

“opinionway pour **Allianz** 

Les Français, l'entreprise et le sport

Avril 2024



ESOMAR²³
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1001 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 22 au 23 novembre 2023**.

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 : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



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

« Sondage OpinionWay pour Allianz »

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



Le profil de l'échantillon



“ Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : **INSEE**



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18 à 24 ans	10%
	25 à 34 ans	15%
	35 à 49 ans	24%
	50 à 64 ans	24%
	65 ans et plus	27%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	29%
	Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	10%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	29%
	Employés	17%
	Ouvriers	12%
	Inactifs	42%
	Retraités	28%
	Autres inactifs	14%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	21%
	De 2000 à 19 999 habitants	18%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%



Les résultats





01

Le rapport des Français au sport
en entreprise

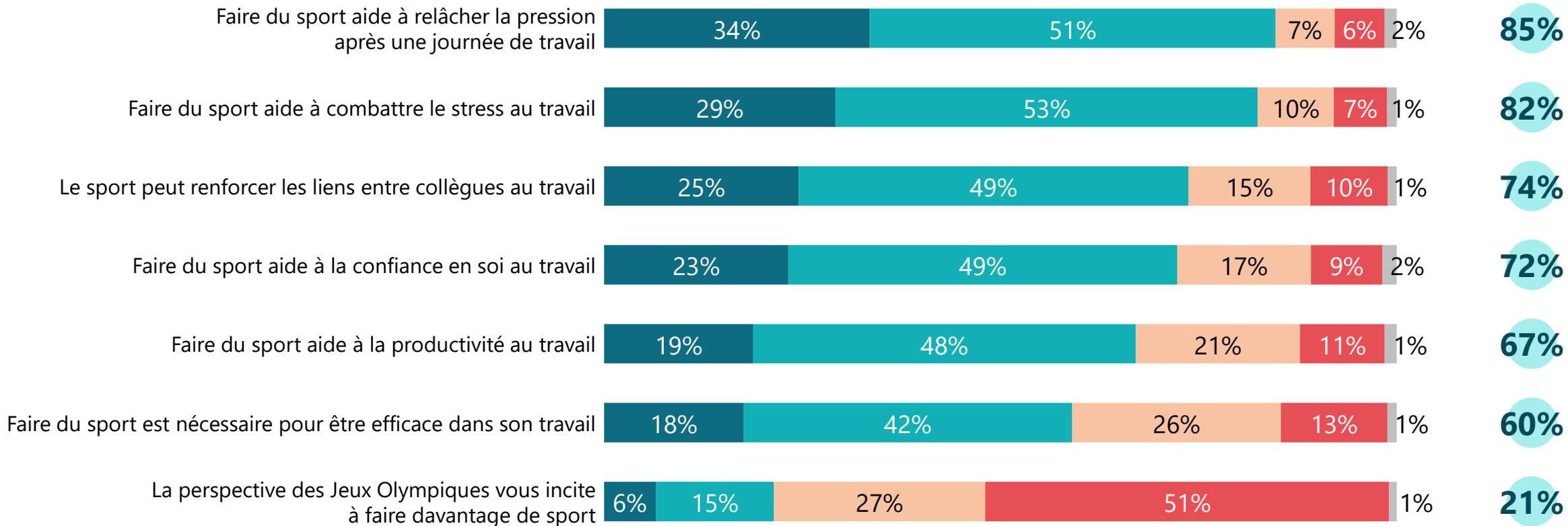


Les opinions relatives au sport



Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?

D'accord



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



Les opinions relatives au sport



1001 personnes

Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?

	% D'accord	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
Faire du sport aide à relâcher la pression après une journée de travail	85%	82%	87%	94%	80%	85%	84%	85%	84%	82%	87%	81%	86%
Faire du sport aide à combattre le stress au travail	82%	83%	82%	87%	74%	84%	81%	86%	85%	79%	83%	80%	83%
Le sport peut renforcer les liens entre collègues au travail	74%	78%	71%	71%	75%	72%	67%	82%	75%	68%	77%	73%	74%
Faire du sport aide à la confiance en soi au travail	72%	74%	71%	81%	69%	72%	67%	77%	77%	67%	73%	70%	73%
Faire du sport aide à la productivité au travail	67%	69%	66%	68%	65%	68%	60%	74%	73%	60%	68%	65%	68%
Faire du sport est nécessaire pour être efficace dans son travail	60%	62%	56%	61%	61%	57%	54%	63%	64%	55%	59%	58%	59%
La perspective des Jeux Olympiques vous incite à faire davantage de sport	21%	21%	22%	31%	40%	29%	9%	11%	27%	26%	13%	22%	21%

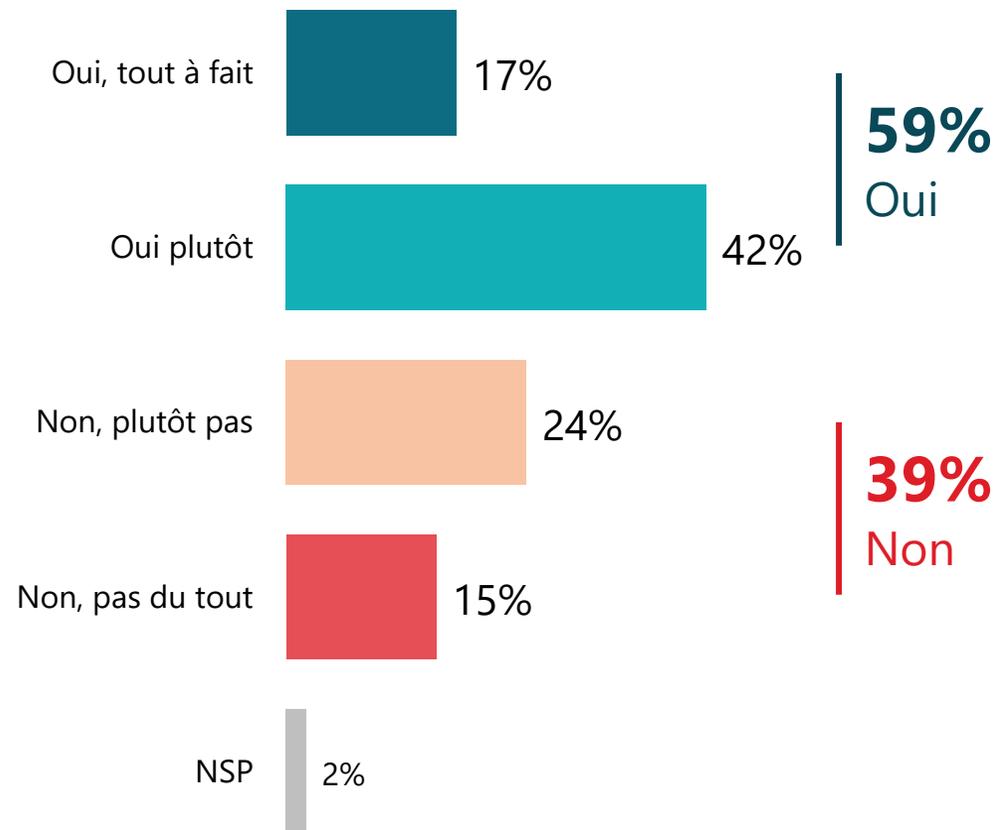


Le rôle des entreprises dans la pratique du sport de leurs salariés

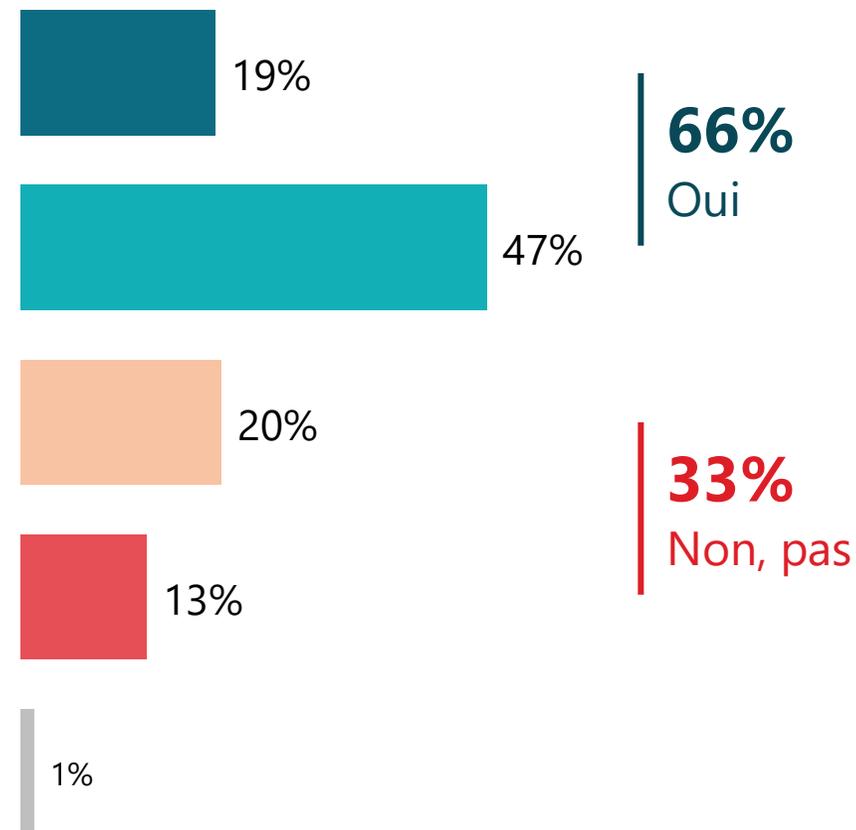


Q. Est-ce le rôle des entreprises... ?

...d'inciter leurs salariés à pratiquer une activité sportive



...d'aider leurs salariés à pratiquer une activité sportive





Le rôle des entreprises dans la pratique du sport de leurs salariés



Q. Est-ce le rôle des entreprises... ?

...**d'inciter** leurs salariés à pratiquer une activité sportive

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
Sous-total Oui	59%	61%	56%	66%	60%	58%	46%	65%	59%	56%	59%	55%	59%
...Oui, tout à fait	17%	19%	15%	27%	21%	15%	12%	15%	15%	16%	18%	17%	16%
...Oui plutôt	42%	42%	41%	39%	39%	43%	34%	50%	44%	40%	41%	38%	43%
Sous-total Non	39%	38%	41%	32%	35%	41%	52%	34%	40%	41%	39%	44%	39%
...Non, plutôt pas	24%	22%	26%	24%	19%	24%	31%	23%	22%	26%	24%	28%	24%
...Non, pas du tout	15%	16%	15%	8%	16%	17%	21%	11%	18%	15%	15%	16%	15%



Le rôle des entreprises dans la pratique du sport de leurs salariés



1001 personnes

Q. Est-ce le rôle des entreprises... ?

...d'aider leurs salariés à pratiquer une activité sportive

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
Sous-total Oui	66%	65%	67%	73%	70%	65%	56%	71%	64%	62%	70%	64%	67%
...Oui, tout à fait	19%	20%	19%	22%	26%	19%	14%	19%	18%	20%	20%	21%	19%
...Oui plutôt	47%	45%	48%	51%	44%	46%	42%	52%	46%	42%	50%	43%	48%
Sous-total Non	33%	33%	32%	24%	29%	34%	43%	28%	35%	35%	29%	34%	32%
...Non, plutôt pas	20%	19%	21%	15%	17%	20%	27%	18%	18%	24%	18%	25%	19%
...Non, pas du tout	13%	14%	11%	9%	12%	14%	16%	10%	17%	11%	11%	9%	13%



L'aide apportée par les entreprises pour favoriser la pratique du sport des salariés

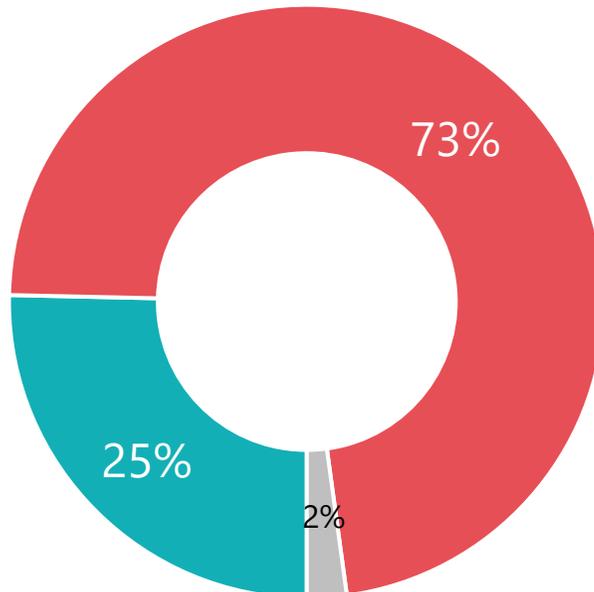


359 personnes

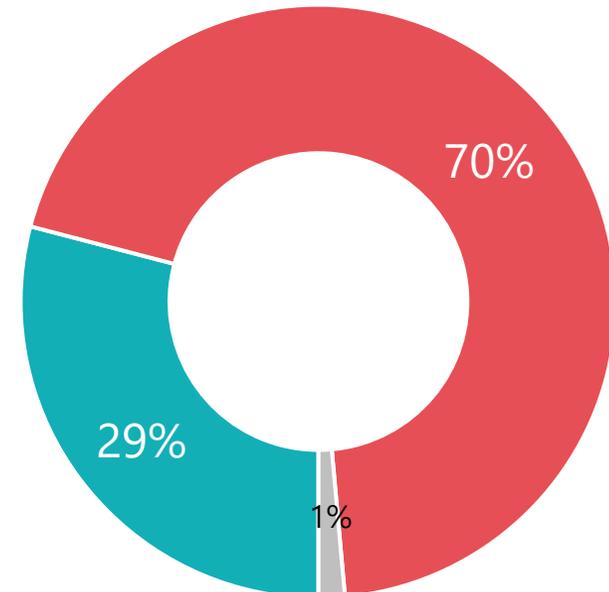
Q. Votre entreprise... ?

Question posée uniquement aux salariés, soit 36% de l'échantillon

**Vous incite à pratiquer
une activité sportive**



**Vous aide à pratiquer
une activité sportive**



Oui

Non

NSP



L'aide apportée par les entreprises pour favoriser la pratique du sport des salariés



Q. Votre entreprise... ?

Question posée uniquement aux salariés, soit 36% de l'échantillon

	% Oui	Sexe		Âge				Statut		Région	
		Homme	Femme	18-24 ans*	25-34 ans	35-49 ans	50 ans et plus	CSP +	CSP-	Ile-de-France	Province
<u>Vous aide</u> à pratiquer une activité sportive	29%	31%	27%	39%	33%	29%	22%	36%	24%	45%	25%
<u>Vous incite</u> à pratiquer une activité sportive	25%	24%	27%	31%	30%	25%	20%	30%	22%	35%	23%

*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution.

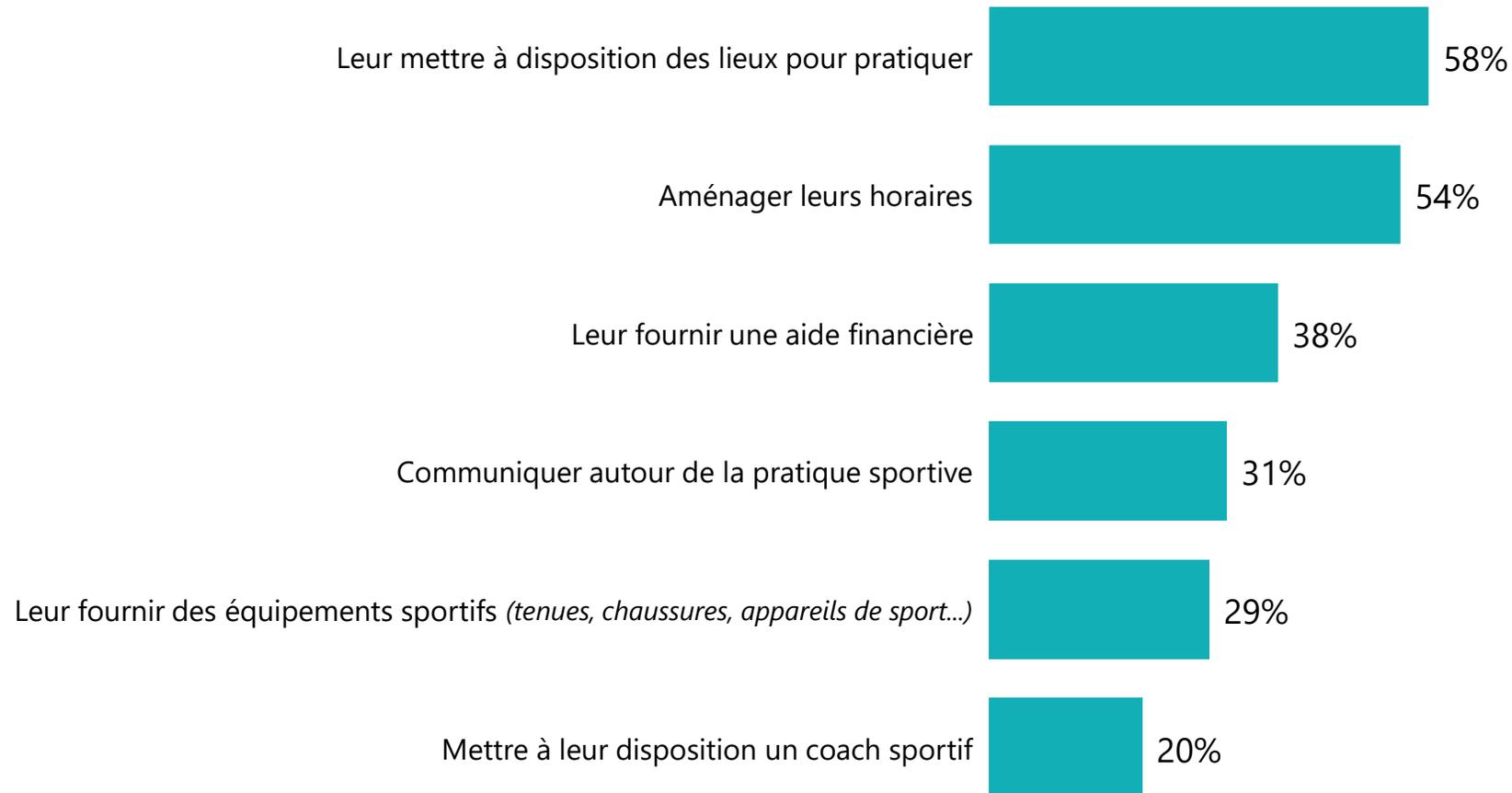
Les actions des entreprises pour favoriser la pratique du sport des salariés



Q. Que doit avant tout faire une entreprise pour inciter ses salariés à pratiquer une activité sportive ?

Question posée uniquement aux personnes interrogées qui considèrent que c'est le rôle d'une entreprise d'inciter ses salariés à pratiquer une activité sportive, soit 59% de l'échantillon

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Les actions des entreprises pour favoriser la pratique du sport des salariés



Q. Que doit avant tout faire une entreprise pour inciter ses salariés à pratiquer une activité sportive ?

Question posée uniquement aux personnes interrogées qui considèrent que c'est le rôle d'une entreprise d'inciter ses salariés à pratiquer une activité sportive, soit 59% de l'échantillon

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans*	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
Leur mettre à disposition des lieux pour pratiquer	58%	57%	59%	63%	49%	45%	60%	69%	54%	44%	71%	58%	58%
Aménager leurs horaires	54%	57%	51%	45%	46%	49%	59%	63%	48%	49%	62%	48%	55%
Leur fournir une aide financière	38%	33%	43%	47%	32%	48%	42%	27%	37%	48%	32%	41%	37%
Communiquer autour de la pratique sportive	31%	35%	28%	33%	31%	27%	29%	36%	31%	31%	30%	27%	32%
Leur fournir des équipements sportifs (<i>tenues, chaussures, appareils de sport...</i>)	29%	31%	27%	33%	32%	32%	31%	22%	27%	31%	29%	31%	29%
Mettre à leur disposition un coach sportif	20%	19%	22%	20%	22%	20%	26%	15%	22%	22%	18%	21%	20%

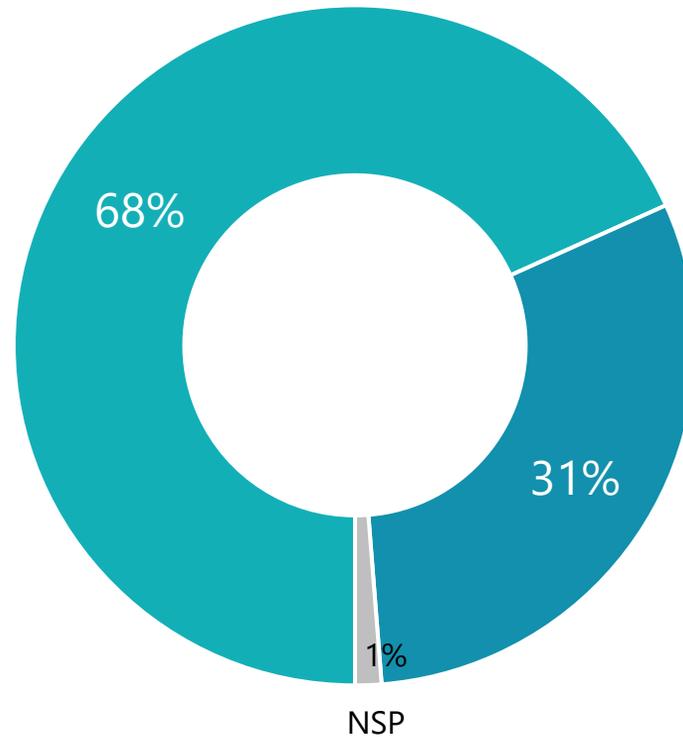
*En raison d'un faible nombre d'interviews, les résultats sont à interpréter avec précaution.

“ La pratique du sport pendant les heures de travail

Q. Et vous diriez-vous qu'un salarié doit pratiquer son activité sportive... ?

Question posée uniquement aux personnes interrogées qui considèrent que c'est le rôle d'une entreprise d'inciter ses salariés à pratiquer une activité sportive, soit 59% de l'échantillon

En-dehors de ses horaires de travail



Pendant ses horaires de travail

“ La pratique du sport pendant les heures de travail



Q. Et vous diriez-vous qu'un salarié doit pratiquer son activité sportive... ?

Question posée uniquement aux personnes interrogées qui considèrent que c'est le rôle d'une entreprise d'inciter ses salariés à pratiquer une activité sportive, soit 59% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
<u>En-dehors</u> de ses horaires de travail	68%	69%	68%	67%	60%	67%	66%	76%	73%	63%	69%	71%	68%
<u>Pendant</u> ses horaires de travail	31%	30%	30%	33%	37%	33%	33%	22%	26%	35%	30%	29%	31%



02

Le rapport des Français au sport dans le contexte des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024



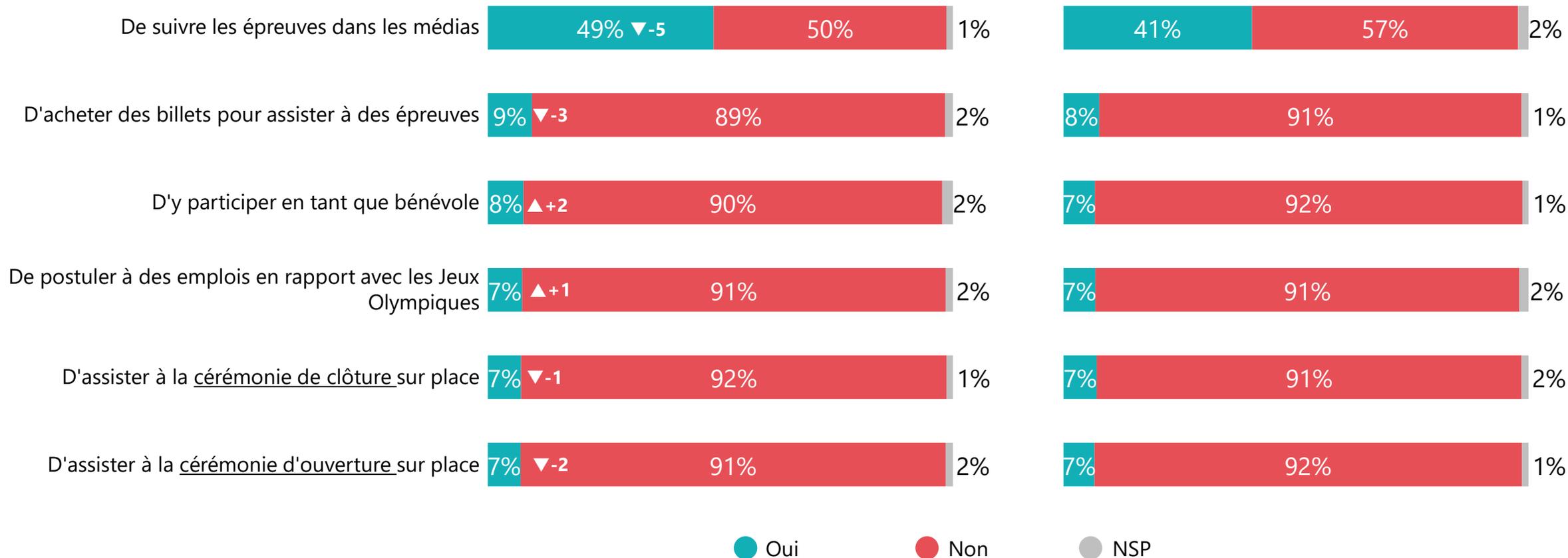
L'intention de suivre et de participer aux Jeux de Paris 2024



Q. Envisagez-vous... ?

Pour les Jeux Olympiques de Paris 2024

Pour les Jeux Paralympiques de Paris 2024





L'intention de suivre et de participer aux Jeux de Paris 2024



Q. Envisagez-vous... ?

Pour les Jeux Olympiques de Paris 2024	% Oui	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
De suivre les épreuves dans les médias	49%	56%	42%	52%	33%	49%	51%	53%	52%	43%	49%	51%	48%
D'acheter des billets pour assister à des épreuves	9%	10%	10%	28%	15%	12%	5%	-	13%	11%	5%	11%	9%
D'y participer en tant que bénévole	8%	9%	7%	24%	12%	9%	5%	1%	11%	9%	4%	10%	7%
De postuler à des emplois en rapport avec les Jeux Olympiques	7%	9%	6%	18%	12%	10%	5%	-	9%	12%	3%	9%	7%
D'assister à la cérémonie <u>de clôture</u> sur place	7%	8%	7%	19%	16%	9%	3%	-	10%	11%	3%	11%	7%
D'assister à la cérémonie <u>d'ouverture</u> sur place	7%	7%	7%	22%	12%	8%	3%	1%	8%	10%	4%	10%	6%



L'intention de suivre et de participer aux Jeux de Paris 2024



Q. Envisagez-vous... ?

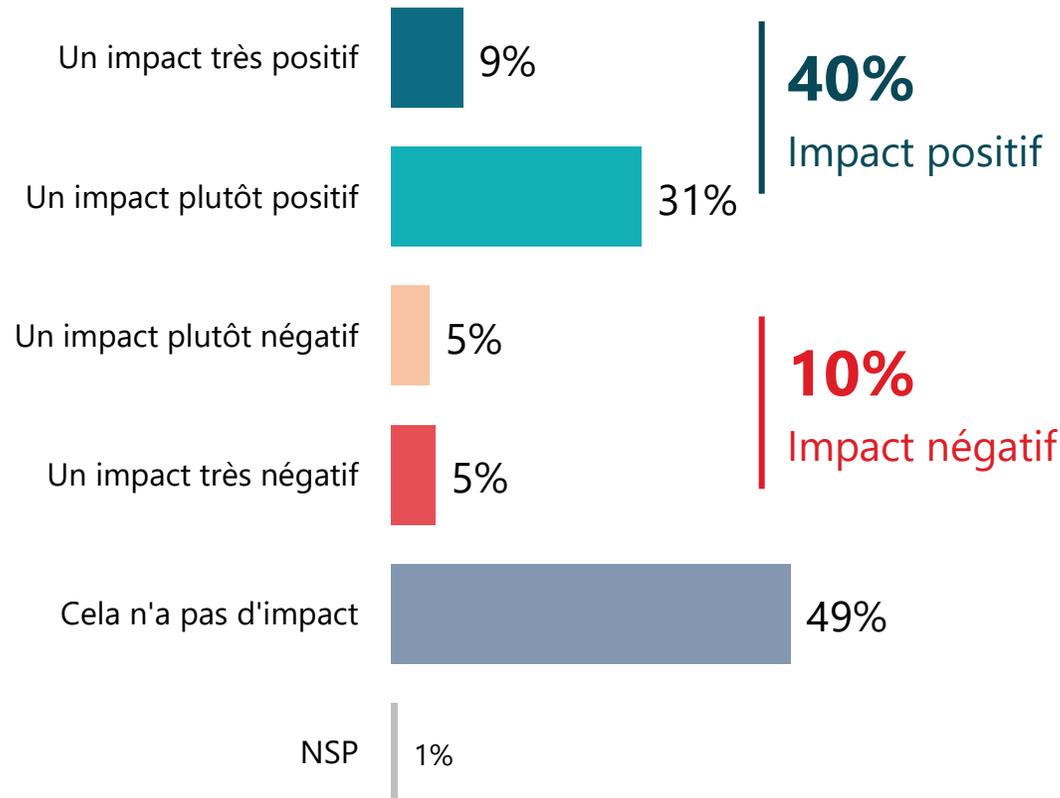
Pour les Jeux Paralympiques de Paris 2024	% Oui	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
De suivre les épreuves dans les médias	41%	46%	36%	37%	33%	38%	42%	47%	45%	35%	40%	37%	41%
D'acheter des billets pour assister à des épreuves	8%	9%	7%	20%	15%	10%	4%	1%	12%	9%	3%	10%	7%
D'assister à la cérémonie <u>de clôture</u> sur place	7%	7%	7%	19%	15%	8%	4%	1%	9%	10%	3%	9%	7%
De postuler à des emplois en rapport avec les Jeux Olympiques	7%	8%	6%	18%	11%	8%	5%	-	9%	10%	3%	9%	6%
D'y participer en tant que bénévole	7%	8%	6%	12%	11%	8%	6%	2%	11%	8%	2%	9%	6%
D'assister à la cérémonie <u>d'ouverture</u> sur place	7%	7%	7%	16%	13%	9%	2%	1%	9%	9%	3%	7%	7%

“ L’impact du sponsoring des JO sur l’image de l’entreprise

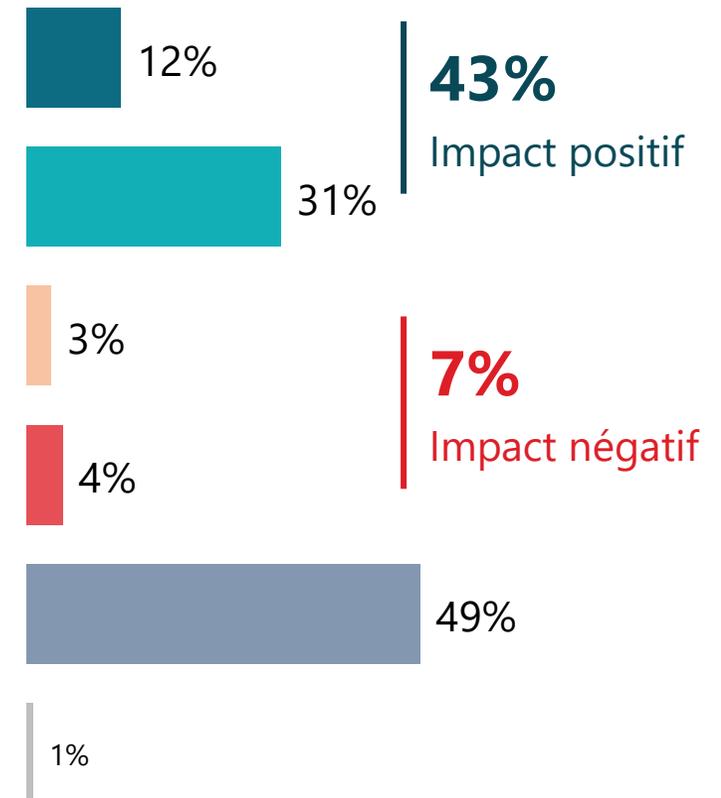


Q. Le fait qu’une entreprise soit sponsor ou partenaire des événements suivants a-t-il un impact sur l’opinion que vous avez de cette entreprise…?

Les Jeux Olympiques de Paris 2024



Les Jeux Paralympiques de Paris 2024



“ L’impact du sponsoring des JO sur l’image de l’entreprise



Q. Le fait qu’une entreprise soit sponsor ou partenaire des événements suivants a-t-il un impact sur l’opinion que vous avez de cette entreprise...?

Les Jeux Olympiques de Paris 2024

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
Sous-total Un impact positif	40%	44%	36%	40%	45%	45%	33%	38%	43%	40%	37%	46%	38%
...Un impact très positif	9%	10%	8%	9%	11%	14%	4%	7%	11%	11%	6%	7%	9%
...Un impact plutôt positif	31%	34%	28%	31%	34%	31%	29%	31%	32%	29%	31%	39%	29%
Sous-total Un impact négatif	10%	10%	10%	18%	15%	8%	9%	7%	12%	10%	9%	8%	10%
...Un impact plutôt négatif	5%	4%	5%	11%	9%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	2%	5%
...Un impact très négatif	5%	6%	5%	7%	6%	5%	6%	4%	7%	5%	4%	6%	5%
Cela n'a pas d'impact	49%	45%	53%	42%	37%	46%	58%	54%	44%	49%	53%	45%	51%

“ L’impact du sponsoring des JO sur l’image de l’entreprise



Q. Le fait qu’une entreprise soit sponsor ou partenaire des événements suivants a-t-il un impact sur l’opinion que vous avez de cette entreprise...?

Les Jeux Paralympiques de Paris 2024

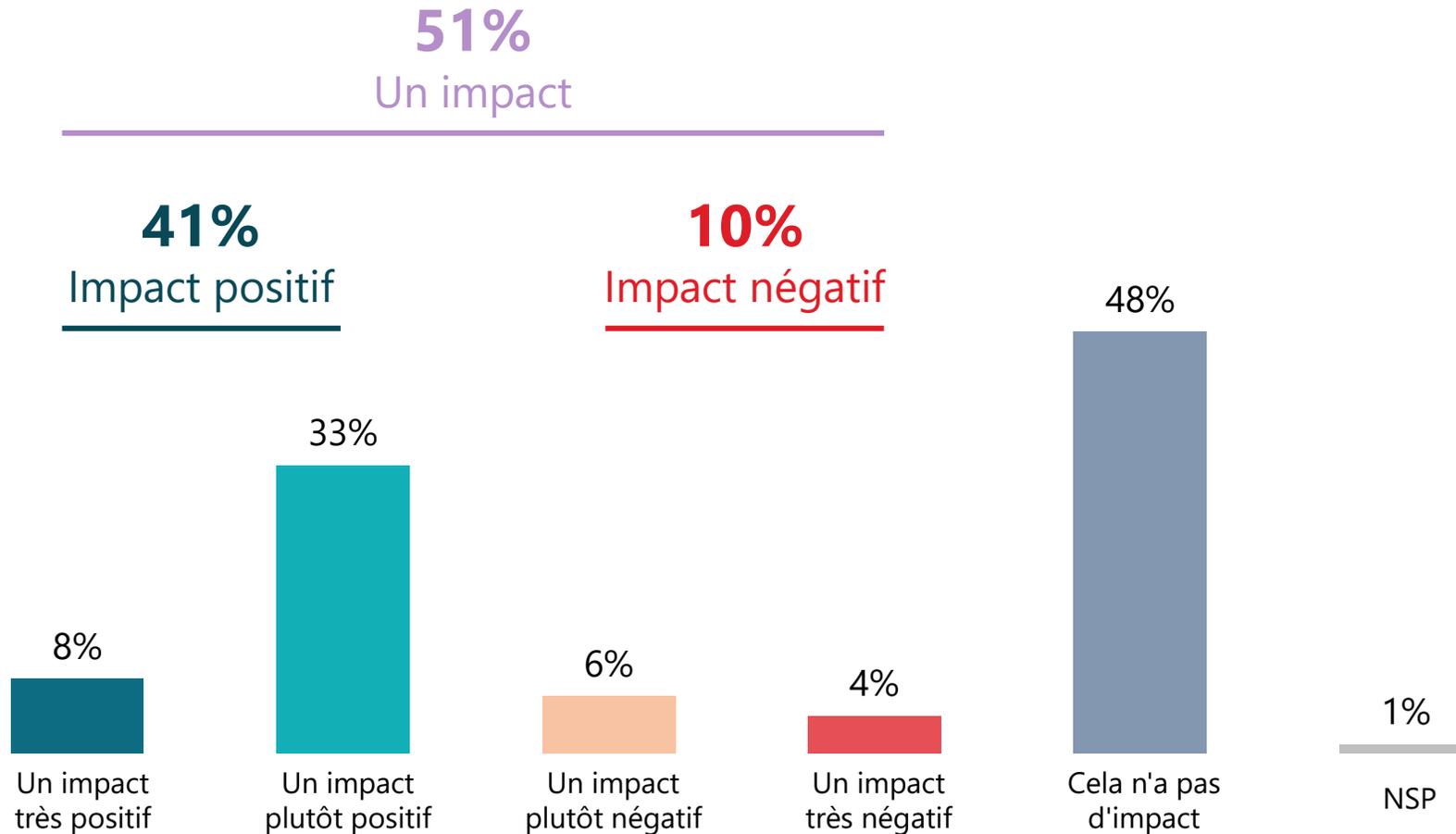
	% Total	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
Sous-total Un impact positif	43%	45%	41%	46%	48%	46%	34%	45%	46%	38%	44%	49%	41%
...Un impact très positif	12%	12%	11%	17%	16%	12%	8%	10%	10%	14%	11%	9%	12%
...Un impact plutôt positif	31%	33%	30%	29%	32%	34%	26%	35%	36%	24%	33%	40%	29%
Sous-total Un impact négatif	7%	7%	8%	11%	13%	6%	7%	4%	9%	9%	6%	7%	8%
...Un impact plutôt négatif	3%	2%	4%	4%	7%	2%	3%	1%	3%	5%	2%	2%	3%
...Un impact très négatif	4%	5%	4%	7%	6%	4%	4%	3%	6%	4%	4%	5%	5%
Cela n'a pas d'impact	49%	47%	50%	43%	37%	47%	58%	50%	45%	51%	49%	43%	50%



L'impact d'un soutien des athlètes sur l'image de l'entreprise



Q. Et le fait qu'une marque soutienne et accompagne des athlètes dans leur préparation pour les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 a-t-il un impact sur l'opinion que vous avez de cette entreprise ?





L'impact d'un soutien des athlètes sur l'image de l'entreprise



Q. Et le fait qu'une marque soutienne et accompagne des athlètes dans leur préparation pour les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 a-t-il un impact sur l'opinion que vous avez de cette entreprise ?

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
Sous-total Un impact	51%	56%	48%	58%	67%	50%	44%	49%	54%	51%	49%	50%	52%
Sous-total Un impact positif	41%	44%	38%	39%	44%	41%	37%	44%	42%	37%	42%	39%	42%
...Un impact très positif	8%	9%	8%	8%	9%	11%	6%	8%	8%	10%	8%	8%	9%
...Un impact plutôt positif	33%	35%	30%	31%	35%	30%	31%	36%	34%	27%	34%	31%	33%
Sous-total Un impact négatif	10%	12%	10%	19%	23%	9%	7%	5%	12%	14%	7%	11%	10%
...Un impact plutôt négatif	6%	7%	6%	14%	16%	5%	4%	2%	6%	10%	4%	7%	6%
...Un impact très négatif	4%	5%	4%	5%	7%	4%	3%	3%	6%	4%	3%	4%	4%
Cela n'a pas d'impact	48%	44%	50%	40%	33%	49%	55%	50%	46%	47%	50%	49%	47%



03

L'intérêt pour les sports
paralympiques

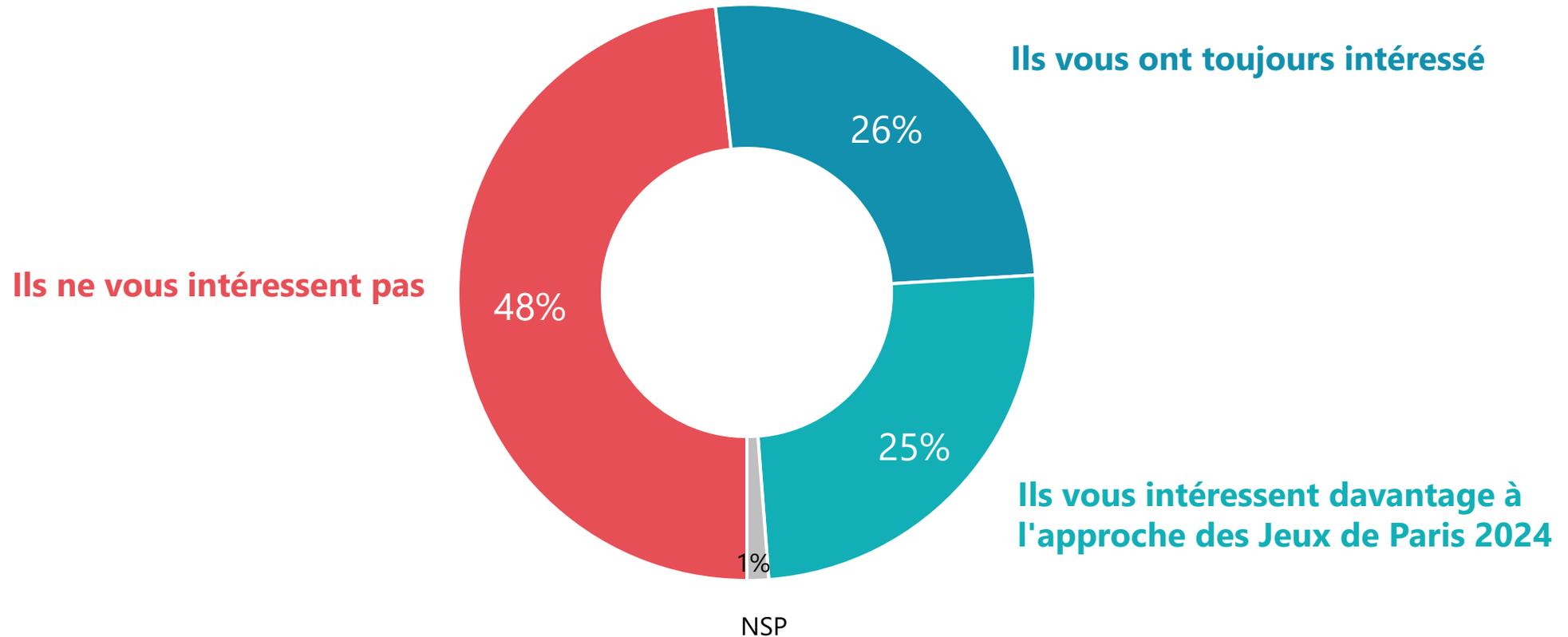


L'intérêt pour les sports paralympiques



1001 personnes

Q. Concernant les sports paralympiques, diriez-vous que...?





L'intérêt pour les sports paralympiques



Q. Concernant les sports paralympiques, diriez-vous que... ?

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
Ils ne vous intéressent pas	48%	48%	49%	43%	45%	54%	49%	46%	46%	50%	49%	52%	47%
Ils vous ont toujours intéressé	26%	25%	26%	27%	18%	24%	31%	27%	28%	22%	26%	23%	27%
Ils vous intéressent davantage à l'approche des Jeux de Paris 2024	25%	25%	24%	30%	35%	21%	19%	25%	24%	27%	24%	24%	25%



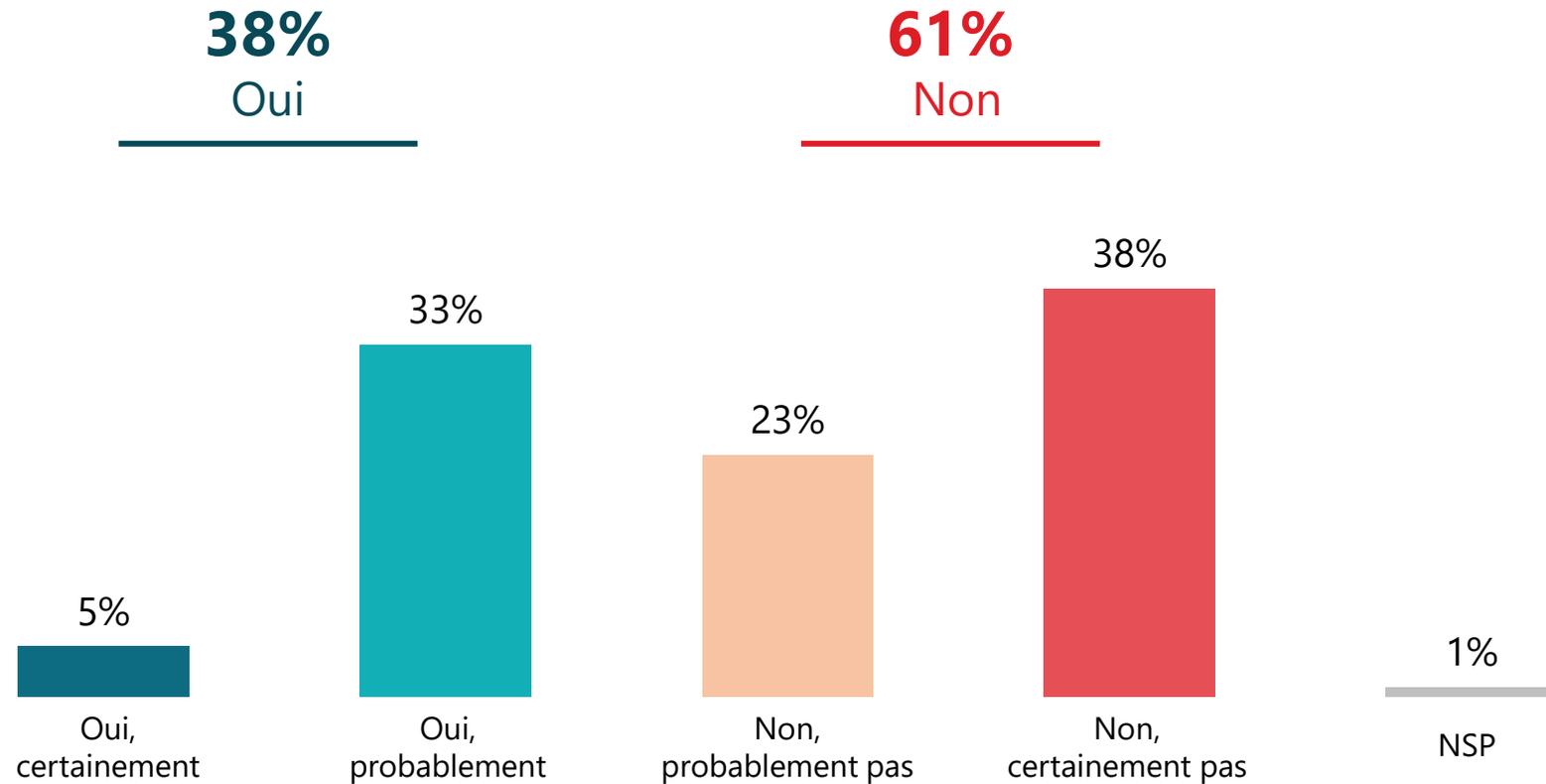
L'importance de la médiatisation des sports paralympiques



731 personnes

Q. Les sports paralympiques vous intéresseraient-ils davantage s'ils étaient plus médiatisés ?

Question posée uniquement aux personnes interrogées qui s'intéressent peu ou pas du tout aux sports paralympiques, soit 73% de l'échantillon





L'importance de la médiatisation des sports paralympiques



731 personnes

Q. Les sports paralympiques vous intéresseraient-ils davantage s'ils étaient plus médiatisés ?

Question posée uniquement aux personnes interrogées qui s'intéressent peu ou pas du tout aux sports paralympiques, soit 73% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Âge					Statut			Région	
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif	Ile-de-France	Province
Sous-total Oui	38%	38%	38%	40%	50%	40%	30%	34%	40%	39%	36%	33%	39%
...Oui, certainement	5%	6%	4%	7%	3%	6%	7%	2%	4%	5%	5%	4%	5%
...Oui, probablement	33%	32%	34%	33%	47%	34%	23%	32%	36%	34%	31%	29%	34%
Sous-total Non	61%	61%	61%	60%	50%	59%	69%	65%	60%	59%	64%	67%	60%
...Non, probablement pas	23%	25%	20%	26%	18%	17%	25%	29%	25%	21%	23%	28%	22%
...Non, certainement pas	38%	36%	41%	34%	32%	42%	44%	36%	35%	38%	41%	39%	38%

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.



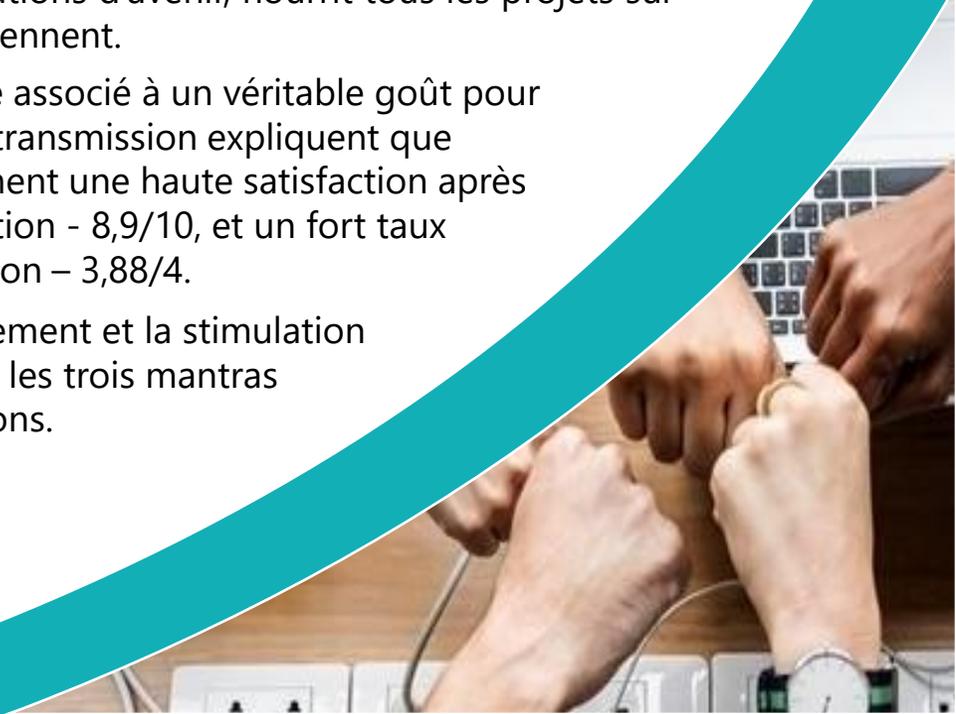
RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

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



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Votre contact

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion

fmicheau@opinion-way.com