



Le numérique éco-responsable : perception et usages des Français

Novembre 2021

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



MAIF - Relation Presse :

Aurélia-Yuki MARTIN

05 49 76 89 47 - 06 62 27 66 23

aurelia-yuki.martin@maif.fr

Opinion Way : Benoit Parraud, Florian Thurmaud, Louise Goupil-Travert



Comportements digitaux éco-responsables, un enjeu devenu central



« **Les fabricants limitent l'accès aux pièces détachées, empêchent le démontage alors qu'ils devraient nous accompagner dans la réparation et le recyclage** », tel est l'un des nombreux verbatims que nous avons pu recueillir via notre **Communauté Green Lab** en avril 2021.

Ce libellé illustre l'un des enjeux majeurs des prochaines années, à savoir les **comportements éco-responsables et plus vertueux** que nous devons tous adopter au regard des évolutions climatiques mesurées et de la dégradation des ressources planétaires constatées d'années en années.

Si les différentes enquêtes qu'**OpinionWay** réalise sur la thématique environnementale montrent une **prise de conscience de plus en plus importante au sein de la population française**, il n'en demeure pas moins que les Français semblent aujourd'hui en attente de conseils et d'aides afin de les guider dans des démarches bénéfiques pour la planète y compris en matière de **comportements et d'usages digitaux éco-responsables**.

Société à mission, **MAIF agit et accompagne le plus grand nombre vers des démarches bénéfiques pour la planète, et notamment en matière d'usages numériques éco-responsables**. Pour cela, elle a conçu un guide disponible sur www.mesdatasetmoi.fr proposant de la pédagogie et des conseils pratiques pour sensibiliser et passer à l'action.



MÉTHODOLOGIE

“ La méthodologie



Etude en ligne menée auprès de **2018 Français**, représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus



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



Les interviews ont été réalisées **du 22 octobre au 2 novembre 2021**.

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

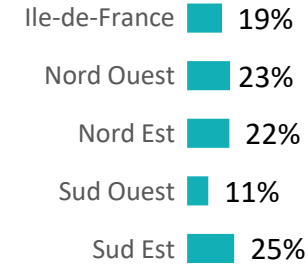
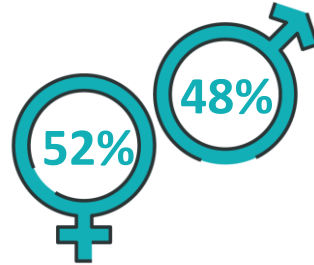
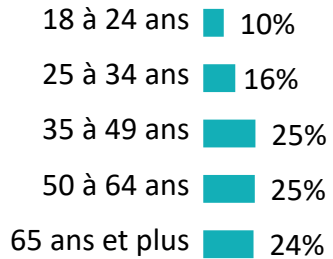


OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.

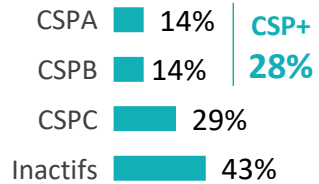
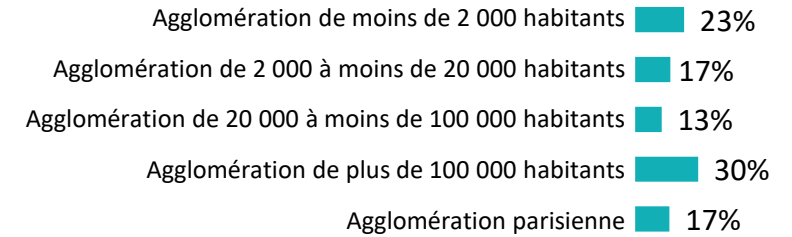
Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« **Sondage OpinionWay pour MAIF** » *et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.*

“ Profil sociodémographique : Grand Public

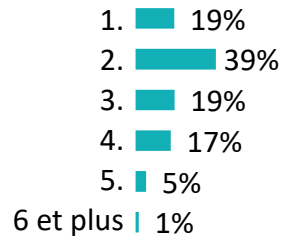


81%

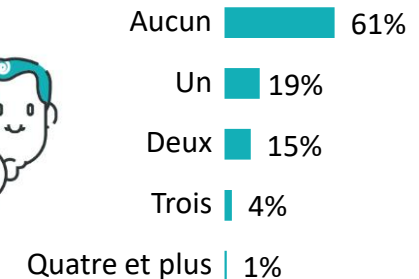


Français
N = 2018

Nombre de personnes dans le foyer



Enfants de moins de 18 ans dans le foyer





SYNTHÈSE

“ Principaux enseignements de l'étude



Un apport au quotidien des usages numériques jugé bénéfique même si des craintes subsistent

- Des **usages digitaux transverses** à l'ensemble de la population, fréquents et variés.
- Les **apports des pratiques digitales** à titre individuel et dans la société sont globalement jugés **positifs** avec en premier lieu des bénéfices de **gain de temps**, meilleur **accès à l'information** et de souplesse pour les **démarches** des consommateurs mais les **craintes** en termes de **sécurité**, de dépendance vis-à-vis des **géants numériques** ou de **perte de lien social** restent présentes.



L'impact environnemental des usages numériques n'est à date, pas une priorité aux yeux de Français

- L'**impact environnemental** des usages numériques **n'apparaît pas aujourd'hui parmi les premiers critères de choix** de services digitaux **ni parmi les préoccupations environnementales** les plus importantes. Au regard des enjeux actuels, il ne représente **une priorité que pour 1 Français sur 5**.
- Pourtant l'impact des usages digitaux sur l'environnement est aujourd'hui **jugé globalement néfaste**.
- Pourtant, en connaissance de cause, une **majorité de Français ne mettent pas en place toutes les actions vertueuses** possibles en termes de numérique écoresponsable.



Un besoin de sensibilisation, de pédagogie et d'accompagnement pour développer les pratiques numériques éco-responsables

- Aujourd'hui, **seulement 1 Français sur 2 a le sentiment de disposer de toutes les informations** pour réduire l'impact environnemental de ses usages numériques.
- L'**information** sur les usages vertueux, leur **présence à l'esprit** et la **pédagogie** pour aller plus loin en termes de numérique éco-responsable semble dès lors le **levier principal** pour **développer des pratiques plus respectueuses** en matière d'usage numérique.
- **2 Français sur 3 ont l'intention de mettre en place davantage de comportements numériques éco-responsables**, mais leur conviction nécessite d'être renforcée.

01



**Des pratiques digitales
fréquentes et variées**



Une utilisation de supports digitaux régulière ...

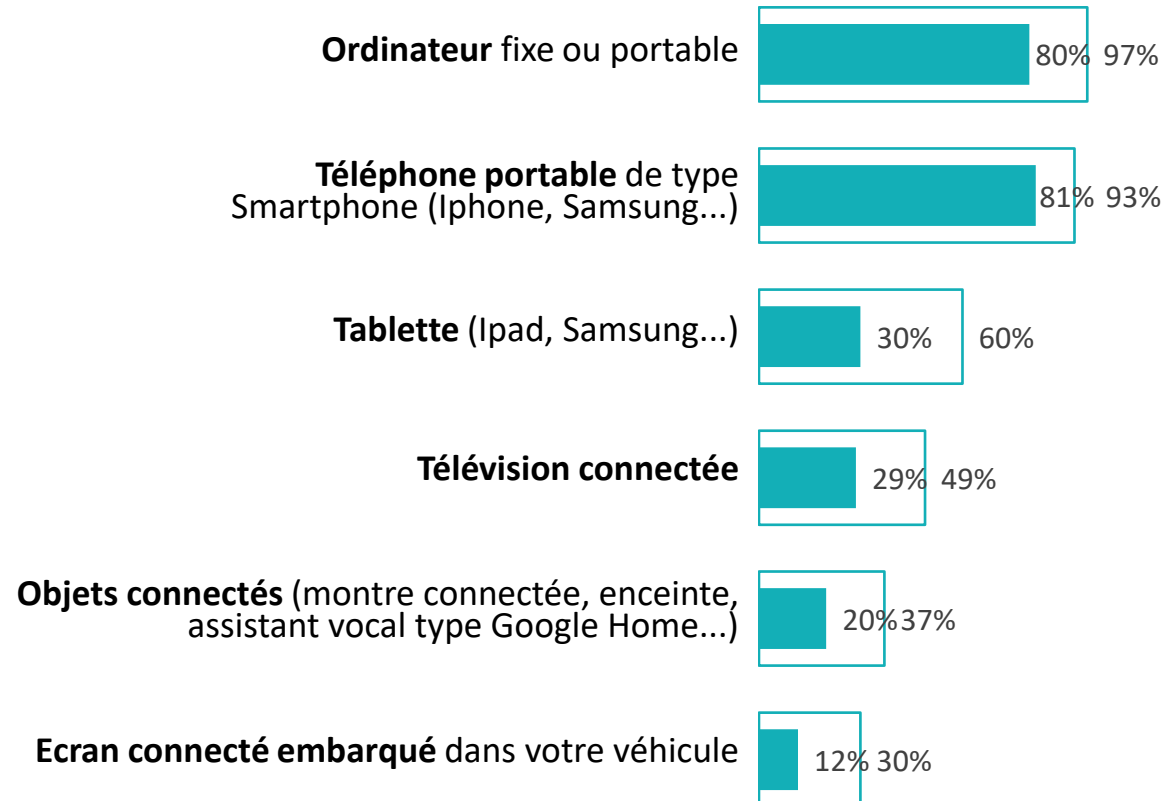
Q. A quelle fréquence utilisez-vous Internet sur chacun des supports suivants ?

Base : Ensemble

- Régulier (au moins une fois par jour)
- Au moins de temps en temps



Ensemble Français
N = 2018



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



... et des usages digitaux fréquents et variés.

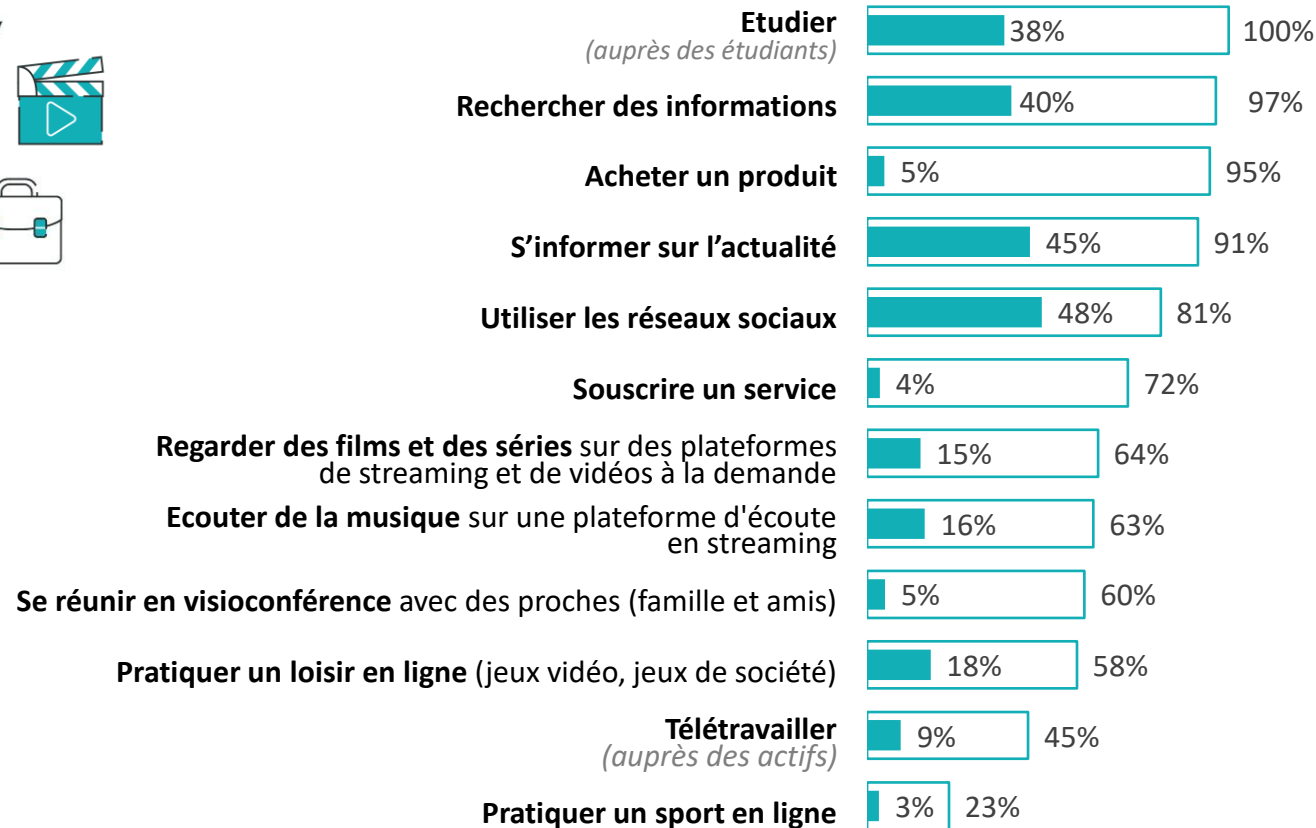
Q. A quelle fréquence utilisez-vous Internet pour chacune des actions suivantes ?

Base : Ensemble



Ensemble Français

N = 2018



● Tous les jours

○ Au moins de temps en temps

X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total

02



Un apport au quotidien des usages numériques globalement bénéfique même si des craintes quant à la dépendance aux géants du net et la perte du lien social apparaissent : l'impact environnemental du digital restant peu perçu

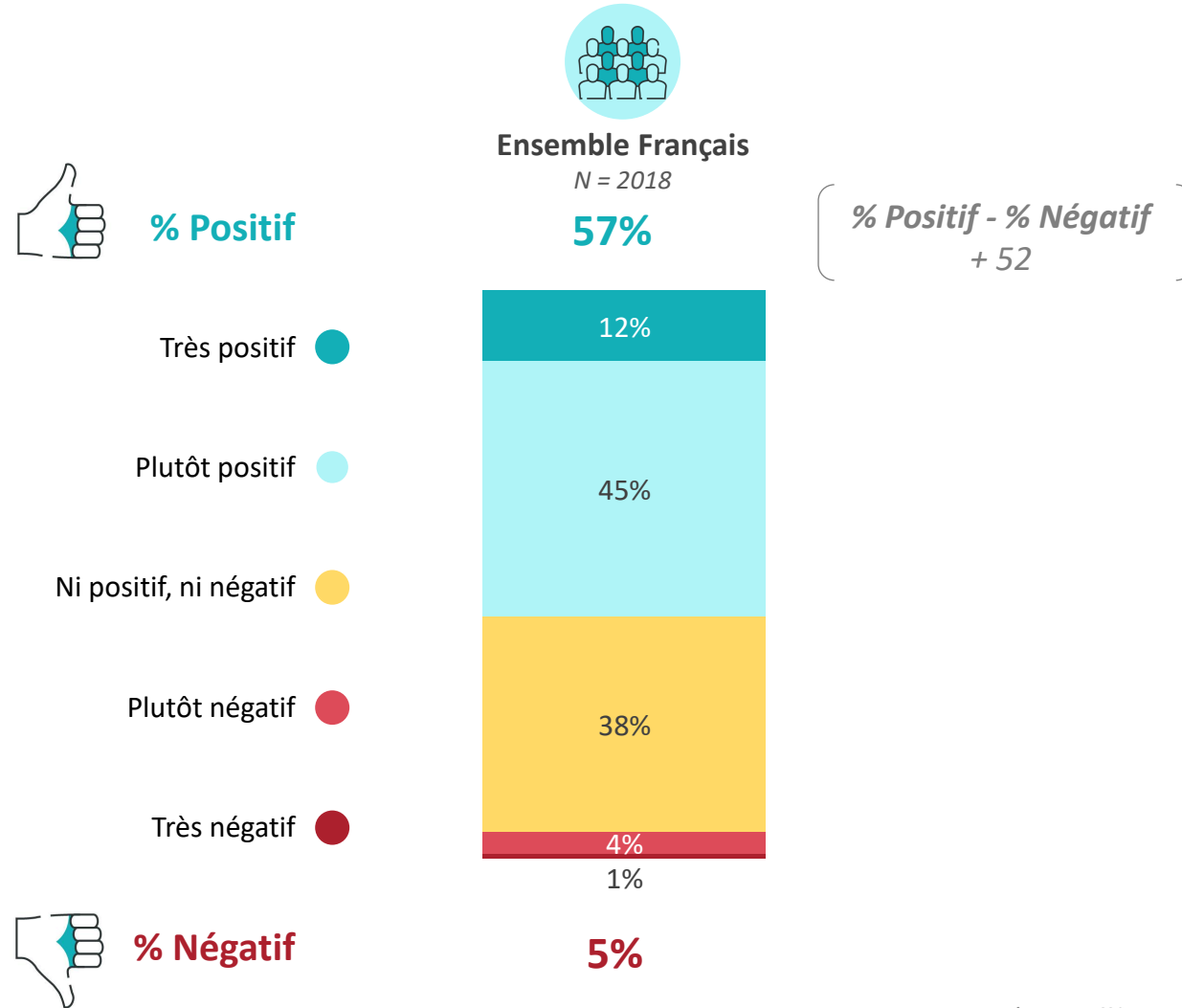


Une majorité de Français considèrent que les pratiques digitales ont un impact favorable dans leur vie quotidienne



Q. Selon vous, l'utilisation d'Internet a-t-elle un impact positif, négatif ou neutre dans votre vie quotidienne ?

Base : Ensemble



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



Les usages numériques ayant fortement facilité la vie quotidienne : gain de temps, meilleur accès à l'information et souplesse pour les achats étant les trois principaux bénéfices perçus

Q. Plus précisément, quels sont les bénéfices à utiliser Internet dans votre vie quotidienne, par exemple pour acheter un produit ou un service, dans les loisirs, dans la vie sociale et familiale, pour travailler, pour se déplacer et voyager, pour s'informer, etc...

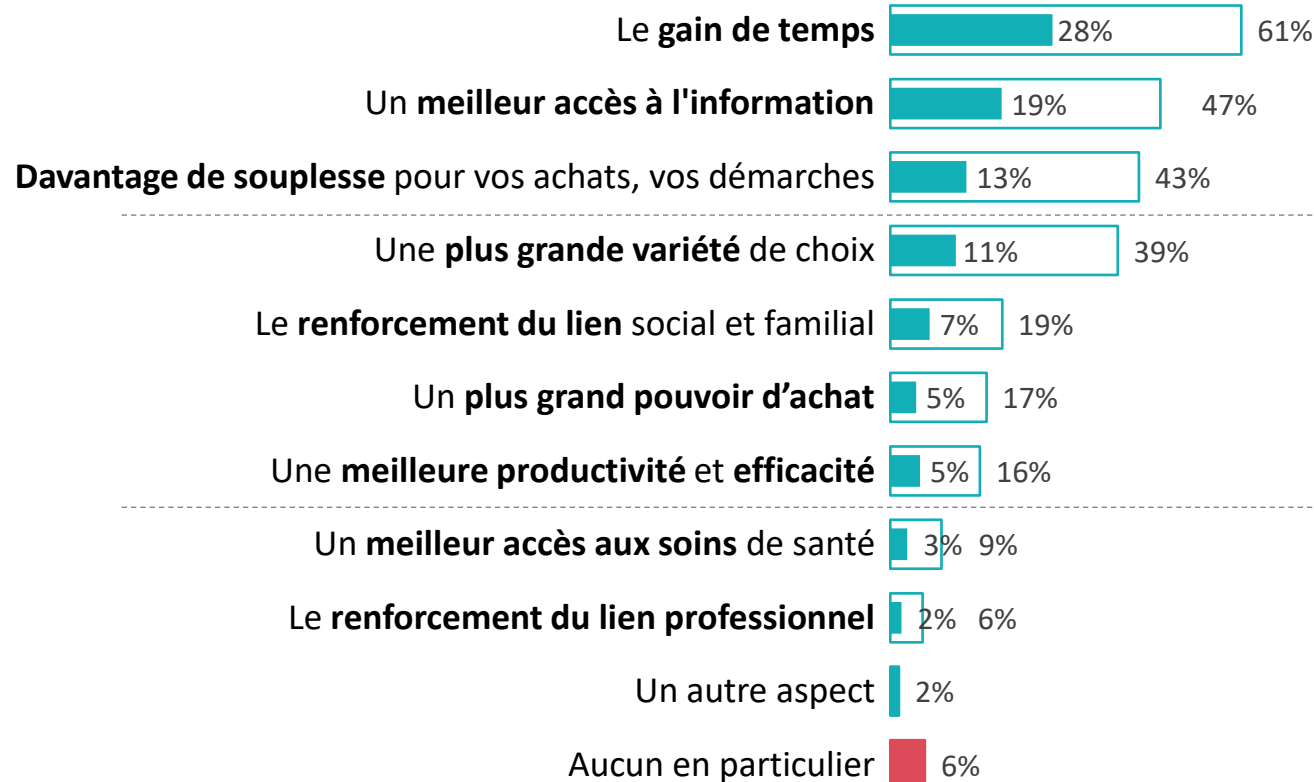
Base : Ensemble



- En 1er
- Au global



Ensemble Français
N = 2018



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



À l'inverse, la violation des données personnelles apparaît comme le principal risque

Q. Et quels sont, selon vous, les principaux risques à utiliser Internet dans votre vie quotidienne ?

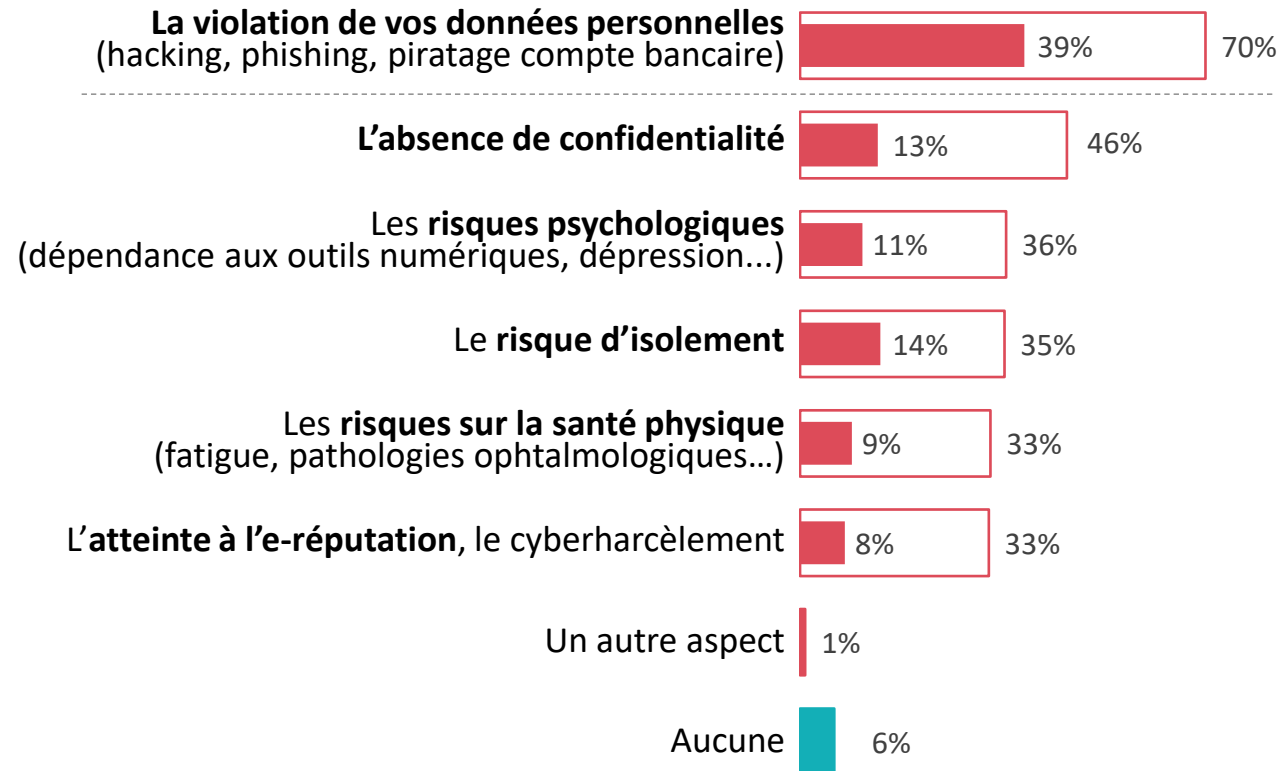
Base : Ensemble



- En 1er
- Au global



Ensemble Français
N = 2018



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total

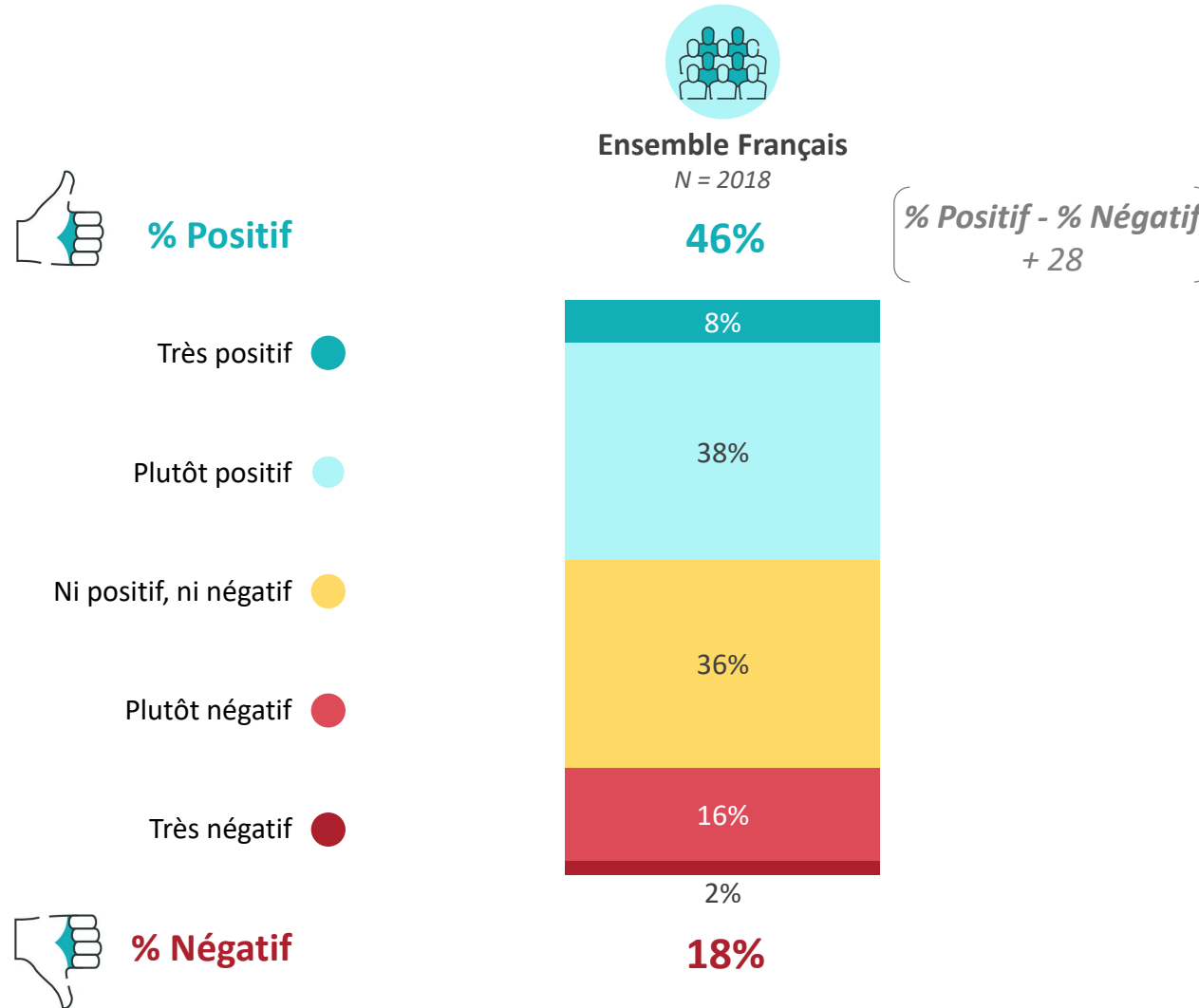


Les Français sont en revanche plus circonspects concernant l'impact des usages numériques pour la société en général



Q. Selon vous, l'utilisation d'Internet a-t-elle un impact positif, négatif ou neutre pour la société en général ?

Base : Ensemble



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



Les Français reconnaissent que les usages digitaux peuvent être porteur d'un meilleur accès à l'information



Q. Quels sont, selon vous, les principaux bénéfices de l'utilisation d'Internet pour la société en général ?

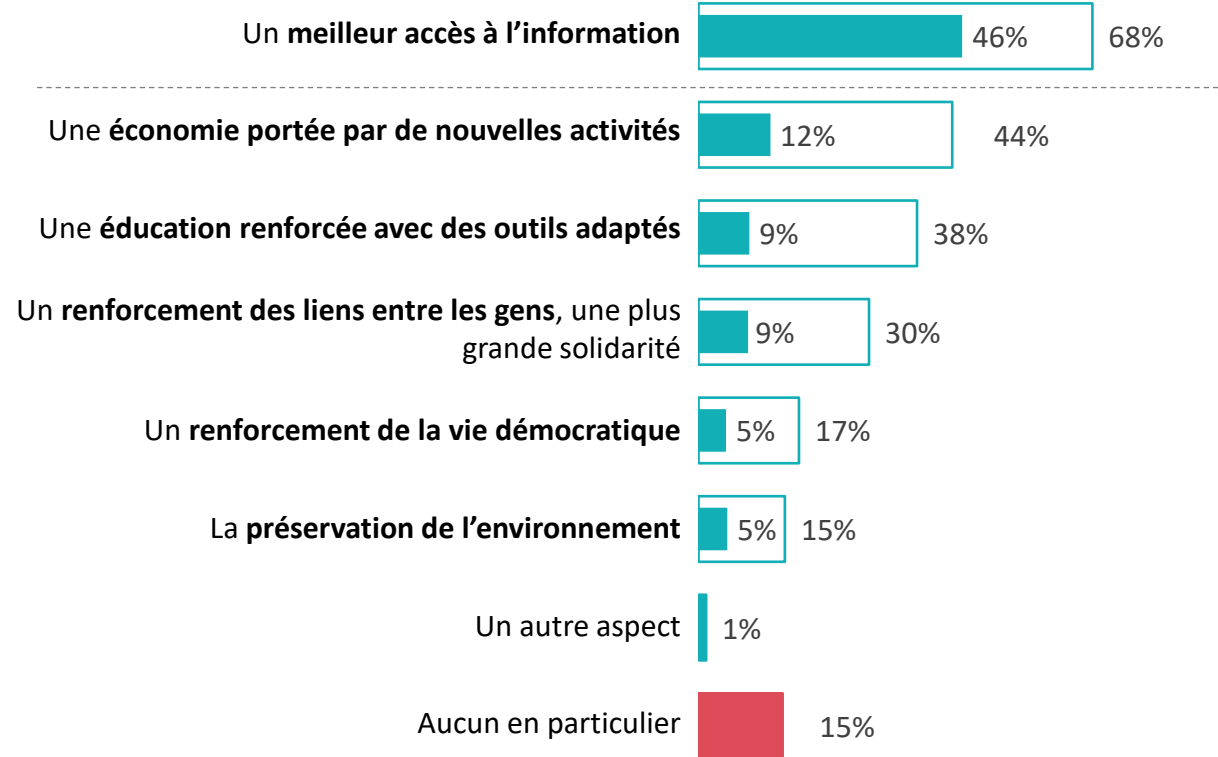
Base : Ensemble



- En 1er
- Au global



Ensemble Français
N = 2018



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



Ils sont seulement 1/4 à redouter l'impact néfaste de la digitalisation sur l'environnement, loin derrière la dépendance aux géants numérique ou la perte de lien social cités par la moitié des Français



Q. Quels seraient à l'inverse selon vous les principaux risques de la digitalisation pour la société en général ?

Base : Ensemble

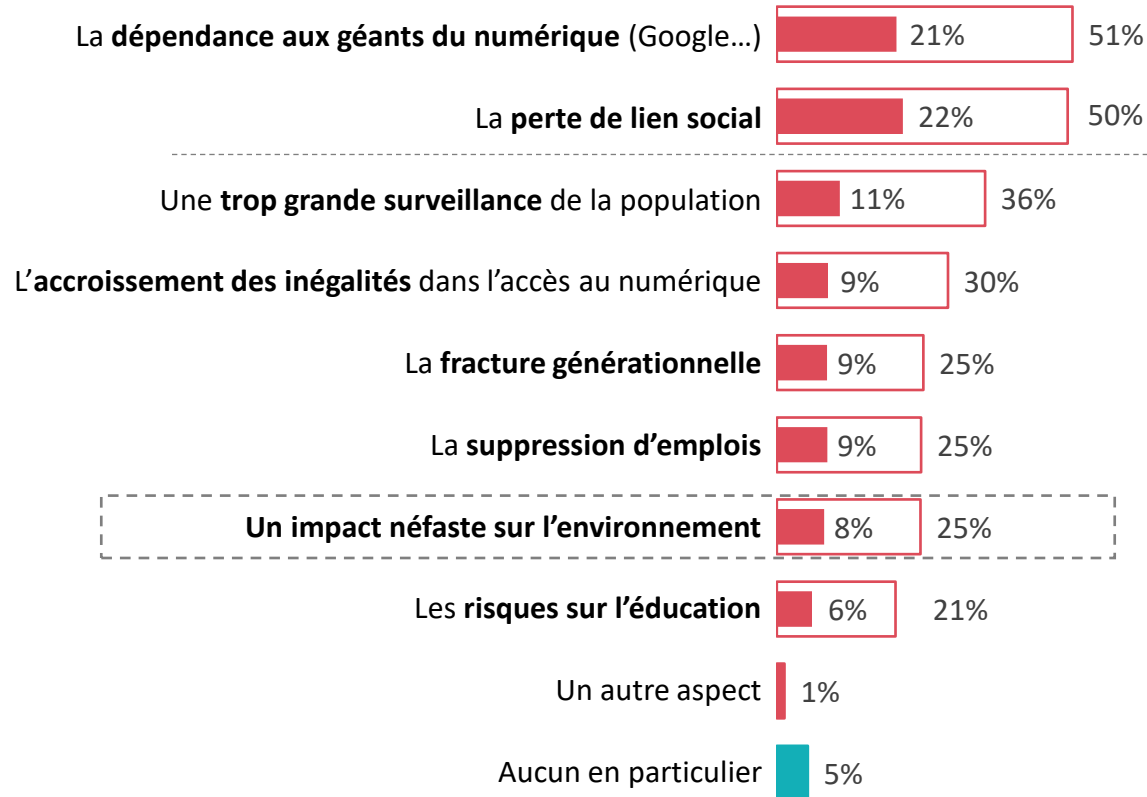


- En 1er
- Au global



Ensemble Français

N = 2018



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total

03



L'impact environnemental des usages numériques n'est à date, pas une priorité aux yeux de Français qui manquent d'information en la matière



Pour le choix d'un service en ligne, prix, fiabilité et qualité du produit/service ainsi que simplicité d'achat apparaissent comme les principaux critères guidant la décision du consommateur loin devant les critères RSE et environnementaux

Q. Aujourd'hui, lorsque vous devez choisir entre plusieurs offres de services ou de solutions en ligne, quels sont les principaux critères que vous prenez en compte ?

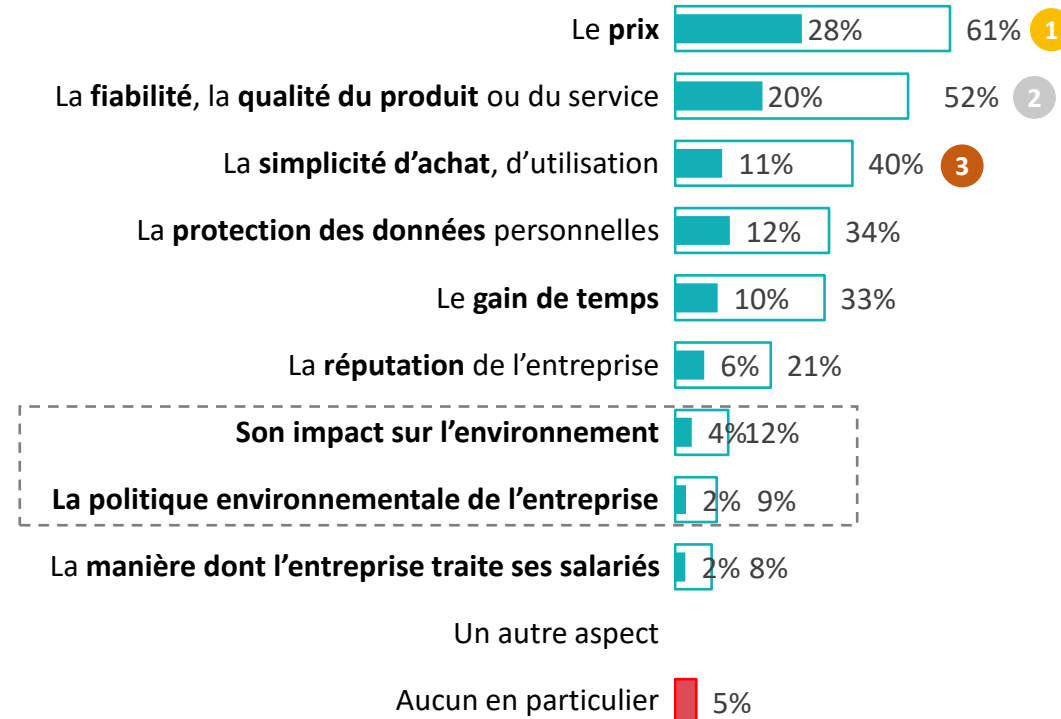
Base : Ensemble / Plusieurs réponses possibles

- En 1er
- Au global



Ensemble Français

N = 2018



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total

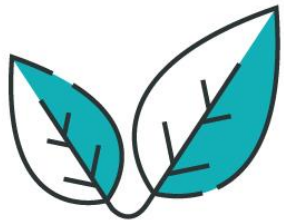


Même constat au sein des problématiques environnementales actuelles : l'impact environnemental des usages numériques fait partie des enjeux considérés comme les moins importants

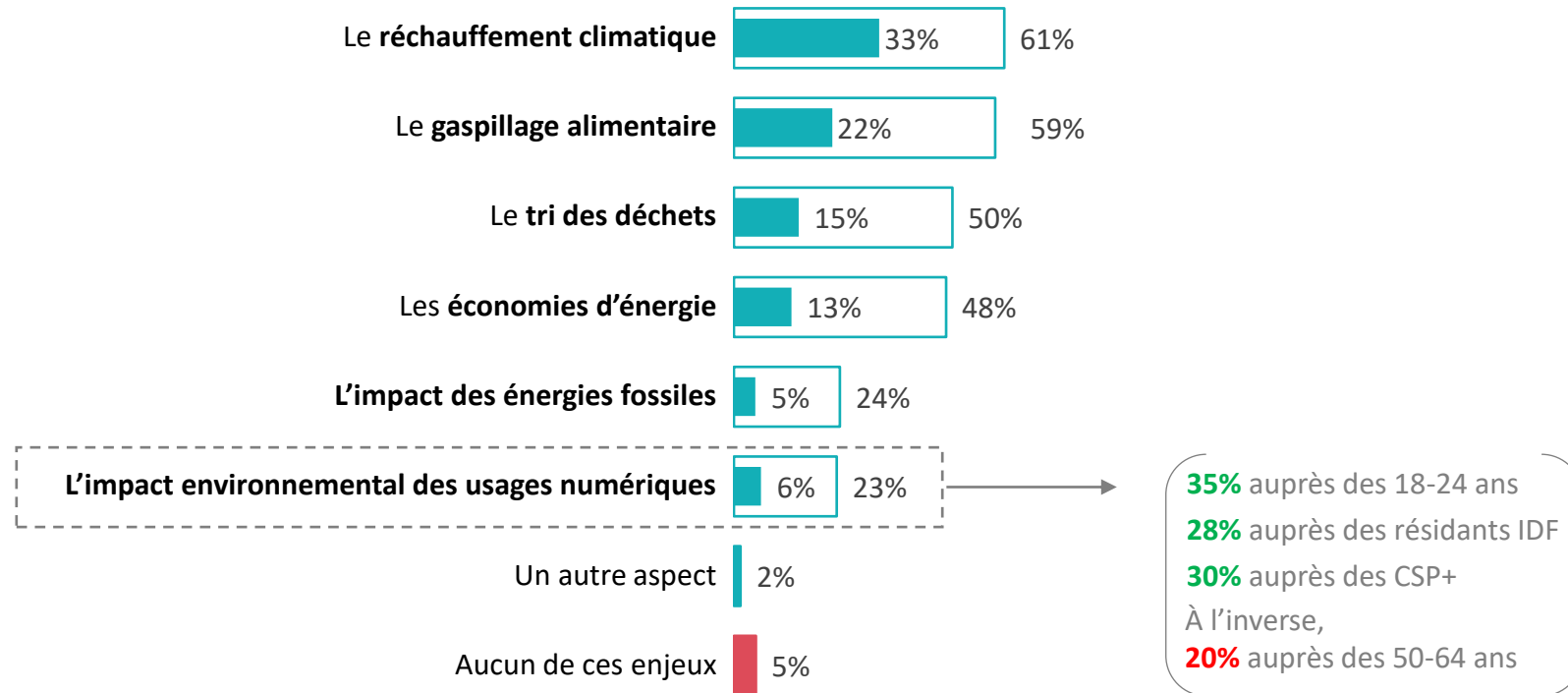
Q. Parmi les enjeux suivants, lesquels sont les plus importants pour vous ?

Base : Ensemble / Plusieurs réponses possibles

- En 1er
- Au global



Ensemble Français
N = 2018



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total

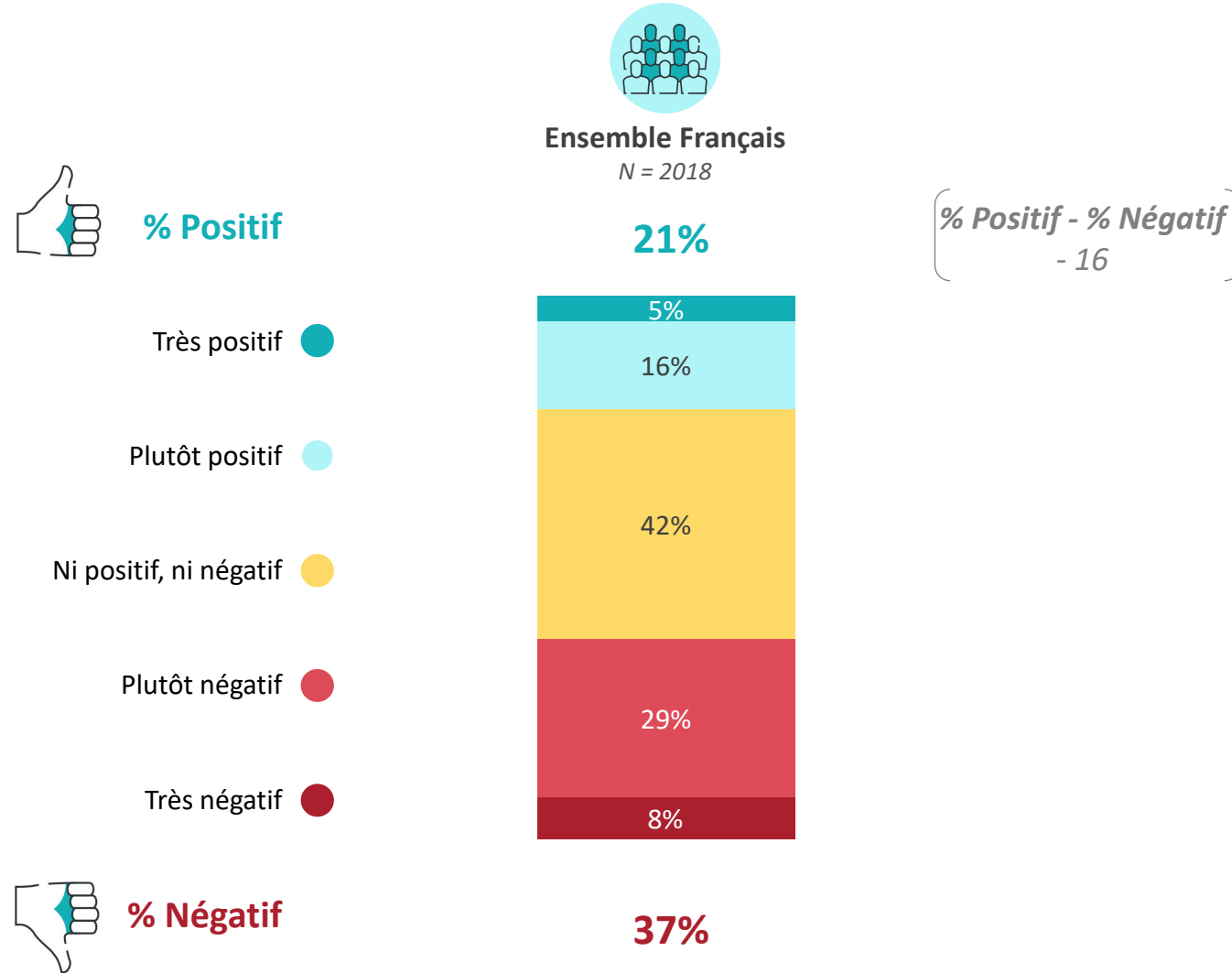


Pourtant plus d'1/3 des Français considèrent que les pratiques digitales ont un effet néfaste sur l'environnement...



Q. Selon vous, l'utilisation d'Internet a-t-elle un impact positif, négatif ou neutre sur l'environnement ?

Base : Ensemble



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



... et 2/3 se sentent impliqué et adoptent déjà des pratiques pour réduire leur impact

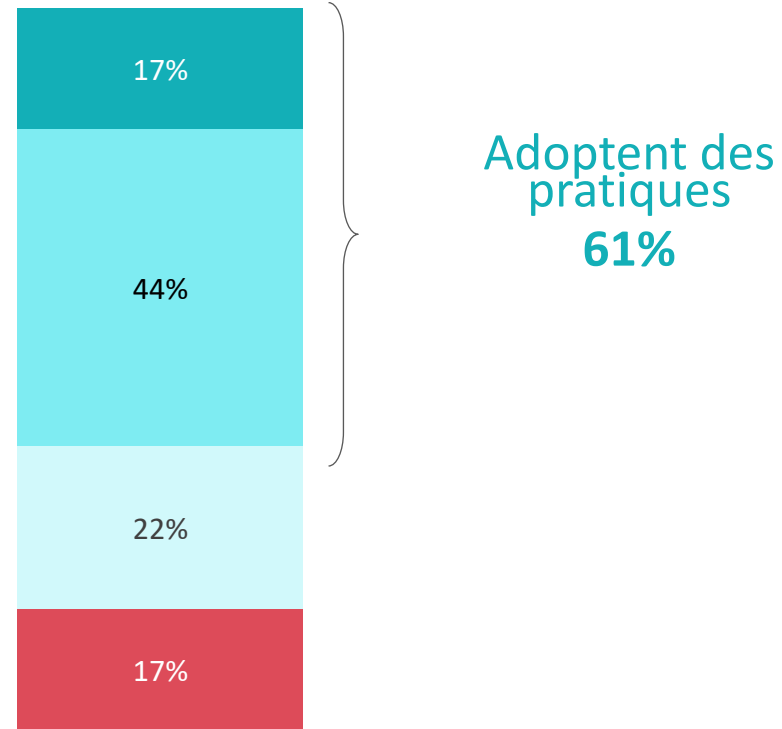
Q. Vous sentez vous personnellement impliqué(e) sur cet enjeu environnemental des usages numériques ?

Base : Ensemble



Ensemble Français
N = 2018

- Cet enjeu est une priorité dans votre manière de consommer, dans votre quotidien ●
- Vous faites attention à vos pratiques écologiques dès que vous le pouvez, mais ce n'est pas votre priorité ●
- Vous avez conscience de l'enjeu mais n'adoptez aucune pratique ●
- Non, vous ne vous sentez pas impliqué(e) ●



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



Au quotidien, les technologies numériques ne semblent pas avoir permis à tous les Français de développer des pratiques éco-responsables

Q. Concernant vos pratiques de consommateur, diriez-vous que les technologies numériques vous ont permis de développer les pratiques suivantes ?

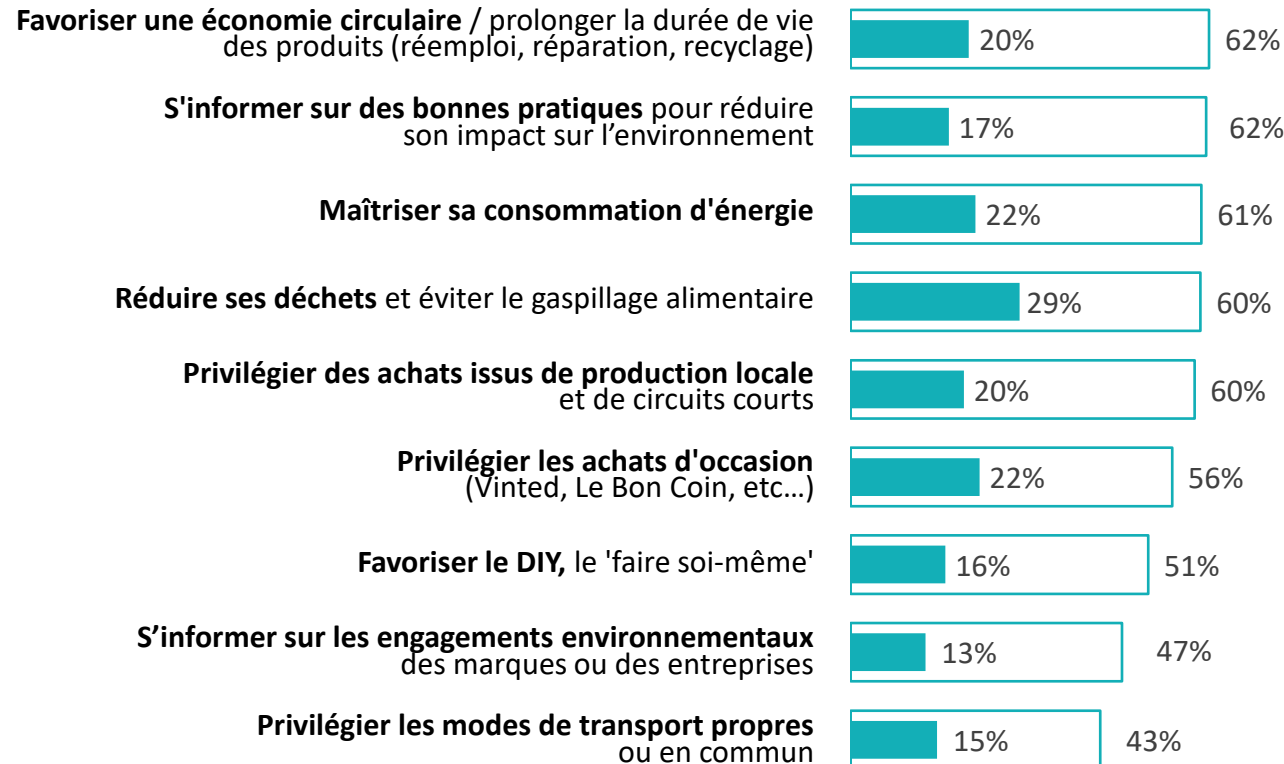
Base : Ensemble



- Oui tout à fait
- Total Oui



Ensemble Français
N = 2018



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



Par ailleurs, les actions liées aux gestes éco-responsables du quotidien sont répandues mais pas systématiques

Q. A quelle fréquence réalisez-vous les actions suivantes permettant de réduire votre empreinte carbone ?

Base : Ensemble



● Systématiquement

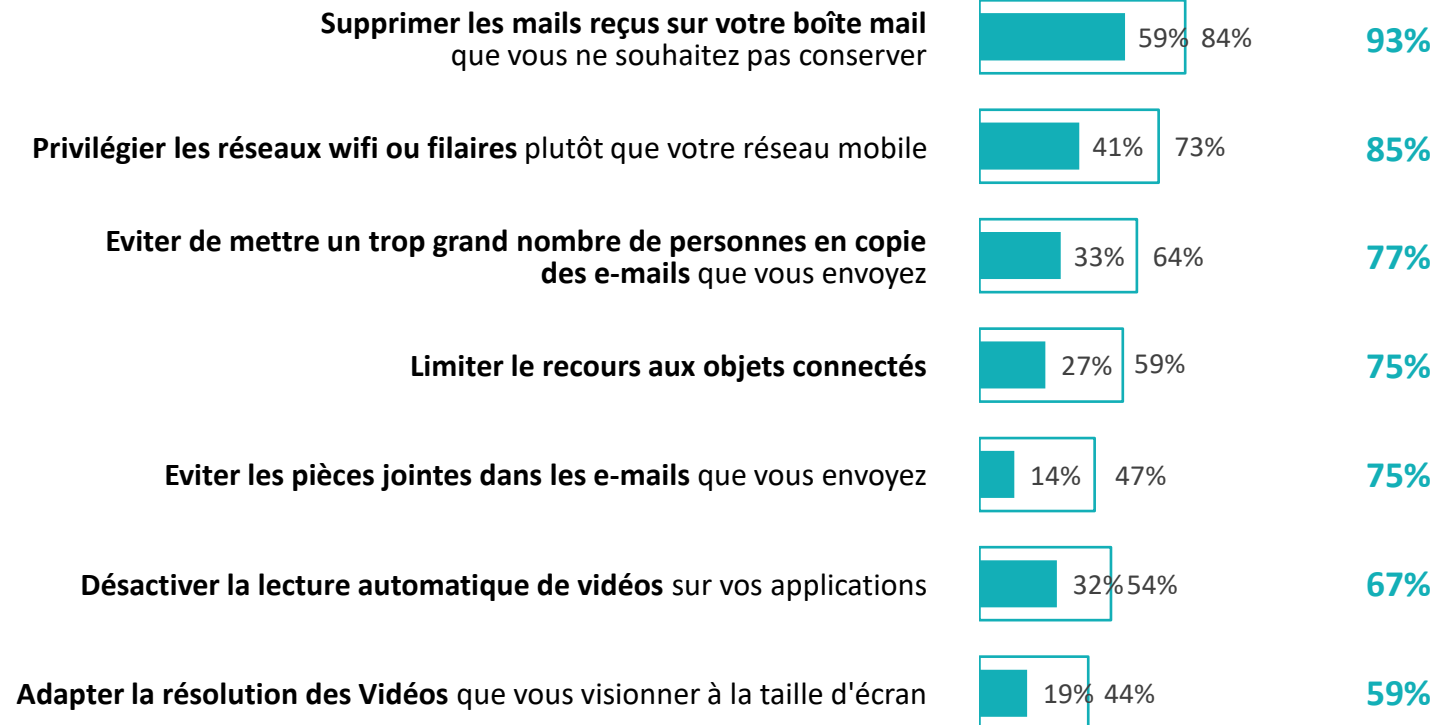
○ Souvent

Actions liées aux gestes éco-responsables du quotidien



Ensemble Français
N = 2018

Au moins
de temps
en temps



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



Concernant les pratiques numériques liées aux appareils, le constat est identique et plus marqué en ce qui concerne l'arrêt des box Internet

Q. A quelle fréquence réalisez-vous les actions suivantes permettant de réduire votre empreinte carbone ?

Base : Ensemble



- Systématiquement
- Souvent

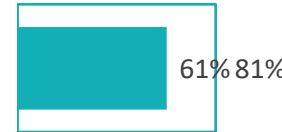


Ensemble Français
N = 2018

Au moins de temps en temps

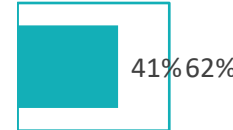
Actions liées aux appareils numériques

Eteindre (arrêt complet) votre ordinateur après utilisation



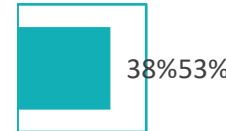
92%

Eviter de laisser votre téléphone en charge toute la nuit



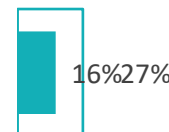
80%

Eteindre votre box Internet lorsque vous partez en weekend ou en vacances



67%

Eteindre votre box Internet la nuit



42%

X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



Les pratiques numériques liées au prolongement de la vie des équipements numériques sont quant à elles peu répandues au sein de la population

Q. A quelle fréquence réalisez-vous les actions suivantes permettant de réduire votre empreinte carbone ?

Base : Ensemble



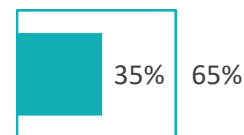
- Systématiquement
- Souvent



Ensemble Français
N = 2018

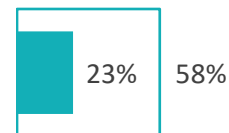
Au moins de temps en temps

Recycler vos équipements numériques en fin de vie



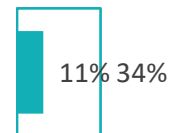
82%

Faire réparer vos équipements numériques avant de les remplacer



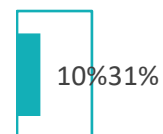
80%

Privilégier l'achat d'équipements numériques reconditionnés ou d'occasion



61%

Privilégier l'achat d'équipements numériques éco-conçus ou low-tech



54%

X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



Le manque d'information apparait par ailleurs comme l'un des principaux freins mis en avant par les Français pour réduire l'impact environnemental de leurs usages numériques

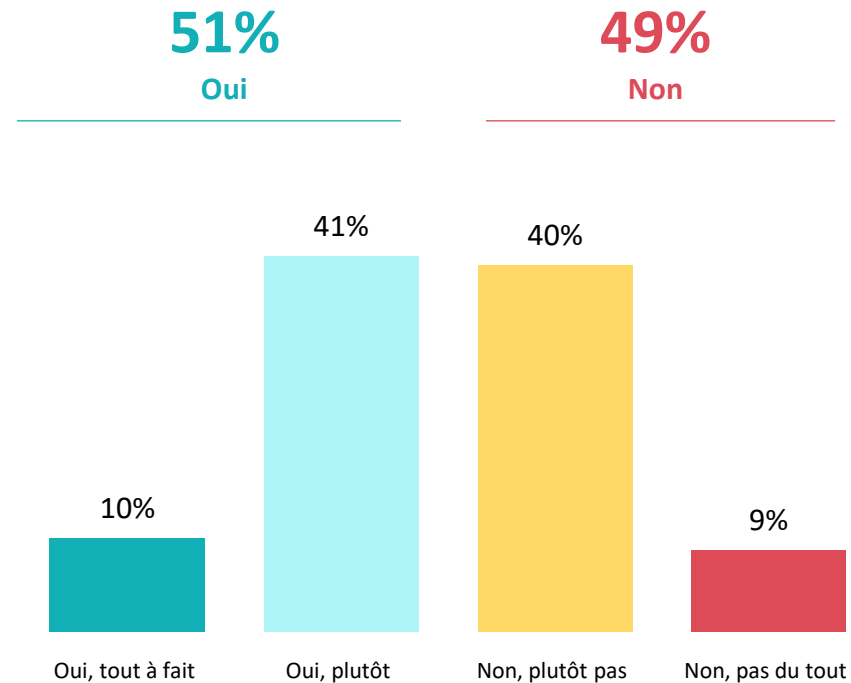
Q. Avez-vous le sentiment de disposer aujourd'hui de toutes les informations pour réduire l'impact environnemental de vos usages numériques ?

Base : Ensemble



Ensemble Français

N = 2018



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total



Davantage d'information sur les gestes vertueux à adopter en matière d'usage numérique pourrait permettre à de nombreux Français de réduire leur empreinte carbone numérique

Q. Pour quelles raisons n'avez-vous pas mis davantage d'actions en place pour réduire votre empreinte carbone numérique ?

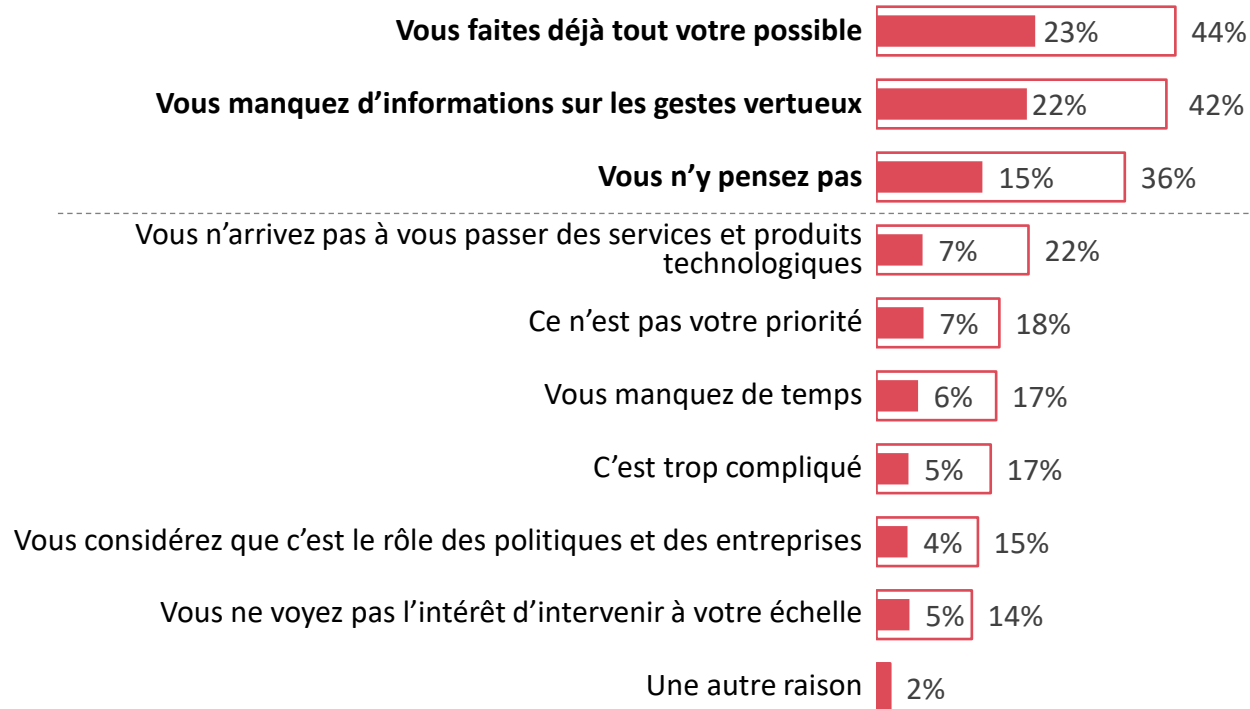
Base : Ensemble / Plusieurs réponses possibles



- En 1er
- Au global



Ensemble Français
N = 2018



X% / X% : Différence significativement supérieure / inférieure par rapport au total

04



Typologie de la sensibilité aux usages numériques écoresponsables

“ Répartition des groupes au sein des Français



Français 18 ans et plus
Base totale = 2018 personnes



Les Activistes en
attente de preuves
31%



Les Distants à convaincre
28%



Les Convaincus
vertueux
19%



Les Désimpliqués
13%



Les Non-
concernés
9%



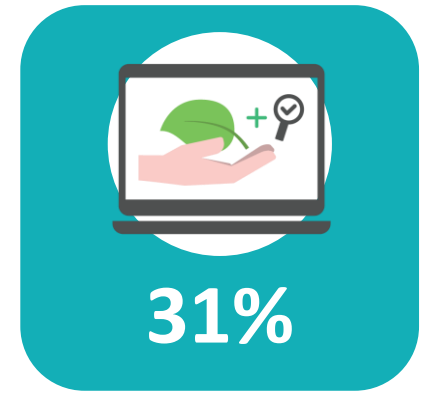
Les activistes en attente de preuves : qui sont-ils ?

Une population **plus jeune** et **plus active**, avec des **usages online plus développés** notamment via les **objets connectés** (montres, enceintes).

Ils apparaissent convaincus de l'impact positif des usages numériques sur leur vie quotidienne et celle de la société en général. Ils sont ainsi davantage convaincus des **effets positifs des pratiques digitales sur l'environnement**, même **s'ils n'occultent pas les potentiels effets négatifs** en contrepartie.

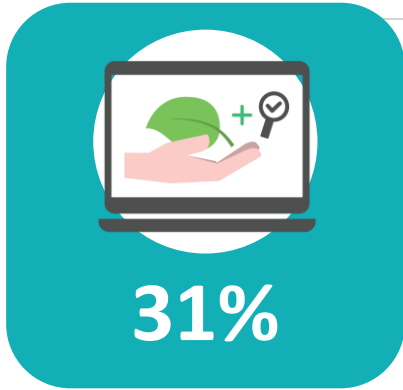
Même si cet enjeu ne constitue **pas une priorité**, ils sont **attentifs à leurs pratiques écologiques** et sensibles à la mise en place régulière d'actions visant à **réduire l'empreinte carbone de leurs usages numériques**, des actions vertueuses qu'ils ont développées notamment via les nouvelles technologies.

Ils projettent d'adopter **davantage de comportements numériques éco-responsables** dans les prochains mois, **sans toutefois en être certains**, par manque d'information parfois.





Les activistes en attente de preuves : qui sont-ils ?



Plus actifs (69% vs 61%), avec une surreprésentation des 35-49 ans (32% vs 27%).



Un usage d'Internet plus important et plus fréquent notamment via les objets connectés.



Ils perçoivent de façon plus positive les effets de la digitalisation, dans leur vie quotidienne (62% vs 57%) et dans la société (50% vs 46%).



27% estiment qu'Internet a un impact positif sur la société (vs 21%) mais le sentiment d'un impact négatif reste important (39%).



Ils semblent majoritairement bien informés pour réduire l'impact environnemental de leurs usages numériques mais seulement 6% vs 10% estiment disposer de tous les éléments.



76% sont conscients de l'enjeu environnemental des usages numériques :

- ➔ 52% font attention à leurs pratiques, mais ce n'est pas une priorité (vs 44%)
- ➔ 24% n'adoptent aucune pratique écoresponsable...



Les technologies leur ont permis de développer de nombreuses pratiques écoresponsables.



Parmi elles, on retrouve des pratiques numériques permettant de réduire leur empreinte carbone qu'ils réalisent plus fréquemment.



Ils ont ainsi l'intention de mettre en place davantage de comportements numériques éco-responsables : 86% vs 66%, même si seulement 5% envisagent de le faire de façon certaine.



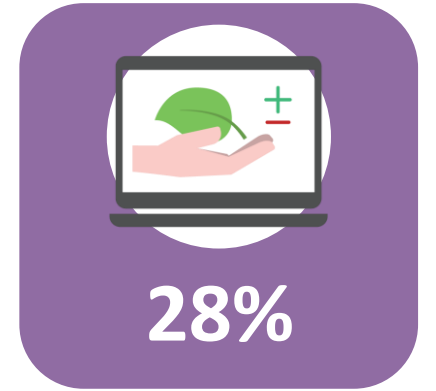
Les Distants à convaincre : qui sont-ils ?

Parmi eux, 1 personne sur 2 estime que les impacts des usages numériques sur l'environnement sont neutres, et logiquement, l'impact environnemental ne constitue pas un critère de premier plan au moment du choix entre plusieurs services et solutions en ligne.

Ils se disent pourtant conscients de l'enjeu environnemental des usages numériques, mais il ne s'agit pas d'une priorité pour la plupart. Une part importante d'entre eux assument n'adopter aucune pratique éco-responsable dans le cadre de leurs usages numériques.

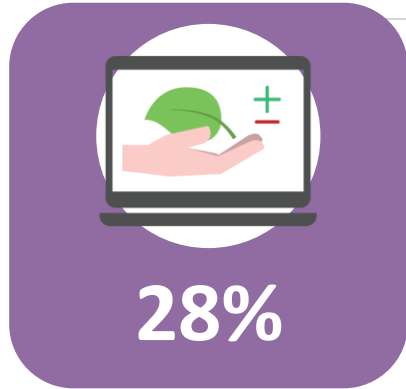
Ils ne considèrent pas que les technologies numériques leur ont permis de développer des pratiques éco-responsables et seulement 1 sur 2 envisage réellement d'en mettre davantage en pratique dans les prochains mois.

Cependant, une minorité estime disposer de toutes les informations nécessaires pour ce faire.





Les Distants à convaincre : qui sont-ils ?



Aucune spécificité socio-démographique : ils sont présents dans toutes les strates de la population.



Des usages dans la moyenne également en termes d'équipements et de pratiques.



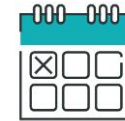
78% sont conscients de l'enjeu environnemental des usages numériques mais non une priorité (vs 66%)

➔ 29% n'adoptent aucune pratique (vs 22%)

➔ 49% font attention à leurs pratiques, mais ce n'est pas une priorité (vs 44%)



Selon eux, les technologies leur ont peu permis de développer **peu de pratiques écoresponsables** à date.



Ils sont ainsi peu exemplaires **réalisant plus rarement voire jamais pour certains d'entre eux** des actions pour réduire leur empreinte carbone.



50% estiment que l'utilisation d'Internet a un impact neutre sur l'environnement vs 42%



Une minorité d'entre eux estime disposer de toutes les informations pour réduire l'impact environnemental de leurs usages numériques : **44%** vs 51%



Une faible majorité des distants envisage de mettre en place plus de comportements numériques écoresponsables : **52%** vs 66%



Les Convaincus vertueux : qui sont-ils ?

Une population plus **jeune** et plus **féminine**, avec davantage de **CSP+**, avec des usages **plus fréquents** au quotidien d'Internet sur divers **supports**.

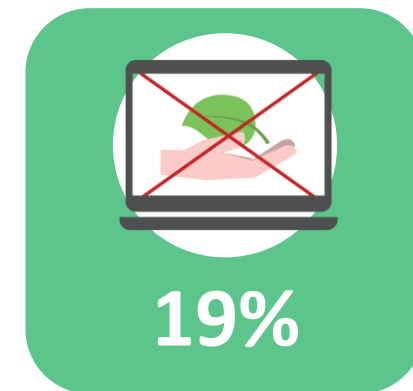
Ils ont **une vision positive des impacts des usages numériques** sur leur propre vie mais également sur la société.

Pendant lorsqu'il s'agit d'**environnement**, ils ont bien conscience que les **usages numériques sont à « double-tranchant »** : aussi bien vecteurs de **bénéfices** que d'effets **néfastes**.

Les **aspects écoresponsables du numérique** constituent ainsi un **enjeu fort pour eux**, voire **prioritaire** dans leur manière de consommer et dans leurs **critères de choix**.

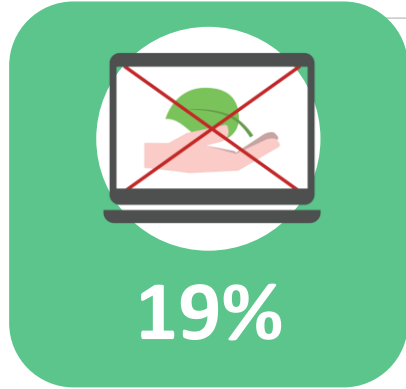
Ils considèrent que les **technologies numériques leur ont permis de développer des pratiques digitales éco-responsables** et cherchent, dès que possible, à **mettre en place des pratiques visant à réduire leur empreinte carbone**.

Ce groupe est le **mieux informé** sur les mesures permettant de **réduire l'impact environnemental de leurs usages numériques** et envisage **d'aller plus loin** dans cette optique au cours des prochains mois.





Les Convaincus vertueux : qui sont-ils ?



Une population plus féminine (59% vs 52%), plus jeune (28% de moins de 35 ans vs 22%) et plus CSP+ : 34% (vs 29%).



Avec des usages web plus fréquents (notamment sur tablettes)



Ils sont convaincus de l'impact positif sur leur vie personnelle (63% vs 57%) ou pour la société en générale (52% vs 46%) d'Internet

Ils sont conscients que les usages digitaux peuvent avoir aussi bien des impacts très positifs (14% vs 5%) que très négatifs (11% vs 8%) sur l'environnement.



Sont les mieux informés (64% vs 51%) sur les mesures permettant de réduire l'impact environnemental des usages numériques dont 25% « tout à fait » vs 10%



Ils ont malgré tout l'intention d'aller plus loin et de mettre en place davantage de comportements numériques écoresponsables dans les prochains mois : 85% vs 66%



Le numérique écoresponsable représente un enjeu plus fort pour eux, voire d'un enjeu prioritaire dans la manière de consommer (39% vs 17%).



Ils estiment très largement que les technologies leur ont permis de développer des pratiques écoresponsables en tant que consommateurs.



Ils sont également les plus assidus sur les actions permettant de réduire l'empreinte carbone de leurs usages numériques.



64% se sentent bien informés (vs 51%)

“ Les Désimpliqués : qui sont-ils ?

Une population **plus masculine et plus âgée**, avec beaucoup d'**inactifs**.

De manière générale, ils **utilisent moins souvent Internet**, quel que soit le support, et privilégient les PC et smartphones.

Ils ne considèrent pas que les usages numériques ait un quelconque effet, bénéfique ou négatif pour la société, et encore moins pour la préservation de l'environnement. **L'impact environnemental des usages numériques n'apparaît pas** à leurs yeux comme un enjeu **important** et ne constitue pas non plus un critère de choix.

Moins conscients de l'enjeu environnemental liés aux usages digitaux, ils considèrent que les technologies numériques ne leur ont pas du tout permis de développer des pratiques éco-responsables.

Ils assument de ne jamais réaliser les actions visant à **réduire l'empreinte carbone de leurs usages numériques** et n'ont pas vraiment l'intention de mettre en place des comportements numériques éco-responsables dans les prochains mois.



“ Les Désimpliqués : qui sont-ils ?



Une population plus masculine (57% vs 48%) et plus âgées et plus inactives (47% vs 39%).



Des usages web **en retrait** en dehors des PC et smartphones.



Ils sont plus sceptiques sur l'impact positif des usages web sur l'environnement (15% vs 25%) et seuls 2% prennent en compte ce critère dans leurs achats (vs 12%).

Au final, seulement 12% (vs 23%) perçoivent l'impact environnemental des usages numériques comme un enjeu.



Ils ont un sentiment minoritaire de disposer de toutes les informations pour réduire l'impact environnemental de leurs usages numériques : 42% vs 51%.



49% (vs 17%) ne se sentent pas du tout impliqués par l'enjeu environnemental des usages numériques.



Ils ont acquis **très peu d'usages éco-responsable** via les technologies numériques.



Moins concernés, ils effectuent ainsi **moins d'actions pour réduire l'empreinte carbone** de leurs usages numériques.



Très peu ont l'intention de mettre en place davantage de comportements numériques éco-responsables au cours des 6 prochains mois : 28% vs 66%



Les **Non-concernés** : qui sont-ils ?

Une population **plus âgée** et **plus rurale**, moins connectée au quotidien, avec **moins d'usages en ligne** et une **utilisation moindre des réseaux sociaux**.

Ils sont **plus sceptiques sur les bénéfices des pratiques digitales**, tant sur leur vie quotidienne que pour la société en général. Ils estiment pour la plupart **que les usages digitaux a un impact neutre sur l'environnement**. Mais ils **diabolisent pas** pour autant le Net en ne voyant que peu de risques liés à la digitalisation de la société.

Peu impliqués par l'enjeu environnemental des usages numériques, il ne s'agit ni d'une priorité, ni d'un critère de choix pour eux.

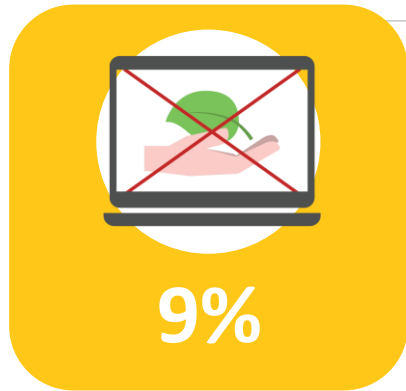
Ils se sentent **peu concernés par les actions visant à réduire l'empreinte carbone des usages numériques**, estimant avoir été **peu informés sur ces questions via les technologies numériques**.

Peu informés en la matière, ils **n'envisagent pas d'en faire plus** dans les prochains mois.



9%

“ Les **Non-concernés** : qui sont-ils ?



Plus âgés qu'en moyenne (65 ans et plus : **33%** (vs 23%) avec **59%** d'inactifs (vs 39%) et **plus rurale**.



Moins connectés au quotidien et favorisent le PC. Ils ont **peu d'usages quotidiens online** et **sont moins présents** sur les réseaux sociaux.



Sceptiques sur l'impact positif d'Internet sur leur vie personnelle (**27%** vs 57%) ou pour la société en générale (**29%** vs 46%), pour cette catégorie, le web a eu, au final, un impact neutre sur l'environnement pour 2 répondants sur 3 (**66%** vs 42%).



Près d'un sur deux estime disposer de toutes les informations pour réduire l'impact environnemental de leurs usages numériques (45% vs 51%), une proportion équivalente à l'intention de mettre en place davantage de comportements numériques éco-responsables : **50%** vs 66%, mais **3%** seulement envisagent de le faire certainement.



25% ne se sentent pas impliqués (vs 17%) par l'enjeu environnemental des usages numériques, qui ne leur apparaît ni comme une priorité, ni comme un critère de choix.



Les technologies numériques leur permis d'acquérir **très peu d'usages éco-responsable**.



Cette catégorie est la **moins concernée** par les **actions permettant de réduire son empreinte carbone**.

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.



Rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain

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.

“*opinion*way

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

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 !**