

Repérez et analysez  
les grandes *transitions*  
*sociétales* pour *orienter*  
vos actions



# ” TrendWay : votre outil pour *comprendre* les *transitions* du monde d'aujourd'hui et *orienter* vos actions futures

Dans un monde chahuté par les crises et en perpétuelle mutation, la **capacité à anticiper** est désormais cruciale pour les institutions, les gouvernements, les entreprises et les médias.

## Trendway

- > analyse les tendances
- > décèle les signaux faibles...

*Des données  
concrètes, utiles*

*Dans l'anticipation*

*Une aide à la décision  
et à l'action*

... pour vous permettre de naviguer à travers les incertitudes et d'**agir concrètement**.



# TrendWay : vous apporter un *cadre d'analyse* éclairant et opérationnel

## Donner du sens à des mouvements qui semblent contradictoires

- 7 Français sur 10 déclarent se mobiliser en faveur de la consommation responsable...
- ... Les plateformes chinoises de mode à prix cassés Shein et Temu représentent 22% des colis gérés par la Poste

## Distinguer les dynamiques de fond de l'éphémère

- **Prendre du recul** face au rythme incessant des mutations à l'œuvre
- **Aller au-delà** du bruit médiatique dominant
- **Détecter** les signaux faibles

## Les inscrire dans la dynamique de votre activité

- **Comprendre** comment ces tendances s'appliquent à votre activité
- **Prioriser** vos actions
- **Guider** votre stratégie



# *TrendWay : une double approche, qui croise l'analyse de tendances et le point de vue d'experts*

## *L'analyse des tendances*

... s'appuyant sur :

- des données **publiées chiffrées multi-sources** (web social français ou étranger) ;
- des **données académiques** ;
- notre base de **connaissances en interne**, grâce à nos nombreuses études publiées en Opinion et en Marketing.



## *Des entretiens approfondis d'experts multisectoriels*

- ... travaillant sur des thématiques directement liées à **votre problématique** ou en décentrage pour obtenir un effet miroir
  - ou **benchmark**
- ... En **visio**, pendant **45 minutes**,
- sur la base de questions très ouvertes, laissant une grande place au récit spontané



## TrendWay : des avantages multiples

- ✓ **Une vision holistique et multisectorielle** ou plus spécifique (thématique, secteur, pays, cible)
- ✓ **Personnalisable**, selon vos besoins (nourrir un observatoire, vos équipes en interne, développer de nouveaux services...)
- ✓ **Complémentaire**, d'une étude quantitative pour aider à la rédaction du questionnaire / enrichir les thématiques à investiguer
- ✓ **Différenciant**, des données nouvelles, vous permettant de vous démarquer de vos concurrents





# Le cahier de tendances : un livrable *illustré et opérationnel*

Le *cahier de tendances*, croise l'analyse des *tendances* et la parole des *experts* pour :

- ▶ Vous donner **les clés de compréhension** de la société ;
- ▶ Vous aider à **définir des offres et des services** ;
- ▶ **Nourrir votre marque et votre communication** sur le long terme.

Malgré le ralentissement de l'inflation, le pouvoir d'achat demeure la préoccupation centrale des Français

**L'augmentation du coût de la vie est un sujet omniprésent dans le quotidien des Français**

79% des Français pensent à l'argent souvent ou au moins de temps en temps. (OpinionWay pour La Presse, dans la tête des Français, novembre 2022)

Pour 82% des Français, les prix des achats contraints (logement, emprunt, charges, transports...) augmentent – dont 53% « beaucoup ». (OpinionWay pour Bofort, 2022)

Entre la mi-2021 et la mi-2024, les prix ont augmenté de 13% en moyenne et les salaires de 11%. Les salaires réels ont donc baissé de 2%. » Matthieu Piana, directeur adjoint du département analyse et prévision à l'Observatoire français des conjonctures économiques (https://www.demanda.fr/economie/article/2024/10/10/la-grande-panne-de-la-conjoncture-2024-10-10\_3234.html?random=1038800750)

**La précarité explose**

Des revenus jugés insuffisants pour vivre décemment (30%), payer les frais de santé (16%) et manger à sa faim (12%). (OpinionWay pour La Presse, dans la tête des Français, novembre 2022)

32% des Français ne peuvent pas se procurer une alimentation saine en quantité suffisante pour faire trois repas par jour. (Ipsos pour le Secours Populaire, septembre 2023)

76% des étudiants ont un reste à vivre de moins de 100 euros par mois, soit l'équivalent de 3,33 euros par jour, une fois leurs factures payées. (Association Uniboo, septembre 2023)

Depuis le début de l'inflation, 82% des parents ont du mal à nourrir correctement leurs enfants – dont 40% « beaucoup ». (Ipsos pour la Tablette des Chefs, 2023)

**La hausse des prix des préoccupations des Français**

La hausse des prix	34
La sécurité des biens	31
L'immigration	22
L'environnement, la...	19
La santé publique	16
Les inégalités	16
Les déficits publics et...	16
Les impôts et taxes	16
L'emploi	16
L'éducation et la...	16
Le logement	12
Les transports	12

(L'Ademe, Représentations sociales du changement climatique, décembre 2023)

Des chiffres clés, des données de cadrage

Affronter et soulager un quotidien anxieux

Dans un quotidien anxieux où le temps et l'argent manquent, il existe une attente de solutions alimentaires qui simplifient la vie, font gagner du temps et de l'énergie, aident à naviguer dans l'hyper-choix et à relâcher la pression de façon temporaire. Les produits boostants, qui vont aider à faire face au quotidien sont aussi perçus comme des adjuvants utiles.

65% des Français aimeraient réduire leur rythme de vie. (Ipsos, Global Trends, 2023)

66% des Français ont recours à la livraison pour recevoir des produits, dont 53% au moins une fois par mois et 24% au moins une fois par semaine. Parmi ceux qui se font livrer, 43% ont recours au click & collect au moins une fois par mois, 33% à la livraison en moins de 24h et 25% à la livraison dans l'heure. (OpinionWay pour l'Association Respire et Clean Cities, mai 2024)

78% des Français considèrent la santé mentale aussi importante que la santé physique, 36% d'entre eux déclarent que le stress a perturbé leur vie à plusieurs reprises au cours de l'année passée. (Ipsos, mars 2024)

En mai 2023, l'appel de méditation Petit Bambou compte 10 millions d'utilisateurs. (OpinionWay)

Produits clés-en-main	Services qui simplifient la vie	Comfort food	Boost food

Des exemples de produits, services, initiatives inspirants

Une attente forte d'une plus grande contribution des entreprises et des marques aux enjeux de durabilité

Un manque de confiance se donne à voir vis-à-vis des institutions internationales et des États pour régler le problème du changement climatique. À l'inverse, les Français perçoivent que les collectivités et les associations font beaucoup plus que leur part.

70% des Français ne font plus confiance à l'entreprise. (OpinionWay pour le Crédit Agricole, 2024)

81% estiment que les entreprises ont des problèmes de leur côté. (OpinionWay pour le Crédit Agricole, 2024)

83% des consommateurs dans le monde attendent des marques qu'elles jouent leur rôle dans la résolution de problèmes tels que le changement climatique. (IFC, 2023)

Pour plus de 8 Français sur 10, les entreprises ont un rôle à jouer dans la lutte contre le réchauffement et les désastres climatiques. (80% pour contribuer à une transition écologique plus rapide, dans la lutte pour le respect des droits humains (87%) pour améliorer la résilience sociale de leur territoire (81%) et dans la lutte contre le gaspillage (79%). (OpinionWay pour l'Association For the Good, Les valeurs et les engagements des consommateurs en matière de durabilité, décembre 2023)

Trois champs d'action concrets

<b>Gouvernance</b> : montrer l'exemple en adoptant des pratiques durables à son échelle.	<b>Produits d'assurance</b> : impulser un changement positif dans les comportements.	<b>Gestion d'actifs</b> : faire le choix d'investissements durables pour diminuer l'exposition aux risques.
--	--	---

→ Pour être crédible et légitime comme prescripteur et moteur du changement, l'entreprise doit elle-même initier.

→ L'assurance comme acteur incontournable de l'orientation des investissements vers une économie bas-carbone.

Les parties suivantes recensent de bonnes pratiques en matière d'environnement.

Des conclusions opérationnelles et des axes de projection



Des méthodologies *modulables*,  
selon *votre besoin* et *votre budget*

### Le cahier de tendances

Délais : 5 semaines

Un cahier de tendances, scope France seul :

**15 000 € HT**

Un cahier de tendances, scope France + 1 pays :

**18 000 € HT**

### Les entretiens d'experts

Délais : 5 semaines

10 entretiens en visio, 45 minutes chacun :

**9 900 € HT**



# opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

## *Vos contacts*



### **Frédéric Micheau**

Directeur général adjoint,  
Directeur du Pôle opinion

**01 81 81 83 66**

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



### **Charlotte Cahuzac**

Directrice adjointe du Pôle opinion  
Directrice BU Action publique

**06 63 06 50 61**

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