

*“opinionway* pour **evaneos**

# Les Français et le surtourisme

Février 2024



**ESOMAR**<sup>24</sup>  
Corporate

Image de teksomolika sur Freepik





# La méthodologie



# “ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1009 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 24 au 25 janvier 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 : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



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

**« Sondage OpinionWay pour Evaneos »**

*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 et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	12%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	<b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b>	<b>29%</b>
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	<b>Catégories populaires</b>	<b>29%</b>
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	<b>Inactifs</b>	<b>42%</b>
	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





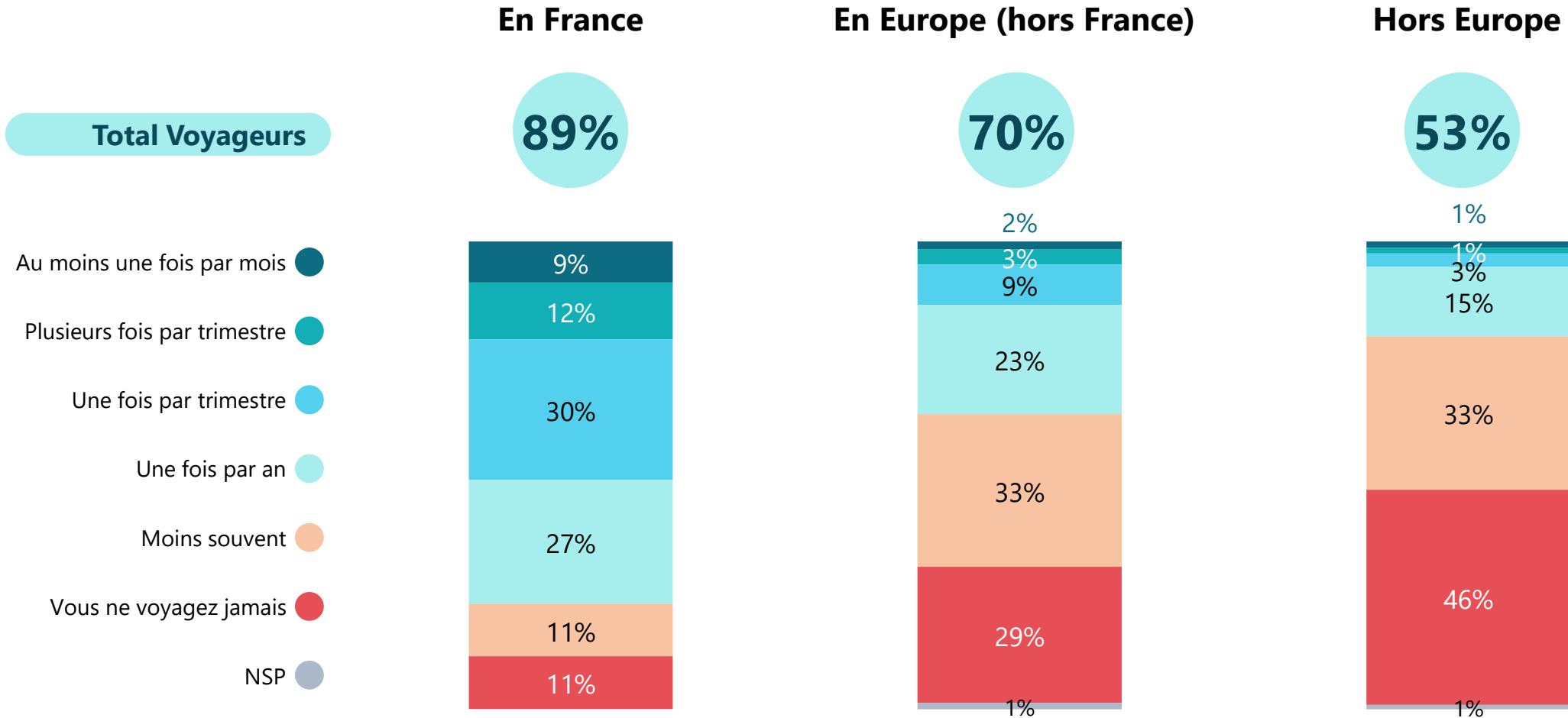
**01**

Les expériences de voyages

# “ La fréquence de voyage



Q. A quelle fréquence voyagez-vous... ?



# “ La fréquence de voyage



Q. A quelle fréquence voyagez-vous... ?

En France	Sexe		Age					Statut			
	Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
<b>Sous-total Voyage</b>	<b>89%</b>	<b>91%</b>	<b>87%</b>	<b>86%</b>	<b>89%</b>	<b>94%</b>	<b>85%</b>	<b>88%</b>	<b>96%</b>	<b>87%</b>	<b>86%</b>
Au moins une fois par mois	9%	12%	6%	4%	14%	5%	11%	9%	9%	8%	9%
Plusieurs fois par trimestre	12%	13%	11%	16%	15%	14%	9%	10%	19%	10%	10%
Une fois par trimestre	30%	31%	30%	23%	29%	33%	26%	36%	34%	25%	32%
Une fois par an	27%	25%	27%	25%	22%	33%	27%	22%	26%	32%	23%
Moins souvent	11%	10%	13%	18%	9%	9%	12%	11%	8%	12%	12%
<b>Vous ne voyagez jamais</b>	<b>11%</b>	<b>9%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>	<b>11%</b>	<b>6%</b>	<b>15%</b>	<b>12%</b>	<b>4%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>

# “ La fréquence de voyage



Q. A quelle fréquence voyagez-vous... ?

En Europe (hors France)	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
<b>Sous-total Voyage</b>	<b>70%</b>	<b>73%</b>	<b>67%</b>	<b>72%</b>	<b>69%</b>	<b>75%</b>	<b>69%</b>	<b>65%</b>	<b>79%</b>	<b>67%</b>	<b>65%</b>
Au moins une fois par mois	2%	2%	2%	1%	7%	1%	1%	-	4%	1%	-
Plusieurs fois par trimestre	3%	4%	3%	2%	7%	3%	2%	3%	3%	3%	3%
Une fois par trimestre	9%	10%	7%	15%	10%	9%	8%	6%	11%	9%	7%
Une fois par an	23%	23%	24%	23%	21%	26%	20%	25%	28%	18%	25%
Moins souvent	33%	34%	31%	31%	24%	36%	38%	31%	33%	36%	30%
<b>Vous ne voyagez jamais</b>	<b>29%</b>	<b>25%</b>	<b>32%</b>	<b>27%</b>	<b>29%</b>	<b>25%</b>	<b>31%</b>	<b>32%</b>	<b>19%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>

# “ La fréquence de voyage



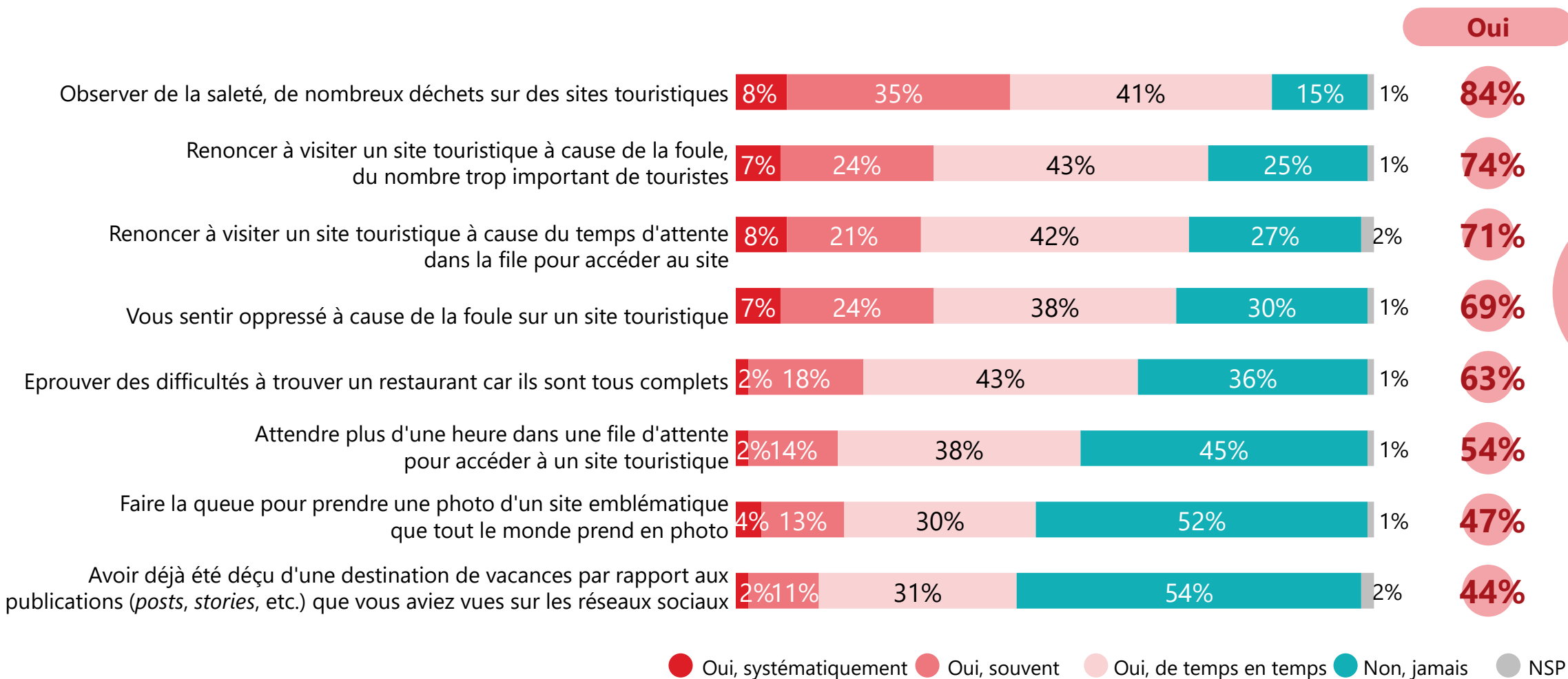
Q. A quelle fréquence voyagez-vous... ?

Hors Europe	Sexe		Age					Statut			
	Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
<b>Sous-total Voyage</b>	<b>53%</b>	<b>56%</b>	<b>51%</b>	<b>60%</b>	<b>54%</b>	<b>57%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>61%</b>	<b>51%</b>	<b>50%</b>
Au moins une fois par mois	1%	1%	2%	5%	3%	1%	1%	-	1%	2%	1%
Plusieurs fois par trimestre	1%	2%	-	4%	3%	1%	1%	1%	2%	1%	1%
Une fois par trimestre	3%	3%	3%	3%	7%	3%	-	2%	4%	2%	3%
Une fois par an	15%	16%	14%	7%	16%	20%	14%	13%	23%	13%	11%
Moins souvent	33%	34%	32%	41%	25%	32%	34%	34%	31%	33%	34%
<b>Vous ne voyagez jamais</b>	<b>46%</b>	<b>43%</b>	<b>48%</b>	<b>37%</b>	<b>45%</b>	<b>42%</b>	<b>49%</b>	<b>50%</b>	<b>37%</b>	<b>48%</b>	<b>50%</b>

# “ Les situations rencontrées durant les vacances



Q. Dans le cadre de vos vacances (voyages, week-ends...), vous est-il arrivé ou non de rencontrer chacune des situations suivantes ?



# “ Les situations rencontrées durant les vacances



Q. Dans le cadre de vos vacances (voyages, week-ends...), vous est-il arrivé ou non de rencontrer chacune des situations suivantes ?

	% Oui	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Observer de la saleté, de nombreux déchets sur des sites touristiques	<b>84%</b>	83%	84%	84%	83%	85%	82%	84%	87%	81%	85%
Renoncer à visiter un site touristique à cause de la foule, du nombre trop important de touristes	<b>74%</b>	72%	76%	79%	72%	81%	72%	69%	78%	71%	73%
Renoncer à visiter un site touristique à cause du temps d'attente dans la file pour accéder au site	<b>71%</b>	72%	71%	76%	71%	77%	68%	68%	76%	71%	69%
Vous sentir oppressé à cause de la foule sur un site touristique	<b>69%</b>	64%	72%	79%	77%	77%	61%	59%	72%	68%	66%
Eprouver des difficultés à trouver un restaurant car ils sont tous complets	<b>63%</b>	64%	62%	68%	66%	65%	60%	59%	65%	61%	63%
Attendre plus d'une heure dans une file d'attente pour accéder à un site touristique	<b>54%</b>	54%	53%	62%	64%	56%	46%	50%	58%	52%	53%
Faire la queue pour prendre une photo d'un site emblématique que tout le monde prend en photo	<b>47%</b>	46%	49%	60%	58%	52%	42%	36%	48%	52%	44%
Avoir déjà été déçu d'une destination de vacances par rapport aux publications ( <i>posts, stories, etc.</i> ) que vous aviez vues sur les réseaux sociaux	<b>44%</b>	45%	44%	44%	60%	47%	40%	37%	50%	44%	41%

# “ Les situations rencontrées durant les vacances



Q. Dans le cadre de vos vacances (voyages, week-ends...), vous est-il arrivé ou non de rencontrer chacune des situations suivantes ?

	% Oui	Voyage en France		Voyage en Europe (hors France)		Voyage Hors Europe	
		Oui	...dont fréquemment	Oui	...dont fréquemment	Oui	...dont fréquemment
Observer de la saleté, de nombreux déchets sur des sites touristiques	<b>84%</b>	88%	91%	90%	90%	92%	91%
Renoncer à visiter un site touristique à cause de la foule, du nombre trop important de touristes	<b>74%</b>	77%	81%	79%	87%	81%	94%
Renoncer à visiter un site touristique à cause du temps d'attente dans la file pour accéder au site	<b>71%</b>	75%	78%	77%	86%	78%	92%
Vous sentir oppressé à cause de la foule sur un site touristique	<b>69%</b>	72%	77%	73%	78%	73%	76%
Eprouver des difficultés à trouver un restaurant car ils sont tous complets	<b>63%</b>	66%	71%	70%	72%	70%	80%
Attendre plus d'une heure dans une file d'attente pour accéder à un site touristique	<b>54%</b>	58%	61%	60%	70%	65%	83%
Faire la queue pour prendre une photo d'un site emblématique que tout le monde prend en photo	<b>47%</b>	50%	54%	53%	64%	58%	78%
Avoir déjà été déçu d'une destination de vacances par rapport aux publications ( <i>posts, stories, etc.</i> ) que vous aviez vues sur les réseaux sociaux	<b>44%</b>	47%	51%	52%	64%	54%	74%



**02**

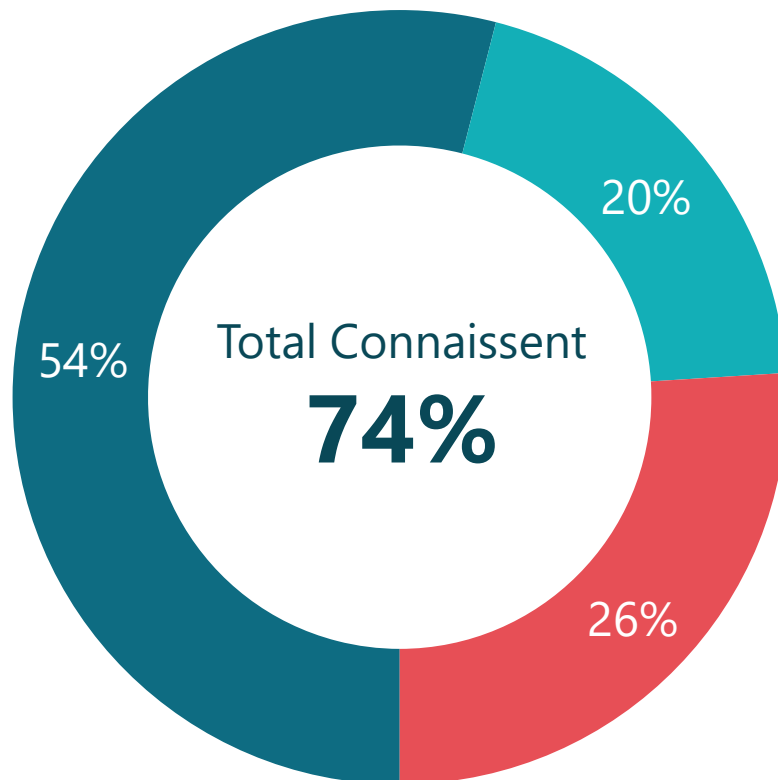
La connaissance et l'expérience  
du surtourisme



# La connaissance du concept de surtourisme



Q. Vous personnellement, avez-vous déjà entendu parler du « surtourisme » ?



● Oui et vous voyez bien ce que c'est ● Oui, mais vous ne voyez pas bien ce que c'est ● Non



# La connaissance du concept de surtourisme



Q. Vous personnellement, avez-vous déjà entendu parler du « surtourisme » ?

	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
<b>Sous-total Oui</b>	<b>74%</b>	<b>78%</b>	<b>72%</b>	<b>76%</b>	<b>71%</b>	<b>74%</b>	<b>72%</b>	<b>78%</b>	<b>76%</b>	<b>70%</b>	<b>78%</b>
Oui et vous voyez bien ce que c'est	<b>54%</b>	59%	50%	53%	47%	54%	53%	60%	57%	46%	59%
Oui, mais vous ne voyez pas bien ce que c'est	<b>20%</b>	19%	22%	23%	24%	20%	19%	18%	19%	24%	19%
<b>Non</b>	<b>26%</b>	<b>22%</b>	<b>28%</b>	<b>24%</b>	<b>28%</b>	<b>26%</b>	<b>28%</b>	<b>21%</b>	<b>24%</b>	<b>30%</b>	<b>22%</b>

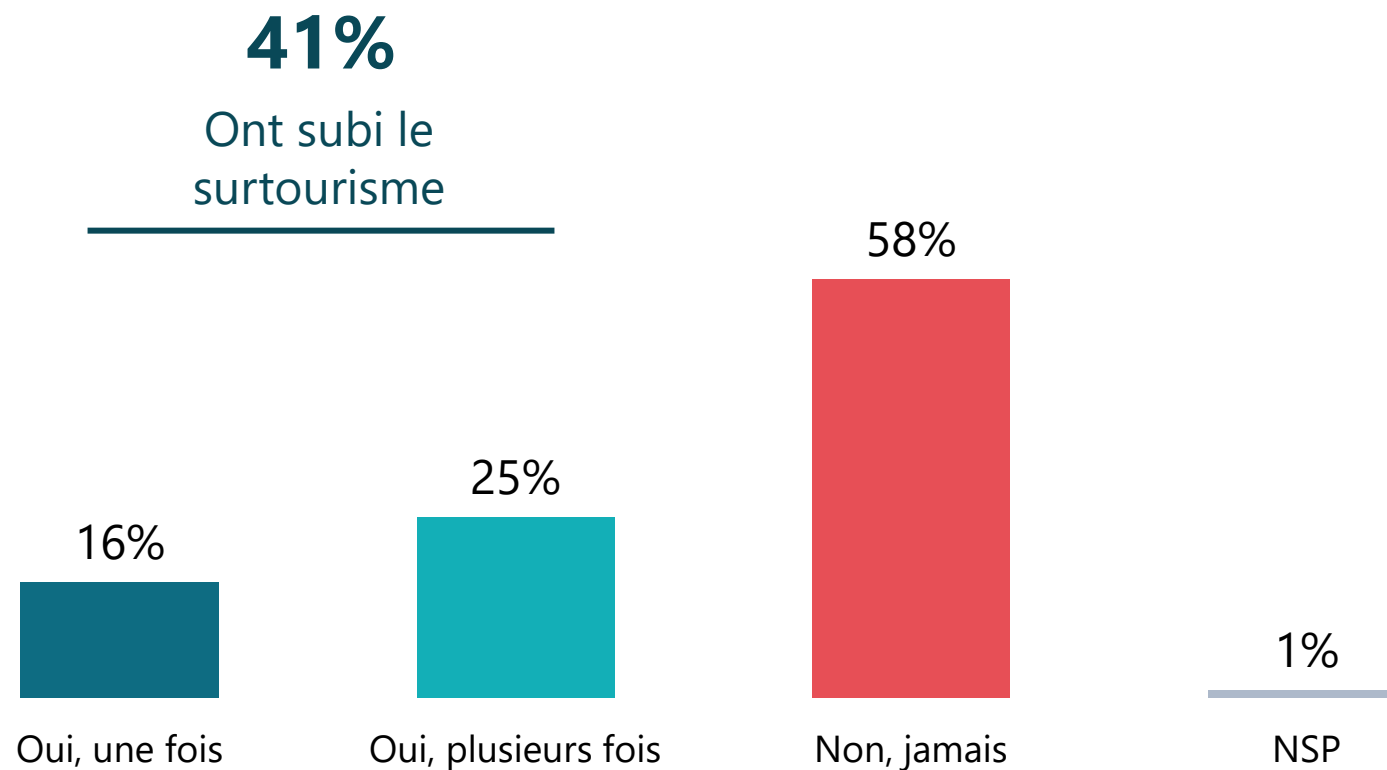


# L'impact personnel du surtourisme



« Le surtourisme se produit lorsqu'une destination est submergée par un nombre excessif de touristes, ayant des effets néfastes sur les populations locales, les ressources naturelles, les sites historiques et la vie sauvage. »

Q. Vous personnellement, en tant que voyageur, avez-vous subi le surtourisme ?





# L'impact personnel du surtourisme



« Le surtourisme se produit lorsqu'une destination est submergée par un nombre excessif de touristes, ayant des effets néfastes sur les populations locales, les ressources naturelles, les sites historiques et la vie sauvage. »

Q. Vous personnellement, en tant que voyageur, avez-vous subi le surtourisme ?

	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
<b>Sous-total Oui</b>	<b>41%</b>	<b>45%</b>	<b>38%</b>	<b>46%</b>	<b>57%</b>	<b>47%</b>	<b>31%</b>	<b>35%</b>	<b>49%</b>	<b>37%</b>	<b>39%</b>
<i>Oui, une fois</i>	<b>16%</b>	18%	15%	29%	22%	12%	14%	14%	17%	13%	18%
<i>Oui, plusieurs fois</i>	<b>25%</b>	27%	23%	17%	35%	35%	17%	21%	32%	24%	21%
<b>Non, jamais</b>	<b>58%</b>	<b>55%</b>	<b>60%</b>	<b>51%</b>	<b>42%</b>	<b>52%</b>	<b>68%</b>	<b>64%</b>	<b>51%</b>	<b>61%</b>	<b>60%</b>

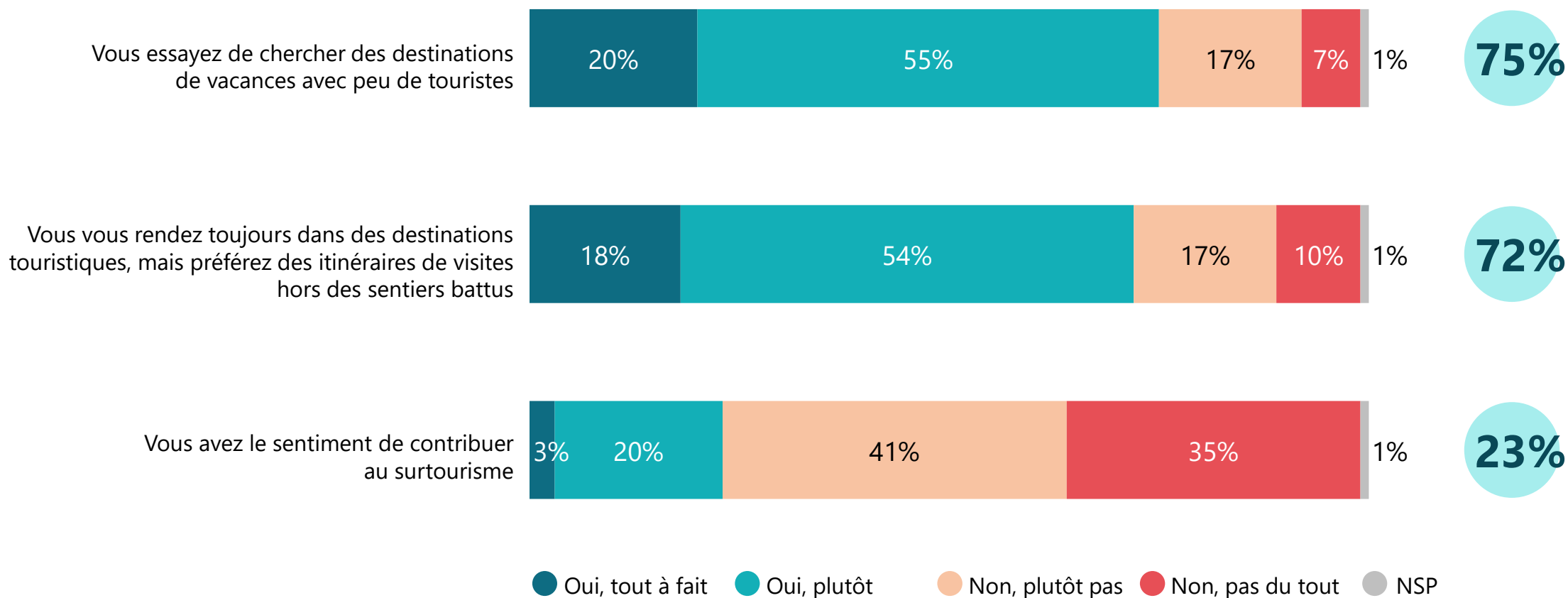


# Les attitudes face au surtourisme



Q. Vous sentez-vous concerné ou non par chacune des affirmations suivantes ?

Total Oui





# Les attitudes face au surtourisme



Q. Vous sentez-vous concerné ou non par chacune des affirmations suivantes ?

	% Oui	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Vous essayez de chercher des destinations de vacances avec peu de touristes	<b>75%</b>	74%	76%	81%	73%	72%	73%	78%	77%	70%	78%
Vous vous rendez toujours dans des destinations touristiques, mais préférez des itinéraires de visites hors des sentiers battus	<b>72%</b>	75%	69%	72%	67%	68%	70%	79%	71%	65%	78%
Vous avez le sentiment de contribuer au surtourisme	<b>23%</b>	23%	23%	38%	43%	27%	15%	10%	30%	21%	19%



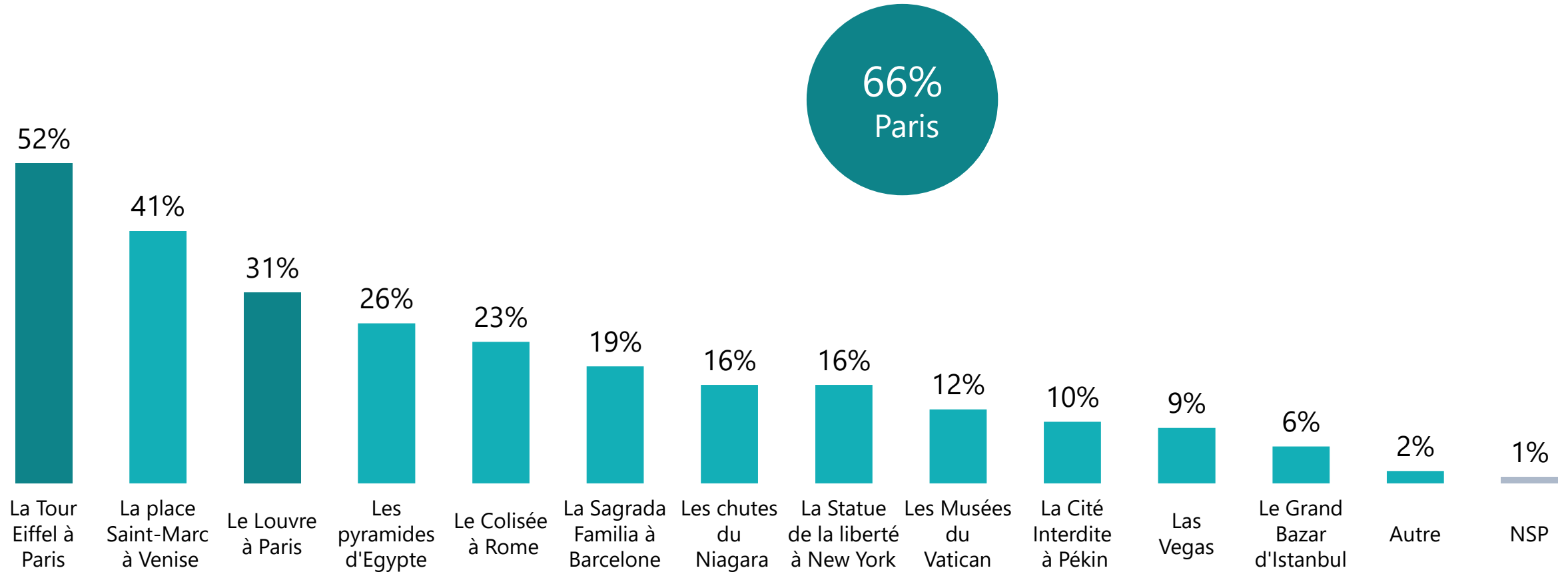
# 03

Les impacts du surtourisme  
et les solutions pour l'éviter

# “ Les sites touristiques les plus touchés par le surtourisme



Q. Selon vous, parmi les sites touristiques suivants, lesquels sont les plus touchés par le surtourisme ?  
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



# Les sites touristiques les plus touchés par le surtourisme



Q. Selon vous, parmi les sites touristiques suivants, lesquels sont les plus touchés par le surtourisme ?

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
<b>Sous-total Paris</b>	<b>66%</b>	<b>65%</b>	<b>67%</b>	<b>75%</b>	<b>62%</b>	<b>65%</b>	<b>67%</b>	<b>66%</b>	<b>64%</b>	<b>64%</b>	<b>68%</b>
<i>La Tour Eiffel à Paris</i>	<b>52%</b>	50%	54%	62%	51%	51%	51%	51%	49%	52%	53%
La place Saint-Marc à Venise	<b>41%</b>	46%	36%	10%	16%	43%	46%	60%	37%	37%	48%
<i>Le Louvre à Paris</i>	<b>31%</b>	32%	30%	44%	21%	30%	33%	31%	30%	28%	33%
Les pyramides d'Egypte	<b>26%</b>	27%	25%	18%	18%	28%	32%	25%	28%	24%	26%
Le Colisée à Rome	<b>23%</b>	24%	22%	20%	22%	25%	20%	24%	22%	25%	22%
La Sagrada Familia à Barcelone	<b>19%</b>	18%	19%	8%	17%	20%	18%	24%	21%	15%	20%
La Statue de la liberté à New York	<b>16%</b>	11%	21%	41%	22%	14%	13%	8%	16%	18%	15%
Les chutes du Niagara	<b>16%</b>	16%	17%	9%	26%	17%	15%	15%	19%	15%	14%
Les Musées du Vatican	<b>12%</b>	12%	12%	9%	12%	9%	12%	14%	9%	12%	13%
La Cité Interdite à Pékin	<b>10%</b>	10%	10%	8%	6%	11%	11%	11%	12%	9%	10%
Las Vegas	<b>9%</b>	9%	9%	10%	12%	9%	10%	6%	8%	11%	8%
Le Grand Bazar d'Istanbul	<b>6%</b>	5%	7%	8%	9%	6%	4%	7%	6%	8%	6%
Autre	<b>2%</b>	3%	2%	2%	1%	2%	4%	3%	3%	2%	2%

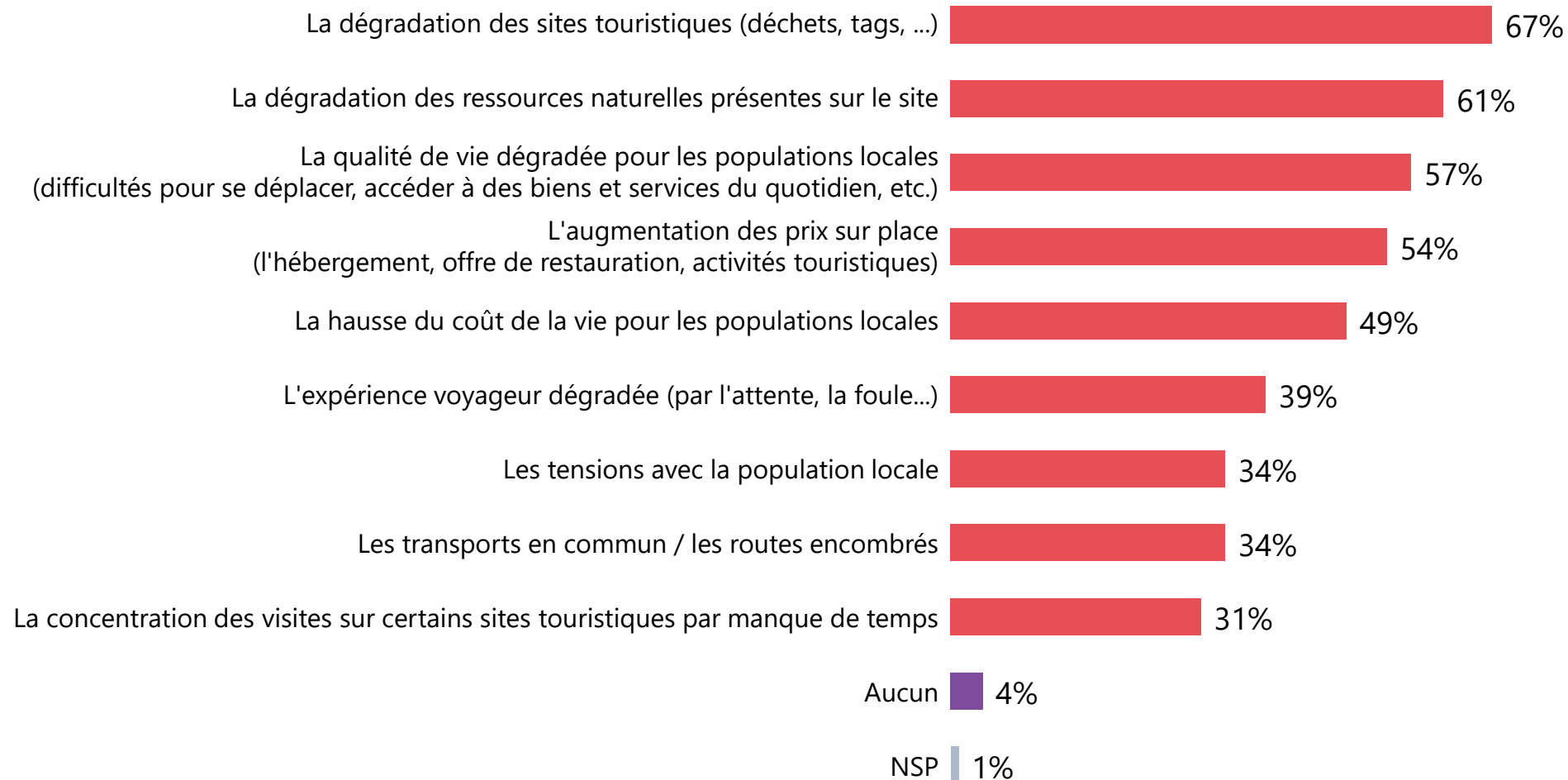


# Les impacts du surtourisme



Q. Selon vous, quels sont les impacts les plus fréquents du surtourisme ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%





# Les impacts du surtourisme

Q. Selon vous, quels sont les impacts les plus fréquents du surtourisme ?

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 dégradation des sites touristiques (déchets, tags, ...)	<b>67%</b>	68%	66%	53%	43%	63%	76%	80%	61%	65%	73%
La dégradation des ressources naturelles présentes sur le site	<b>61%</b>	59%	62%	48%	42%	63%	68%	67%	60%	61%	62%
La qualité de vie dégradée pour les populations locales (difficultés pour se déplacer, accéder à des biens et services du quotidien, etc.)	<b>57%</b>	58%	55%	38%	45%	58%	62%	64%	58%	55%	57%
L'augmentation des prix sur place (l'hébergement, offre de restauration, activités touristiques)	<b>54%</b>	55%	53%	50%	42%	53%	56%	60%	50%	53%	56%
La hausse du coût de la vie pour les populations locales	<b>49%</b>	50%	48%	49%	34%	49%	53%	54%	46%	50%	50%
L'expérience voyageur dégradée (par l'attente, la foule...)	<b>39%</b>	37%	42%	39%	27%	44%	43%	38%	42%	39%	38%
Les tensions avec la population locale	<b>34%</b>	33%	35%	28%	26%	39%	37%	35%	39%	33%	33%
Les transports en commun / les routes encombrés	<b>34%</b>	32%	35%	31%	23%	34%	38%	38%	29%	36%	37%
La concentration des visites sur certains sites touristiques par manque de temps	<b>31%</b>	32%	31%	25%	24%	31%	32%	37%	30%	30%	35%
Aucun	<b>4%</b>	5%	4%	7%	12%	3%	3%	2%	6%	4%	3%



# Les solutions au surtourisme



Q. Selon vous, quelles mesures parmi les suivantes permettraient d'atténuer le phénomène du surtourisme ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%





# Les solutions au surtourisme



1009 personnes

Q. Selon vous, quelles mesures parmi les suivantes permettraient d'atténuer le phénomène du surtourisme ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

[1/2]

	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
Instaurer des quotas de visiteurs pour limiter la sur-fréquentation des sites	<b>52%</b>	54%	50%	32%	31%	53%	53%	68%	52%	46%	56%
Encourager les comportements responsables (déplacement, hébergement...) sur les lieux touristiques par des campagnes de communication et de sensibilisation	<b>44%</b>	39%	48%	39%	39%	52%	39%	45%	44%	43%	44%
Encourager la découverte de destinations ou lieux moins connus	<b>41%</b>	40%	43%	45%	36%	42%	38%	47%	41%	39%	44%
Proposer des activités plus respectueuses de l'environnement sur les sites touristiques (randonnées durables, préservation de la faune et de la flore...)	<b>38%</b>	33%	42%	42%	28%	43%	37%	37%	39%	39%	37%
Imposer aux publicités ou les vendeurs de voyage une obligation de transparence concernant le niveau de fréquentation des lieux qu'ils mettent en avant	<b>29%</b>	30%	29%	31%	31%	22%	29%	35%	30%	26%	32%
Inciter les salariés qui le peuvent à prendre leurs vacances en dehors des périodes de congés scolaires	<b>26%</b>	27%	25%	21%	20%	22%	28%	34%	25%	24%	28%
Mettre en place des certifications et des labels pour les entreprises touristiques respectant des normes durables	<b>19%</b>	15%	22%	19%	20%	22%	18%	16%	20%	20%	18%



# Les solutions au surtourisme



Q. Selon vous, quelles mesures parmi les suivantes permettraient d'atténuer le phénomène du surtourisme ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

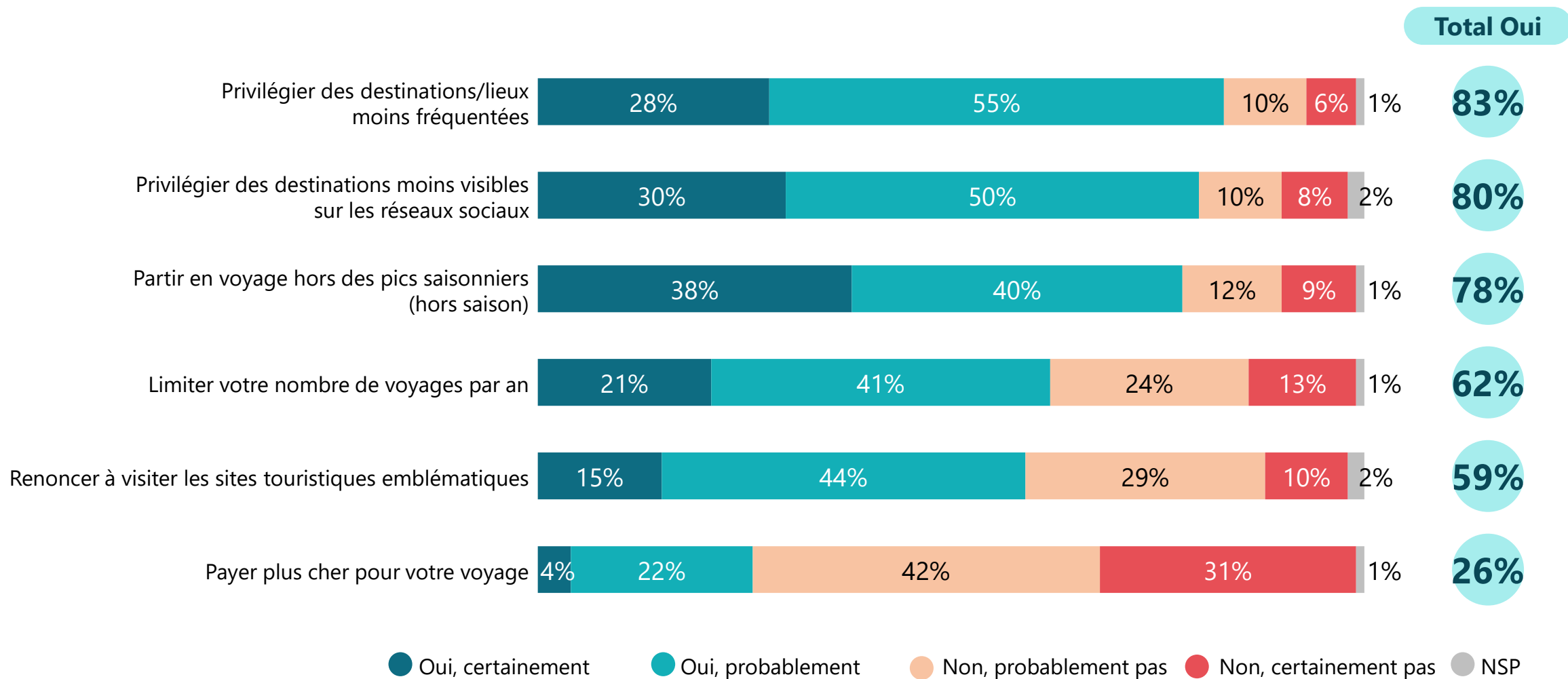
[2/2]

	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
Proposer des offres financières intéressantes (subventions, réductions d'impôts) pour les entreprises qui s'investissent dans des pratiques durables	<b>17%</b>	13%	20%	25%	16%	24%	13%	10%	19%	19%	12%
Augmenter ou mettre en place des prix d'entrée des sites touristiques	<b>16%</b>	17%	15%	18%	13%	16%	16%	16%	16%	16%	16%
Mettre en place des partenariats avec les commerçants locaux	<b>16%</b>	14%	18%	27%	21%	17%	11%	11%	17%	19%	12%
Ajouter des restrictions d'hébergement, d'offres de restauration	<b>15%</b>	16%	14%	4%	21%	18%	13%	13%	17%	17%	11%
Allonger le temps des vacances scolaires pour mieux répartir les flux de touristes	<b>14%</b>	12%	17%	28%	17%	19%	12%	6%	13%	19%	12%
Autre	<b>1%</b>	1%	1%	0%	0%	2%	1%	1%	2%	1%	1%
Aucune, c'est impossible d'atténuer ce phénomène désormais	<b>7%</b>	7%	8%	13%	10%	4%	9%	6%	6%	6%	10%

# “ Les concessions visant à limiter le surtourisme



Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt ou non à réaliser chacune des actions suivantes pour éviter le surtourisme ?



# “ Les concessions visant à limiter le surtourisme



Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt ou non à réaliser chacune des actions suivantes pour éviter le surtourisme ?

	% Oui	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Privilégier des destinations/lieux moins fréquentées	<b>83%</b>	81%	84%	82%	75%	83%	82%	87%	83%	82%	84%
Privilégier des destinations moins visibles sur les réseaux sociaux	<b>80%</b>	81%	80%	77%	70%	81%	80%	87%	80%	77%	85%
Partir en voyage hors des pics saisonniers (hors saison)	<b>78%</b>	79%	77%	80%	71%	63%	81%	92%	73%	70%	89%
Limiter votre nombre de voyages par an	<b>62%</b>	60%	64%	67%	68%	59%	61%	58%	64%	61%	60%
Renoncer à visiter les sites touristiques emblématiques	<b>59%</b>	61%	58%	64%	67%	59%	60%	53%	63%	61%	56%
Payer plus cher pour votre voyage	<b>26%</b>	27%	25%	29%	32%	26%	24%	22%	29%	24%	25%



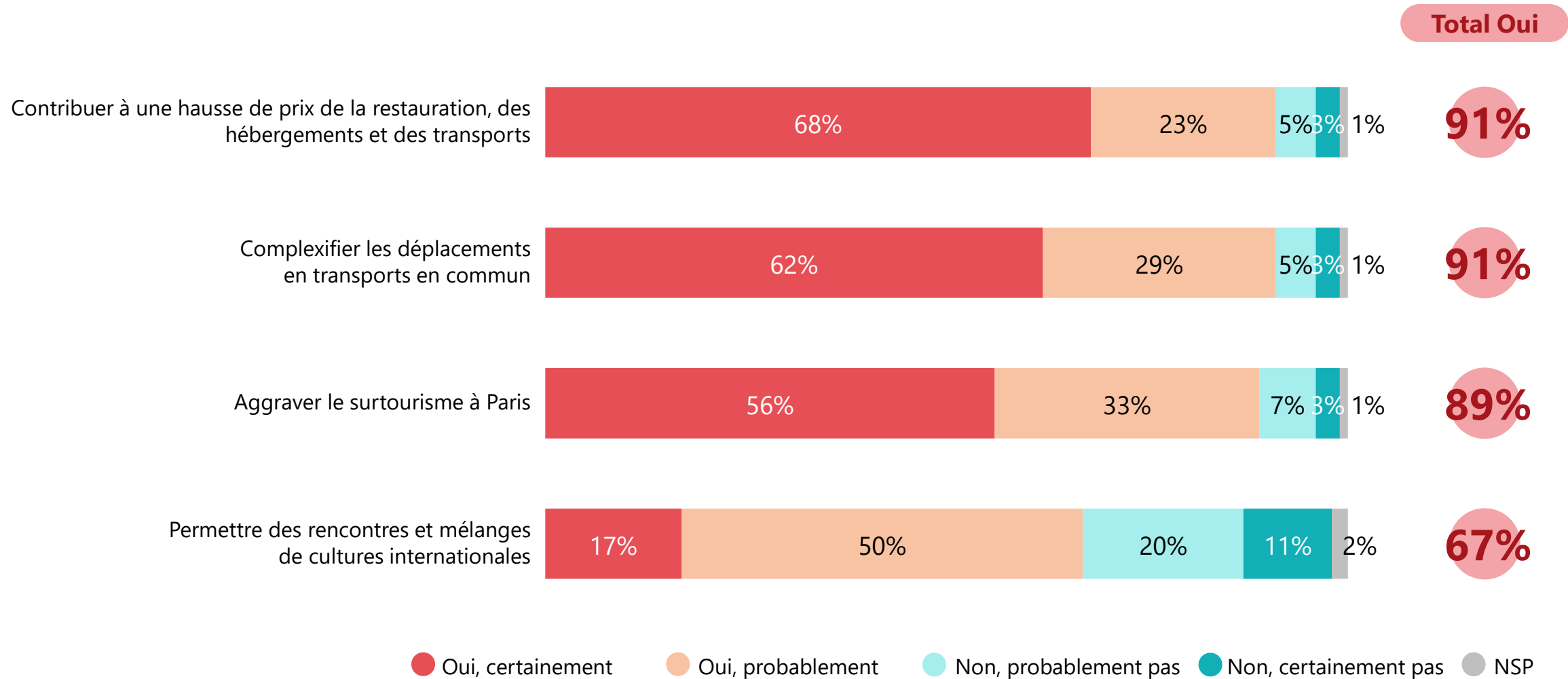
# 04

Le surtourisme et les Jeux  
Olympiques de 2024

# “ L’impact des Jeux Olympiques de Paris sur le surtourisme



Q. Selon vous, les Jeux Olympiques de Paris 2024 vont-ils ... ?



# “ L’impact des Jeux Olympiques de Paris sur le surtourisme



Q. Selon vous, les Jeux Olympiques de Paris 2024 vont-ils ... ?

	% Oui	Sexe		Age					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Contribuer à une hausse de prix de la restauration, des hébergements et des transports	<b>91%</b>	91%	92%	93%	80%	92%	93%	94%	90%	90%	93%
Complexifier les déplacements en transports en commun	<b>91%</b>	91%	90%	94%	73%	91%	93%	95%	87%	88%	94%
Aggraver le surtourisme à Paris	<b>89%</b>	89%	89%	88%	81%	88%	91%	91%	87%	89%	90%
Permettre des rencontres et mélanges de cultures internationales	<b>67%</b>	64%	71%	80%	66%	71%	69%	59%	68%	70%	65%



## 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.

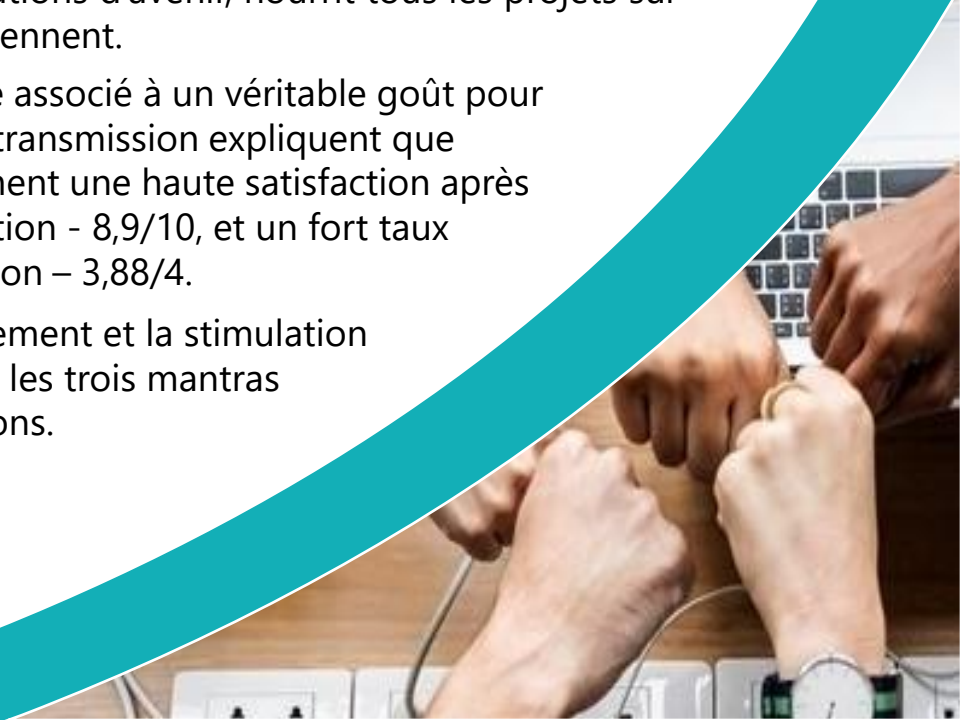
Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

**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](http://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 !](#)

# “*opinion*way”

15 place de la République  
75003 Paris

PARIS  
CASABLANCA  
ALGER  
VARSOVIE  
ABIDJAN

Votre contact

### Frédéric Micheau

Directeur général adjoint  
Directeur du Pôle opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00

[fmicheau@opinion-way.com](mailto:fmicheau@opinion-way.com)