

“opinionway pour



Les Français et les viandes bio

Avril 2023



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1007 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 12 au 13 avril 2023**.

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 Interbev – Viandes Bio »

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	25%
	65 et plus	26%



	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





01

**L'importance et l'engagement
dans des causes sociétales**

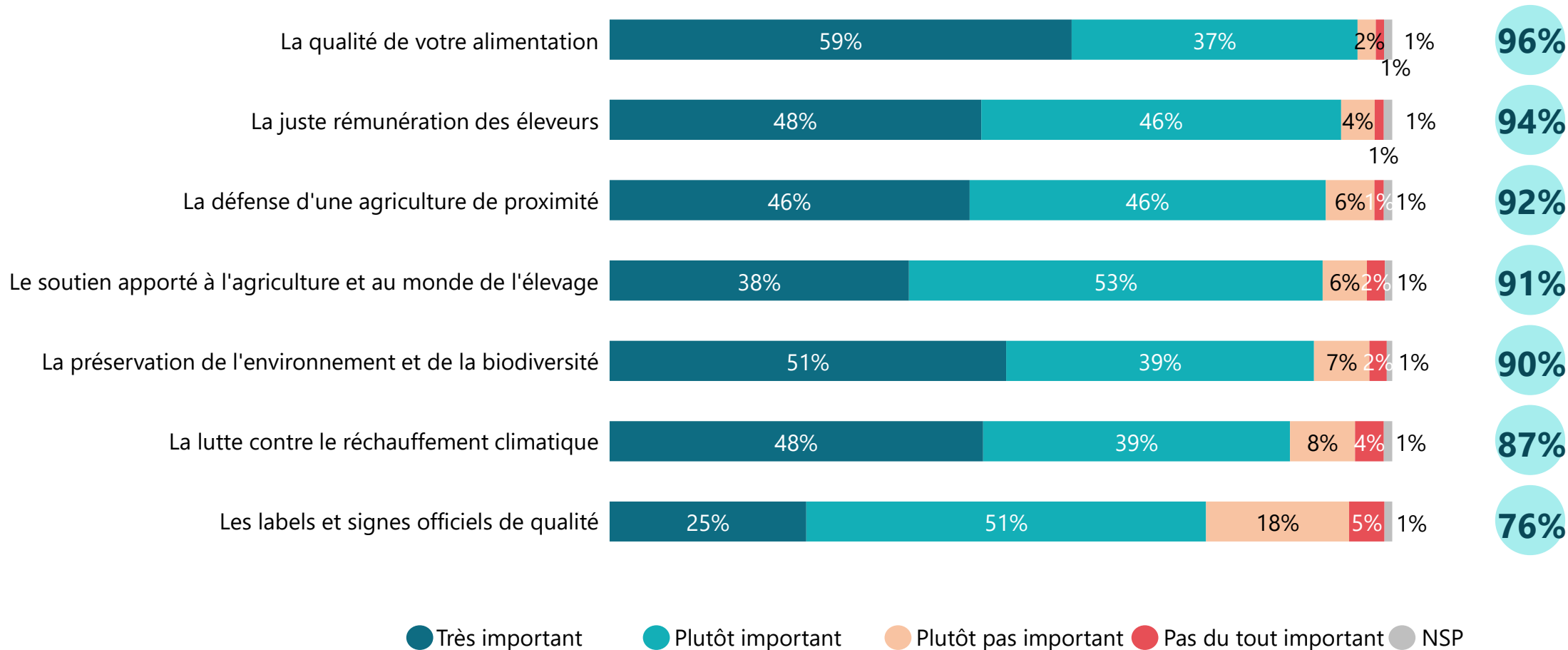


L'importance des critères



Q. Aujourd'hui, diriez-vous que chacun des éléments suivants est important ou pas important pour vous ?

Total important





L'importance des critères



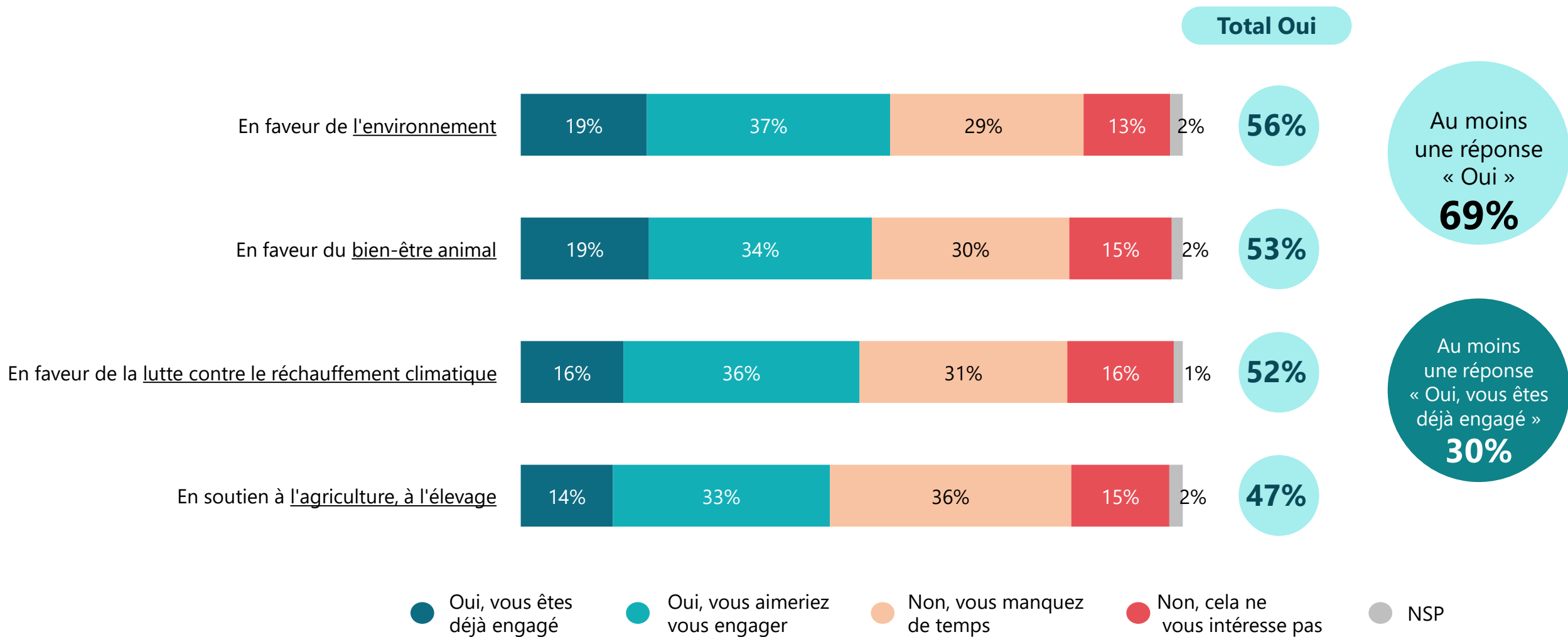
Q. Aujourd'hui, diriez-vous que chacun des éléments suivants est important ou pas important pour vous ?

	% Important	Sexe		Âge					Statut			Consomme de la viande bio		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Oui	Une fois par semaine	Non
La qualité de votre alimentation	96%	95%	96%	96%	92%	94%	96%	98%	95%	93%	97%	98%	98%	93%
La juste rémunération des éleveurs	94%	93%	94%	86%	93%	93%	94%	97%	93%	94%	94%	95%	93%	91%
La défense d'une agriculture de proximité	92%	91%	91%	86%	87%	91%	91%	97%	92%	90%	92%	96%	95%	86%
Le soutien apporté à l'agriculture et au monde de l'élevage	91%	90%	93%	85%	91%	92%	90%	93%	92%	88%	93%	95%	93%	87%
La préservation de l'environnement et de la biodiversité	90%	89%	91%	86%	90%	90%	91%	90%	93%	90%	88%	93%	93%	85%
La lutte contre le réchauffement climatique	87%	84%	89%	92%	91%	87%	83%	87%	86%	87%	87%	91%	90%	82%
Les labels et signes officiels de qualité	76%	75%	78%	78%	81%	72%	78%	75%	80%	75%	74%	82%	85%	66%

“ L’engagement dans des causes ou des actions



Q. Vous personnellement, êtes-vous engagé ou avez-vous déjà pensé à vous engager dans des causes ou des actions... ?





L'engagement dans des causes ou des actions



Q. Vous personnellement, êtes-vous engagé ou avez-vous déjà pensé à vous engager dans des causes ou des actions... ?

	% Oui	Sexe		Âge					Statut			Consomme de la viande bio		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Oui	Une fois par semaine	Non
Au moins un « Oui »	69%	67%	71%	84%	78%	68%	60%	67%	69%	64%	72%	73%	80%	63%
Au moins un « Oui vous êtes déjà engagé »	30%	26%	34%	33%	40%	33%	27%	25%	34%	30%	28%	32%	44%	28%
En faveur de l'environnement	56%	55%	57%	64%	64%	58%	47%	54%	61%	51%	55%	61%	72%	47%
En faveur du bien-être animal	53%	47%	58%	77%	66%	54%	43%	45%	51%	53%	55%	55%	63%	50%
En faveur de la lutte contre le réchauffement climatique	52%	49%	53%	64%	57%	51%	45%	49%	58%	44%	51%	56%	68%	42%
En soutien à l'agriculture, à l'élevage	47%	47%	47%	56%	57%	49%	38%	44%	51%	43%	46%	52%	62%	38%



La notoriété spontanée des produits bio



1007 personnes

Q. Quand vous pensez aux produits bio, à quoi pensez-vous en priorité ?

Question ouverte - Réponses spontanées

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

Des produits sains		30%
Des produits naturels, sans pesticides ou autres ajouts chimiques		17%
Des produits sains, meilleurs pour la santé		10%
Des produits de qualité		7%
Un prix élevé		22%
Le prix élevé / très élevé des produits		14%
Le prix trop élevé		9%
Des produits alimentaires		15%
Les fruits et légumes		10%
La nourriture, l'alimentation		3%
Les produits laitiers		2%
La viande		1%

Des avis négatifs sur le bio		15%
Une arnaque, une stratégie marketing		6%
Des produits qui ne sont pas complètement / réellement bio		5%
Des produits pas forcément de meilleure qualité, voire de mauvaise qualité		2%
Avis négatifs divers		2%
Une culture responsable et durable		7%
Des produits qui respectent davantage l'environnement		3%
Une production locale, de proximité		2%
Une meilleure prise en compte des agriculteurs		1%
Un meilleur traitement de la vie animale		1%
A l'environnement, la nature		1%
Une agriculture biologique ou responsable		1%
Avis positifs divers		1%

Autres : 7%

Aucun : 4%

NSP : 11%



La notoriété spontanée des produits bio



Q. Quand vous pensez aux produits bio, à quoi pensez-vous en priorité ?

Question ouverte - Réponses spontanées

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Consomme de la viande bio		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Oui	Une fois par semaine	Non
Sous-total Des produits sains	30%	26%	33%	24%	38%	31%	31%	26%	30%	35%	26%	37%	39%	19%
<i>Des produits naturels, sans pesticides ou autres ajouts chimiques</i>	17%	15%	18%	11%	21%	17%	18%	16%	17%	18%	16%	20%	19%	11%
<i>Des produits sains, meilleurs pour la santé</i>	10%	8%	12%	5%	12%	12%	12%	9%	9%	17%	7%	13%	14%	6%
<i>Des produits de qualité</i>	7%	6%	8%	12%	10%	9%	4%	6%	9%	6%	7%	9%	12%	5%
Sous-total Un prix élevé	22%	23%	21%	15%	14%	22%	29%	22%	20%	24%	23%	17%	9%	31%
<i>Le prix élevé / très élevé des produits</i>	14%	15%	12%	8%	11%	13%	19%	12%	12%	16%	13%	10%	4%	20%
<i>Le prix trop élevé</i>	9%	8%	9%	8%	3%	9%	11%	9%	8%	8%	9%	7%	5%	11%
Sous-total Des produits alimentaires	15%	12%	17%	16%	16%	15%	12%	15%	14%	14%	15%	17%	23%	11%
<i>Les fruits et légumes</i>	10%	9%	12%	12%	10%	10%	10%	11%	10%	10%	11%	11%	13%	8%
<i>La nourriture, l'alimentation</i>	3%	1%	4%	3%	4%	3%	2%	3%	3%	2%	2%	3%	5%	2%
<i>Les produits laitiers</i>	2%	2%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	-	2%	3%	2%	4%	1%
<i>La viande</i>	1%	1%	1%	2%	1%	-	-	2%	-	1%	2%	1%	2%	-



La notoriété spontanée des produits bio



Q. Quand vous pensez aux produits bio, à quoi pensez-vous en priorité ?

Question ouverte - Réponses spontanées

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Consomme de la viande bio		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Oui	Une fois par semaine	Non
Sous-total Des avis négatifs sur le Bio	15%	18%	12%	5%	8%	11%	17%	25%	12%	12%	19%	9%	6%	25%
<i>Une arnaque, une stratégie marketing</i>	6%	9%	4%	2%	3%	6%	7%	10%	6%	5%	8%	3%	2%	12%
<i>Des produits qui ne sont pas complètement / réellement bio</i>	5%	5%	6%	1%	4%	4%	8%	8%	4%	5%	7%	4%	3%	8%
<i>Des produits pas forcément de meilleure qualité, voire de mauvaise qualité</i>	2%	2%	2%	1%	1%	-	3%	3%	1%	2%	2%	1%	-	2%
<i>Avis négatifs divers</i>	2%	3%	2%	2%	1%	2%	2%	4%	2%	1%	3%	1%	-	5%
Sous-total Une culture responsable et durable	7%	7%	8%	11%	6%	7%	7%	7%	9%	7%	6%	10%	13%	3%
<i>Des produits qui respectent davantage l'environnement</i>	3%	2%	4%	7%	4%	5%	2%	1%	4%	3%	2%	4%	4%	2%
<i>Une production locale, de proximité</i>	2%	2%	1%	1%	1%	1%	3%	2%	2%	1%	1%	3%	4%	-
<i>Une meilleure prise en compte des agriculteurs</i>	1%	1%	2%	2%	-	-	2%	2%	1%	1%	1%	2%	1%	-
<i>Un meilleur traitement de la vie animale</i>	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	-	1%	2%	1%
<i>A l'environnement, la nature</i>	1%	1%	1%	2%	1%	1%	-	-	-	1%	1%	1%	1%	1%
<i>Une agriculture biologique ou responsable</i>	1%	1%	-	-	-	-	-	2%	1%	-	-	1%	2%	-
<i>Avis positifs divers</i>	1%	2%	1%	1%	3%	2%	1%	-	1%	2%	1%	2%	3%	1%



02

La consommation de viande



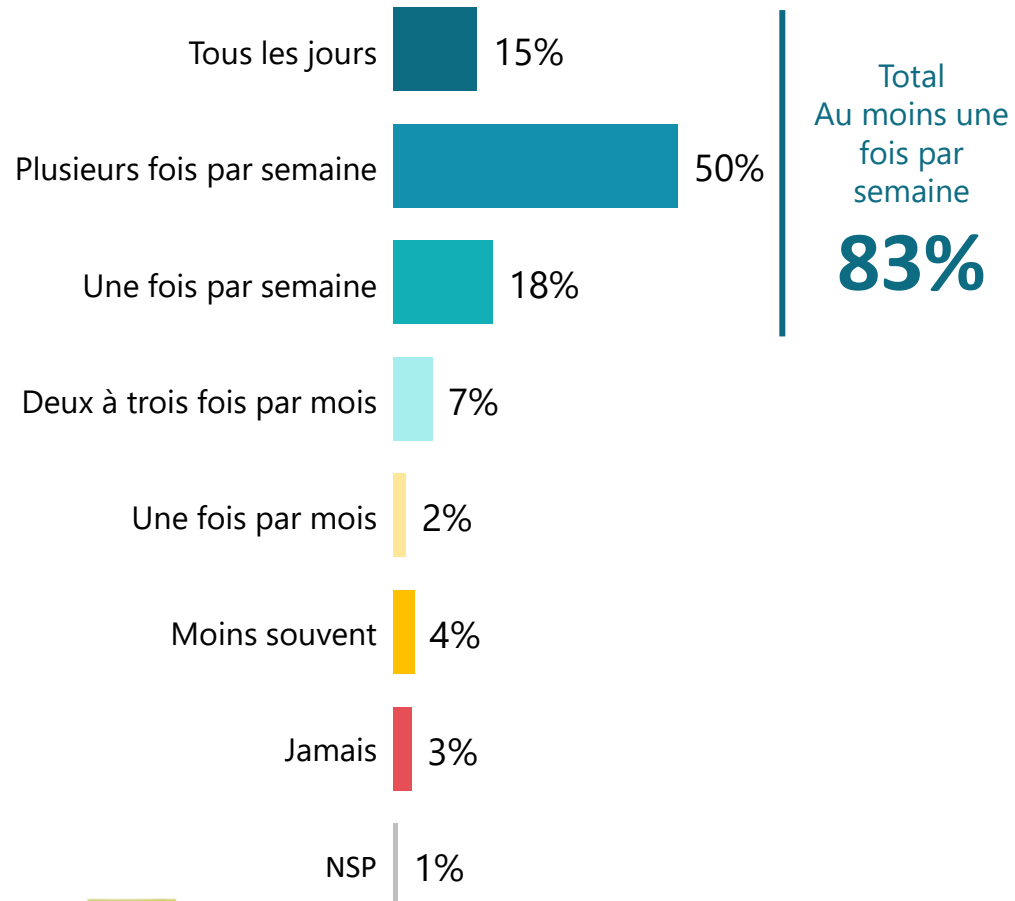
La consommation de viande et de viande bio



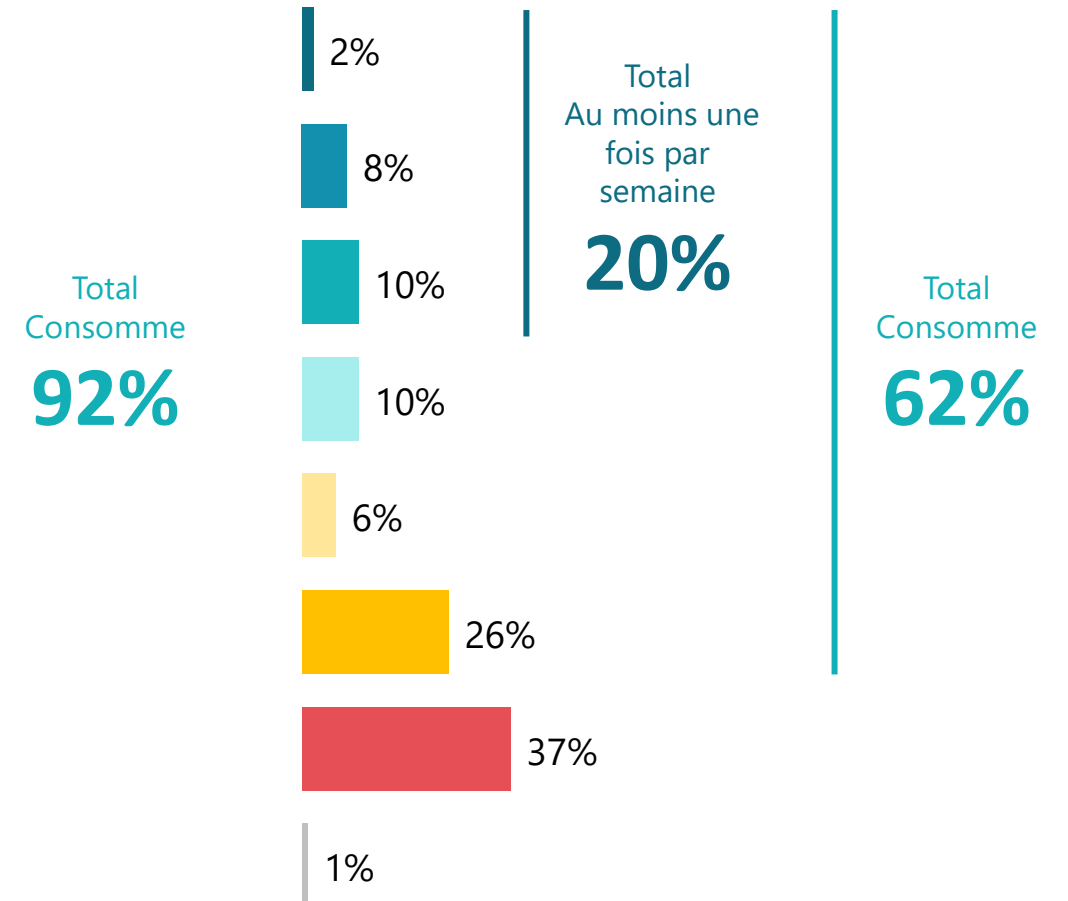
1007 personnes

Q. De manière générale, à quelle fréquence consommez-vous ...

... de la viande ?



... de la viande bio ?





La consommation de viande



Q. De manière générale, à quelle fréquence consommez-vous ...

... de la viande ?

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Consomme de la viande bio		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Oui	Une fois par semaine	Non
Sous-total Consomme de la viande	96%	97%	96%	94%	95%	96%	98%	95%	96%	96%	96%	99%	98%	93%
Sous-total Au moins une fois par semaine	83%	87%	80%	76%	79%	81%	85%	87%	84%	82%	83%	85%	93%	82%
Tous les jours	15%	15%	15%	20%	20%	17%	11%	11%	13%	20%	13%	15%	21%	15%
Plusieurs fois par semaine	50%	54%	48%	38%	39%	49%	58%	56%	52%	48%	50%	51%	52%	51%
Une fois par semaine	18%	18%	17%	18%	20%	15%	16%	20%	19%	14%	20%	19%	20%	16%
Deux à trois fois par mois	7%	5%	9%	15%	9%	8%	5%	3%	7%	7%	7%	8%	2%	5%
Une fois par mois	2%	3%	2%	3%	1%	2%	3%	3%	2%	2%	3%	2%	-	2%
Moins souvent	4%	2%	5%	-	6%	5%	5%	2%	3%	5%	3%	4%	3%	4%
Jamais	3%	2%	4%	4%	4%	3%	2%	4%	3%	4%	3%	1%	1%	7%



La consommation de viande bio



Q. De manière générale, à quelle fréquence consommez-vous ...

... de la viande bio ?

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Consomme de la viande bio	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Oui	Une fois par semaine
Sous-total Consomme de la viande Bio	62%	67%	59%	69%	62%	60%	63%	63%	69%	59%	60%	100%	100%
Sous-total Au moins une fois par semaine	20%	22%	18%	25%	17%	20%	17%	21%	24%	16%	18%	31%	100%
Tous les jours	2%	2%	2%	6%	1%	1%	1%	3%	3%	2%	1%	3%	10%
Plusieurs fois par semaine	8%	9%	7%	10%	6%	8%	8%	8%	10%	5%	9%	13%	41%
Une fois par semaine	10%	11%	9%	9%	10%	11%	8%	10%	11%	9%	8%	15%	49%
Deux à trois fois par mois	10%	9%	12%	21%	14%	11%	7%	7%	11%	10%	10%	16%	-
Une fois par mois	6%	8%	5%	7%	7%	4%	4%	11%	7%	4%	8%	11%	-
Moins souvent	26%	28%	24%	16%	24%	25%	35%	24%	27%	29%	24%	42%	-
Jamais	37%	32%	41%	31%	37%	39%	37%	36%	30%	41%	39%	-	-

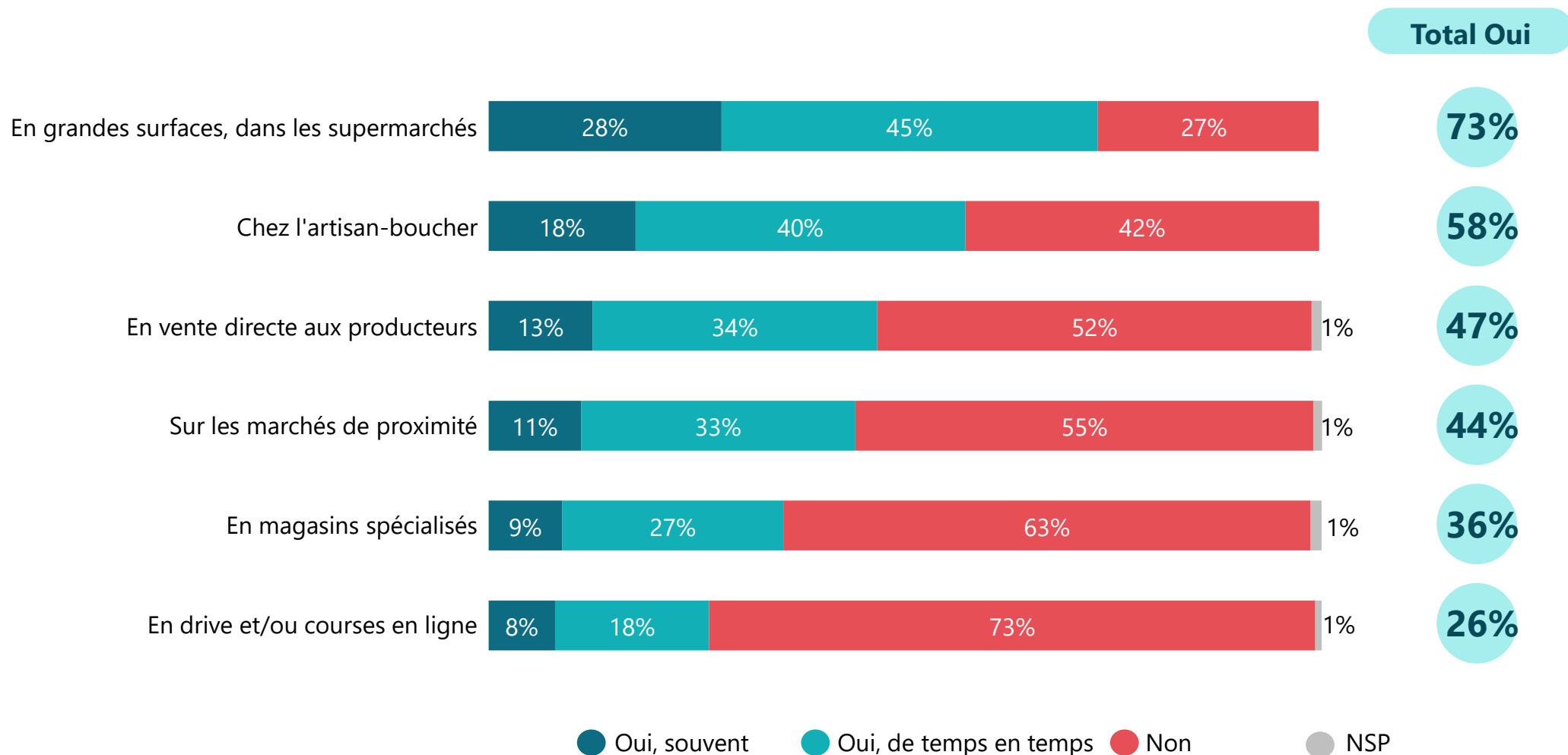


Les lieux d'achat de viande bio



Q. Plus particulièrement, achetez-vous de la viande bio dans chacun des lieux suivants ?

Question posée uniquement aux personnes interrogées qui consomment de la viande bio, soit 63% de l'échantillon





Les lieux d'achat de viande bio



631 personnes

Q. Plus particulièrement, achetez-vous de la viande bio dans chacun des lieux suivants ?

Question posée uniquement aux personnes interrogées qui consomment de la viande bio, soit 63% de l'échantillon

	% Oui	Sexe		Âge					Statut			Consomme de la viande bio	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Oui	Une fois par semaine
En grandes surfaces, dans les supermarchés	73%	72%	74%	80%	86%	75%	70%	65%	71%	81%	69%	73%	81%
Chez l'artisan-boucher	58%	56%	59%	56%	62%	52%	54%	63%	60%	46%	62%	58%	72%
En vente directe aux producteurs	47%	46%	46%	57%	49%	47%	39%	47%	53%	41%	46%	47%	64%
Sur les marchés de proximité	44%	43%	45%	53%	50%	43%	36%	45%	45%	37%	47%	44%	64%
En magasins spécialisés	36%	36%	35%	45%	41%	37%	33%	29%	40%	32%	34%	36%	52%
En drive et/ou courses en ligne	26%	20%	33%	47%	54%	31%	14%	10%	32%	28%	21%	26%	36%

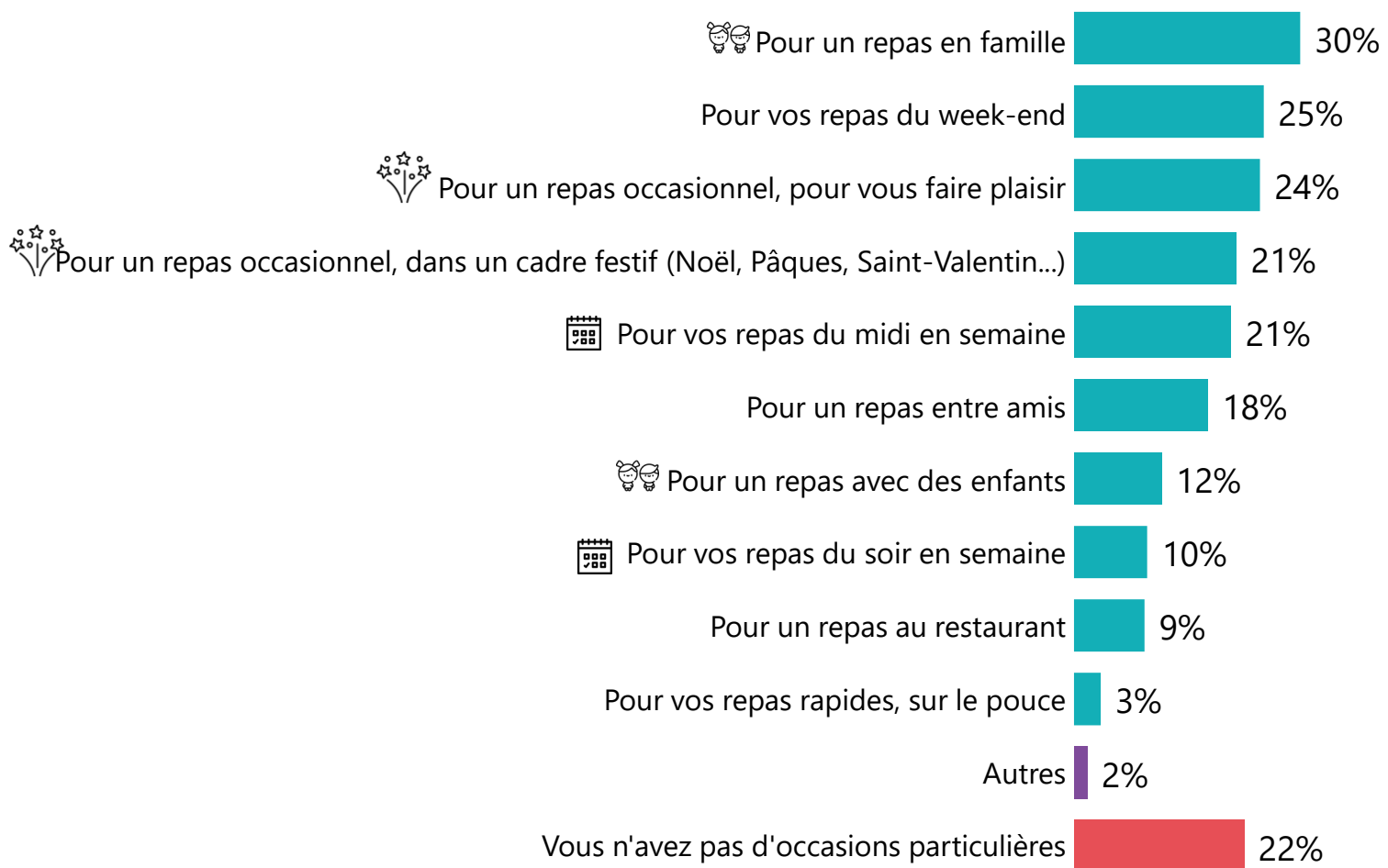


Les occasions de consommation de la viande bio



631 personnes


Q. Généralement, à quelles occasions consommez-vous de la viande bio ?


Question posée uniquement aux personnes interrogées qui consomment de la viande bio, soit 63% de l'échantillon
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



Au moins
une occasion
78%

Sous-total :
Repas en famille,
avec des enfants
38% 

Sous-total :
Repas occasionnel
37% 

Sous-total :
Repas en semaine
26% 



Les occasions de consommation de la viande bio



631 personnes

Q. Généralement, à quelles occasions consommez-vous de la viande bio ?

Question posée uniquement aux personnes interrogées qui consomment de la viande bio, soit 63% de l'échantillon

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Consomme de la viande bio	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Oui	Une fois par semaine
Sous-total Au moins une occasion	78%	79%	76%	84%	78%	78%	77%	76%	79%	79%	76%	78%	89%
Sous-total Repas occasionnel	37%	36%	38%	32%	43%	36%	37%	36%	35%	38%	38%	37%	37%
Sous-total Repas en semaine	26%	30%	22%	34%	19%	24%	24%	31%	27%	23%	27%	26%	47%
Sous-total Repas en famille ou avec des enfants	38%	41%	35%	37%	36%	36%	43%	35%	39%	39%	37%	38%	49%
Pour un repas en famille	30%	32%	28%	22%	31%	27%	36%	28%	32%	32%	27%	30%	38%
Pour vos repas du week-end	25%	26%	24%	23%	20%	29%	29%	21%	30%	29%	17%	25%	37%
Pour un repas occasionnel, pour vous faire plaisir	24%	26%	23%	19%	32%	22%	28%	22%	20%	27%	26%	24%	29%
Vous n'avez pas d'occasions particulières	22%	21%	24%	16%	22%	22%	23%	24%	21%	21%	24%	22%	11%
Pour un repas occasionnel, dans un cadre festif (Noël, Pâques, Saint-Valentin...)	21%	20%	22%	21%	19%	20%	24%	22%	20%	23%	22%	21%	21%
Pour vos repas du midi en semaine	21%	23%	18%	23%	12%	20%	18%	28%	19%	15%	24%	21%	39%
Pour un repas entre amis	18%	21%	14%	22%	14%	16%	18%	18%	19%	18%	17%	18%	29%
Pour un repas avec des enfants	12%	12%	11%	8%	10%	15%	12%	10%	15%	12%	9%	12%	15%
Pour vos repas du soir en semaine	10%	12%	7%	13%	12%	11%	11%	5%	13%	14%	4%	10%	17%
Pour un repas au restaurant	9%	12%	7%	16%	8%	9%	8%	8%	10%	11%	8%	9%	13%
Pour vos repas rapides, sur le pouce	3%	4%	3%	8%	8%	2%	3%	1%	3%	5%	4%	3%	4%



03

Les perceptions sur la viande bio

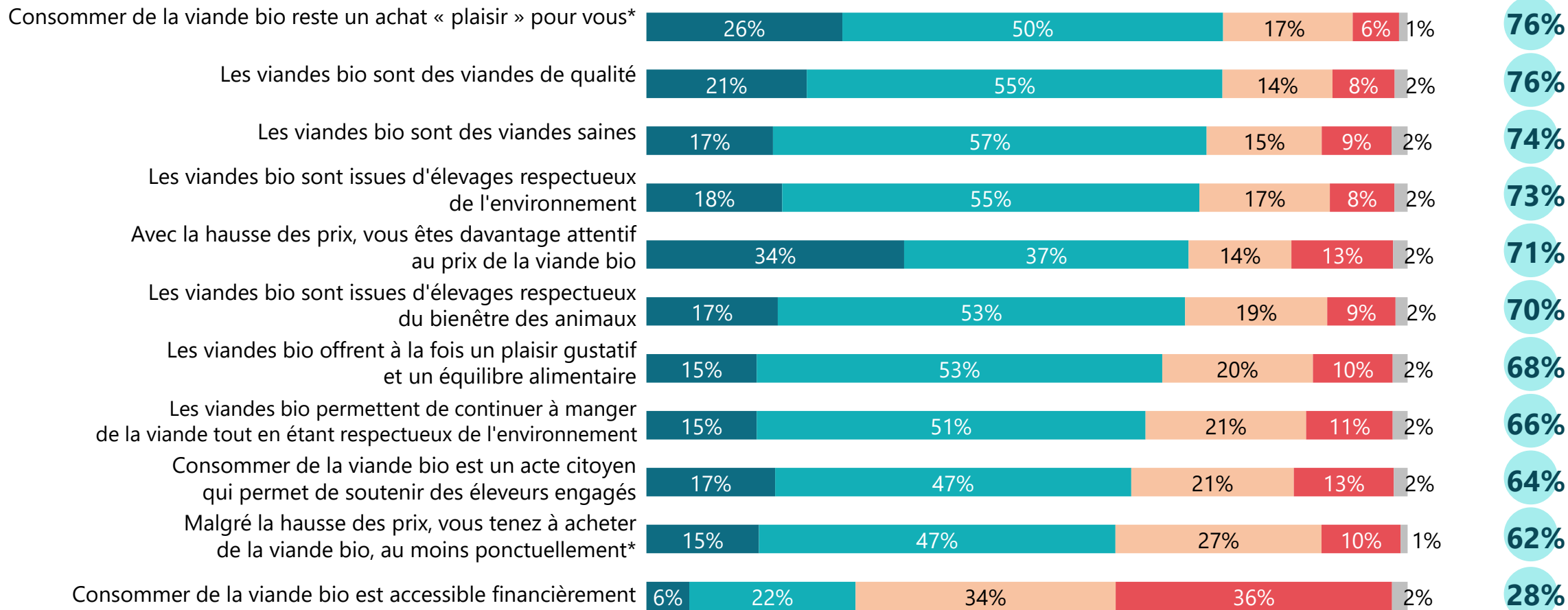


Les perceptions sur la viande bio



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant les viandes bio ?

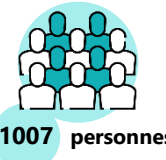
Total d'accord



● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord ● NSP



Les perceptions sur la viande bio



1007 personnes

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant les viandes bio ?

	% D'accord	Sexe		Âge					Statut			Consomme de la viande bio		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Oui	Une fois par semaine	Non
Consommer de la viande bio reste un achat « plaisir » pour vous*	76%	74%	78%	76%	82%	79%	79%	66%	80%	78%	71%	76%	86%	-
Les viandes bio sont des viandes de qualité	76%	77%	74%	81%	78%	76%	75%	73%	80%	74%	73%	88%	92%	57%
Les viandes bio sont des viandes saines	74%	76%	72%	80%	74%	76%	74%	70%	78%	73%	70%	87%	94%	53%
Les viandes bio sont issues d'élevages respectueux de l'environnement	73%	72%	73%	78%	80%	72%	74%	66%	76%	73%	68%	86%	91%	51%
Avec la hausse des prix, vous êtes davantage attentif au prix de la viande bio	71%	74%	69%	65%	71%	72%	70%	75%	73%	68%	71%	83%	88%	52%
Les viandes bio sont issues d'élevages respectueux du bien-être des animaux	70%	71%	71%	79%	76%	69%	70%	67%	74%	70%	68%	83%	91%	52%
Les viandes bio offrent à la fois un plaisir gustatif et un équilibre alimentaire	68%	69%	66%	76%	69%	70%	68%	62%	77%	66%	62%	80%	91%	47%
Les viandes bio permettent de continuer à manger de la viande tout en étant respectueux de l'environnement	66%	66%	66%	78%	72%	65%	64%	59%	67%	68%	63%	79%	90%	44%
Consommer de la viande bio est un acte citoyen qui permet de soutenir des éleveurs engagés	64%	64%	64%	76%	71%	62%	63%	57%	69%	66%	58%	79%	90%	39%
Malgré la hausse des prix, vous tenez à acheter de la viande bio, au moins ponctuellement*	62%	63%	60%	64%	70%	64%	57%	59%	69%	54%	62%	62%	87%	-
Consommer de la viande bio est accessible financièrement	28%	28%	27%	43%	39%	26%	20%	24%	32%	24%	26%	36%	56%	13%

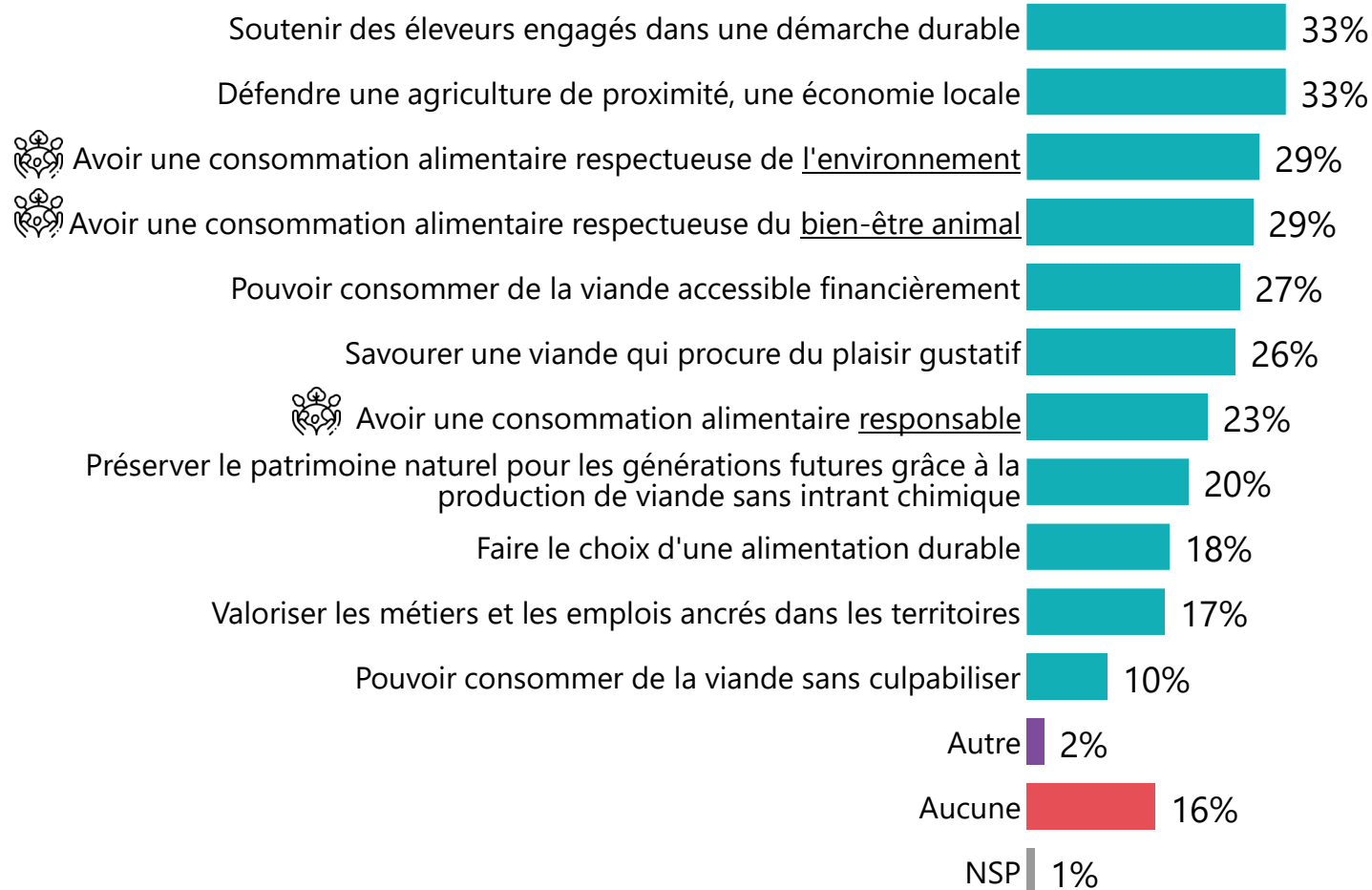


Les raisons de consommation de viande bio



1007 personnes

Q. Parmi les raisons suivantes, quelles sont celles qui vous ont incité / pourraient vous inciter à acheter de la viande bio ?
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



Au moins
une raison
83%

Sous-total
Avoir
une consommation
alimentaire respectueuse
et responsable
49%



Les raisons de consommation de viande bio



Q. Parmi les raisons suivantes, quelles sont celles qui vous ont incité / pourraient vous inciter à acheter de la viande bio ?
Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Consomme de la viande bio		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Oui	Une fois par semaine	Non
Sous-total Au moins une raison	83%	83%	82%	85%	85%	81%	83%	82%	81%	83%	84%	92%	95%	68%
Sous-total Avoir une consommation alimentaire respectueuse et responsable	49%	47%	51%	56%	55%	46%	49%	46%	51%	46%	50%	58%	65%	33%
Soutenir des éleveurs engagés dans une démarche durable	33%	34%	31%	30%	30%	28%	37%	35%	36%	29%	33%	44%	47%	14%
Défendre une agriculture de proximité, une économie locale	33%	35%	31%	32%	23%	27%	41%	36%	36%	32%	32%	41%	43%	19%
Avoir une consommation alimentaire respectueuse de l'environnement	29%	28%	31%	39%	31%	25%	29%	29%	31%	25%	31%	38%	48%	14%
Avoir une consommation alimentaire respectueuse du bien-être animal	29%	25%	32%	26%	33%	30%	31%	24%	28%	30%	28%	33%	34%	22%
Pouvoir consommer de la viande accessible financièrement	27%	29%	25%	22%	25%	24%	32%	28%	20%	31%	29%	27%	20%	28%
Savourer une viande qui procure du plaisir gustatif	26%	28%	25%	20%	26%	20%	28%	33%	22%	25%	30%	31%	41%	19%
Avoir une consommation alimentaire responsable	23%	22%	24%	21%	26%	21%	23%	23%	27%	22%	22%	28%	34%	14%
Préserver le patrimoine naturel pour les générations futures grâce à la production de viande sans intrant chimique	20%	21%	20%	15%	19%	14%	25%	25%	21%	17%	22%	27%	30%	9%
Faire le choix d'une alimentation durable	18%	18%	18%	19%	23%	15%	17%	19%	19%	16%	19%	23%	29%	9%
Valoriser les métiers et les emplois ancrés dans les territoires	17%	17%	18%	16%	14%	17%	19%	19%	18%	13%	20%	22%	29%	9%
Pouvoir consommer de la viande sans culpabiliser	10%	9%	11%	14%	12%	12%	9%	7%	9%	11%	10%	11%	15%	9%



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 !](#)

“*opinion*way”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du département
Opinion, Politique & Corporate

Tel. +33 1 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com