

*“opinionway* pour



# Les Français et les acteurs de proximité

Février 2022



**ESOMAR<sup>22</sup>**  
Corporate





# La méthodologie



# “ La méthodologie



Echantillon de **1019 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 9 au 10 février 2022**.

*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 : 1,3 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 Union des Entreprises de Proximité »**

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



# Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE, bilan démographique.



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	<b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b>	<b>26%</b>
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	<b>Catégories populaires</b>	<b>30%</b>
	Employés	17%
	Ouvriers	13%
	<b>Inactifs</b>	<b>43%</b>
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	23%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



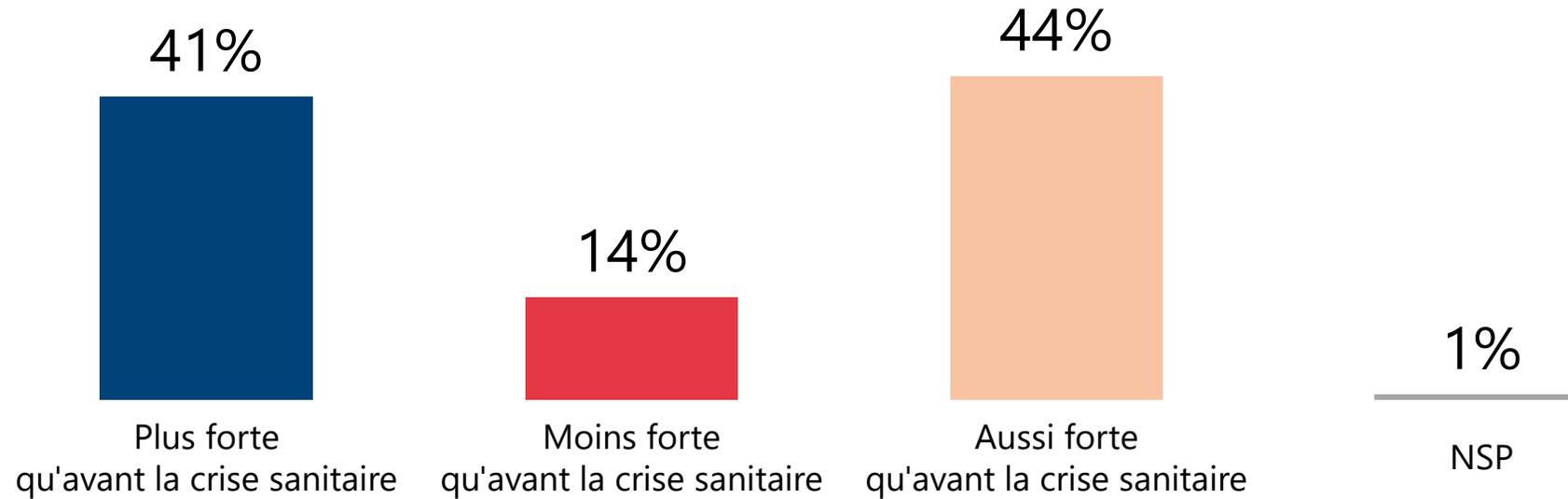
# Les résultats



# L'évolution de l'importance des acteurs de proximité depuis le début de la crise sanitaire



Q. Pour vous personnellement, depuis le début de la crise sanitaire, l'importance des acteurs de proximité (commerces, artisans et professions libérales) est-elle... ?



# L'évolution de l'importance des acteurs de proximité depuis le début de la crise sanitaire



Q. Pour vous personnellement, depuis le début de la crise sanitaire, l'importance des acteurs de proximité (commerces, artisans et professions libérales) est-elle... ?

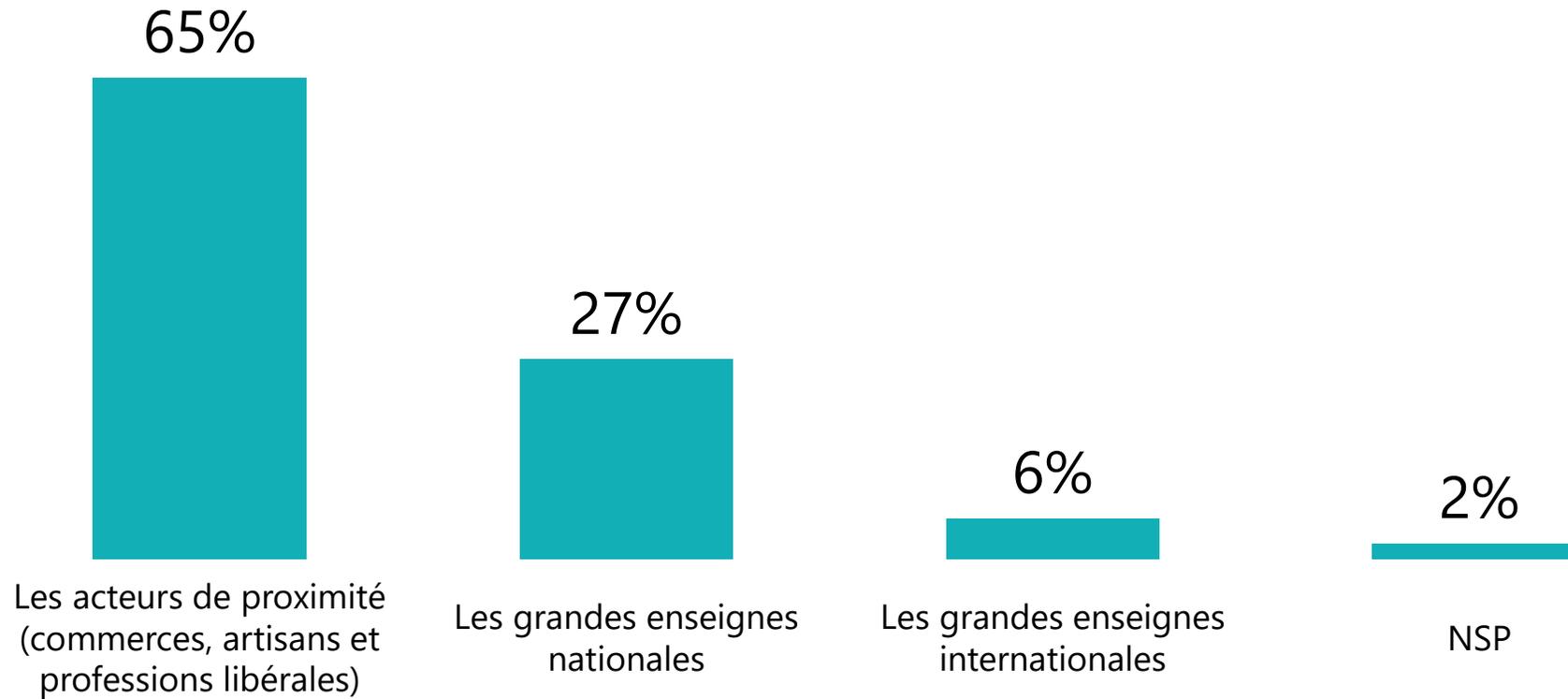
	Total	Sexe		Age					Statut			Catégorie d'agglomération				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Commune rurale	De 2000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Plus forte qu'avant la crise sanitaire	<b>41%</b>	39%	44%	47%	39%	37%	44%	43%	44%	42%	40%	41%	40%	43%	41%	41%
Moins forte qu'avant la crise sanitaire	<b>14%</b>	12%	15%	25%	26%	16%	9%	4%	11%	19%	12%	16%	13%	11%	15%	13%
Aussi forte qu'avant la crise sanitaire	<b>44%</b>	48%	40%	28%	35%	45%	47%	53%	44%	39%	47%	43%	47%	46%	43%	44%



# La confiance accordée à différents acteurs



Q. A qui faites-vous le plus confiance ?





# La confiance accordée aux différents acteurs



1019 personnes

Q. A qui faites-vous le plus confiance ?

	Total	Sexe		Age					Statut			Catégorie d'agglomération				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Commune rurale	De 2000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Les acteurs de proximité (commerces, artisans et professions libérales)	<b>65%</b>	65%	66%	58%	64%	62%	69%	70%	65%	64%	67%	71%	65%	70%	63%	59%
Les grandes enseignes nationales	<b>27%</b>	28%	26%	27%	23%	33%	26%	24%	29%	27%	24%	22%	27%	22%	31%	32%
Les grandes enseignes internationales	<b>6%</b>	5%	6%	14%	9%	4%	4%	3%	3%	7%	6%	4%	6%	6%	5%	6%



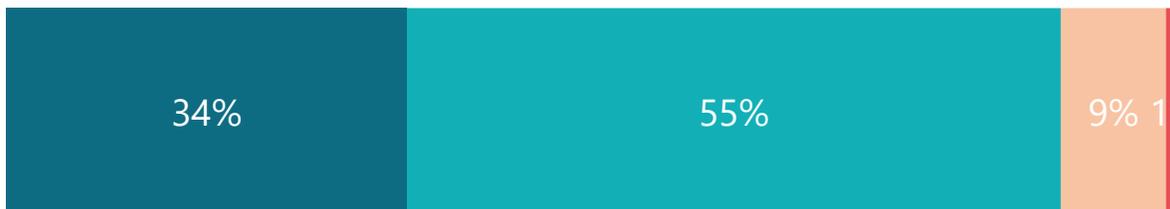
# La prise en compte des acteurs de proximité dans les politiques publiques



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant les acteurs de proximité ?

D'accord

Toute nouvelle loi ou réglementation devrait être pensée d'abord en fonction de son impact sur les petites entreprises



89%

La place des artisans, des commerçants de proximité et des professionnels libéraux est insuffisamment prise en compte dans les politiques publiques



82%

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



# La prise en compte des acteurs de proximité dans les politiques publiques



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant les acteurs de proximité ?

	Total	Sexe		Age					Statut			Catégorie d'agglomération				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	Commune rurale	De 2000 à 19 999 habitants	De 20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
Toute nouvelle loi ou réglementation devrait être pensée d'abord en fonction de son impact sur les petites entreprises	<b>89%</b>	88%	89%	80%	88%	89%	91%	89%	90%	88%	88%	91%	88%	87%	89%	84%
La place des artisans, des commerçants de proximité et des professionnels libéraux est insuffisamment prise en compte dans les politiques publiques	<b>82%</b>	79%	85%	83%	83%	82%	83%	82%	84%	83%	81%	84%	82%	81%	82%	82%

# 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.





## 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 !](#)

# “*opinionway*”

15 place de la République  
75003 Paris

PARIS  
CASABLANCA  
ALGER  
VARSOVIE  
ABIDJAN

Votre contact

### Frédéric Micheau

Directeur général adjoint  
Directeur du département  
Opinion

Tel: 01 81 81 83 00  
[fmicheau@opinion-way.com](mailto:fmicheau@opinion-way.com)