

“opinionway pour  DeluPay

Les Français et l'impact écologique des moyens de paiement

Avril 2024



ESOMAR²⁴
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1 012 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 20 au 21 mars 2024**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour DeluPay »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : **INSEE**



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18 à 24 ans	10%
	25 à 34 ans	15%
	35 à 49 ans	24%
	50 à 64 ans	24%
	65 ans et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



Les résultats



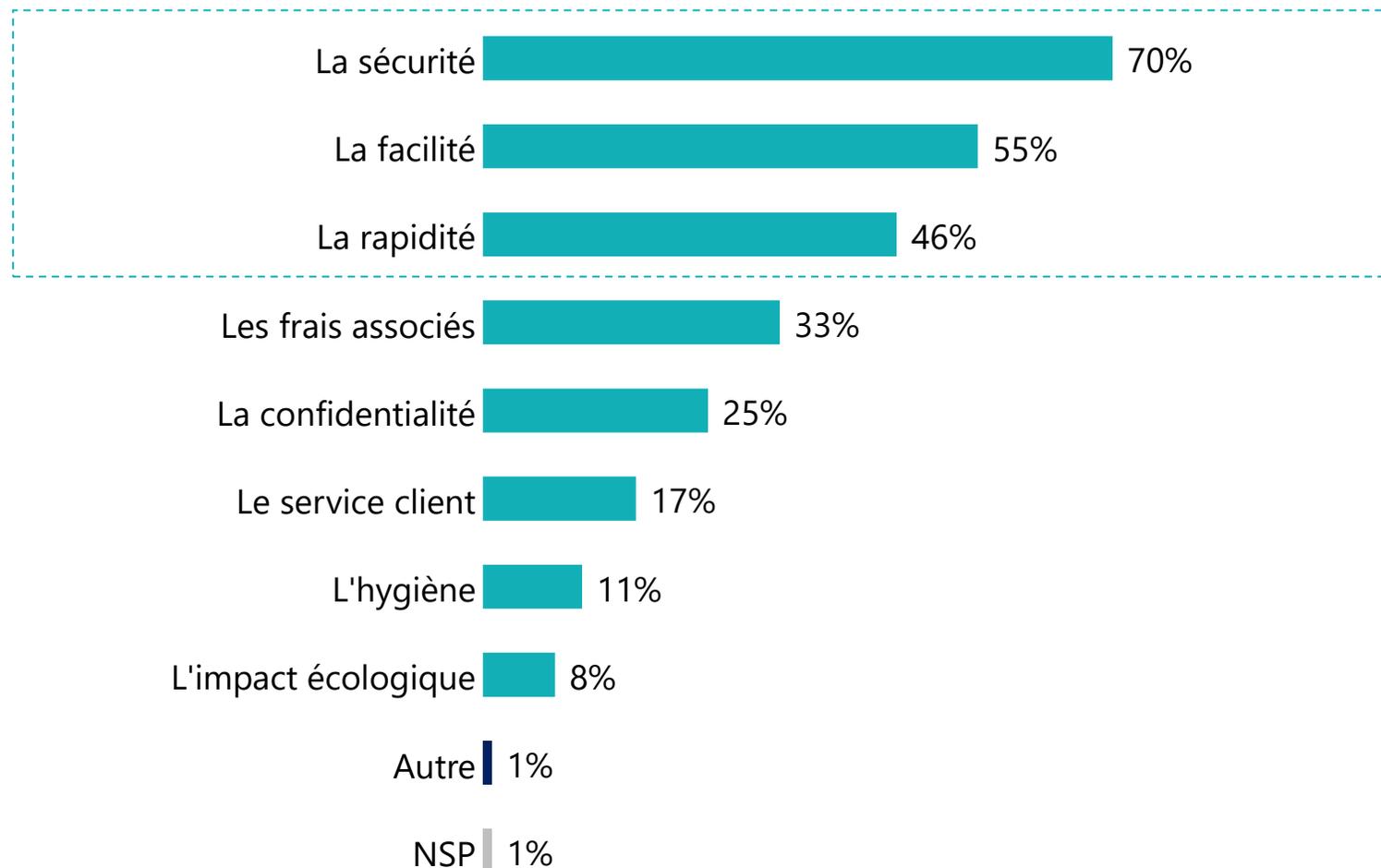


Les critères de choix du mode de paiement



Q. Lors de vos achats du quotidien, quels sont les trois critères les plus importants pour choisir votre mode de paiement ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





Les critères de choix du mode de paiement



1012 personnes

Q. Lors de vos achats du quotidien, quels sont les trois critères les plus importants pour choisir votre mode de paiement ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
La sécurité	70%	70%	70%	62%	55%	63%	78%	81%	65%	68%	75%
La facilité	55%	54%	55%	39%	54%	54%	55%	62%	51%	58%	55%
La rapidité	46%	43%	48%	38%	47%	48%	44%	47%	49%	44%	45%
Les frais associés	33%	33%	33%	42%	32%	33%	31%	31%	37%	28%	34%
La confidentialité	25%	24%	26%	20%	26%	26%	24%	27%	21%	27%	27%
Le service client	17%	16%	17%	21%	16%	18%	15%	16%	17%	19%	15%
L'hygiène	11%	12%	11%	22%	16%	11%	8%	8%	11%	13%	11%
L'impact écologique	8%	9%	7%	15%	11%	8%	8%	5%	12%	7%	6%
Autre	1%	1%	-	-	1%	1%	-	1%	-	-	1%



Les critères de choix du mode de paiement



Q. Lors de vos achats du quotidien, quels sont les trois critères les plus importants pour choisir votre mode de paiement ?

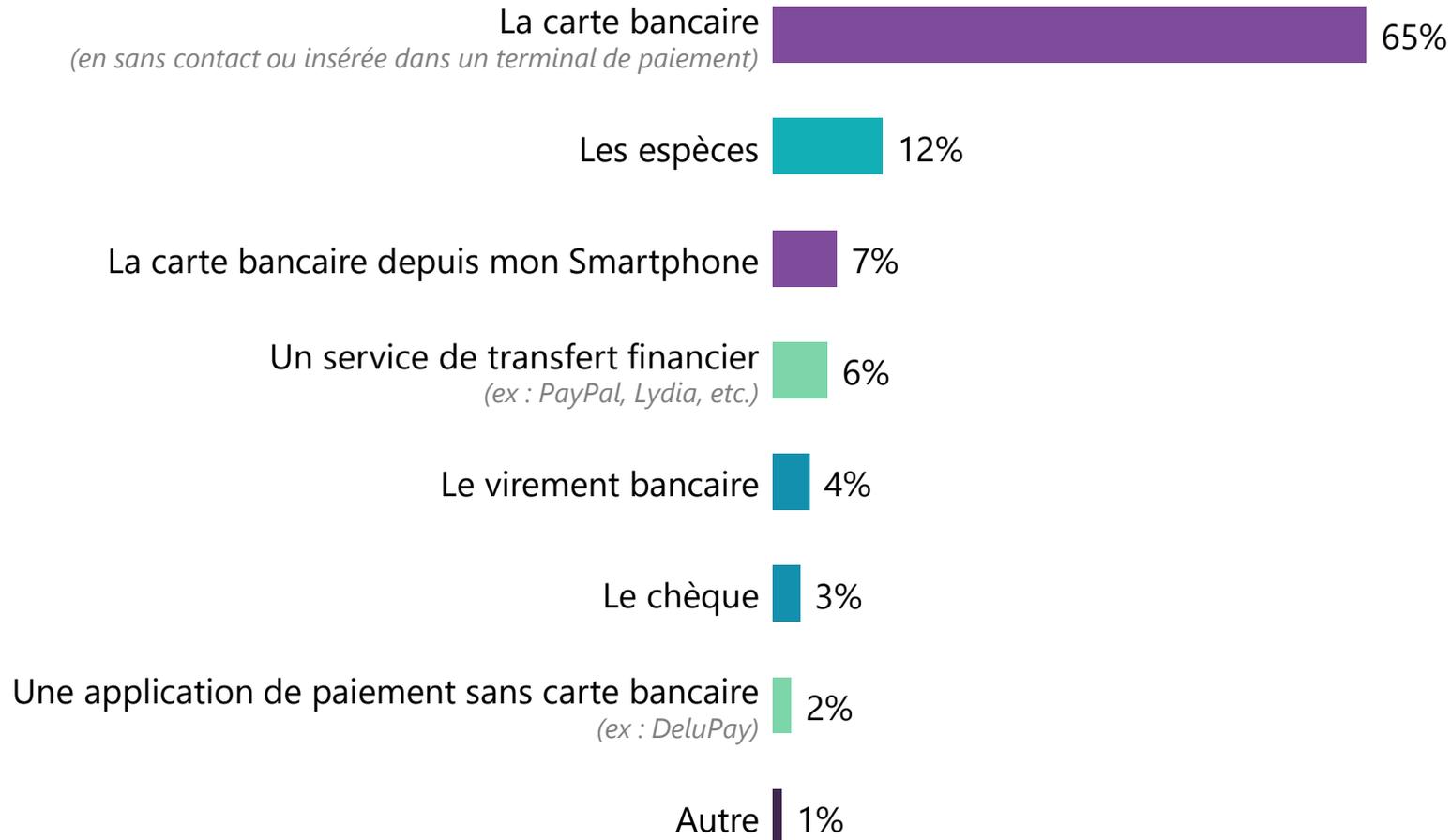
Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

	% Total	Revenu mensuel du foyer				
		Moins de 1 000 €	De 1 000 à 1 999 €	De 2 000 à 3 499 €	De 3 500 à 4 999 €	5 000€ ou plus
La sécurité	70%	60%	66%	75%	75%	66%
La facilité	55%	49%	51%	58%	55%	67%
La rapidité	46%	42%	47%	44%	49%	50%
Les frais associés	33%	34%	31%	35%	35%	32%
La confidentialité	25%	26%	27%	25%	26%	21%
Le service client	17%	16%	17%	16%	16%	21%
L'hygiène	11%	11%	14%	7%	15%	10%
L'impact écologique	8%	16%	7%	7%	7%	10%
Autre	1%	-	2%	-	-	1%

“ Le mode de paiement le plus utilisé au quotidien



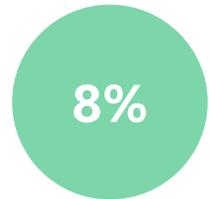
Q. Et quel est le mode de paiement que vous utilisez le plus souvent pour les achats du quotidien ?



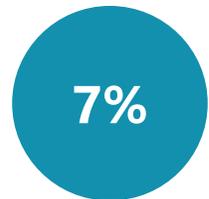
Paient par
carte bancaire



Paient avec
un service tiers



Paient avec un service
bancaire classique



Le mode de paiement le plus utilisé au quotidien



Q. Et quel est le mode de paiement que vous utilisez le plus souvent pour les achats du quotidien ?

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Carte bancaire	72%	74%	72%	66%	60%	72%	79%	77%	72%	74%	74%
...La carte bancaire (en sans contact ou insérée dans un terminal de paiement)	65%	67%	64%	46%	52%	64%	73%	74%	62%	67%	68%
...La carte bancaire depuis mon Smartphone	7%	7%	8%	20%	8%	8%	6%	3%	10%	7%	6%
Les espèces	12%	13%	12%	6%	16%	12%	12%	14%	11%	12%	13%
Sous-total Service tiers	8%	7%	8%	15%	12%	9%	3%	4%	9%	9%	5%
...Un service de transfert financier (ex : PayPal, Lydia, etc.)	6%	3%	7%	9%	9%	7%	2%	2%	5%	8%	3%
...Une application de paiement sans carte bancaire (ex : DeluPay)	2%	4%	1%	6%	3%	2%	1%	2%	4%	1%	2%
Sous-total Service bancaire classique	7%	6%	7%	13%	10%	6%	5%	5%	7%	5%	8%
...Le virement bancaire	4%	4%	3%	10%	5%	3%	2%	2%	4%	2%	4%
...Le chèque	3%	2%	4%	3%	5%	3%	3%	3%	3%	3%	4%

“ Le mode de paiement le plus utilisé au quotidien



Q. Et quel est le mode de paiement que vous utilisez le plus souvent pour les achats du quotidien ?

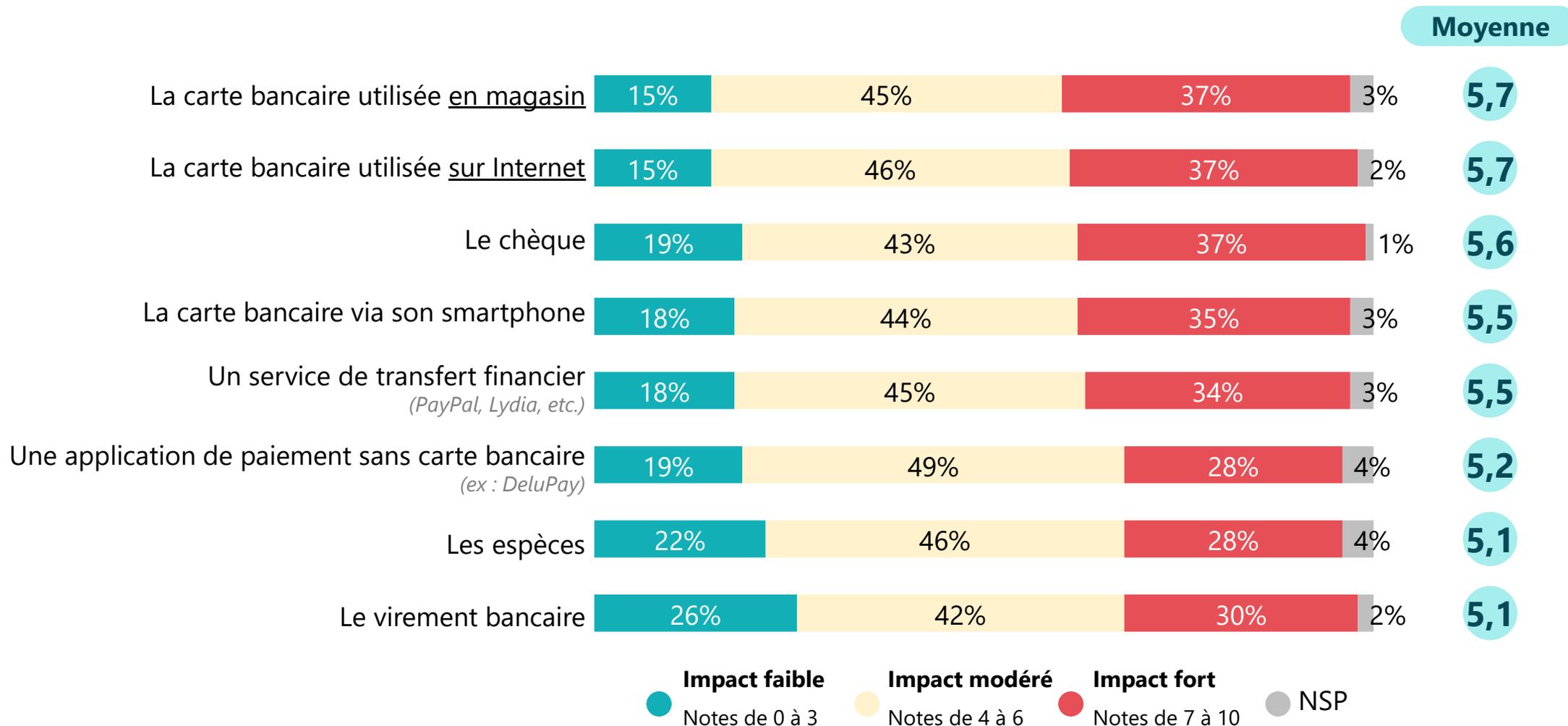
	% Total	Revenu mensuel du foyer				
		Moins de 1 000 €	De 1 000 à 1 999 €	De 2 000 à 3 499 €	De 3 500 à 4 999 €	5 000€ ou plus
Sous-total Carte bancaire	72%	53%	63%	76%	86%	90%
...La carte bancaire (en sans contact ou insérée dans un terminal de paiement)	65%	44%	54%	71%	75%	81%
...La carte bancaire depuis mon Smartphone	7%	9%	9%	5%	11%	9%
Les espèces	12%	26%	18%	9%	6%	4%
Sous-total Service tiers	8%	11%	9%	9%	5%	3%
...Un service de transfert financier (ex : PayPal, Lydia, etc.)	6%	5%	7%	8%	3%	1%
...Une application de paiement sans carte bancaire (ex : DeluPay)	2%	6%	2%	1%	2%	2%
Sous-total Service bancaire classique	7%	10%	10%	5%	3%	2%
...Le virement bancaire	4%	5%	5%	3%	2%	2%
...Le chèque	3%	5%	5%	2%	1%	-

L'impact écologique des moyens de paiement



Q. Selon vous, quel est l'impact écologique de chacun des moyens de paiement suivants ?

Une note de 0 signifie que le moyen de paiement n'a pas d'impact sur l'environnement. Une note de 10 signifie que l'impact sur l'environnement est très important. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.



“ L'impact écologique des moyens de paiement



Q. Selon vous, quel est l'impact écologique de chacun des moyens de paiement suivants ?

Une note de 0 signifie que le moyen de paiement n'a pas d'impact sur l'environnement. Une note de 10 signifie que l'impact sur l'environnement est très important. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement

	Note moyenne	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
La carte bancaire utilisée <u>en magasin</u>	5,7	5,6	5,9	6,0	5,9	5,9	5,7	5,4	5,8	5,7	5,7
La carte bancaire utilisée <u>sur Internet</u>	5,7	5,5	5,8	6,2	5,8	5,7	5,5	5,4	5,7	5,5	5,7
Le chèque	5,6	5,4	5,7	5,4	5,7	5,4	5,4	5,8	5,3	5,6	5,7
La carte bancaire via son smartphone	5,5	5,4	5,6	6,3	5,8	5,2	5,5	5,4	5,7	5,3	5,6
Un service de transfert financier (PayPal, Lydia, etc.)	5,5	5,4	5,6	6,0	5,6	5,5	5,6	5,2	5,8	5,3	5,4
Une application de paiement sans carte bancaire (ex : DeluPay)	5,2	5,3	5,2	5,6	5,4	5,0	5,4	5,1	5,5	5,0	5,2
Le virement bancaire	5,1	5,0	5,3	5,9	5,6	5,3	5,0	4,6	5,4	5,1	4,9
Les espèces	5,1	4,9	5,3	5,7	5,9	5,3	4,7	4,7	5,0	5,4	5,0

“ L'impact écologique des moyens de paiement



Q. Selon vous, quel est l'impact écologique de chacun des moyens de paiement suivants ?

Une note de 0 signifie que le moyen de paiement n'a pas d'impact sur l'environnement. Une note de 10 signifie que l'impact sur l'environnement est très important. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement

	Note moyenne	Revenu mensuel du foyer				
		Moins de 1 000 €	De 1 000 à 1 999 €	De 2 000 à 3 499 €	De 3 500 à 4 999 €	5 000€ ou plus
La carte bancaire utilisée <u>en magasin</u>	5,7	6,1	5,9	5,7	5,6	5,2
La carte bancaire utilisée <u>sur Internet</u>	5,7	5,7	5,8	5,6	5,6	5,4
Le chèque	5,6	5,5	5,6	5,7	5,8	5,2
La carte bancaire via son smartphone	5,5	5,5	5,7	5,5	5,6	5,6
Un service de transfert financier <i>(PayPal, Lydia, etc.)</i>	5,5	5,1	5,7	5,5	5,7	5,4
Une application de paiement sans carte bancaire <i>(ex : DeluPay)</i>	5,2	4,7	5,4	5,2	5,3	5,4
Le virement bancaire	5,1	5,6	5,3	5,1	4,9	4,9
Les espèces	5,1	5,3	5,4	5,2	4,9	4,7

“ L'impact écologique des moyens de paiement



Q. Selon vous, quel est l'impact écologique de chacun des moyens de paiement suivants ?

Une note de 0 signifie que le moyen de paiement n'a pas d'impact sur l'environnement. Une note de 10 signifie que l'impact sur l'environnement est très important. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement

	% Impact fort	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
La carte bancaire utilisée <u>en magasin</u>	37%	33%	40%	49%	47%	36%	32%	32%	39%	36%	36%
La carte bancaire utilisée <u>sur Internet</u>	37%	36%	38%	40%	48%	37%	37%	28%	41%	38%	33%
Le chèque	37%	35%	38%	48%	44%	31%	30%	40%	33%	35%	40%
La carte bancaire via son smartphone	35%	31%	35%	49%	44%	29%	33%	28%	39%	30%	34%
Un service de transfert financier (PayPal, Lydia, etc.)	34%	31%	36%	48%	41%	35%	32%	23%	39%	32%	30%
Les espèces	30%	27%	32%	39%	50%	30%	21%	23%	30%	31%	28%
Une application de paiement sans carte bancaire (ex : DeluPay)	28%	28%	28%	38%	36%	26%	28%	22%	33%	24%	27%
Le virement bancaire	28%	26%	30%	48%	43%	29%	23%	17%	32%	27%	25%

“ L'impact écologique des moyens de paiement



Q. Selon vous, quel est l'impact écologique de chacun des moyens de paiement suivants ?

Une note de 0 signifie que le moyen de paiement n'a pas d'impact sur l'environnement. Une note de 10 signifie que l'impact sur l'environnement est très important. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement

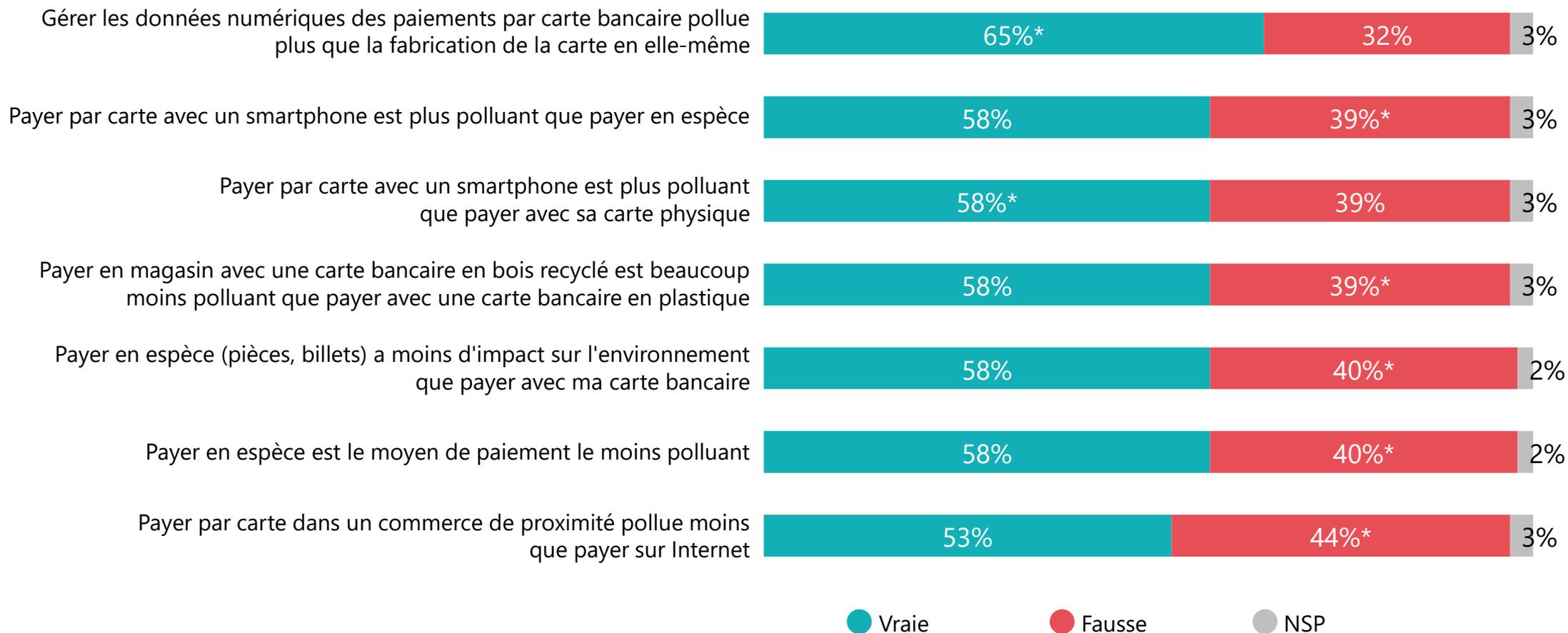
	% Impact fort	Revenu mensuel du foyer				
		Moins de 1 000 €	De 1 000 à 1 999 €	De 2 000 à 3 499 €	De 3 500 à 4 999 €	5 000€ ou plus
La carte bancaire utilisée <u>en magasin</u>	37%	44%	38%	39%	35%	30%
La carte bancaire utilisée <u>sur Internet</u>	37%	41%	39%	38%	37%	30%
Le chèque	37%	44%	37%	38%	38%	34%
La carte bancaire via son smartphone	35%	40%	34%	32%	37%	35%
Un service de transfert financier (PayPal, Lydia, etc.)	34%	31%	36%	33%	38%	28%
Les espèces	30%	40%	35%	30%	28%	18%
Une application de paiement sans carte bancaire (ex : DeluPay)	28%	28%	31%	27%	28%	28%
Le virement bancaire	28%	41%	35%	25%	25%	24%



La connaissance de l'impact écologique des moyens de paiement



Q. Diriez-vous que chacune des affirmations suivantes est vraie ou fausse ?





La connaissance de l'impact écologique des moyens de paiement



1012 personnes

Q. Diriez-vous que chacune des affirmations suivantes est vraie ou fausse ?

	% Vraie	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Gérer les données numériques des paiements par carte bancaire pollue plus que la fabrication de la carte en elle-même	65%	66%	63%	65%	64%	63%	65%	66%	69%	63%	63%
Payer par carte avec un smartphone est plus polluant que payer en espèce	58%	61%	56%	56%	52%	55%	62%	61%	63%	57%	57%
Payer par carte avec un smartphone est plus polluant que payer avec sa carte physique	58%	60%	56%	58%	56%	54%	60%	61%	60%	54%	60%
Payer en magasin avec une carte bancaire en bois recyclé est beaucoup moins polluant que payer avec une carte bancaire en plastique	58%	56%	59%	64%	56%	63%	53%	54%	60%	61%	53%
Payer en espèce (pièces, billets) a moins d'impact sur l'environnement que payer avec ma carte bancaire	58%	56%	59%	58%	56%	54%	61%	58%	57%	56%	58%
Payer en espèce est le moyen de paiement le moins polluant	58%	57%	57%	57%	52%	53%	62%	61%	58%	55%	59%
Payer par carte dans un commerce de proximité pollue moins que payer sur Internet	53%	54%	51%	60%	52%	51%	53%	52%	53%	52%	54%



La connaissance de l'impact écologique des moyens de paiement



1012 personnes

Q. Diriez-vous que chacune des affirmations suivantes est vraie ou fausse ?

	% Vraie	Revenu mensuel du foyer				
		Moins de 1 000 €	De 1 000 à 1 999 €	De 2 000 à 3 499 €	De 3 500 à 4 999 €	5 000€ ou plus
Gérer les données numériques des paiements par carte bancaire pollue plus que la fabrication de la carte en elle-même	65%	64%	60%	68%	69%	70%
Payer par carte avec un smartphone est plus polluant que payer en espèce	58%	59%	55%	56%	67%	58%
Payer par carte avec un smartphone est plus polluant que payer avec sa carte physique	58%	62%	59%	58%	60%	54%
Payer en magasin avec une carte bancaire en bois recyclé est beaucoup moins polluant que payer avec une carte bancaire en plastique	58%	51%	61%	57%	59%	60%
Payer en espèce (pièces, billets) a moins d'impact sur l'environnement que payer avec ma carte bancaire	58%	51%	66%	56%	59%	55%
Payer en espèce est le moyen de paiement le moins polluant	58%	64%	63%	55%	55%	49%
Payer par carte dans un commerce de proximité pollue moins que payer sur Internet	53%	56%	53%	52%	54%	46%

La connaissance de l'impact écologique des moyens de paiement



Q. Diriez-vous que chacune des affirmations suivantes est vraie ou fausse ?

	% Fausse	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Payer par carte dans un commerce de proximité pollue moins que payer sur Internet	44%	43%	46%	36%	45%	46%	44%	47%	43%	45%	44%
Payer en espèce (pièces, billets) a moins d'impact sur l'environnement que payer avec ma carte bancaire	40%	41%	40%	40%	42%	43%	38%	40%	41%	42%	40%
Payer en espèce est le moyen de paiement le moins polluant	40%	40%	41%	39%	44%	45%	36%	38%	39%	43%	39%
Payer en magasin avec une carte bancaire en bois recyclé est beaucoup moins polluant que payer avec une carte bancaire en plastique	39%	40%	39%	33%	36%	34%	46%	43%	36%	38%	44%
Payer par carte avec un smartphone est plus polluant que payer avec sa carte physique	39%	37%	42%	37%	38%	42%	39%	38%	37%	42%	39%
Payer par carte avec un smartphone est plus polluant que payer en espèce	39%	36%	42%	44%	44%	40%	36%	37%	34%	40%	41%
Gérer les données numériques des paiements par carte bancaire pollue plus que la fabrication de la carte en elle-même	32%	31%	34%	34%	33%	33%	32%	31%	28%	34%	34%



La connaissance de l'impact écologique des moyens de paiement



1012 personnes

Q. Diriez-vous que chacune des affirmations suivantes est vraie ou fausse ?

	% Fausse	Revenu mensuel du foyer				
		Moins de 1 000 €	De 1 000 à 1 999 €	De 2 000 à 3 499 €	De 3 500 à 4 999 €	5 000€ ou plus
Payer par carte dans un commerce de proximité pollue moins que payer sur Internet	44%	40%	45%	45%	45%	50%
Payer en espèce (pièces, billets) a moins d'impact sur l'environnement que payer avec ma carte bancaire	40%	45%	33%	42%	40%	42%
Payer en espèce est le moyen de paiement le moins polluant	40%	31%	35%	42%	44%	48%
Payer en magasin avec une carte bancaire en bois recyclé est beaucoup moins polluant que payer avec une carte bancaire en plastique	39%	43%	38%	39%	40%	39%
Payer par carte avec un smartphone est plus polluant que payer avec sa carte physique	39%	36%	37%	39%	39%	45%
Payer par carte avec un smartphone est plus polluant que payer en espèce	39%	39%	42%	41%	31%	41%
Gérer les données numériques des paiements par carte bancaire pollue plus que la fabrication de la carte en elle-même	32%	35%	37%	27%	29%	28%

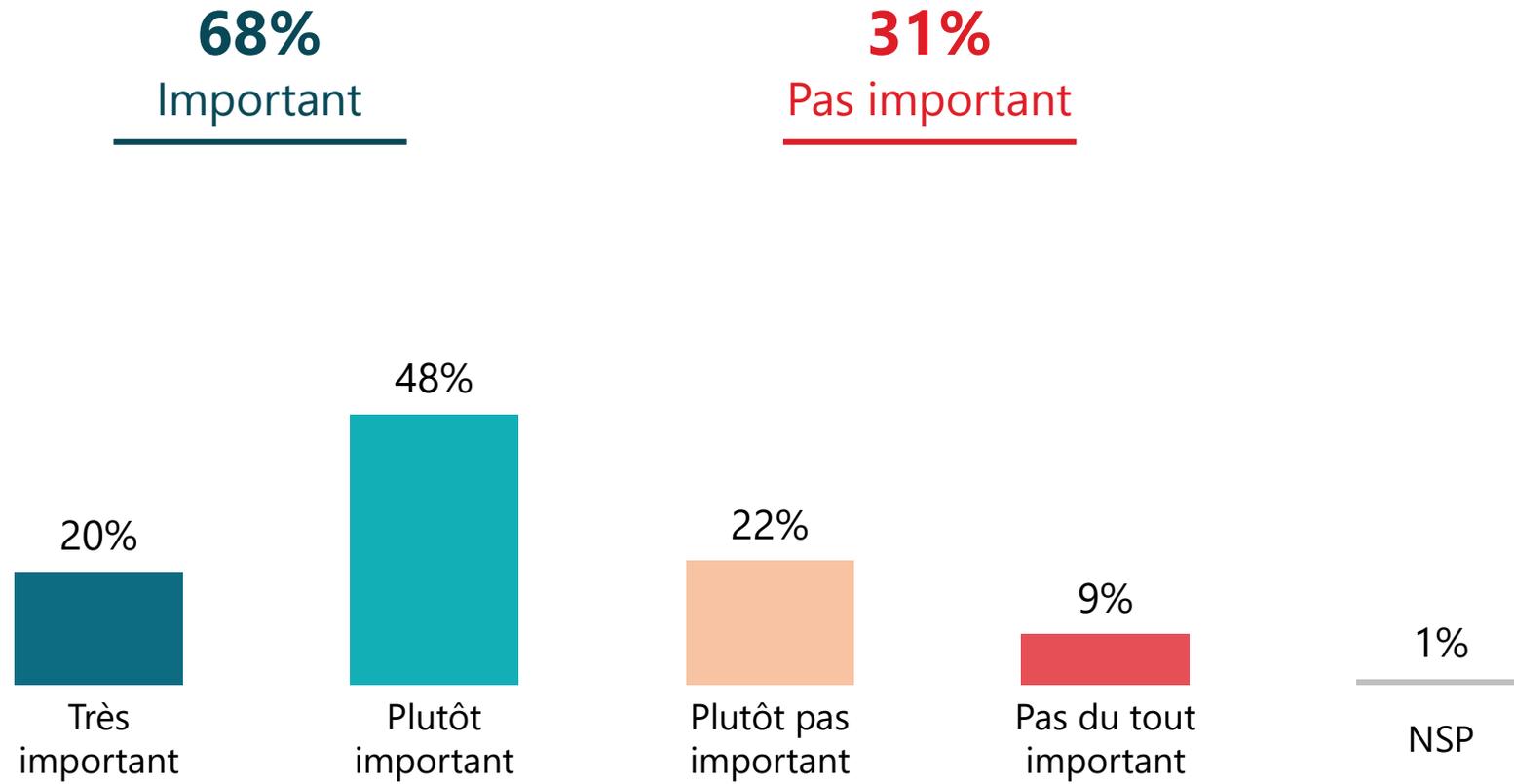


L'importance de réduire l'impact écologique des paiements



1012 personnes

Q. Selon vous, est-il important ou pas de réduire l'impact écologique des paiements ?





L'importance de réduire l'impact écologique des paiements



1012 personnes

Q. Selon vous, est-il important ou pas de réduire l'impact écologique des paiements ?

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Important	68%	63%	72%	76%	66%	73%	65%	64%	67%	70%	67%
...Très important	20%	18%	21%	17%	20%	26%	17%	17%	25%	16%	19%
...Plutôt important	48%	45%	51%	59%	46%	47%	48%	47%	42%	54%	48%
Sous-total Pas important	31%	35%	27%	20%	33%	26%	33%	35%	32%	28%	32%
...Plutôt pas important	22%	22%	22%	17%	22%	20%	26%	21%	23%	19%	22%
...Pas du tout important	9%	13%	5%	3%	11%	6%	7%	14%	9%	9%	10%



L'importance de réduire l'impact écologique des paiements



1012 personnes

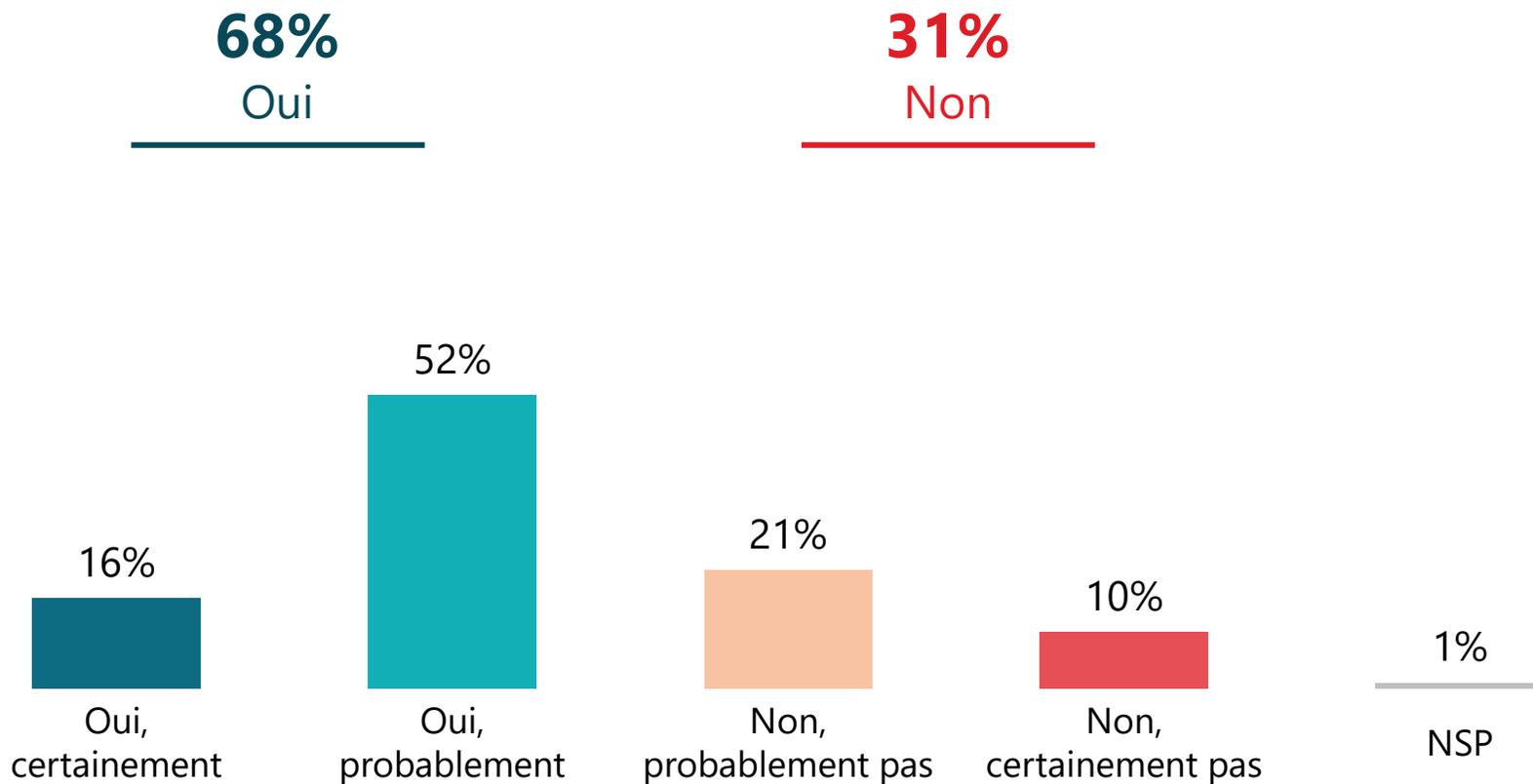
Q. Selon vous, est-il important ou pas de réduire l'impact écologique des paiements ?

	% Total	Revenu mensuel du foyer				
		Moins de 1 000 €	De 1 000 à 1 999 €	De 2 000 à 3 499 €	De 3 500 à 4 999 €	5 000€ ou plus
Sous-total Important	68%	72%	75%	63%	68%	69%
...Très important	20%	25%	28%	14%	21%	16%
...Plutôt important	48%	47%	47%	49%	47%	53%
Sous-total Pas important	31%	25%	24%	35%	31%	31%
...Plutôt pas important	22%	14%	16%	28%	22%	17%
...Pas du tout important	9%	11%	8%	7%	9%	14%

“ L'intention de privilégier un nouveau moyen de paiement pour réduire l'impact écologique



Q. Seriez-vous prêt à privilégier un nouveau moyen de paiement s'il vous permettait de réduire significativement l'impact environnemental de vos paiements du quotidien ?



“ L'intention de privilégier un nouveau moyen de paiement pour réduire l'impact écologique



Q. Seriez-vous prêt à privilégier un nouveau moyen de paiement s'il vous permettait de réduire significativement l'impact environnemental de vos paiements du quotidien ?

	% Total	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Oui	68%	66%	71%	75%	67%	71%	70%	63%	70%	70%	67%
...Oui, certainement	16%	17%	16%	15%	19%	21%	16%	11%	21%	16%	13%
...Oui, probablement	52%	49%	55%	60%	48%	50%	54%	52%	49%	54%	54%
Sous-total Non	31%	33%	28%	25%	33%	29%	29%	36%	29%	29%	32%
...Non, probablement pas	21%	20%	22%	21%	22%	18%	22%	23%	19%	21%	22%
...Non, certainement pas	10%	13%	6%	4%	11%	11%	7%	13%	10%	8%	10%



L'intention de privilégier un nouveau moyen de paiement pour réduire l'impact écologique



1012 personnes

Q. Seriez-vous prêt à privilégier un nouveau moyen de paiement s'il vous permettait de réduire significativement l'impact environnemental de vos paiements du quotidien ?

	% Total	Revenu mensuel du foyer				
		Moins de 1 000 €	De 1 000 à 1 999 €	De 2 000 à 3 499 €	De 3 500 à 4 999 €	5 000€ ou plus
Sous-total Oui	68%	72%	71%	68%	67%	67%
...Oui, certainement	16%	20%	20%	13%	15%	19%
...Oui, probablement	52%	52%	51%	55%	52%	48%
Sous-total Non	31%	28%	29%	31%	32%	33%
...Non, probablement pas	21%	14%	18%	24%	23%	23%
...Non, certainement pas	10%	14%	11%	7%	9%	10%



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“opinionway”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion
fmicheau@opinion-way.com

Ronan Gouhenant

Chargé d'études – Pôle opinion
rgouhenant@opinion-way.com