



LA CONFIANCE DES FRANÇAIS DANS LES MARQUES

BAROMETRE - VAGUE 2

Janvier 2017

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



Thierry
Saussez.com

Frédéric Micheau

Directeur des études d'opinion

Directeur de département

Tel: 01 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com



LA METHODOLOGIE



La méthodologie



L'étude a été réalisée auprès d'un échantillon de **2001 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Un appariement a été effectué, de sorte que chaque marque ait été vue par au moins 1000 personnes.

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 29 novembre 2016**.



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 : de 1 à 2,2 pour un échantillon de 2000 répondants et de 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 Thierry Saussez »

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



Le profil des répondants

Population française âgée de 18 ans et plus

Source : **INSEE, Bilan démographique 2014.**



Sexe	%
Hommes	48%
Femmes	52%



Age	%
18-24 ans	11%
25-34 ans	16%
35-49 ans	27%
50-64 ans	25%
65 ans et plus	21%



Région	%
Ile-de-France	18%
Nord ouest	23%
Nord est	23%
Sud ouest	11%
Sud est	25%



Activité professionnelle	%
Agriculteurs	1%
Catégories socioprofessionnelles supérieures	27%
Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
Professions libérales / Cadres	9%
Professions intermédiaires	15%
Catégories populaires	32%
Employés	18%
Ouvriers	14%
Inactifs	40%
Retraités	27%
Autres inactifs	13%



Taille d'agglomération	%
Une commune rurale	23%
De 2000 à 19 999 habitants	17%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	16%



LES RESULTATS

01

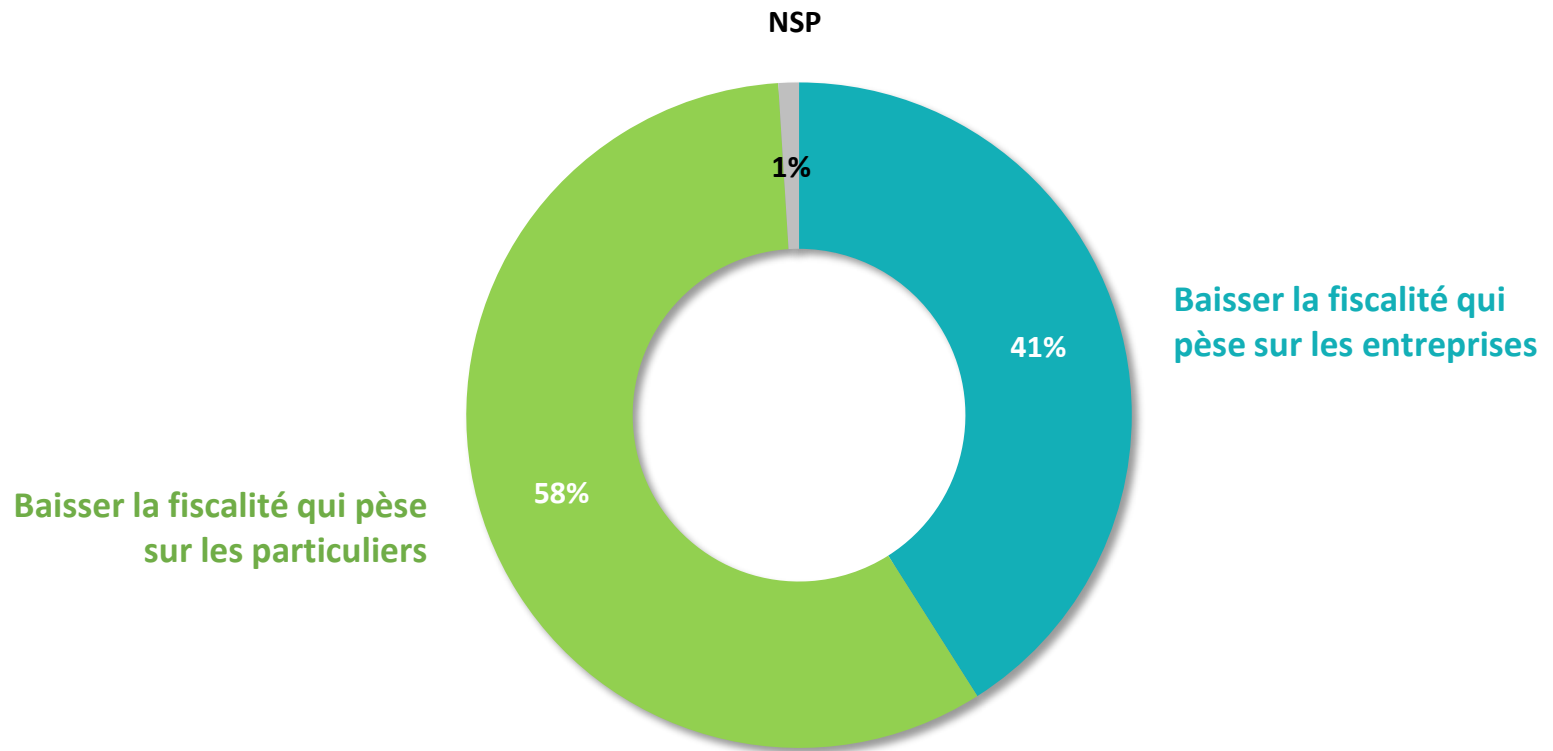


LA CONFIANCE DANS LES MARQUES



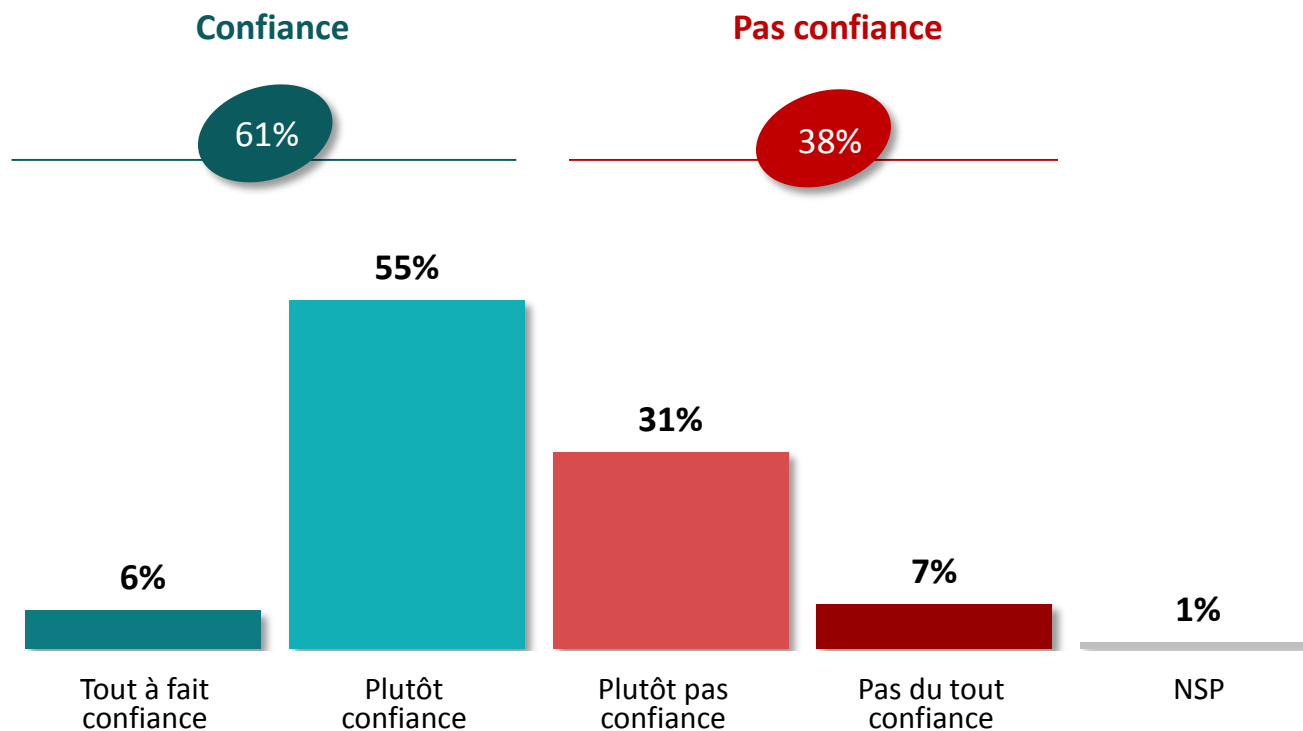
Les réformes utiles à la croissance

Q. Selon vous, afin de favoriser la croissance, que faut-il faire en priorité ?



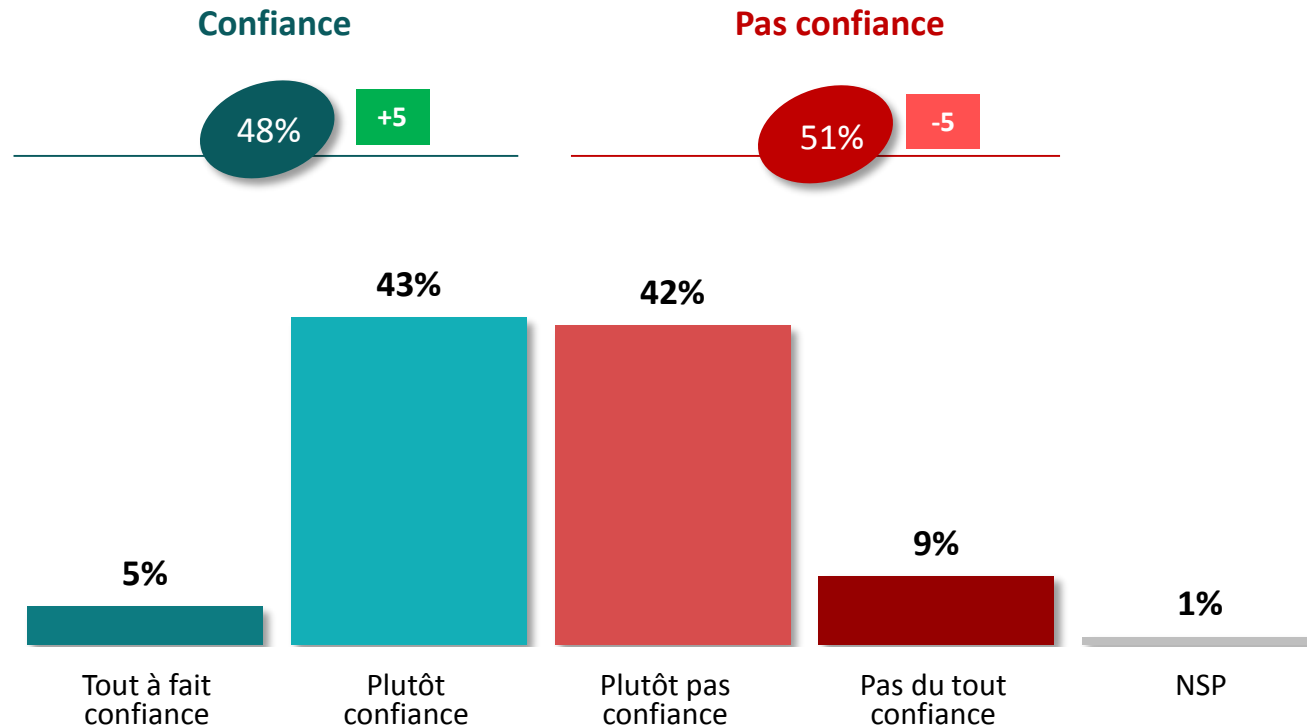
“ La confiance générale dans les grandes entreprises françaises

Q : D'une manière générale, vous personnellement, faites-vous confiance aux grandes entreprises françaises ?



“ La confiance dans les grandes entreprises françaises pour créer de l'emploi en France

Q : Et d'une manière générale, avez-vous confiance dans les grandes entreprises françaises pour créer de l'emploi en France ?



NI* + = -

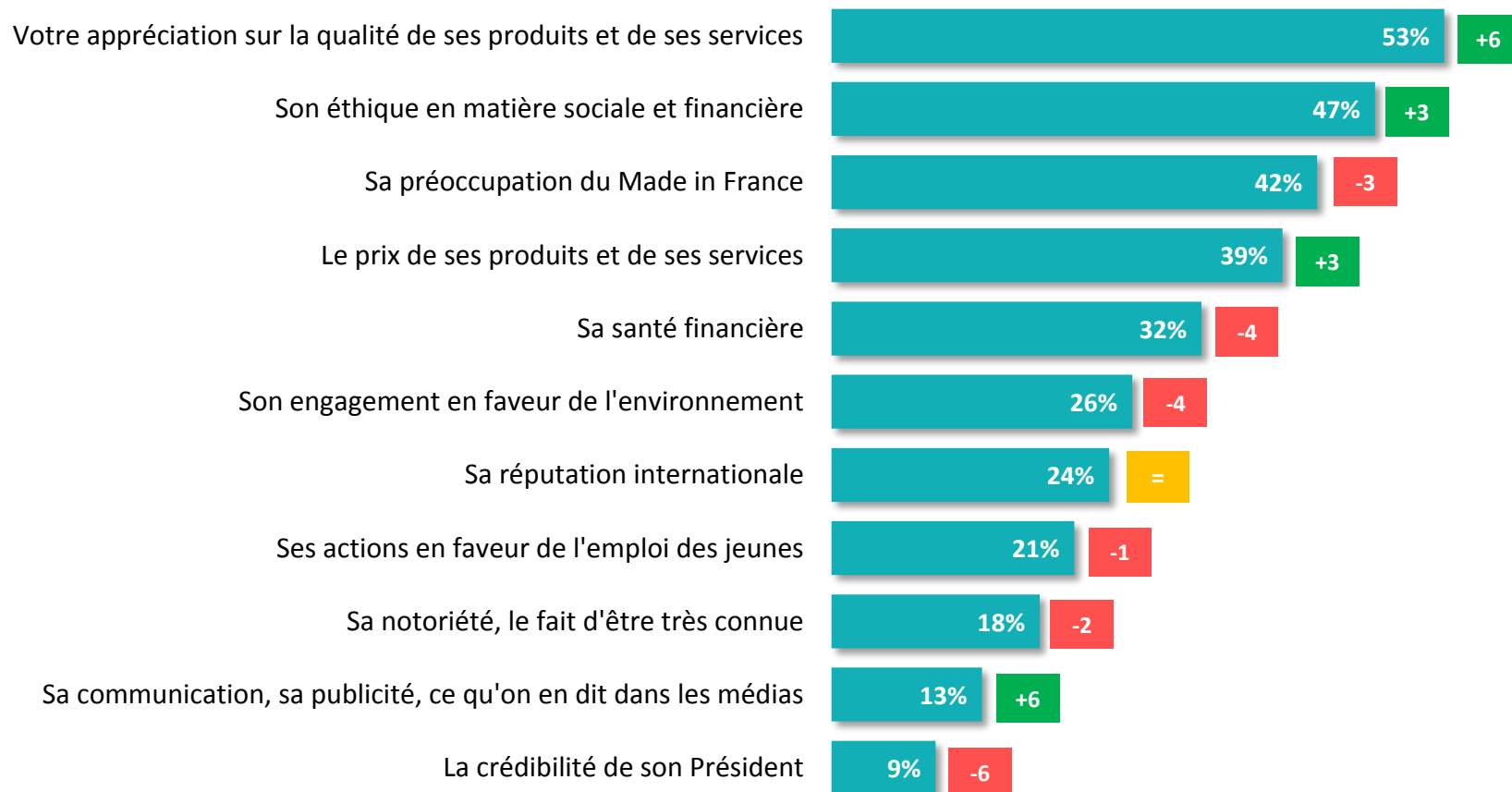
Evolutions depuis la vague 1 - Avril 2016
*Nouvel item



Les critères de la confiance envers les grandes entreprises françaises

Q : Sur quels critères principaux décidez-vous de faire confiance ou non à une grande entreprise française ?

Cinq réponses possibles – Total supérieur à 100%

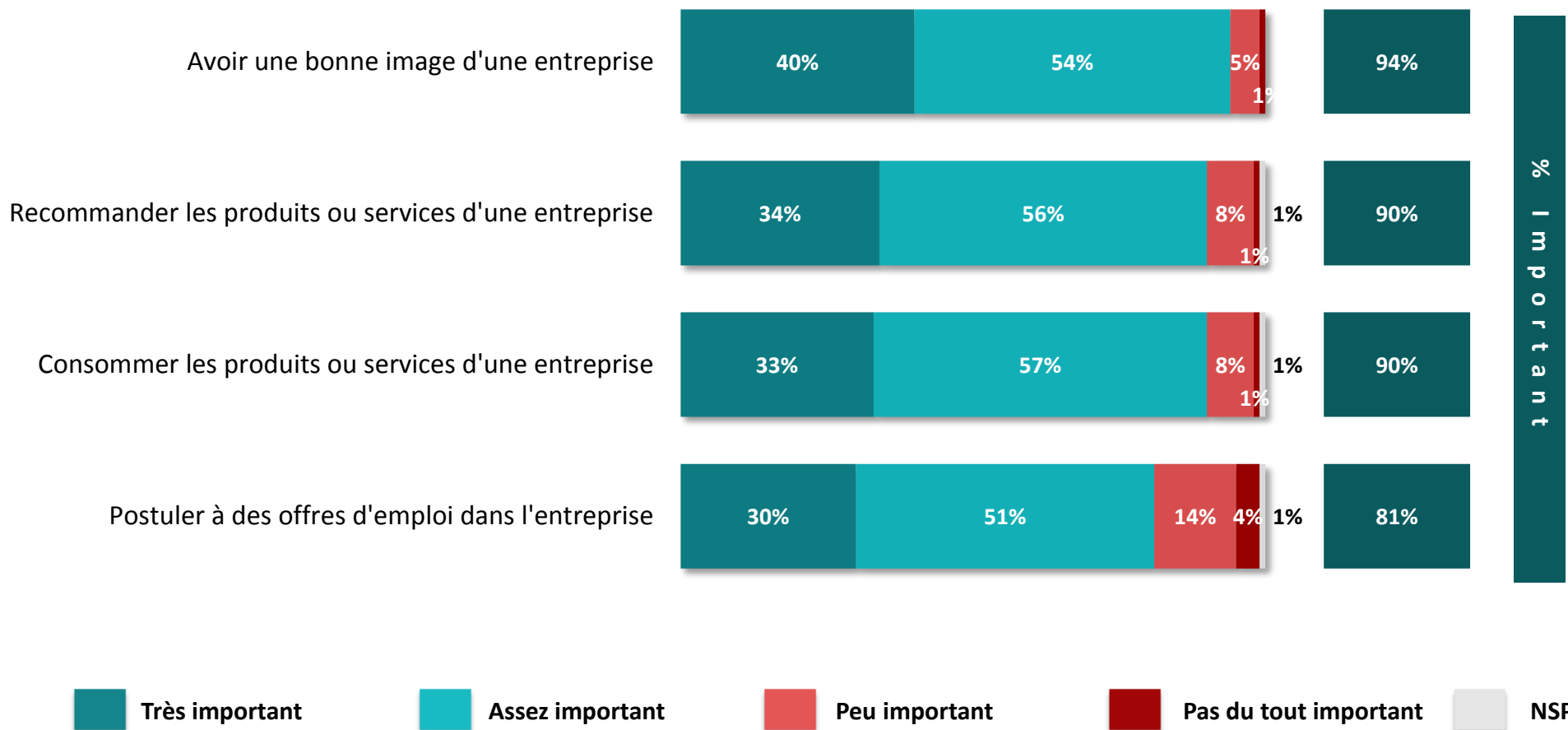


Évolutions depuis la vague 1 - Avril 2016
*Nouvel item



L'importance de la confiance envers une entreprise

Q : Et pour vous, avoir confiance dans une entreprise est-il important ou pas important pour... ?



02



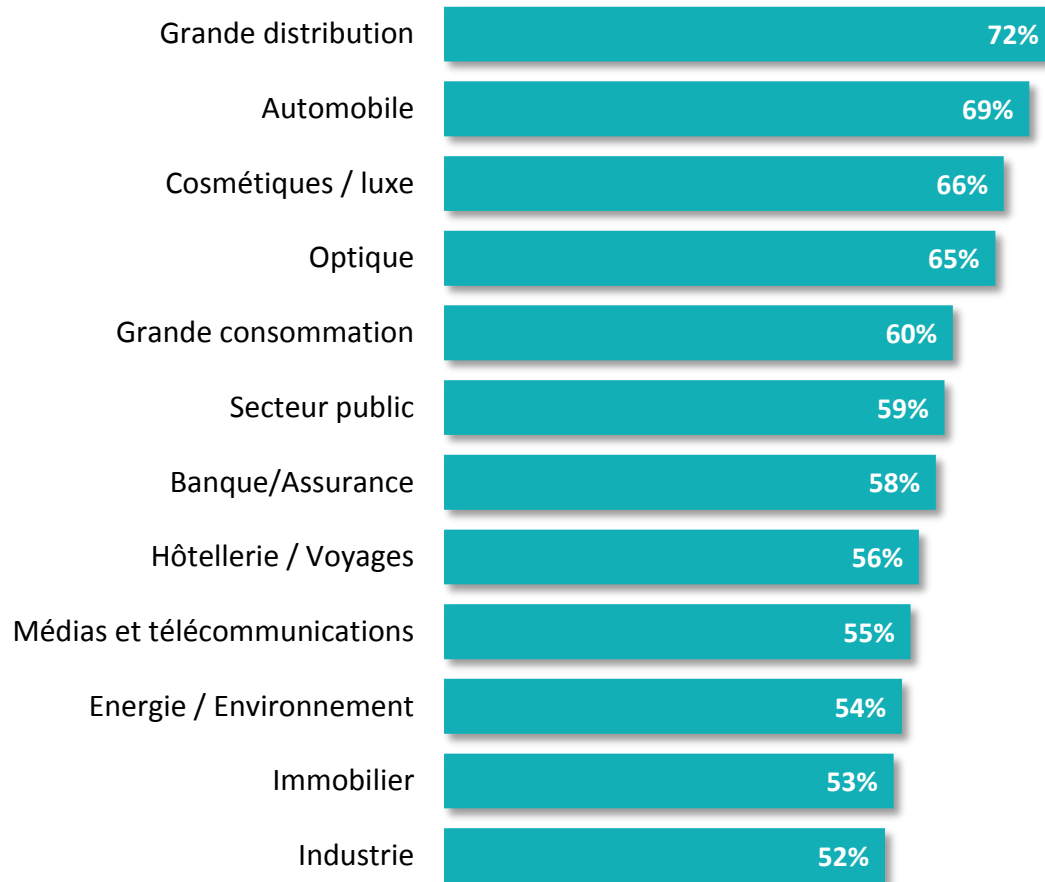
LE PALMARES DE LA CONFIANCE

“opinionway

“ Le classement des secteurs inspirant le plus confiance

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

% Confiance



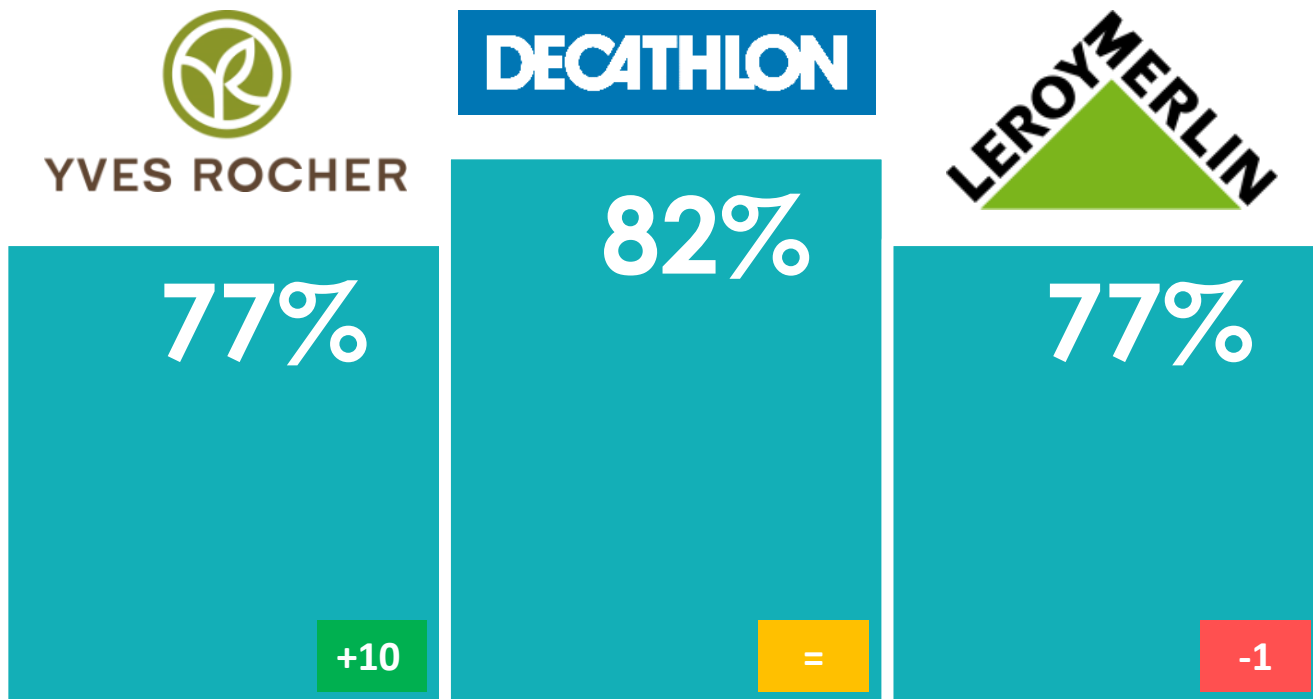


Le classement des marques inspirant le plus confiance

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

TOP 3 – Tous secteurs

% Confiance



Evolution en nombre de places depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item



LES MARQUES DE LA GRANDE DISTRIBUTION

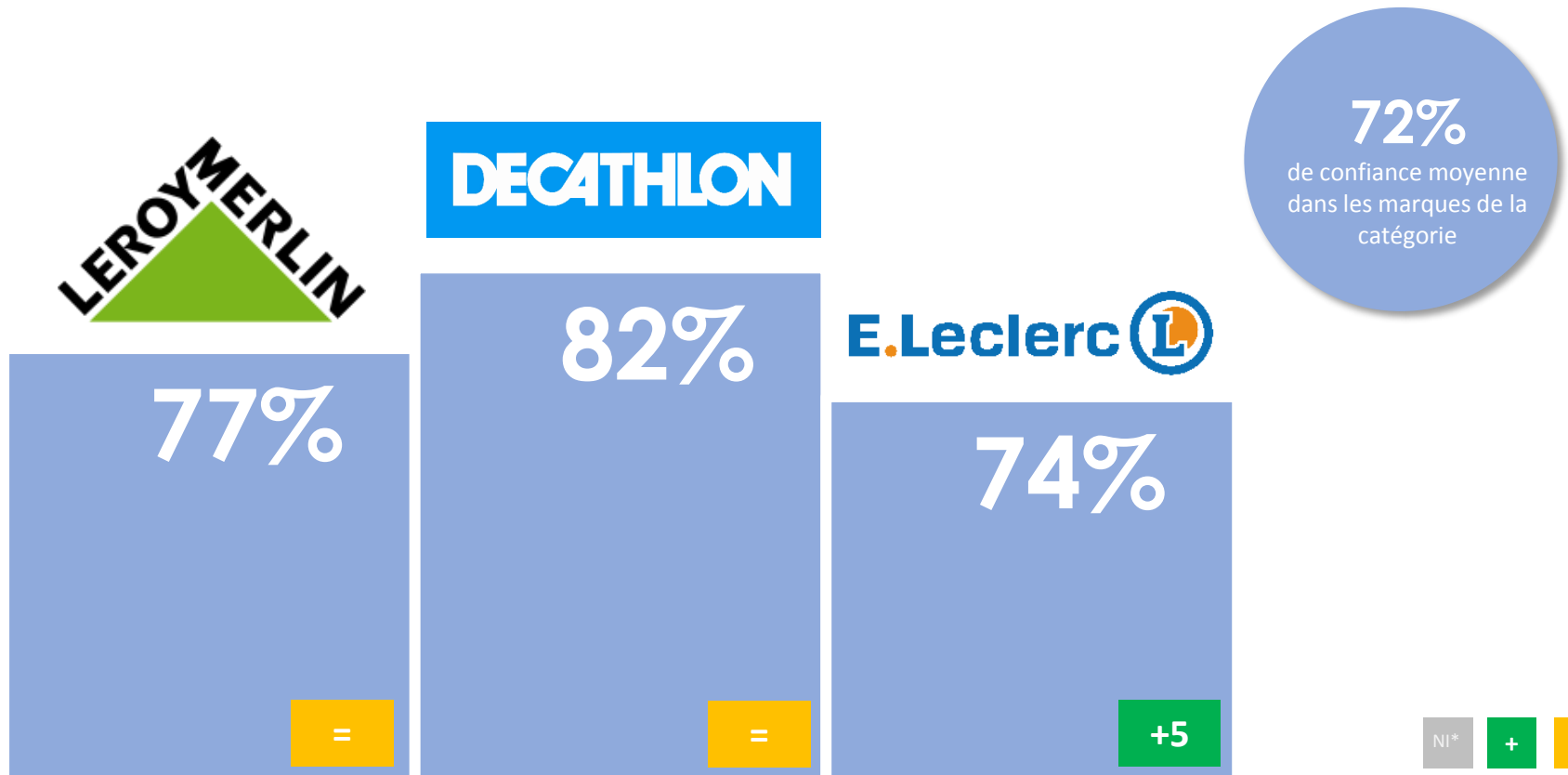


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur de LA GRANDE DISTRIBUTION

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



Evolution en nombre de places depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item



LES MARQUES AUTOMOBILES

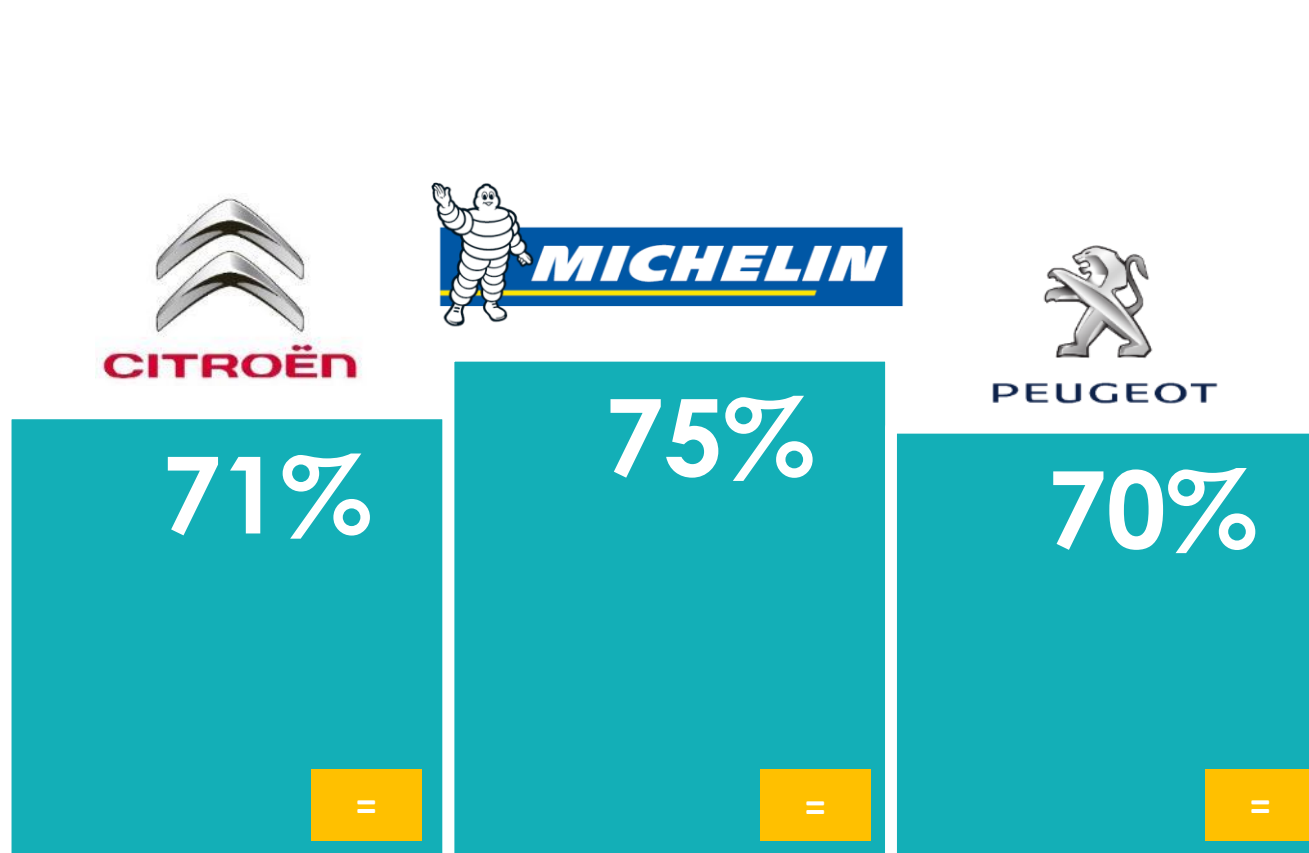


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur AUTOMOBILE

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



69%
de confiance moyenne
dans les marques



Evolutions en nombre de places
depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item



LES MARQUES COSMETIQUES ET LUXE

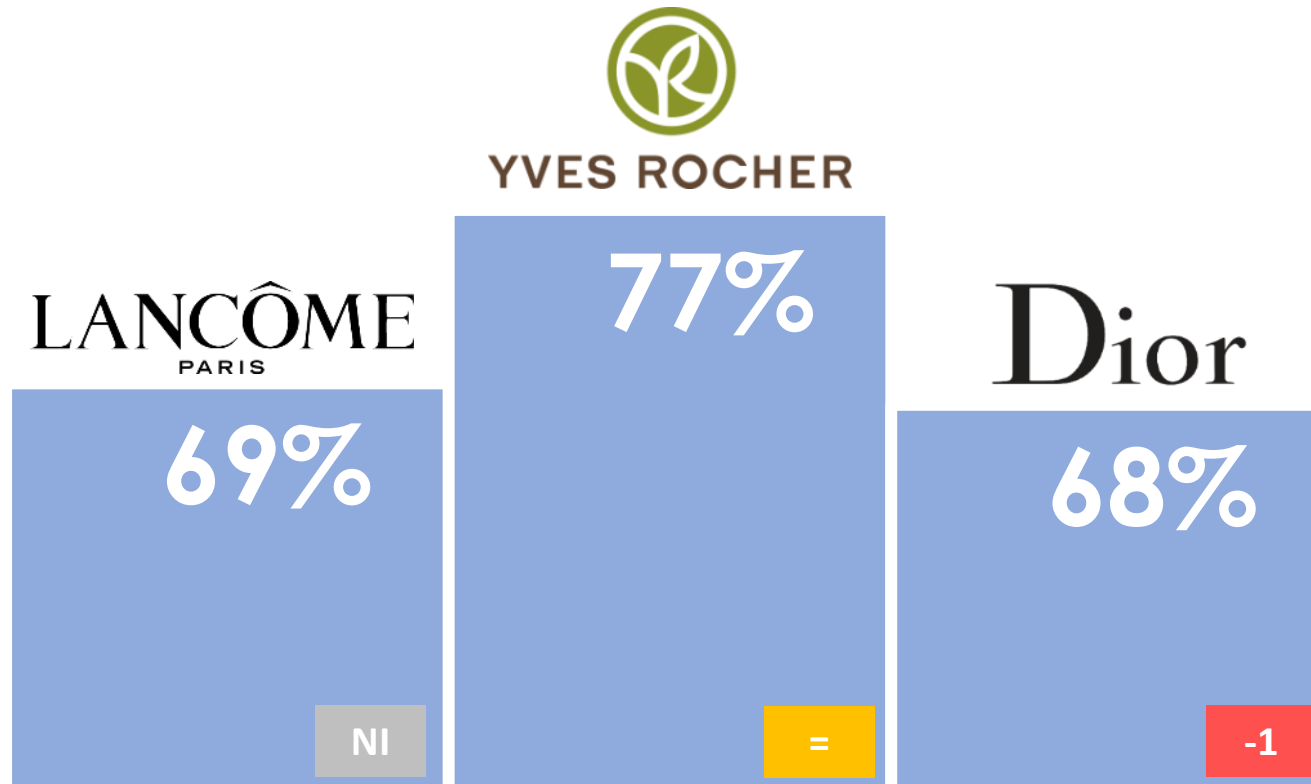


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur des COSMÉTIQUES ET DU LUXE

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



66%
de confiance moyenne
dans les marques de la
catégorie



Evolutions en nombre de places
depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item



LES MARQUES D'OPTIQUE

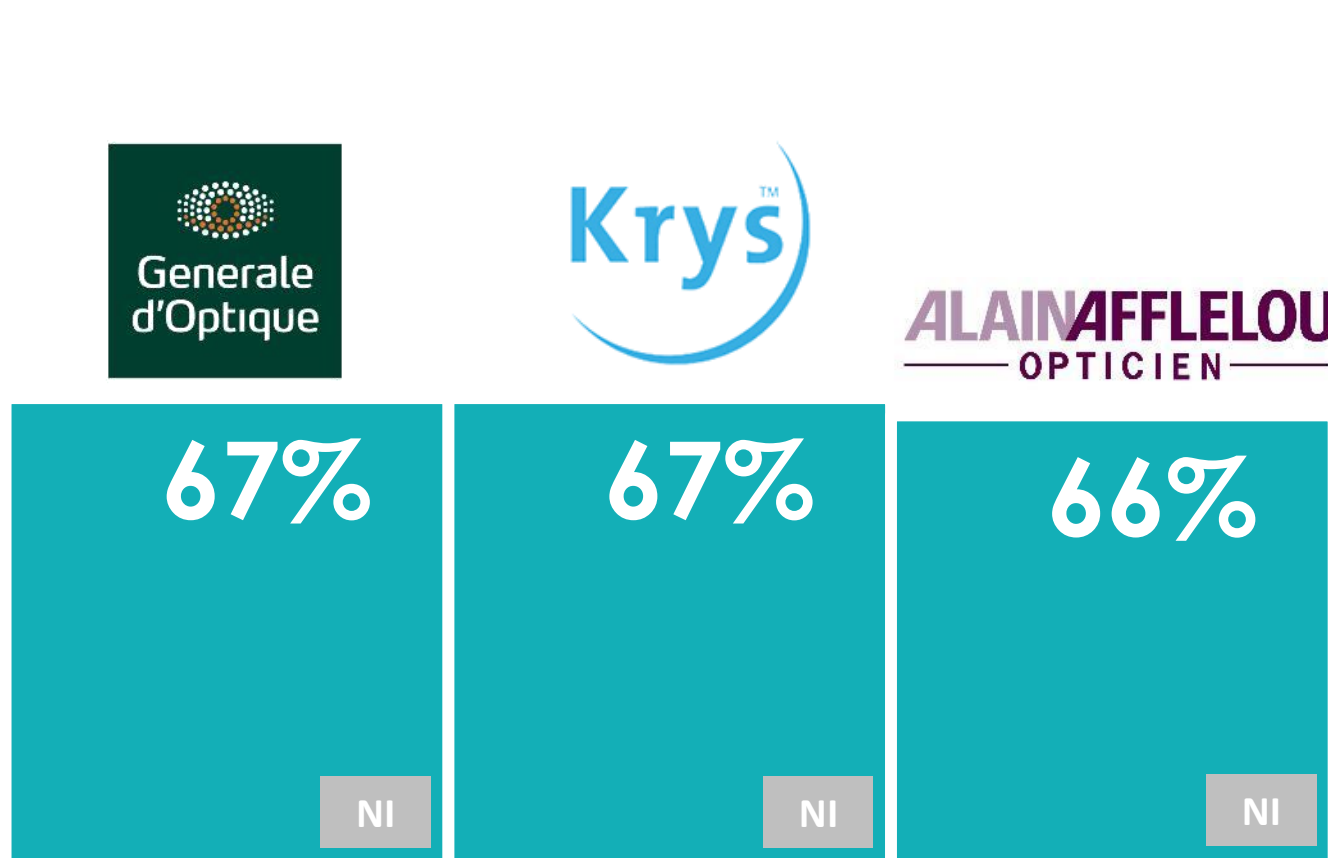


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur de l'OPTIQUE

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



65%
de confiance moyenne
dans les marques



Evolutions en nombre de places
depuis la vague 1 - Avril 2016
*Nouvel item

LES MARQUES DE GRANDE CONSOMMATION



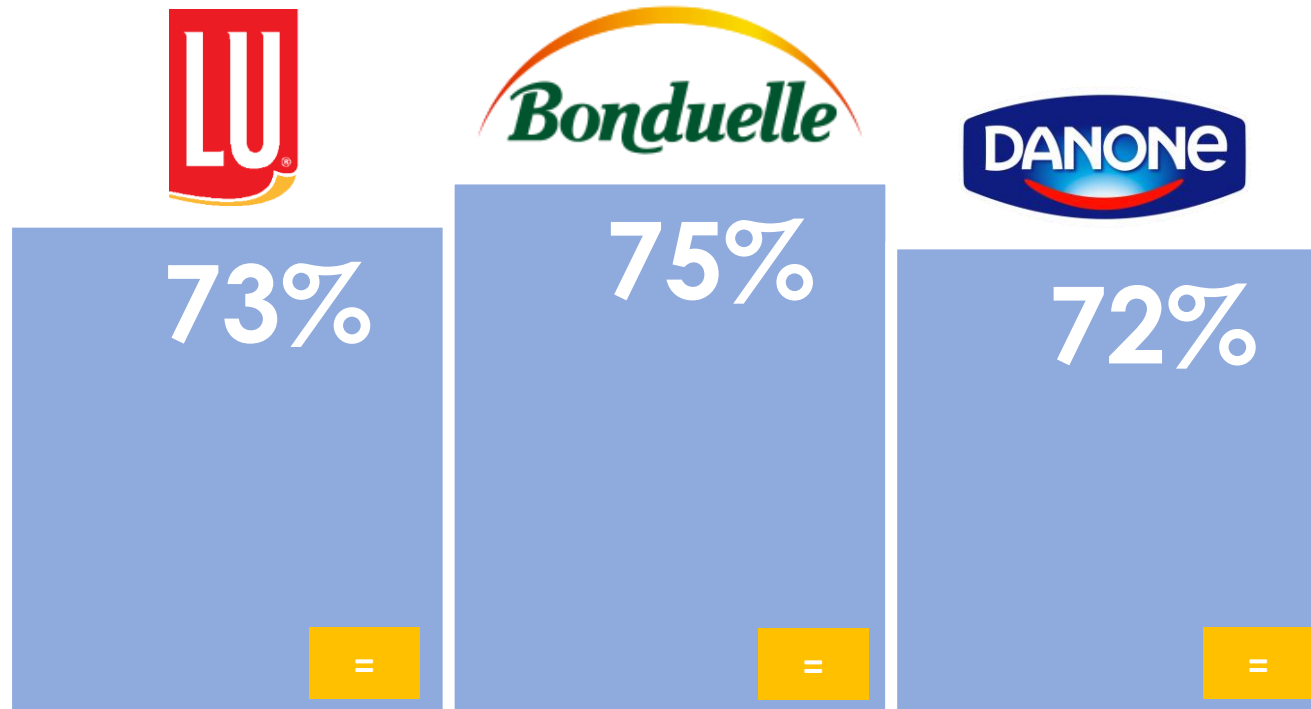


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur de la GRANDE CONSOMMATION

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



60%
de confiance moyenne
dans les marques de la
catégorie



Evolutions en nombre de places
depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item

LES MARQUES DU SERVICE PUBLIC



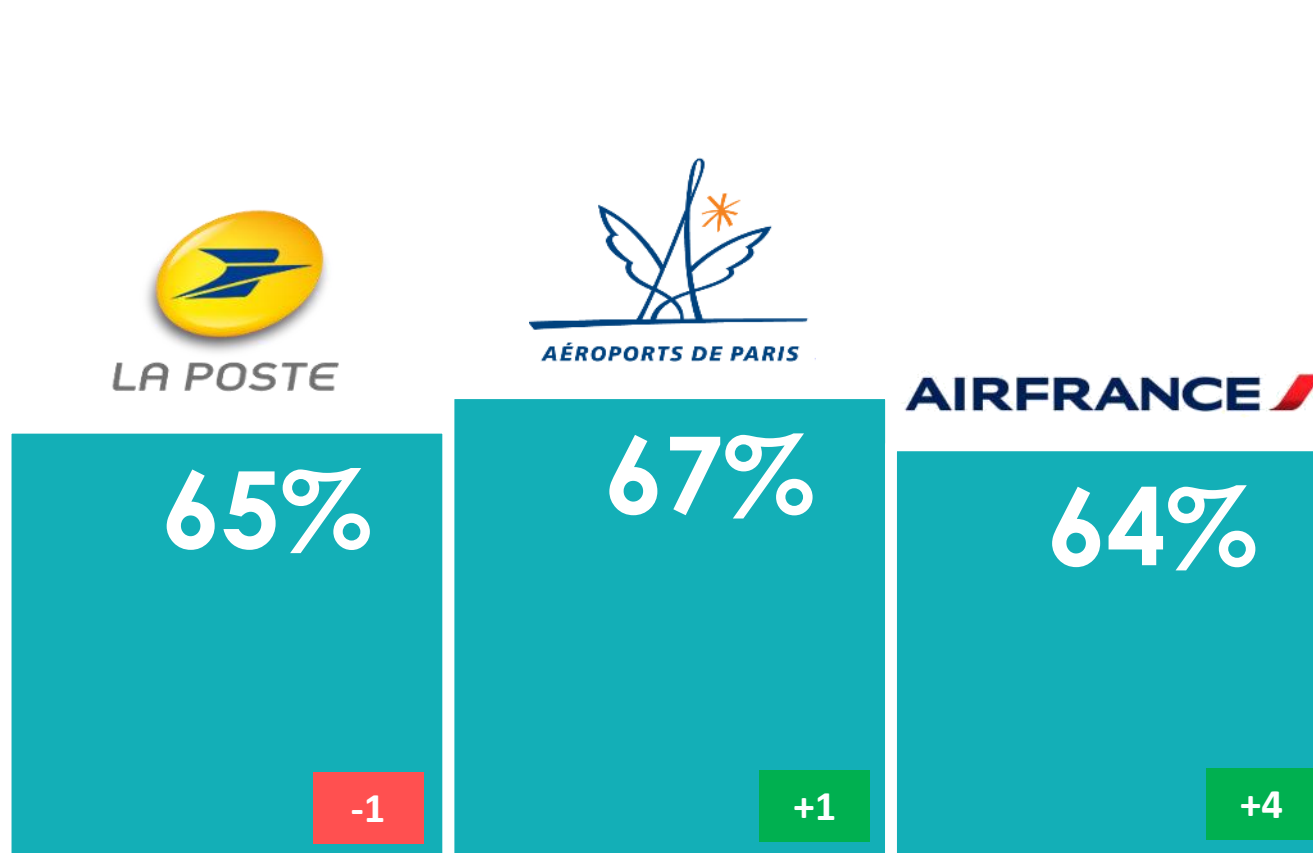


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le SERVICE PUBLIC

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



59%
de confiance moyenne
dans les marques



Evolutions en nombre de places depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item

**LES MARQUES
DU SECTEUR
BANQUE /
ASSURANCE**



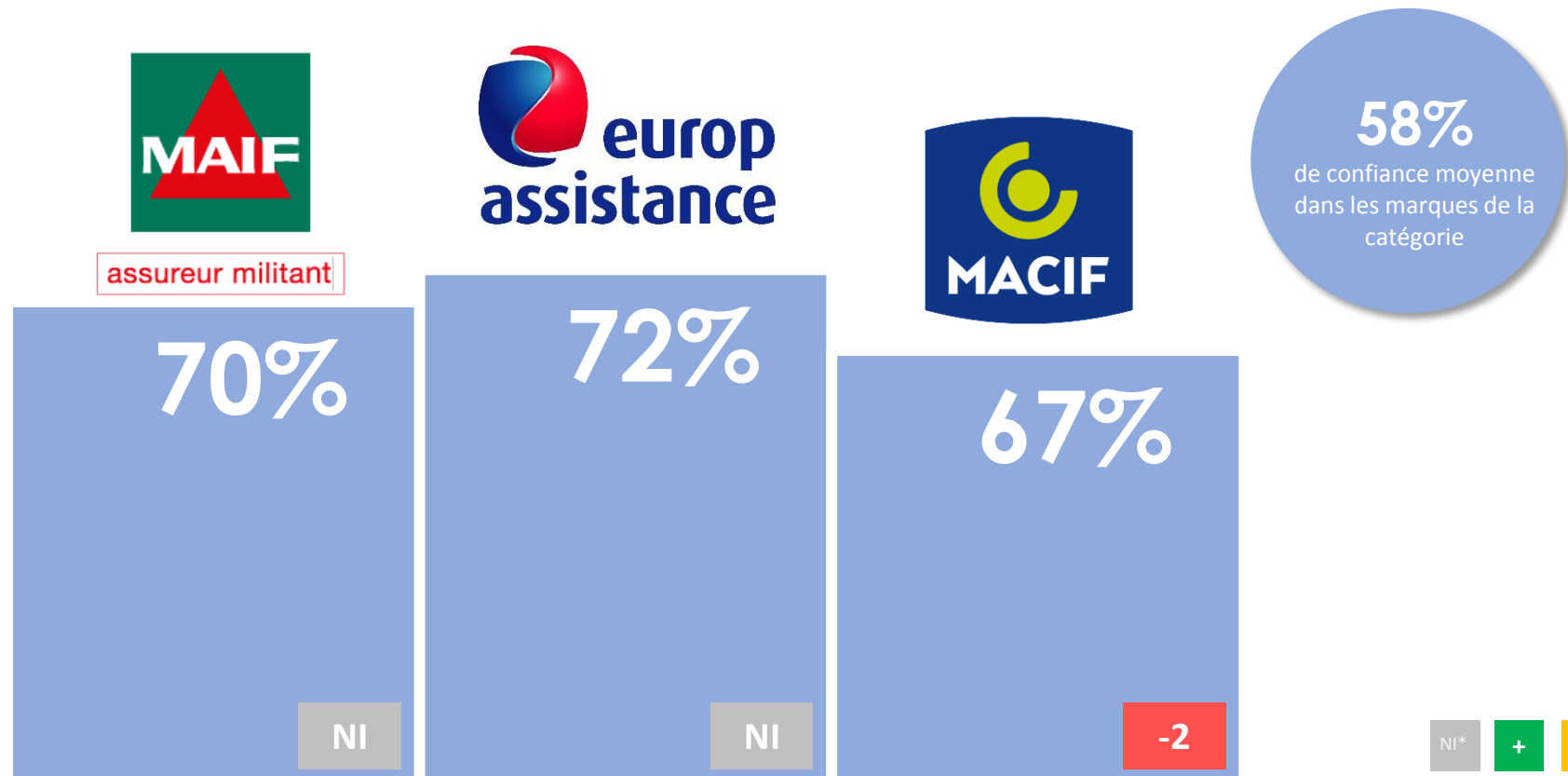


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur de la BANQUE / ASSURANCE

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



Evolutions en nombre de places depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item



LES MARQUES DU SECTEUR HOTELLERIE / VOYAGES

“opinionway

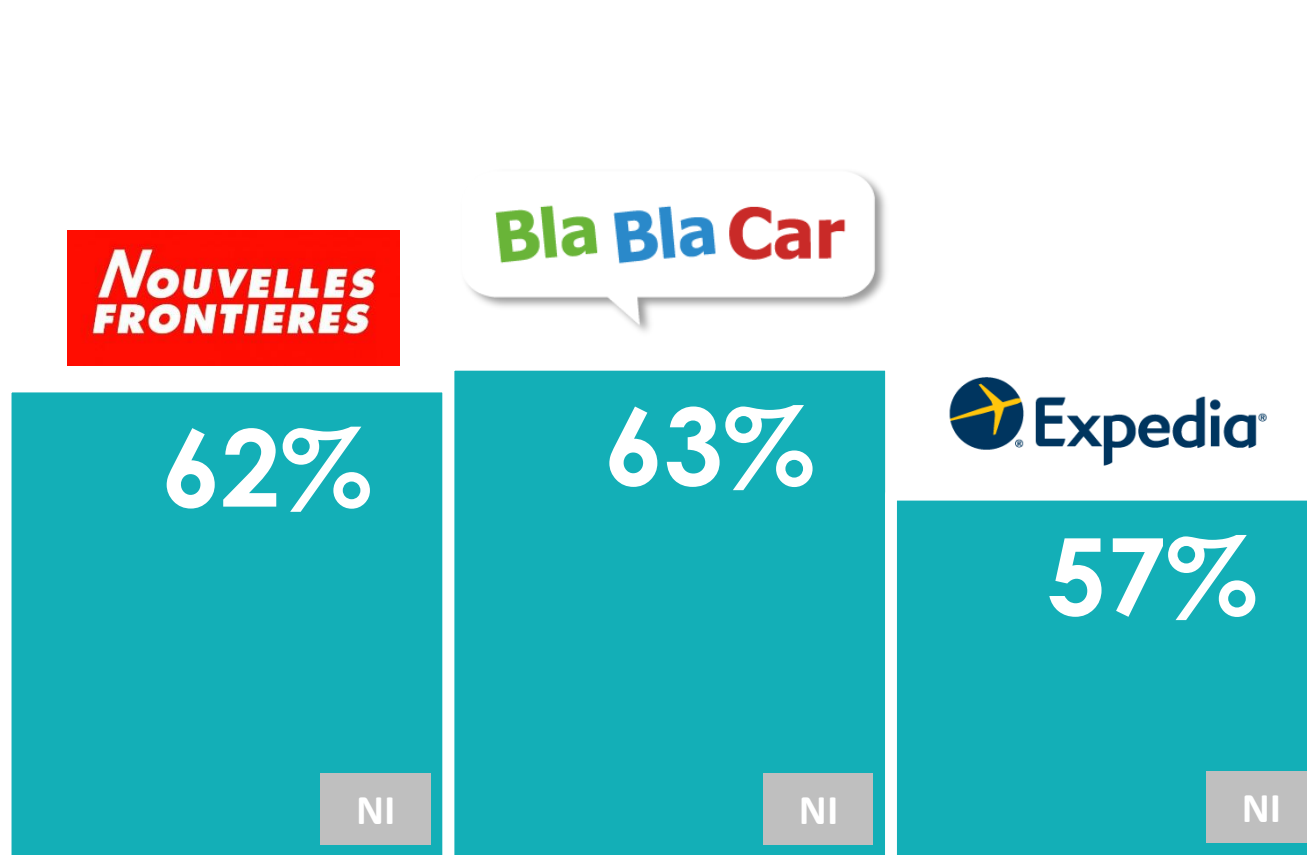


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur de l'HOTELLERIE ET DES VOYAGES

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



56%
de confiance moyenne
dans les marques



Evolutions en nombre de places depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item

LES MARQUES “ MEDIAS ET TECHNOLOGIES

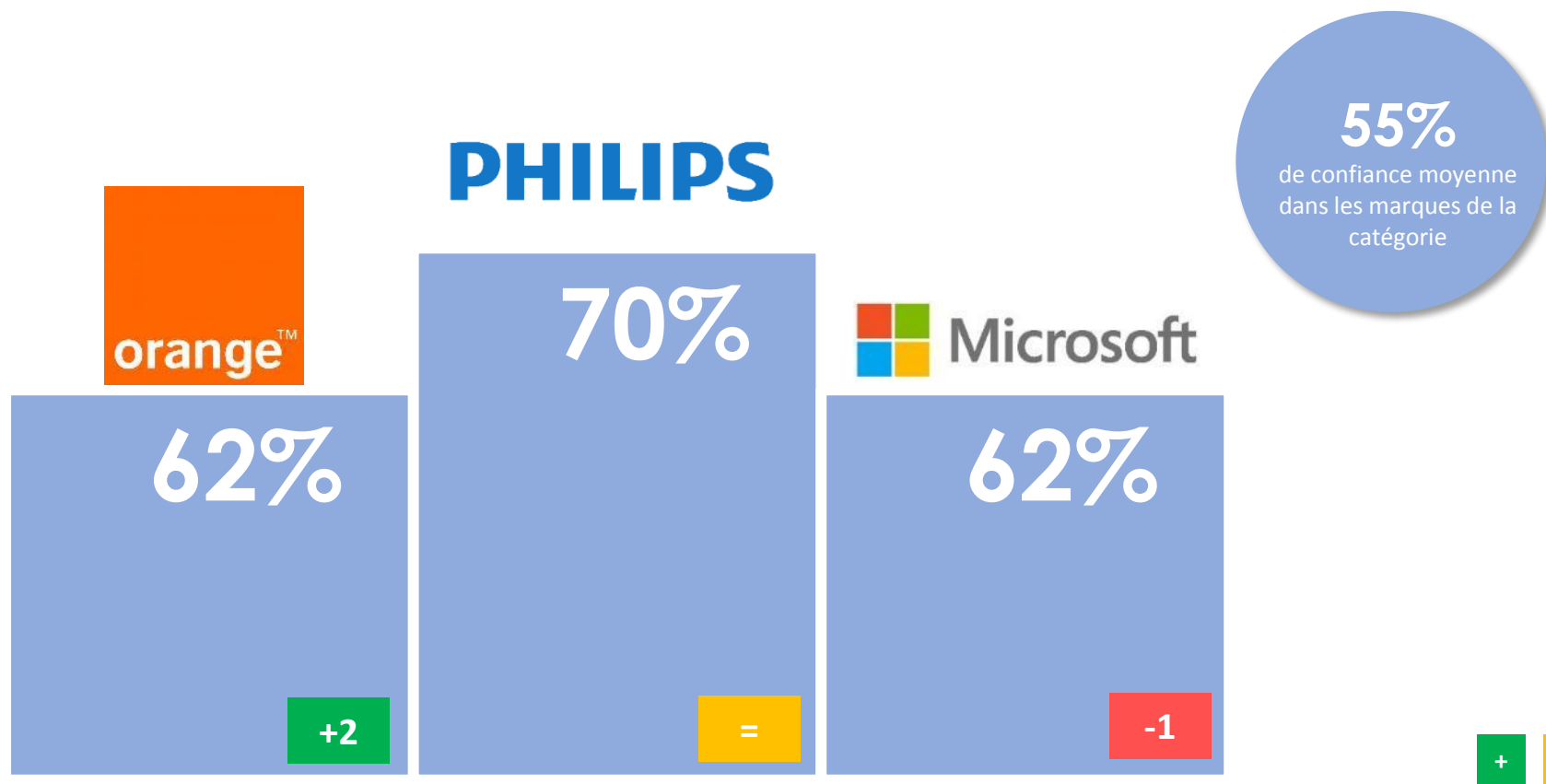


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur des MÉDIAS ET DES TECHNOLOGIES

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



Evolutions en nombre de places depuis la vague 1 - Avril 2016

LES FOURNISSEURS D'ENERGIES



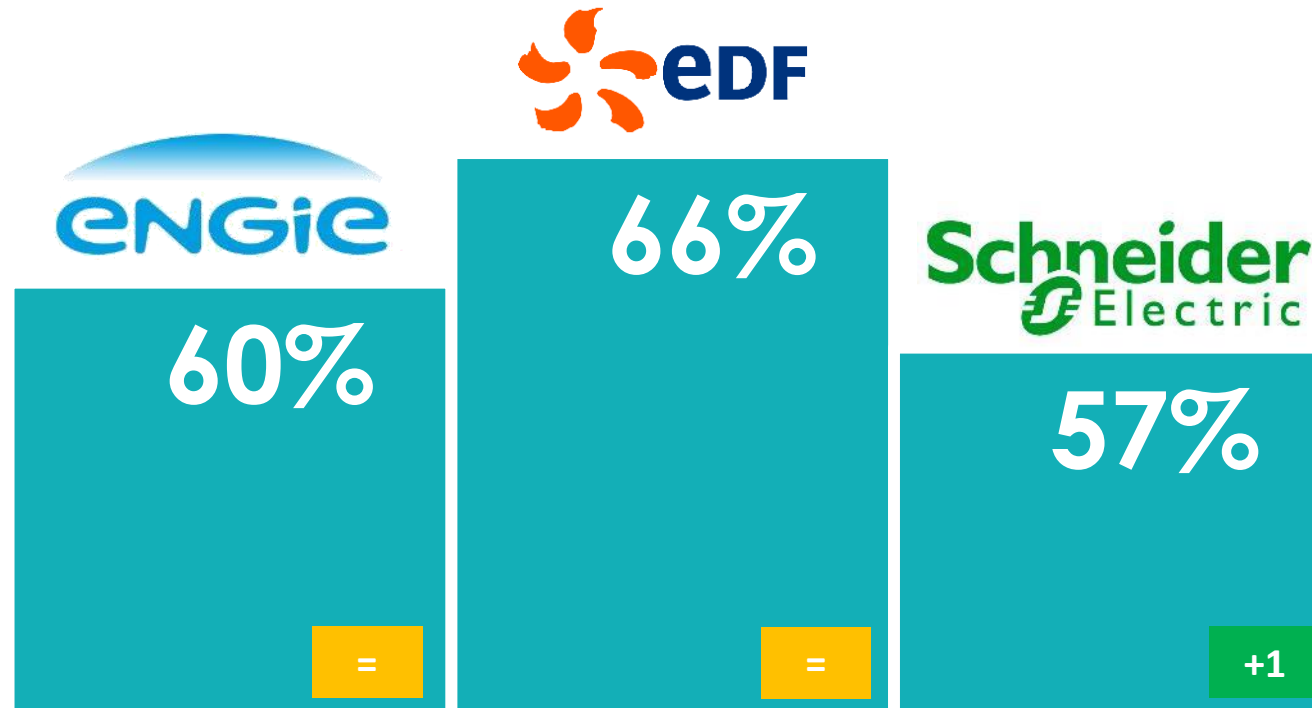


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur des FOURNISSEURS ÉNERGIE

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



54%
de confiance moyenne
dans les marques



Evolutions en nombre de places depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item



LES MARQUES DU SECTEUR IMMOBILIER

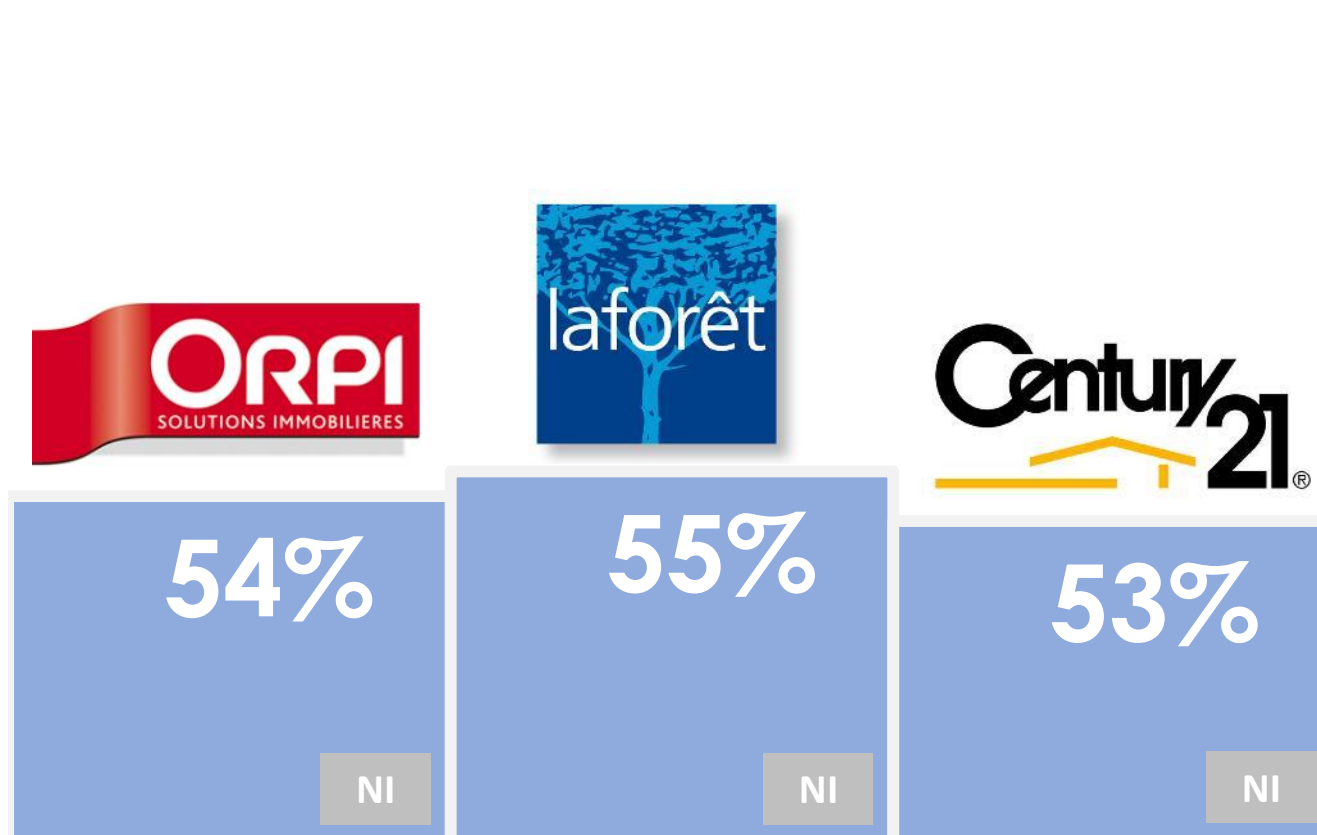


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur IMMOBILIER

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



53%
de confiance moyenne
dans les marques de la
catégorie



Evolutions en nombre de places
depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item

LES MARQUES DU SECTEUR INDUSTRIEL



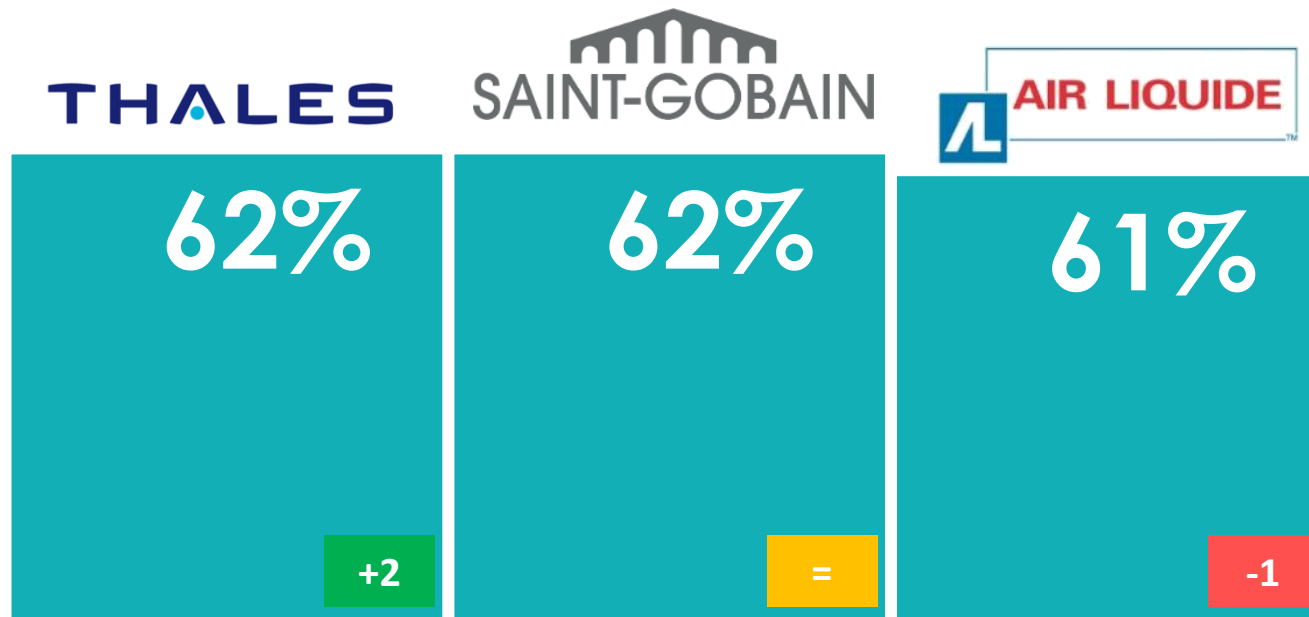


Le classement des marques inspirant le plus confiance dans le secteur de l'INDUSTRIE

Q : Plus précisément, avez-vous confiance dans chacune des entreprises suivantes ?

LE TOP 3

% Confiance



52%
de confiance moyenne
dans les marques



Evolution en nombre de places
depuis la vague 1 - Avril 2016

*Nouvel item

ANNEXE :
LA LISTE DES
MARQUES TESTEES





La liste des marques testées

- Accor
- Aéroports de Paris
- Afflelou
- AG2R La Mondiale
- AirBnB
- Air France
- Air Liquide
- Allianz
- Alstom
- Apple
- Arcelor Mittal
- Areva
- Atol
- Auchan
- AXA
- Banque populaire
- Bioterm
- Blablacar
- BNP Paribas
- Bonduelle
- Booking
- Bouygues Immobilier
- Bouygues Telecom
- Caisse d'Épargne
- Carrefour
- Cartier
- Casino
- Castorama
- Century 21
- Chanel
- CIC
- Citroën
- Clarins
- Club Med
- Coca-Cola
- Crédit Agricole
- Crédit Mutuel
- Danone
- Décathlon
- Dior
- EDF
- EuropAssistance
- Expedia
- Ferrero
- Foncia
- Française des jeux
- France Telecom
- France Télévisions
- Free
- Engie
- General Electric
- Générale d'optique
- Google
- Guy Hoquet
- Heineken
- Henkel
- Hermès
- HSBC
- Ikea
- Intermarché
- Jardiland
- Kellogg's
- Krya
- La Banque Postale
- La Poste
- Lafarge
- Laforêt
- Lancôme
- LCL / Crédit Lyonnais
- Leclerc
- Leroy merlin
- Lesieur
- Lidl
- Look voyages
- L'Oréal
- Louis Vuitton
- Lu
- MAAF
- Macif
- MAIF
- Malakoff Médéric
- Magasins U
- Matmut
- McDonald's
- Michelin
- Microsoft
- MMA
- Mr bricolage
- Nestlé
- Nokia
- Nouvelles Frontières
- Optical center
- Optique 2000
- Orange
- ORPI
- Pepsico
- Pernod-Ricard
- Peugeot
- Philips
- PMU
- Pole Emploi
- Poweo
- PSA Peugeot Citroën
- Quick
- Ratp
- Renault
- Safran
- Saint Gobain
- Sanofi Aventis
- Schneider Electric
- Seloger.com
- SFR
- Sncf
- Société Générale
- Sodexo
- Suez Environnement
- TF1
- Thales
- Total
- Toyota
- Veolia Environnement
- Vinci
- Virgin Mobile
- Vivendi
- Yves Rocher



“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

*« Permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur,
pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »*