

opinionway,

— POUR —

CleanCities



Les Parisiens et la *piétonnisation* de la capitale

Mars 2025





Les indications générales sur le sondage

Nom de l'organisme ayant réalisé le sondage :	OpinionWay
Nom et qualité du/des commanditaire(s) du sondage :	Clean Cities
Nom et qualité de l'acheteur du sondage :	Clean Cities
Existence d'une gratification :	Gratification sous forme de points cumulables, dont le montant s'élève à 0,50 € pour un questionnaire complété.

« Toute personne a le droit de consulter auprès de la Commission des sondages la notice prévue par l'article 3. Cette commission rend publique cette notice sur son service de communication au public en ligne. <http://www.commission-des-sondages.fr/notices/> »

La méthodologie

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

« Sondage OpinionWay pour Clean Cities » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1 008 personnes, représentatif de la population parisienne** âgée de 16 ans et plus, dont **903 inscrits** sur les listes électorales dans la capitale.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et d'arrondissement 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 21 au 27 février 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.



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.



Les résultats

opinionway



La notice sur les marges d'erreur

Les résultats présentés dans ce document sont calculés sur la base des personnes interrogées, inscrites sur les listes électorales et certaines d'aller voter. « **Tout sondage ou enquête d'opinion est affecté de marges d'erreur.** »

Pour un échantillon de 900 personnes interrogées, les marges d'erreur sont les suivantes, avec un niveau de confiance de 95% :

Pour un pourcentage de :		5%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	95%
900 personnes	La marge d'erreur est de :	+/- 1,4	+/- 2	+/- 2,6	+/- 3	+/- 3,2	+/- 3,3	+/- 3,2	+/- 3	+/- 2,6	+/- 2	+/- 1,4
	Le résultat réel se situe dans une fourchette de :	3,6 et 6,4	8 et 12	17,4 et 22,6	27 et 33	36,8 et 43,2	46,7 et 53,3	56,8 et 63,2	67 et 73	77,4 et 82,6	88 et 92	93,6 et 96,4



Le redressement socio-démographique de l'échantillon

1008 personnes

Sexe	Brut	Redressé
Hommes	49%	47%
Femmes	51%	53%

Age	Brut	Redressé
16-24 ans	10%	14%
25-39 ans	31%	30%
40-54 ans	24%	23%
55-64 ans	14%	13%
65 ans et plus	21%	20%

Catégorie socio-professionnelle de l'individu	Brut	Redressé
Catégories socioprofessionnelles dites « supérieures »	54%	47%
Catégories socioprofessionnelles dites « populaires »	20%	17%
Retraités	17%	19%
Autres inactifs	9%	17%

Arrondissement	Brut	Redressé
Centre	19%	16%
Nord est	35%	37%
Sud est	25%	21%
Ouest	21%	26%



Le redressement politique de l'échantillon

903 personnes

1er tour de la présidentielle de 2022	Brut	Redressé
Nathalie Arthaud	2%	<1%
Philippe Poutou	2%	<1%
Fabien Roussel	4%	1%
Jean-Luc Mélenchon	16%	23%
Anne Hidalgo	6%	2%
Yannick Jadot	6%	6%
Emmanuel Macron	28%	27%
Valérie Pécresse	8%	5%
Jean Lassalle	2%	1%
Nicolas Dupont-Aignan	1%	1%
Éric Zemmour	4%	6%
Marine Le Pen	7%	4%
Abstention, Blanc, nul	14%	23%



La notoriété de la votation citoyenne à venir



903
personnes

Q. Avez-vous entendu parler de la votation citoyenne organisée le dimanche 23 mars prochain par la mairie de Paris sur la végétalisation et la piétonnisation de 500 nouvelles rues ?

Résultats présentés sur la base des personnes pouvant participer à la votation, soit 90% de l'échantillon.

	% Publié	Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales	
		Brut	Socio-demo
Sous-total Oui	75%	76%	75%
<i>...Oui et vous savez précisément de quoi il s'agit</i>	48%	50%	48%
<i>...Oui, mais vous ne savez pas précisément de quoi il s'agit</i>	27%	26%	27%
Non	24%	23%	24%
NR	1%	1%	1%



L'intention de participer à la votation citoyenne



903
personnes

Q. Sur une échelle de 1 à 10, quelle est la probabilité que vous alliez voter ?

Donnez une note de 1 à 10, 1 signifiant que vous êtes « tout à fait certain(e) de ne pas aller voter » et 10 que vous êtes « tout à fait certain(e) d'aller voter », les notes intermédiaires servant à nuancer votre jugement.

Résultats présentés sur la base des personnes pouvant participer à la votation, soit 90% de l'échantillon.

	% Publié	Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales	
		Brut	Socio-demo
Notes 9 à 10	35%	76%	75%
Notes 6 à 8	38%	50%	48%
Notes 1 à 5	20%	26%	27%



L'intention de vote à la votation citoyenne du 23 mars



903
personnes

Q. Si la votation avait lieu dimanche prochain, pour laquelle des réponses suivantes y aurait-il le plus de chance que vous votiez ?

Résultats présentés sur la base des personnes inscrites sur les listes électorales à Paris, soit 90% de l'échantillon.

	% Publié	Ensemble des personnes inscrites sur les listes électorales	
		Brut	Socio-demo
Pour végétaliser et rendre piétonnes 500 nouvelles rues dans Paris, réparties dans tous les quartiers	56%	57%	56%
Contre végétaliser et rendre piétonnes 500 nouvelles rues dans Paris, réparties dans tous les quartiers	31%	30%	31%
Abstention/Blanc/Nul/NSP	13%	13%	13%

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

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.

Restons *connectés* !



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

Je m'abonne

Votre contact OpinionWay

Frédéric Micheau
Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com

Théo Ponchel
Directeur d'études
Pôle opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00
tponchel@opinion-way.com

ESOMAR²⁵
Corporate

