cette publicité pour Hudsons est... - ...plausible | 1,000 | ,746 |

Matrice des composantes^a

| | Composante 1 |
|--|--------------|
| Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Cette publicité pour Hudsons est... - ...réaliste | ,911 |
| Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Cette publicité pour Hudsons est... - ...plausible | ,864 |
| Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Cette publicité pour Hudsons est... - ...crédible | ,849 |

d. *Niveau d'information perçu***Indice KMO et test de Bartlett**

| | | |
|--|-------------------|--------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,626 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 87,502 |
| | ddl | 3 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 1,851 | 61,697 | 61,697 | 1,851 | 61,697 | 61,697 |
| 2 | ,718 | 23,923 | 85,620 | | | |
| 3 | ,431 | 14,380 | 100,000 | | | |

Qualités de représentation

| | Initiales | Extraction |
|--|-----------|------------|
| Cette publicité pour Hudsons... - ...est une source d'information pertinente | 1,000 | ,711 |
| Cette publicité pour Hudsons... - ...fournit des informations en temps opportun | 1,000 | ,676 |
| Cette publicité pour Hudsons... - ...m' apprend des choses que je ne connaissais pas | 1,000 | ,465 |

Matrice des composantes^a

| | Composante 1 |
|--|--------------|
| Cette publicité pour Hudsons... - ...est une source d'information pertinente | ,843 |
| Cette publicité pour Hudsons... - ...fournit des informations en temps opportun | ,822 |
| Cette publicité pour Hudsons... - ...m' apprend des choses que je ne connaissais pas | ,682 |

e. Niveau de contrôle perçu

Indice KMO et test de Bartlett

| | | |
|--|-------------------|--------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,625 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 69,688 |
| | ddl | 3 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 1,776 | 59,194 | 59,194 | 1,776 | 59,194 | 59,194 |
| 2 | ,727 | 24,236 | 83,430 | | | |
| 3 | ,497 | 16,570 | 100,000 | | | |

Qualités de représentation

| | Initiales | Extraction |
|--|-----------|------------|
| Cette publicité pour Hudsons... - ...fournit l'information dont j'ai besoin | 1,000 | ,620 |
| Par rapport à cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes vous d'accord avec l'affirmation suivante? - Je trouve que cette publicité pour Hudsons diffuse des messages personnalisés | 1,000 | ,474 |
| Par rapport à cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes vous d'accord avec l'affirmation suivante? - La publicité pour Hudsons que je viens de voir est adaptée à mes préférences | 1,000 | ,682 |

Matrice des composantes^a

| | Composante 1 |
|--|--------------|
| Cette publicité pour Hudsons... - ...fournit l'information dont j'ai besoin | ,787 |
| Par rapport à cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes vous d'accord avec l'affirmation suivante? - Je trouve que cette publicité pour Hudsons diffuse des messages personnalisés | ,688 |
| Par rapport à cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes vous d'accord avec l'affirmation suivante? - La publicité pour Hudsons que je viens de voir est adaptée à mes préférences | ,826 |

f. Caractère divertissant perçu

Indice KMO et test de Bartlett

| | | |
|--|-------------------|---------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,580 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 124,818 |
| | ddl | 3 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 1,949 | 64,983 | 64,983 | 1,949 | 64,983 | 64,983 |

Qualités de représentation

| | Initiales | Extraction |
|--|-----------|------------|
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...divertissante | 1,000 | ,806 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...agréable | 1,000 | ,471 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...amusante | 1,000 | ,672 |

Matrice des composantes^a

| | Composante 1 |
|--|--------------|
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...divertissante | ,898 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...amusante | ,820 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...agréable | ,686 |

Après retrait d'une variable (« je trouve la publicité agréable ») :

Indice KMO et test de Bartlett

| | | |
|--|-------------------|--------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,500 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 86,374 |
| | ddl | 1 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 1,650 | 82,486 | 82,486 | 1,650 | 82,486 | 82,486 |
| 2 | ,350 | 17,514 | 100,000 | | | |

Qualités de représentation

| | Initiales | Extraction |
|--|-----------|------------|
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...divertissante | 1,000 | ,825 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...amusante | 1,000 | ,825 |

Matrice des composantes^a

| | Composante 1 |
|--|--------------|
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...amusante | ,908 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...divertissante | ,908 |

g. Irritation perçue

Indice KMO et test de Bartlett

| | | |
|--|-------------------|---------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,722 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 221,678 |
| | ddl | 10 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 2,644 | 52,889 | 52,889 | 2,644 | 52,889 | 52,889 |
| 2 | ,837 | 16,734 | 69,624 | | | |
| 3 | ,750 | 14,993 | 84,616 | | | |
| 4 | ,426 | 8,510 | 93,126 | | | |
| 5 | ,344 | 6,874 | 100,000 | | | |

Matrice des composantes^a

| | Initiales | Extraction | Composante 1 |
|--|-----------|------------|--------------|
| Cette publicité pour Hudsons est... - ... est irritante | 1,000 | ,633 | ,797 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...est ennuyeuse | 1,000 | ,488 | ,796 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...est trompeuse | 1,000 | ,412 | ,699 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...m' interrompt pendant mes activités | 1,000 | ,477 | ,690 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...nous prend pour des idiots | 1,000 | ,635 | ,641 |

Après avoir retiré l'item « la publicité est trompeuse » :

Indice KMO et test de Bartlett

| | | |
|--|-------------------|---------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,706 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 167,493 |
| | ddl | 6 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 2,345 | 58,622 | 58,622 | 2,345 | 58,622 | 58,622 |
| 2 | ,750 | 18,747 | 77,370 | | | |
| 3 | ,550 | 13,738 | 91,107 | | | |
| 4 | ,356 | 8,893 | 100,000 | | | |

Qualités de représentation

| | Initiales | Extraction |
|--|-----------|------------|
| Cette publicité pour Hudsons est... - ... est irritante | 1,000 | ,724 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...est ennuyeuse | 1,000 | ,514 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...m' interrompt pendant mes activités | 1,000 | ,527 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...nous prend pour des idiots | 1,000 | ,581 |

Matrice des composantes^a

| | Composante 1 |
|--|--------------|
| Cette publicité pour Hudsons est... - ... est irritante | ,851 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...nous prend pour des idiots | ,762 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...m' interrompt pendant mes activités | ,726 |
| Cette publicité pour Hudsons est... - ...est ennuyeuse | ,717 |

h. Inquiétude d'intrusion dans la vie privée

Indice KMO et test de Bartlett

| | | |
|--|-------------------|---------|
| Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,754 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 320,978 |
| | ddl | 6 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 2,833 | 70,837 | 70,837 | 2,833 | 70,837 | 70,837 |

Qualités de représentation

| | Initiales | Extraction |
|---|-----------|------------|
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? - Je suis inquiet de l'utilisation de mes données personnelles | 1,000 | ,695 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? - Je trouve que la publicité est une atteinte à la vie privée | 1,000 | ,780 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? - Je trouve que la publicité est intrusive | 1,000 | ,650 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? - Je suis inquiet d'être traqué constamment | 1,000 | ,708 |

Matrice des composantes^a

| | Composante 1 |
|---|--------------|
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? - Je trouve que la publicité est une atteinte à la vie privée | ,883 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? - Je suis inquiet d'être traqué constamment | ,841 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? - Je suis inquiet de l'utilisation de mes données personnelles | ,834 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante? - Je trouve que la publicité est intrusive | ,807 |

i. Attitude pub géolocalisée

Indice KMO et test de Bartlett

| | | |
|--|-------------------|---------|
| Indice de Kaiser–Meyer–Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage. | | ,804 |
| Test de sphéricité de Bartlett | Khi-carré approx. | 390,774 |
| | ddl | 6 |
| | Signification | ,000 |

Variance totale expliquée

| Composante | Valeurs propres initiales | | | Sommes extraites du carré des chargements | | |
|------------|---------------------------|------------------|----------|---|------------------|----------|
| | Total | % de la variance | % cumulé | Total | % de la variance | % cumulé |
| 1 | 3,062 | 76,562 | 76,562 | 3,062 | 76,562 | 76,562 |

Qualités de représentation

| | Initiales | Extraction |
|--|-----------|------------|
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Dans l'ensemble, je trouve que la publicité géolocalisée est... – ...intéressante | 1,000 | ,757 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Dans l'ensemble, je trouve que la publicité géolocalisée est... – ...attirante | 1,000 | ,719 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Dans l'ensemble, je trouve que la publicité géolocalisée est... – ...agréable | 1,000 | ,796 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Dans l'ensemble, je trouve que la publicité géolocalisée est... – Je suis favorable à l'utilisation de la publicité géolocalisée | 1,000 | ,791 |

Matrice des composantes^a

| | Composante 1 |
|--|--------------|
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Dans l'ensemble, je trouve que la publicité géolocalisée est... – ...agréable | ,892 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Dans l'ensemble, je trouve que la publicité géolocalisée est... – Je suis favorable à l'utilisation de la publicité géolocalisée | ,889 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Dans l'ensemble, je trouve que la publicité géolocalisée est... – ...intéressante | ,870 |
| Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes? Dans l'ensemble, je trouve que la publicité géolocalisée est... – ...attirante | ,848 |

Annexe 4 : Manipulations pour l'indépendance des échantillons

a. Test d'indépendance pour le sexe

| Tests du khi-carré | | | | | Mesures symétriques | | | | |
|----------------------|-------------------|-----|---|--------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------|-----------------------------|------|
| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) | Sig. exacte (bilatérale) | Sig. exacte (unilatérale) | Valeur | | Signification approximative | |
| khi-carré de Pearson | ,001 ^a | 1 | ,981 | | | Nominal par Nominal | Phi | ,002 | ,981 |
| | | | | | | | V de Cramer | ,002 | ,981 |
| | | | | | | N d'observations valides | | 160 | |

b. Test d'indépendance pour l'âge

| Tests du khi-carré | | | | Mesures symétriques | | | |
|----------------------|-------------------|-----|---|--------------------------|-------------|-----------------------------|------|
| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) | Valeur | | Signification approximative | |
| khi-carré de Pearson | ,032 ^a | 3 | ,998 | Nominal par Nominal | Phi | ,014 | ,998 |
| | | | | | V de Cramer | ,014 | ,998 |
| | | | | N d'observations valides | | 160 | |

c. Test d'indépendance pour la profession

| Tests du khi-carré | | | | Mesures symétriques | | | |
|----------------------|--------------------|-----|---|--------------------------|-------------|-----------------------------|------|
| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) | Valeur | | Signification approximative | |
| khi-carré de Pearson | 3,914 ^a | 4 | ,418 | Nominal par Nominal | Phi | ,156 | ,418 |
| | | | | | V de Cramer | ,156 | ,418 |
| | | | | N d'observations valides | | 160 | |

d. Test d'indépendance pour l'éducation

| Tests du khi-carré | | | | Mesures symétriques | | | |
|----------------------|---------------------|-----|---|--------------------------|-------------|-----------------------------|------|
| | Valeur | ddl | Signification asymptotique (bilatérale) | Valeur | | Signification approximative | |
| khi-carré de Pearson | 10,456 ^a | 2 | ,005 | Nominal par Nominal | Phi | ,256 | ,005 |
| | | | | | V de Cramer | ,256 | ,005 |
| | | | | N d'observations valides | | 160 | |

e. Test t pour l'implication

| Statistiques de groupe | | | | | |
|--|--|----|---------|------------|-------------------------|
| | A quel type de pub l'individu a-t-il été exposé? | N | Moyenne | Ecart type | Moyenne erreur standard |
| Moyenne de l'implication envers la catégorie de produits | Pub GEO | 82 | 3,0711 | 1,44801 | ,15991 |
| | Pub CLASSIQUE | 78 | 3,0043 | 1,44799 | ,16395 |

Annexe 5 : Résolution des hypothèses

a. H1 à H5

Statistiques de groupe

| | A quel type de pub l'individu a-t-il été exposé? | N | Moyenne | Ecart type | Moyenne erreur standard |
|---|--|----|---------|------------|-------------------------|
| Moyenne du niveau d'information perçu | Pub GEO | 82 | 4,5366 | 1,23034 | ,13587 |
| | Pub CLASSIQUE | 78 | 3,7991 | 1,13496 | ,12851 |
| Moyenne du contrôle perçu | Pub GEO | 82 | 3,5976 | 1,30288 | ,14388 |
| | Pub CLASSIQUE | 78 | 3,1667 | 1,15063 | ,13028 |
| Moyenne de la crédibilité perçue | Pub GEO | 82 | 4,9959 | ,99449 | ,10982 |
| | Pub CLASSIQUE | 78 | 4,8974 | ,85332 | ,09662 |
| Moyenne du caractère divertissant perçu | Pub GEO | 82 | 3,7378 | 1,44279 | ,15933 |
| | Pub CLASSIQUE | 78 | 2,8910 | 1,17785 | ,13336 |
| Moyenne de l'irritation perçue | Pub GEO | 82 | 3,6311 | 1,26517 | ,13971 |
| | Pub CLASSIQUE | 78 | 2,8846 | ,93688 | ,10608 |

Test des échantillons indépendants

| | | Test de Levene sur l'égalité des variances | | Test t pour égalité des moyennes | | | | | | |
|---|---------------------------------|--|------|----------------------------------|---------|------------------|--------------------|----------------------------|---|-----------|
| | | F | Sig. | t | ddl | Sig. (bilatéral) | Différence moyenne | Différence erreur standard | Intervalle de confiance de la différence à 95 % | |
| | | | | | | | | | Inférieur | Supérieur |
| Moyenne du niveau d'information perçu | Hypothèse de variances égales | ,842 | ,360 | 3,935 | 158 | ,000 | ,73744 | ,18739 | ,36732 | 1,10756 |
| | Hypothèse de variances inégales | | | 3,943 | 157,855 | ,000 | ,73744 | ,18702 | ,36806 | 1,10682 |
| Moyenne du contrôle perçu | Hypothèse de variances égales | 1,300 | ,256 | 2,213 | 158 | ,028 | ,43089 | ,19471 | ,04633 | ,81545 |
| | Hypothèse de variances inégales | | | 2,220 | 157,148 | ,028 | ,43089 | ,19410 | ,04751 | ,81428 |
| Moyenne de la crédibilité perçue | Hypothèse de variances égales | ,477 | ,491 | ,671 | 158 | ,503 | ,09850 | ,14684 | -,19151 | ,38851 |
| | Hypothèse de variances inégales | | | ,673 | 156,370 | ,502 | ,09850 | ,14628 | -,19043 | ,38743 |
| Moyenne du caractère divertissant perçu | Hypothèse de variances égales | 1,800 | ,182 | 4,055 | 158 | ,000 | ,84678 | ,20883 | ,43433 | 1,25923 |
| | Hypothèse de variances inégales | | | 4,075 | 154,488 | ,000 | ,84678 | ,20778 | ,43633 | 1,25723 |
| Moyenne de l'irritation perçue | Hypothèse de variances égales | 6,861 | ,010 | 4,224 | 158 | ,000 | ,74648 | ,17672 | ,39745 | 1,09551 |
| | Hypothèse de variances inégales | | | 4,255 | 149,163 | ,000 | ,74648 | ,17542 | ,39985 | 1,09312 |

b. H6 à H10

| Model Summary | | | | | | | |
|--------------------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|-------|
| | R | R-sq | MSE | F | df1 | df2 | p |
| | ,4740 | ,2246 | 1,4468 | 7,5329 | 3,0000 | 78,0000 | ,0002 |
| Model | | | | | | | |
| | coeff | se | t | p | LLCI | ULCI | |
| constant | -,7837 | 1,5179 | -,5163 | ,6071 | -3,8057 | 2,2383 | |
| MINFO | ,6406 | ,3443 | 1,8604 | ,0666 | -,0449 | 1,3261 | |
| MATTPUB | ,9037 | ,4210 | 2,1468 | ,0349 | ,0656 | 1,7418 | |
| Int_1 | -,1161 | ,0915 | -1,2694 | ,2081 | -,2983 | ,0660 | |
| Product terms key: | | | | | | | |
| Int_1 | : | MINFO | x | MATTPUB | | | |
| | | | | | | | • |
| Model Summary | | | | | | | |
| | R | R-sq | MSE | F | df1 | df2 | p |
| | ,4726 | ,2234 | 1,4491 | 7,4781 | 3,0000 | 78,0000 | ,0002 |
| Model | | | | | | | |
| | coeff | se | t | p | LLCI | ULCI | |
| constant | ,2095 | 1,1190 | ,1872 | ,8520 | -2,0183 | 2,4373 | |
| MDIV | ,5204 | ,3002 | 1,7333 | ,0870 | -,0773 | 1,1181 | |
| MATTPUB | ,6879 | ,3066 | 2,2435 | ,0277 | ,0775 | 1,2983 | |
| Int_1 | -,0853 | ,0765 | -1,1158 | ,2679 | -,2375 | ,0669 | |
| Product terms key: | | | | | | | |
| Int_1 | : | MDIV | x | MATTPUB | | | |
| | | | | | | | • |
| Model Summary | | | | | | | |
| | R | R-sq | MSE | F | df1 | df2 | p |
| | ,4706 | ,2214 | 1,4528 | 7,3949 | 3,0000 | 78,0000 | ,0002 |
| Model | | | | | | | |
| | coeff | se | t | p | LLCI | ULCI | |
| constant | -1,3771 | 2,1850 | -,6303 | ,5304 | -5,7272 | 2,9729 | |
| MCRED | ,6644 | ,4372 | 1,5195 | ,1327 | -,2061 | 1,5349 | |
| MATTPUB | ,9400 | ,5893 | 1,5950 | ,1148 | -,2333 | 2,1132 | |
| Int_1 | -,1048 | ,1160 | -,9030 | ,3693 | -,3357 | ,1262 | |
| Product terms key: | | | | | | | |
| Int_1 | : | MCRED | x | MATTPUB | | | |
| | | | | | | | • |
| Model Summary | | | | | | | |
| | R | R-sq | MSE | F | df1 | df2 | p |
| | ,5035 | ,2535 | 1,3928 | 8,8313 | 3,0000 | 78,0000 | ,0000 |
| Model | | | | | | | |
| | coeff | se | t | p | LLCI | ULCI | |
| constant | 4,7585 | 1,3898 | 3,4238 | ,0010 | 1,9915 | 7,5254 | |
| MIRR | -,6590 | ,3212 | -2,0516 | ,0436 | -1,2985 | -,0195 | |
| MATTPUB | -,0163 | ,3192 | -,0510 | ,9594 | -,6517 | ,6191 | |
| Int_1 | ,0912 | ,0785 | 1,1620 | ,2488 | -,0650 | ,2474 | |
| Product terms key: | | | | | | | |
| Int_1 | : | MIRR | x | MATTPUB | | | |
| | | | | | | | • |
| Model Summary | | | | | | | |
| | R | R-sq | MSE | F | df1 | df2 | p |
| | ,5078 | ,2578 | 1,3848 | 9,0326 | 3,0000 | 78,0000 | ,0000 |
| Model | | | | | | | |
| | coeff | se | t | p | LLCI | ULCI | |
| constant | ,1880 | 1,1944 | ,1574 | ,8753 | -2,1898 | 2,5658 | |
| MCONT | ,5882 | ,3246 | 1,8121 | ,0738 | -,0580 | 1,2345 | |
| MATTPUB | ,5885 | ,3305 | 1,7808 | ,0788 | -,0694 | 1,2464 | |
| Int_1 | -,0723 | ,0827 | -,8742 | ,3847 | -,2370 | ,0924 | |
| Product terms key: | | | | | | | |
| Int_1 | : | MCONT | x | MATTPUB | | | |

c. H11

Test des échantillons indépendants

| | | Test de Levene sur l'égalité des variances | | Test t pour égalité des moyennes | | | | | Intervalle de confiance de la différence à 95 % | |
|--|---------------------------------|--|------|----------------------------------|---------|------------------|--------------------|----------------------------|---|-----------|
| | | F | Sig. | t | ddl | Sig. (bilatéral) | Différence moyenne | Différence erreur standard | Inférieur | Supérieur |
| Moyenne de l'inquiétude d'intrusion dans la vie privée | Hypothèse de variances égales | 1,102 | ,295 | 3,029 | 158 | ,003 | ,67785 | ,22378 | ,23586 | 1,11983 |
| | Hypothèse de variances inégales | | | 3,033 | 157,998 | ,003 | ,67785 | ,22347 | ,23646 | 1,11923 |

d. H12

Récapitulatif des modèles

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|
| 1 | ,314 ^a | ,099 | ,093 | 1,23643 |

ANOVA^a

| Modèle | | Somme des carrés | ddl | Carré moyen | F | Sig. |
|--------|------------|------------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Régression | 26,399 | 1 | 26,399 | 17,268 | ,000 ^b |
| | de Student | 241,545 | 158 | 1,529 | | |
| | Total | 267,944 | 159 | | | |

Coefficients^a

| Modèle | | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | | Sig. | Intervalle de confiance à 95,0% pour B | | Statistiques de colinéarité | |
|--------|---|-------------------------------|-----------------|---------------------------|-------|------|--|------------------|-----------------------------|-------|
| | | B | Erreur standard | Bêta | t | | Borne inférieure | Borne supérieure | Tolérance | VIF |
| 1 | (Constante) | 2,419 | ,302 | | 8,010 | ,000 | 1,822 | 3,015 | | |
| | Moyenne du degré d'innovation des individus | ,303 | ,073 | ,314 | 4,155 | ,000 | ,159 | ,447 | 1,000 | 1,000 |

e. H13

Descriptives

Moyenne de l'attitude envers la publicité géolocalisée

| | N | Moyenne | Ecart type | Erreur standard | Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne | | Minimum | Maximum |
|----------------------------------|-----|---------|------------|-----------------|--|------------------|---------|---------|
| | | | | | Borne inférieure | Borne supérieure | | |
| Secondaire | 35 | 3,4286 | 1,31111 | ,22162 | 2,9782 | 3,8790 | 1,00 | 5,50 |
| Études supérieures de type court | 61 | 3,5369 | 1,28033 | ,16393 | 3,2090 | 3,8648 | 1,00 | 6,00 |
| Études supérieures de type long | 64 | 3,7695 | 1,30954 | ,16369 | 3,4424 | 4,0966 | 1,00 | 6,25 |
| Total | 160 | 3,6063 | 1,29815 | ,10263 | 3,4036 | 3,8089 | 1,00 | 6,25 |

Test d'homogénéité des variances

| | | Statistique de Levene | ddl1 | ddl2 | Sig. |
|--|-------------------------------------|-----------------------|------|---------|------|
| Moyenne de l'attitude envers la publicité géolocalisée | Basé sur la moyenne | ,317 | 2 | 157 | ,729 |
| | Basé sur la médiane | ,422 | 2 | 157 | ,656 |
| | Basé sur la médiane avec ddl ajusté | ,422 | 2 | 150,330 | ,656 |
| | Basé sur la moyenne tronquée | ,339 | 2 | 157 | ,713 |

ANOVA

Moyenne de l'attitude envers la publicité géolocalisée

| | Somme des carrés | ddl | Carré moyen | F | Sig. |
|--------------|------------------|-----|-------------|------|------|
| Intergroupes | 3,105 | 2 | 1,552 | ,920 | ,401 |
| Intragroupes | 264,839 | 157 | 1,687 | | |
| Total | 267,944 | 159 | | | |

f. H14

Descriptives

Moyenne de l'attitude envers la publicité géolocalisée

| | N | Moyenne | Ecart type | Erreur standard | Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne | | Minimum | Maximum |
|-----------------|-----|---------|------------|-----------------|--|------------------|---------|---------|
| | | | | | Borne inférieure | Borne supérieure | | |
| Moins de 35 ans | 110 | 3,7341 | 1,26404 | ,12052 | 3,4952 | 3,9730 | 1,00 | 6,25 |
| 35-49 | 23 | 3,0000 | 1,35889 | ,28335 | 2,4124 | 3,5876 | 1,00 | 4,75 |
| 50-64 | 19 | 3,4211 | 1,44591 | ,33171 | 2,7241 | 4,1180 | 1,00 | 5,00 |
| +65 ans | 8 | 4,0313 | ,67397 | ,23829 | 3,4678 | 4,5947 | 3,00 | 5,00 |
| Total | 160 | 3,6063 | 1,29815 | ,10263 | 3,4036 | 3,8089 | 1,00 | 6,25 |

Test d'homogénéité des variances

| | | Statistique de Levene | ddl1 | ddl2 | Sig. |
|--|-------------------------------------|-----------------------|------|---------|------|
| Moyenne de l'attitude envers la publicité géolocalisée | Basé sur la moyenne | 3,336 | 3 | 156 | ,021 |
| | Basé sur la médiane | 2,521 | 3 | 156 | ,060 |
| | Basé sur la médiane avec ddl ajusté | 2,521 | 3 | 149,230 | ,060 |
| | Basé sur la moyenne tronquée | 3,271 | 3 | 156 | ,023 |

Tests robustes d'égalité des moyennes

Moyenne de l'attitude envers la publicité géolocalisée

| | Statistiques ^a | ddl1 | ddl2 | Sig. |
|-------|---------------------------|------|--------|------|
| Welch | 2,776 | 3 | 27,256 | ,060 |

5. Voici des illustrations représentant une catégorie de produits et services. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

| | Pas du tout d'accord | | Ni d'accord, ni pas d'accord | | | Tout à fait d'accord | |
|--|-----------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| On peut dire que ce type de produits et services m'intéresse | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ce type de produits et services compte vraiment pour moi | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| J'accorde une importance particulière à ce type de produits et services | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| J'aime particulièrement parler de ce type de produits et services | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je me sens particulièrement attiré par ce type de produits et services | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Le seul fait de me renseigner à propos de ce type de produits et services est un plaisir | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

6. Voici maintenant le logo d'une marque opérant dans cette catégorie de produits. Connaissez-vous cette marque ?
- Oui
 - Non
7. Mise en situation A (Publicité géolocalisée) ou B (Publicité classique)
8. Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Cette publicité pour Hudsons est...

| | Pas du tout d'accord | | Ni d'accord, ni pas d'accord | | | Tout à fait d'accord | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ...crédible | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...réaliste | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...plausible | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. Quelle est votre impression par rapport à l'annonce Hudsons que vous venez de voir ?

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------------|
| Plaisante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Déplaisante |
| Bonne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Mauvaise |
| Favorable | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Défavorable |
| Pas convaincante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Convaincante |
| J'aime cette annonce | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Je n'aime pas cette annonce |

10. Cette publicité pour Hudsons...

| | Pas du tout d'accord | | | Ni d'accord, ni pas d'accord | | | Tout à fait d'accord | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ...est une source d'information pertinente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...fournit des informations en temps opportun | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...fournit l'information dont j'ai besoin | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...m'apprend des choses que je ne connaissais pas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

11. Par rapport à cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante ?

| | Pas du tout d'accord | | | Ni d'accord, ni pas d'accord | | | Tout à fait d'accord | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Je trouve que cette publicité diffuse des messages personnalisés | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| La publicité que je viens de voir est adaptée à mes préférences | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

12. Cette publicité pour Hudsons est...

| | Pas du tout d'accord | | | Ni d'accord, ni pas d'accord | | | Tout à fait d'accord | |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ...divertissante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...agréable | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...amusante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. Cette publicité pour Hudsons est...

| | Pas du tout d'accord | | | Ni d'accord, ni pas d'accord | | | Tout à fait d'accord | |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ...irritante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...ennuyeuse | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...trompeuse | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...m'interrompt pendant mes activités | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...nous prend pour des idiots | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

14. Par rapport à la publicité que vous venez de voir, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante ?

| | Pas du tout d'accord | | | Ni d'accord, ni pas d'accord | | | Tout à fait d'accord | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Je suis inquiet de l'utilisation de mes données personnelles | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je trouve que la publicité est une atteinte à la vie privée | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je trouve que la publicité est intrusive | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je suis inquiet d'être traqué constamment | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

15. Après avoir vu cette publicité pour Hudsons, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante ?

| | Pas du tout d'accord | | | Ni d'accord, ni pas d'accord | | | Tout à fait d'accord | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| La publicité me disait à quelle distance le point de vente Hudsons se situait | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

16. D'après vous, la marque Hudsons est...

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| ...mauvaise | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | ...bonne |
| ...déplaisante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | ...plaisante |
| ...de mauvaise qualité | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | ...de bonne qualité |
| Je n'aime pas cette marque | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | J'aime cette marque |

17. La **publicité géolocalisée** a pour objectif de localiser votre téléphone portable afin de vous envoyer du contenu publicitaire. Elle est donc adaptée à votre position et au moment de la journée. La publicité géolocalisée est également adaptée selon vos préférences, déterminées grâce à vos achats antérieurs et l'utilisation de votre smartphone. La publicité géolocalisée existe aussi avec l'ordinateur. A propos de la publicité géolocalisée, vous diriez que vous êtes...

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------|
| ...pas du tout familier(ère) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | ...tout à fait familier(ère) |
| ...pas du tout informé(e) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | ...tout à fait informé(e) |

18. Avez-vous déjà été exposé à de la publicité géolocalisée ?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

19. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? Dans l'ensemble, je trouve que la publicité géolocalisée est...

| | Pas du tout d'accord | | | Ni d'accord, ni pas d'accord | | | Tout à fait d'accord | |
|--|----------------------|--|--|------------------------------|--|--|----------------------|--|
|--|----------------------|--|--|------------------------------|--|--|----------------------|--|

| | | | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ...intéressante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...attirante | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ...agréable | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Je suis favorable à l'utilisation de la publicité géolocalisée | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

20. Quel âge avez-vous ?

21. Vous êtes...

- Un homme
- Une femme

22. Quel est le plus haut niveau d'étude que vous ayez achevé avec succès ?

- Primaire
- Secondaire
- Études supérieures de type court
- Études supérieures de type long
- Autre : ...

23. Laquelle de ces situations décrit le mieux votre situation professionnelle actuelle ?

- Je suis étudiant(e)
- Je suis salarié(e) à temps plein ou à temps partiel
- Je suis indépendant(e)
- Je suis sans emploi
- Je suis retraité(e)
- Autre : ...