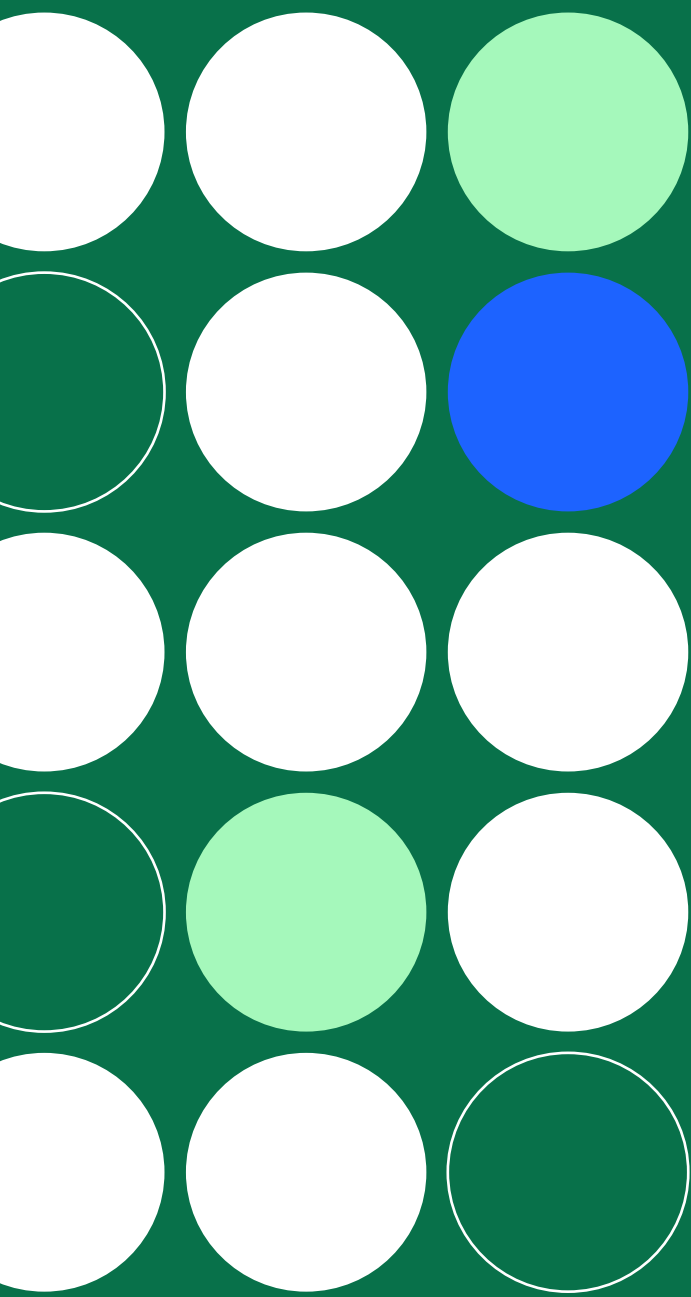




OpinionWay pour Bonial

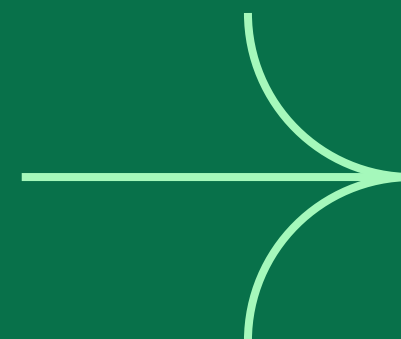


Baromètre

Les Français et la consommation

Vague 1

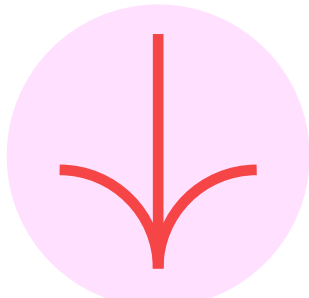
Juin 2025



Méthodologie

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 : 0,5 à 1 point au plus pour un échantillon de 10000 répondants.



• Mode de recueil

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



• Cible

Echantillon de 10 080 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus ...dont au moins 2 000 personnes susceptibles d'acheter dans les 12 prochains mois des produits de chacun des secteurs étudiés.

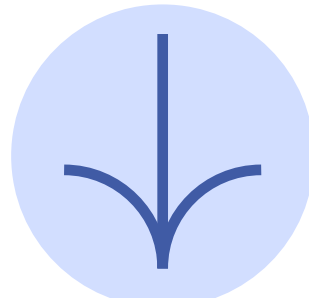
357 enseignes ont été testées tous secteurs confondus.



• Période

Les interviews ont été réalisées du 25 avril au 6 mai 2025.

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



• Échantillon

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.

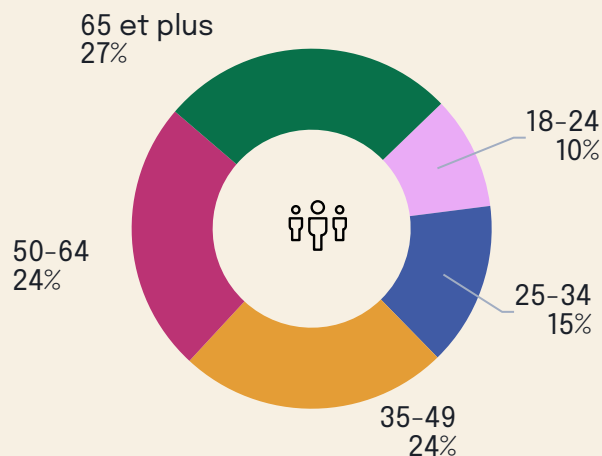
Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète « Sondage OpinionWay pour Bonial » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Profil de l'échantillon

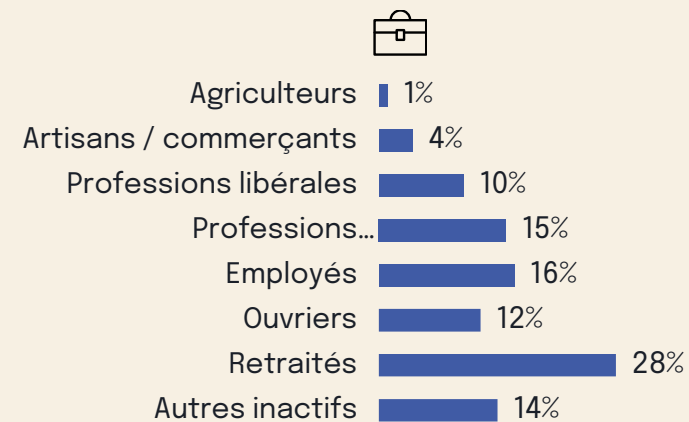
- Population française âgée de 18 ans et plus

- Source : INSEE

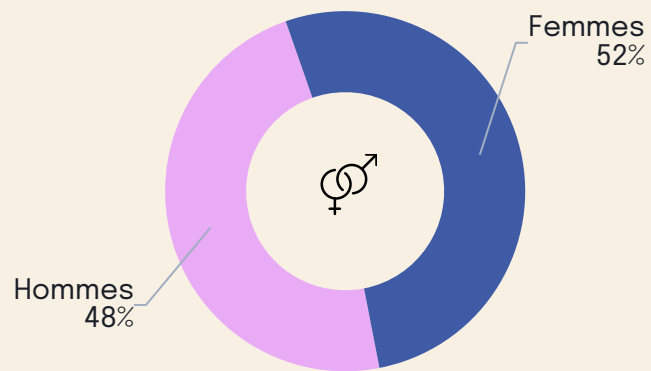
ÂGE



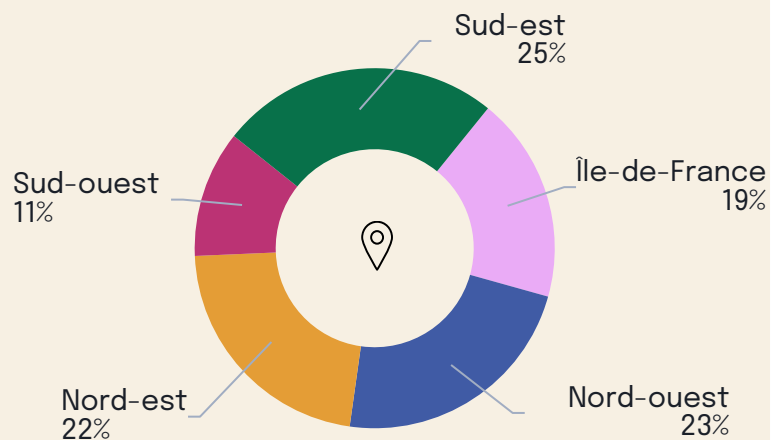
PROFESSION



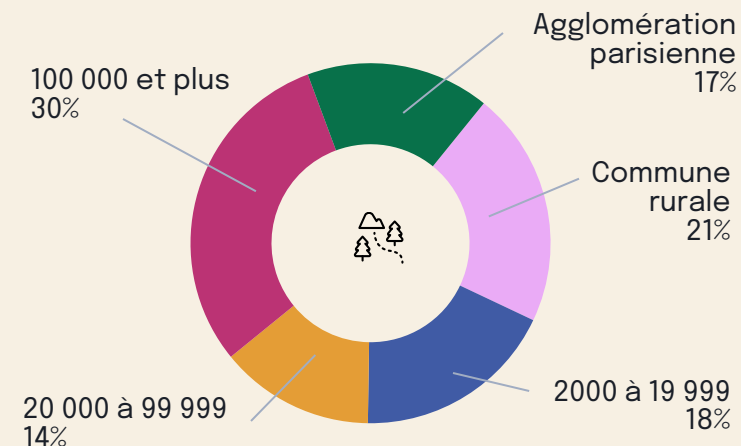
SEXE



SITUATION GÉOGRAPHIQUE



CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION





Budget

31% Raisonnés

Vous avez un budget confortable mais vous limitez votre consommation

11% Hédonistes

Vous avez un budget confortable et vous aimez vous faire plaisir en consommant

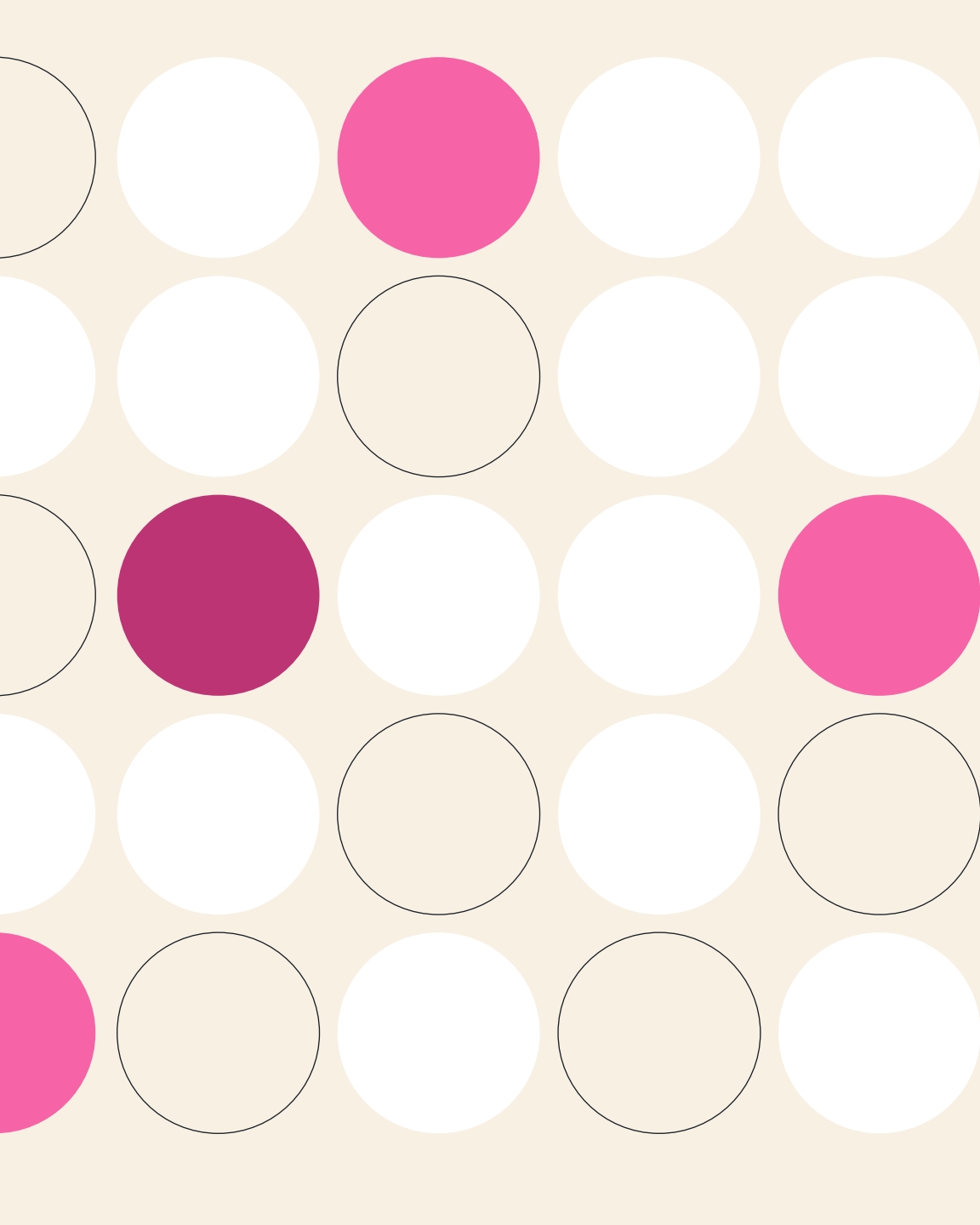
17% Contraints

Vous avez un budget limité et vous réduisez vos achats au strict minimum

41% Économes

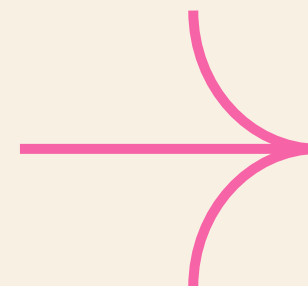
Vous avez un budget limité et vous essayez d'optimiser votre consommation pour vous faire plaisir occasionnellement

Consommation



2

Opérations commerciales



La réalisation d'achats
lors De l'opération commerciale : Halloween

Q. Pour chacune des opérations commerciales suivantes...

9 735 RÉPONDANTS

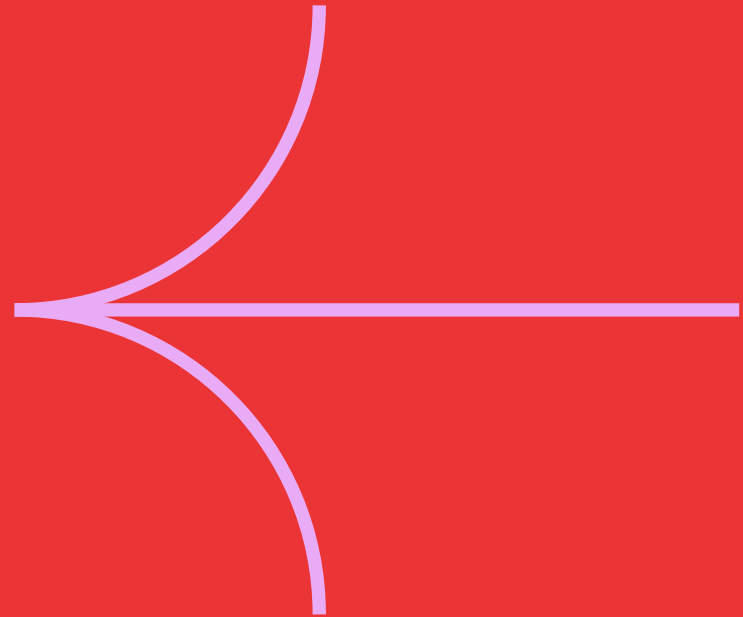


	% A déjà réalisé des achats à cette occasion ou pourrait le faire	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels du foyer							
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	- de 1 000€	1 000- 1 999 €	2 000- 3 499€	3 500€ et +				
Halloween	28%	29%	28%	53%	51%	37%	17%	9%	38%	34%	17%	37%	27%	25%	29%				
		Catégorie d'agglomération							Situation matrimoniale										
		Commune rurale		2 000 à 19 999 habitants		20 000 à 99 999 habitants		100 000 habitants et plus		Région parisienne		Célibataire sans enfant		Célibataire avec enfant		Couple sans enfant		Couple avec enfants	
		24%		25%		27%		32%		33%		23%		47%		17%		47%	
	% A déjà réalisé des achats à cette occasion au cours des 12 derniers mois	Sexe		Age					Statut			Revenus mensuels du foyer							
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif	- de 1 000€	1 000- 1 999 €	2 000- 3 499€	3 500€ et +				
		Halloween	14%	14%	26%	28%	19%	7%	4%	19%	18%	8%	18%	12%	13%	16%			
		Catégorie d'agglomération														Situation matrimoniale			
		Commune rurale		2 000 à 19 999 habitants		20 000 à 99 999 habitants		100 000 habitants et plus		Région parisienne		Célibataire sans enfant		Célibataire avec enfant		Couple sans enfant		Couple avec enfants	
		11%		11%		14%		15%		18%		11%		23%		8%		26%	

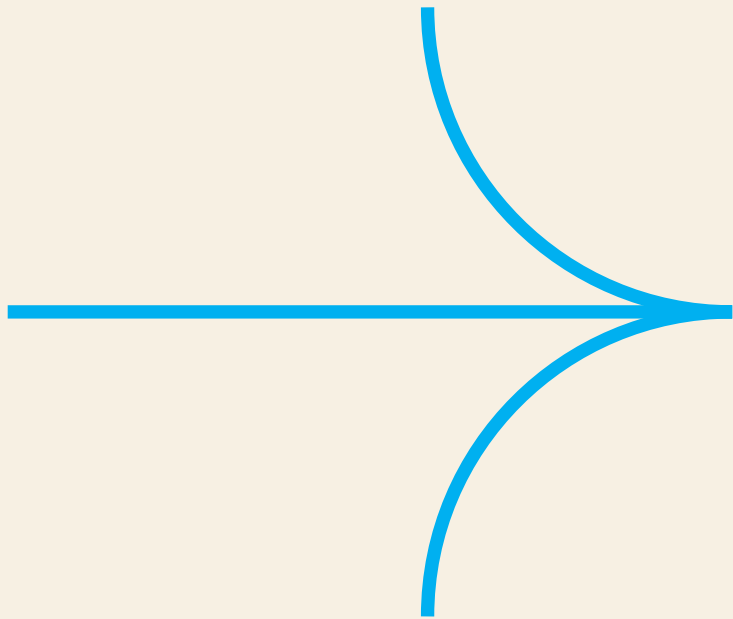
Bonial



Bonial est la plateforme média qui renforce l'attractivité des magasins en plaçant leurs offres commerciales au cœur de l'attention des consommateurs. Grâce à son audience exclusive et ses technologies publicitaires multilcales, Bonial propose une solution d'activation média géolocalisée unique pour les annonceurs.



OpinionWay



opinionway'

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.