








# “*opinion*way”

15 place de la République 75003 Paris



## La méthodologie

	Echantillon de <b>1002 personnes</b> représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon <b>la méthode des quotas</b> , 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 <b>questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI</b> (Computer Assisted Web Interview).
	Les interviews ont été réalisées les <b>3 et 4 mai 2017</b> .
	OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la <b>norme ISO 20252</b> .
	Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

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

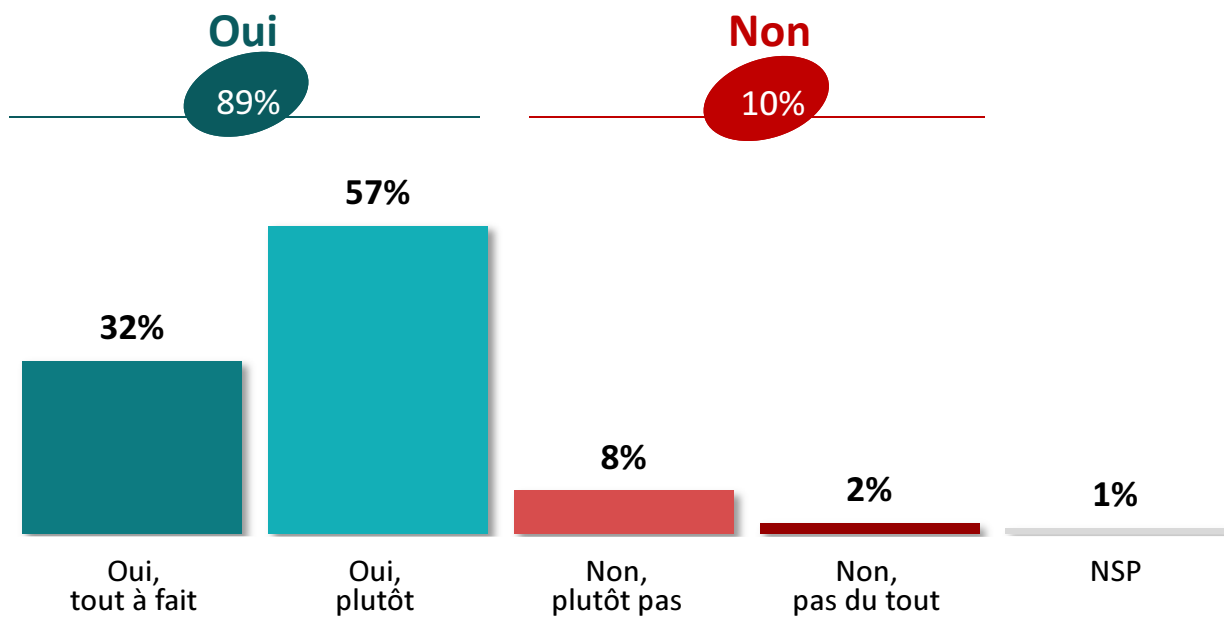
« **Sondage OpinionWay pour FCA** »

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



## La capacité pour une entreprise à conjuguer performance et impact social et environnemental positif

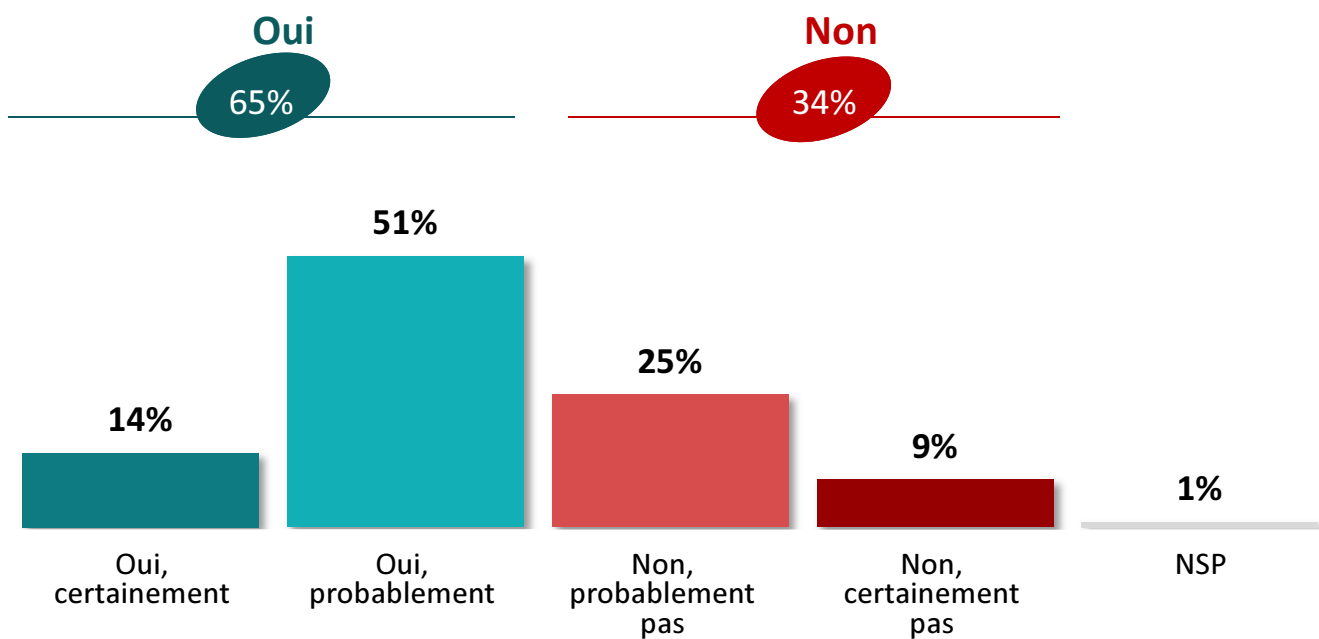
Q. Selon vous une entreprise peut à la fois être performante économiquement et avoir un impact social et environnemental positif ?



Source: Etude FCA – Mai 2017

# La propension à payer plus cher un produit ou service ayant un impact social et environnemental positif

Q. Vous personnellement en tant que consommateur, seriez-vous prêt à payer davantage pour un produit ou un service proposé par une entreprise ayant un impact social et environnemental positif ?



Source: Etude FCA – Mai 2017





*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris

*« Permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur, pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »*