



**YouGov**<sup>®</sup>  
What the world thinks

**Comment les études peuvent vous aider à rebondir sur l'actualité en temps réel ?**

# Présentation YouGov



# Un institut international d'études de marché et de conseil

## Nos services :

- Omnibus : résultats en 48h, 490 € par question
- Etudes syndiquées ou customisées
- Sondages politiques
- Brand/Pub tracking en continu (BrandIndex)
- Etudes qualitatives online
- Etudes de satisfaction clientèle et employés
- Etudes d'image et de notoriété



## Notre présence dans le monde : 28 bureaux dans 21 Pays et Panel Propriétaire dans 35 Pays

UK (HQ, fondé en 2000)

France, USA

Allemagne, 4 Pays Scandinaves

Chine, Singapour, Hong-Kong, Indonésie, Malaisie, Thaïlande

Moyen-Orient (Dubai, Arabie Saoudite),

Inde, Pakistan, Afrique du Nord, Brésil, Japon (*panels*)

# Les panélistes YouGov



## Les Panels Propriétaires YouGov :

155 000 panélistes en France  
800 000 aux UK  
1,8 millions aux USA  
Plus de 4 millions dans le monde

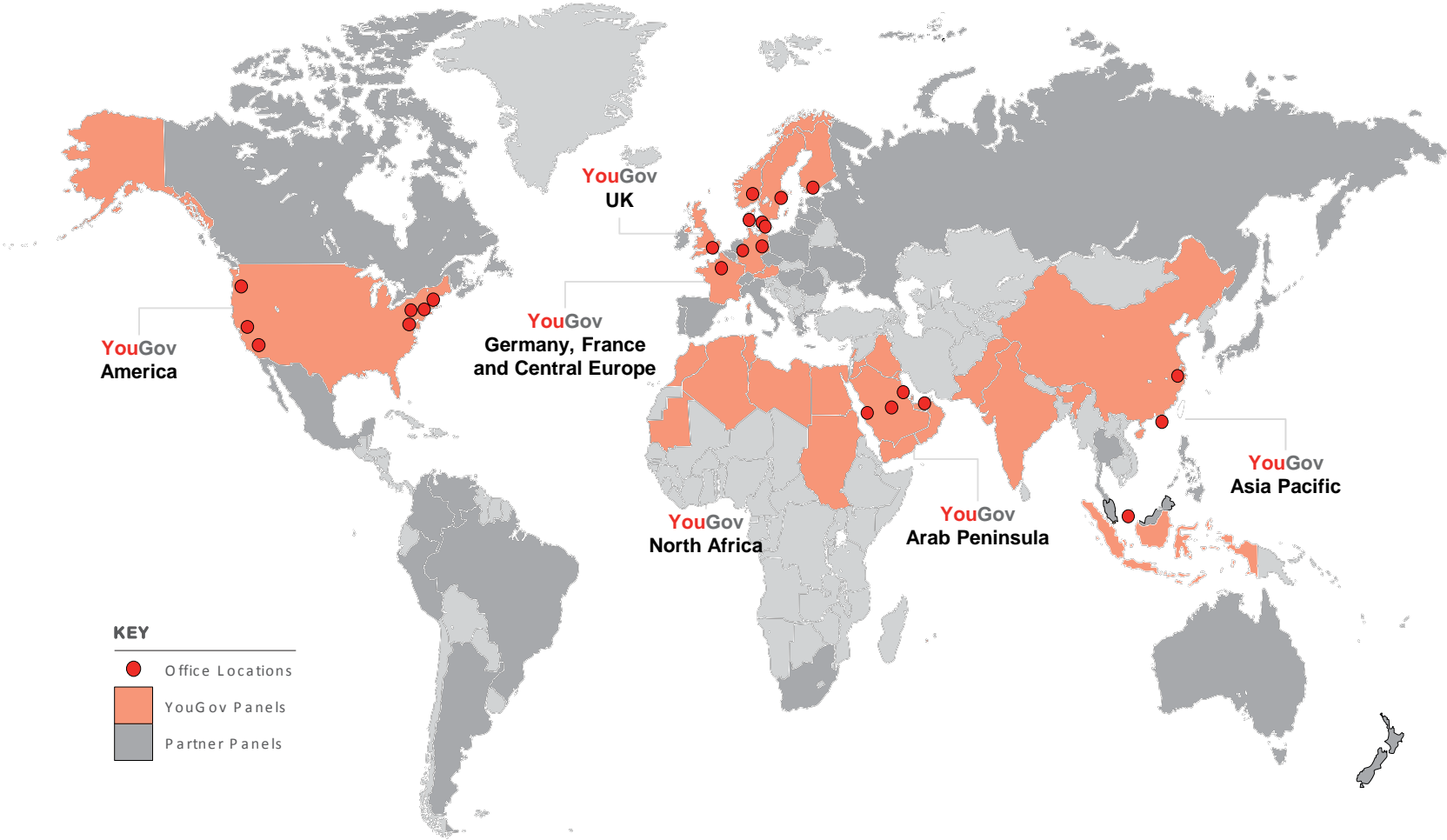
- Des sources de recrutement variées
  - Plus de 400 campagnes ciblant des objectifs démographiques spécifiques
  - Recherche directe sur Internet, parrainage et inscription directe
- Nous identifions les panélistes lors de leur inscription
  - Renseignements démographiques
  - Suppression des doublons
- Les panélistes sont encouragés à être actifs, mais ne sont pas inondés d'emails
  - Un maximum de 1 étude par semaine et 3 études par mois (moyenne panel FR : 2 études par mois)
  - Une des fréquences de sollicitation les plus basse des panels online pour garantir un très bon taux de retour
- Nous identifions les réponses "douteuses" lors des enquêtes
  - Suppression des panélistes terminant trop rapidement les enquêtes ou avec des réponses incohérentes
  - Suppression des doublons (adresses IP,...)

# Le Panel YouGov : un panel actif, mais pas surexploité

- Les panélistes sont encouragés à être actifs, mais ne sont pas inondés d'emails
  - Seuls les panélistes sélectionnés peuvent répondre à nos enquêtes ; nous connaissons le taux de réponse de chaque groupe, ce qui nous aide à avoir des résultats plus rapidement
  - Les panélistes ne savent pas quel sera le sujet de l'enquête; ils reçoivent un email "générique" et choisissent ou non de répondre.
  - Période d'exclusion de 2 semaines : nous n'invitons pas à répondre à plus d'un questionnaire de la même nature en deux semaines (politique, BrandIndex,...)
  - Un maximum de 1 étude par semaine et 3 études par mois (moyenne panel FR: 2 études par mois)
  - Rémunération sous forme de ticket Kadeos, environ 0,50€/étude (pas de professionnel sur nos panels)
  - Nos panélistes ne sont pas payés en fonction de leurs réponses
- Toutes ces règles nous garantissent l'un des meilleurs taux de réponse du marché



# Une présence internationale



# Nos chiffres clés en 2015

NOTRE PANEL  
COMPTE PLUS DE



**4 millions**

de personnes à travers le monde, à travers 33 pays



**687**

employés à travers le monde

**28**



**bureaux**

dans 16 Pays, couvrants le UK, l'Europe, les Pays scandinaves, le Moyen-Orient, la Chine et les USA.

CETTE ANNEE NOUS  
AVONS COLLABORE  
AVEC

**2000**

Clients à travers le monde

NOS PANELISTES  
ONT REPONDU A

**17 millions**

de sondages YouGov, en 12 mois (au 31/07/13).  
Soit +13% vs. 2012

**YOUGOV A ÉTÉ NOMMÉ  
L'UN DES 25 MEILLEURS  
INSTITUTS D'ETUDES ET DE  
SONDAGES AU MONDE  
DANS LE FAMEUX  
« TOP 25 HONOMICHL »  
EN 2013**



**UK**

Taille du Panel  
**802,300**



**US**

Taille du Panel  
**1,704,900**



**FRANCE**

Taille du Panel  
**157,300**



**ALLEMAGNE**

Taille du Panel  
**220,500**



**PAYS SCANDINAVES**

Taille du Panel  
**201,700**

Danemark, Norvège, Suède, Finlande

**MOYEN  
ORIENT**

Taille du Panel  
**560,400**

Dubaï, Arabie Saoudite

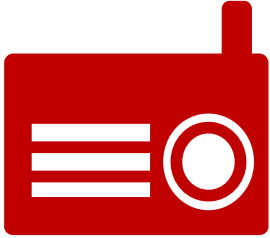
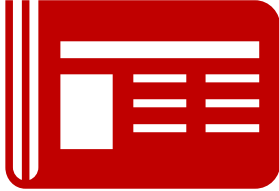
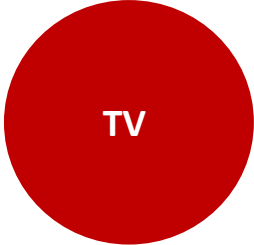
# Boostez l'efficacité des Reprises Presse grâce au service 48H de YouGov





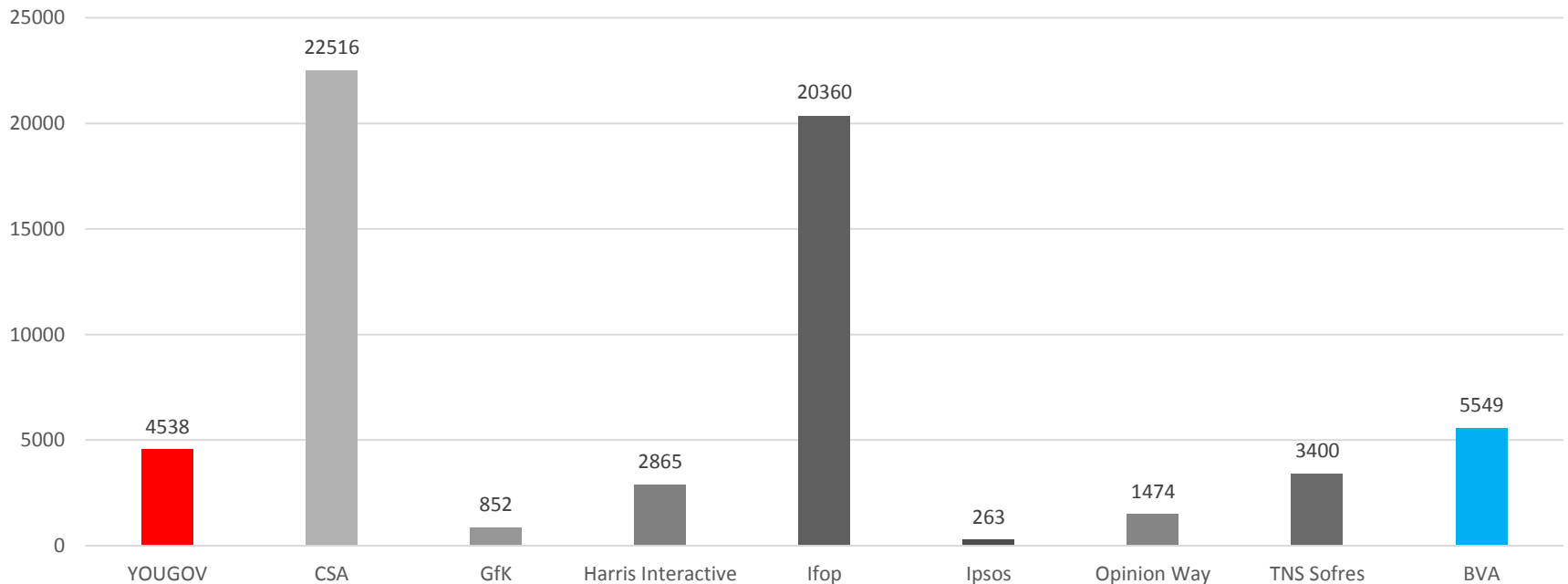
# Couverture Media en France

Les résultats YouGov sont cités dans les tous les médias français avec une moyenne de 80 à 100 Reprises Presse par mois.  
**YouGov est le 4ème institut de sondage en terme de Reprises Presse en France** entre Août 2014-Juillet 2015  
(source : Meltwater)



# YUUGOV | FRANCE

## Annual Reporting (August 2014 - July 2015)



(source : Meltwater)

# Partenariat Media Politique

LE HUFFINGTON POST



- Tous les mois, le Baromètre Politique YouGov en partenariat avec le Huffington Post et Itélé
- Une analyse de la popularité du Président de la République et de l'action du gouvernement, un baromètre des personnalités politiques ainsi que des questions d'actualités Politique.
- Des Reprises Presses sur tous les médias (TV, Radio, Presse et Digital) lors de la publication mensuelle de notre sondage ainsi que des brèves AFP



# Partenariat Media Société



## Sondage Service Militaire

**COMFORT DES COTONNIERS** OUVRE 10 000 BOUTIQUES EN UNE NUIT

**GRAND PARIS** Des cartons pour lutter contre la précarité p.2

**EUROPÉENNES** Le Parlement contrôle le contenu de nos assiettes p.8

**FORMATION** Comment bien choisir sa filière à l'université p.15 à 22

**CANNES** Hazanavicius et Bejo en duo sur la Croisette p.24

**SONDAGE** **Retour de service**  
56,7% des Français sont pour le rétablissement du service militaire. Et 54,9% pour l'instauration d'un service civique obligatoire, selon un sondage exclusif YouGov pour «20 Minutes» p.5

**SOLIDAYS** LE NOUVEAU SAISON

## Sondage Bac 2015

**CINÉMA** Le dernier film d'animation de Pixar, « Vice-Versa », donne vie aux émotions p.16

**GRAND PARIS** PRÉCARITÉ Les nuits tendues des migrants dans les jardins d'Eole p.2

**JEU VIDÉO** Nintendo sortira une nouvelle console en 2016 p.24

**MUSTANG** Une belle ode turque à la liberté féminine p.20

**FOOTBALL** Les Bleues prêtes à tout pour battre le Mexique p.26

**MUSE** NOUVEL ALBUM DRONES 8 JUIN 2015

**Un bac à réviser**  
Selon un sondage YouGov pour «20 Minutes», 60,2% des Français sont pour introduire le contrôle continu au baccalauréat et 48,1% sont favorables au durcissement de ses conditions d'obtention. p.7

## Sondage Orthorexie

**POLITIQUE** La leçon de transparence de Copé comportait quelques lacunes p.7

**GRAND PARIS** INTERVIEW NKM : « Je veux réduire les impôts des Parisiens » p.2

**UKRAINE** L'Occident cherche à éviter l'escalade en Crimée p.8

**JAZZ** Dix ans après sa mort Nougaro n'a pas d'héritier p.16

**FOOTBALL** Les Bleus visent haut face aux Pays-Bas p.22

**ALIMENTATION** **Trop sain, c'est malsain**  
Pour 35% des Français, l'obsession du diététisme correct peut devenir un problème, selon un sondage exclusif de Yougov pour «20 Minutes» p.6

**PINK MARTINI & THE VON TRAPPS** A Little Dream NOUVEL ALBUM



- Les sondages YouGov sur des sujets de Société font très fréquemment la « Une » de 20 minutes
- En moyenne 8 à 10 articles par mois reprenant les résultats des études YouGov sur le site 20 minutes.fr



# Partenariat Media Opinion



## Sondage Rentrée Scolaire Septembre 2015

**Rentrée scolaire: les achats ont largement commencé, l'heure reste aux économies**

Par AFP — 26 août 2015 à 07:16 (mis à jour à 15:32)



COURTES DE RENTRÉE DANS UN SUPERMARCHÉ DE L'ARNAÏE PRÈS DE TOULOUSE LE 20 AOÛT 2015. PHOTO: JERRY COLOUSSI, AFP

RENTRÉE SCOLAIRE: LES ACHATS ONT LARGEMENT COMMENCÉ, L'HEURE RESTE AUX ÉCONOMIES

Le temps de la course dans les magasins le soir de la rentrée scolaire semble révolu: selon trois études, une très large majorité de Français a déjà largement entamé leurs achats de rentrée, anticipant pour trouver les produits au meilleur prix.


Un premier sondage YouGov pour Ma Rentrée: mené auprès de 1.018 personnes représentatives de la population française les 18 et 19 août, montrait qu'à 13 jours de la date de la rentrée scolaire, 86% des parents avaient déjà acheté une partie des articles de papeterie, livres ou cartables pour leurs enfants.

Une deuxième étude menée par Toluna pour LSA les 23 et 24 août auprès de 2.000 personnes indique que la proportion de Français ayant déjà commencé les achats de fournitures scolaires est de 81%.

## Sondage sur les réfugiés Septembre 2015

**Réfugiés : En France, la mort d'Aylan n'a rien changé**

Par LIBÉRATION — 12 septembre 2015 à 11:43



SCÈNE DE DÉCOUVERTE DU CORPS D'AYLAN KURDI PAR DES POLICIERS TURCS SUR UNE PLAGE DE BODRUM, AU SUD DE LA TURQUIE, LE 2 SEPTEMBRE. PHOTOS: STR. DOĞAN/ANSA/AGENCY, AFP

SELON UNE ÉTUDE YOUGOV POUR LIBÉRATION, LES FRANÇAIS NE SONT PAS PLUS FAVORABLES À L'ACCUEIL DES MIGRANTS DEPUIS LA PHOTO CHOC DU JEUNE ENFANT SYRIEN.

REFUGIÉS : EN FRANCE, LA MORT D'AYLAN N'A RIEN CHANGÉ

Y a-t-il un avant et un après-Aylan dans l'opinion française ? Non, selon un sondage mené pour Libération par YouGov. Depuis que la photo du jeune Syrien a fait le tour du monde, début septembre, le regard sur les réfugiés semblait avoir évolué. Du moins du côté de la classe politique, française et même européenne. En revanche, la population française ne semble pas avoir significativement changé d'opinion.

L'institut a mené deux enquêtes<sup>(1)</sup> : l'une avant la publication de la photo,

## Sondage sur le Grexit Août 2015

**Un Français sur deux croit à un Grexit, sans forcément le souhaiter**

Par Jérémie Lamothe — 7 juillet 2015 à 12:49



DIMONIKIS KON, DEVANT LE PARLEMENT GREC, 2 AÉTHÈNES. PHOTO: AFP

DANS UNE ÉTUDE RÉALISÉE PAR YOUGOV DANS SEPT PAYS EUROPÉENS, UNE MAJORITÉ DE FRANÇAIS SONT PESSIMISTES QUANT AU MAINTIEN DE LA GRÈCE DANS LA ZONE EURO.

UN FRANÇAIS SUR DEUX CROIT À UN GREXIT, SANS FORCÉMENT LE SOUHAITER

Près d'une personne sur deux (49%) interrogée en France par l'institut YouGov, estime «probable» la sortie de la Grèce de la zone euro «dans les six prochains mois». À l'inverse 31% jugent ce scénario «improbable» (1). Selon Lucie Schweizer, chargée de l'étude : «Ce score découle du traitement médiatique du sujet grec. Les médias sont assez pessimistes, les Français ont donc répondu par rapport à ce qu'ils entendent.»

**LES AUTRES EUROPÉENS ENCORE PLUS PESSIMISTES QUE LES FRANÇAIS**

(1) Selon l'Économiste, site internet www.economiste.com/des-sondages/le-grexit

- Les sondages YouGov sur des sujets d'Opinion sont très fréquemment repris dans les colonnes de Libération
- En moyenne 4 à 6 articles par mois reprenant les résultats des études YouGov sur la version papier et sur le site Libération.fr

# La Solution la mieux adaptée aux Etudes RP

## L'Omnibus YouGov...

Conditions préférentielles pour les membres du Syntec RP

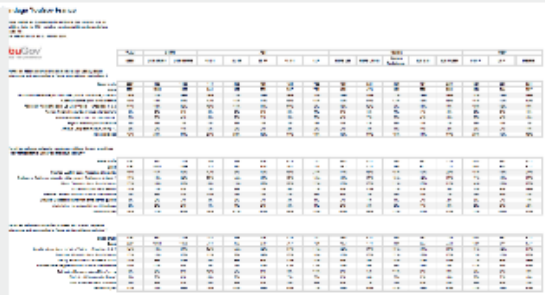
Rédaction du questionnaire et design de l'étude par YouGov

Tous types de questions : Questions à choix simples, à choix multiples, numériques,...

Questions fermées 490€ Questions ouvertes 890€ (codée)

Restitution des informations sous forme de tableau Excel synthétique:

Tris par :  
sexe, âge, CSP, régions, activité et statut familial.



Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Age	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75-84	85-94	95-104	105-114	115-124	125-134	135-144	145-154	155-164	165-174	175-184	185-194	195-204	205-214
Sexe	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
CSP	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Région	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Activité	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Statut familial	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

Omnibus International : Obtenir une vision mondiale et comparer des résultats sur plusieurs pays.

# Service 48h

1000 PERSONNES INTERROGÉES RÉSULTATS EN 48h

Répondants: 1,000 français majeurs (18+), représentatifs de la population

Fréquence: tous les jours (lundi au vendredi)

Résultats livrés: en 48h (du lundi au vendredi)

Coût: 490€ /question standard\*, pas de droit d'entrée, ni de nombre minimal de questions

Possibilité d'intégrer des contenus multimédia : Images, sons, vidéo, simulations 3D

# Etude de cas



# Thème : L'assurance-vie



**Contexte de l'Étude**  
Montrer que L'Assurance-Vie est le placement préféré des Français  
**Objectifs de l'étude**  
Créer du contenu destiné aux médias

**De nombreuses Reprises Presse dont :**



**Pourquoi les Français plébiscitent l'assurance-vie**

Le placement est le produit d'épargne préféré des Français selon un sondage réalisé par Yougov France pour Fortuneo. Les épargnants sont surtout attirés par la sécurité financière qu'offre l'assurance-vie.

Ce n'est pas une révélation: l'assurance-vie a plus que jamais le vent en poupe. L'an passé, les assureurs ont presque doublé leur collecte, engrangeant 21 milliards d'euros contre 11 milliards en 2013.

Et l'affection des Français pour l'assurance-vie ne semble pas prête de s'estomper puisque ce placement est tout simplement le préféré des épargnants, selon une étude de YouGov pour la banque Fortuneo publiée ce...

A voir aussi



**L'ASSURANCE-VIE, LE PLACEMENT PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS**

51% des Français préfèrent l'assurance-vie

€ ÉPARGNER POUR UN...  
TOUTES LES PÉRIODES  
DES VOS VIES

L'ASSURANCE-VIE: PRODUIT D'ÉPARGNE PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS

À TOUTES LES ÉTADES DE LA VIE, LES DÉTENTEURS D'ASSURANCE-VIE RECHERCHENT UNE ÉPARGNE SÛRE AVEC UN FORT DE RETOUR FINANCIER POUR EN FAIRE GOUÛT

LES AVANTAGES DE L'ASSURANCE-VIE: UN PLACEMENT SÛR, UN RETOUR FINANCIER ÉLEVÉ, LA FLEXIBILITÉ DE LA CÉLÉBRATION, LA SÉCURITÉ FINANCIÈRE, LA TRANSMISSION, LA PROTECTION DES BÉNÉFICIAIRES.

VousGov



# Thème : La vie de couple



**Contexte de l'Etude**  
Les premières fois et le temps que mettent les Français à franchir chaque étape de la vie de couple

**Objectifs de l'étude**  
Créer du contenu destiné aux médias

**De nombreuses Reprises Presse dont :**

GRAZIA BIBA HUFF POST

COSMOPOLITAN minutes marie claire



## Deux mois et demi suffisent aux Français pour dire "je t'aime"

Par Lucile Quillet | Le 09 novembre 2015



Une étude YouGov pour le site de rencontres Meetic lève le voile sur les premières fois et le temps que mettent les Français à franchir chaque étape de la vie de couple.

Qu'elles soient ratées ou idylliques, les premières fois ont une place de choix dans la mythologie conjugale. On les racontera avec émotion et/ou humour aux amis, puis aux enfants, parfois en enjolivant la réalité. Premier rendez-vous, premier baiser, premier « je t'aime »... Les premières fois sont mémorables, encore plus si elles arrivent dès le premier jour ou, au contraire, après des années de réflexion. C'est ce temps de l'amour que questionne une récente étude de l'institut de sondage YouGov pour le site de rencontres Meetic France, menée auprès de 1 002 personnes. Combien de temps prennent les Français, réputés si volages, pour embrasser, câliner, aimer et s'engager ? Les réponses sont surprenantes.



### 13 jours pour s'embrasser

Embrassez qui vous voudrez, peut-être, mais pas tout de suite. Les Français semblent aimer les rendez-vous amuse-gueule où l'on se dévore du regard avant d'embrasser à bouche que veux-tu le ou la désiré(e). D'après les résultats du sondage, le premier baiser entre deux nouveaux partenaires a lieu en moyenne au bout de deux semaines, treize jours très exactement. De quoi frustrer les 10% de



# Thème : Les vacances des Français



**Contexte de l'Etude**  
Comprendre le comportement des Français dans leur choix de vacances

**Objectifs de l'étude**  
Générer des Reprises Presse

**De nombreuses Reprises Presse dont :**



**20 minutes**  
bons plans de vol | Festivals  
**Faire le tour des festoches, fastoche.**  
Retrouvez les bons plans Transavia sur [20minutes.fr](http://20minutes.fr)  
transavia  
www.20minutes.fr | Lundi 22 Juin 2015 | #2001

**GRAND PARIS**  
**PATRIMOINE**  
L'archéologie fait surface à La Courneuve P.3

**ECONOMIE**  
La zone euro veut éviter la sortie de la Grèce P.9

**MUSIQUE**  
Le concert de Bruel à l'Opéra diffusé sur France 2 P.16

**FOOTBALL FÉMININ**  
Après la Corée, la France défilera l'Allemagne P.26

**VACANCES**  
**Rendez-vous en terrain connu**  
Selon un sondage YouGov pour Airbnb, dévoilé par «20 Minutes», plus d'un tiers des Français passeront leur été au même endroit qu'en 2014. P.6

**1 GAGNANT toutes les 20 MINUTES !**  
JOUEZ VITE au 34 07\* ou envoyez par SMS CHANCE au 71 036\*\*  
1 appel = 1 chance de plus lors du tirage au sort final!

# Gérez les crises de manière optimale via l'analyse de l'opinion en temps réel dans BrandIndex





**Et si vous étiez capable d'instaurer un dialogue  
en continu avec vos clients/conso & cibles  
et donc...**

**De suivre votre/vos marques EN TEMPS REEL**

**De mesurer et comprendre la pertinence de  
TOUTES VOS ACTIONS MARKETING &  
COMMUNICATION**

**D'obtenir cette information QUAND VOUS EN  
AVEZ BESOIN**

**D'accéder à ces résultats EN QUELQUES CLICKS**

**D'en tirer des enseignements pour PILOTER AU  
MIEUX votre activité et votre communication**

**En FRANCE et dans le MONDE**

**YouGov**

# BrandIndex: qu'est-ce que c'est?

Plateforme online mesurant la perception des marques et toutes les actions marketing et communication qui leur sont dédiées

En continu: càd accéder à l'information quand vous en avez besoin

## PANELISTES YOUTOV



## ETUDES SYNDIQUES



YOUGOV BASE DE DONNEES

## Plateforme online / Tableaux de bord



## Données exportables

Region Sector Filter Brand	US					
	Internet Sites					
	Gender: Female, Income: \$100K+					
	Google					
	Standard	Proportional	Positive	Negative	Neutral	Total
05-01-2009	65.4	80.2	120	13	30	164
05-04-2009	67.2	81.2	127	13	29	170
05-05-2009	68.2	81.6	131	13	28	172
05-06-2009	67.0	81.2	128	13	30	171
05-07-2009	69.7	81.9	129	13	25	167
05-08-2009	68.5	81.4	126	13	26	165
05-11-2009	69.0	81.6	127	13	25	165

# La méthodologie BrandIndex

## PANELISTES YUGOV



## ETUDES SYNDIQUEES



## YUGOV BASE DE DONNEES

Tous les jours en France (7/7) plus de 560 marques, réparties en 18 secteurs, sont évaluées via ~1'000 interviews

Càd ~18'000 interviews par marque/secteur par an

Chaque marque est évaluée par un **échantillon représentatif de la population générale 18+** (genre/âge/région/CSP)\*

Le questionnaire en ligne (7min) présente les marques dans leur univers concurrentiel

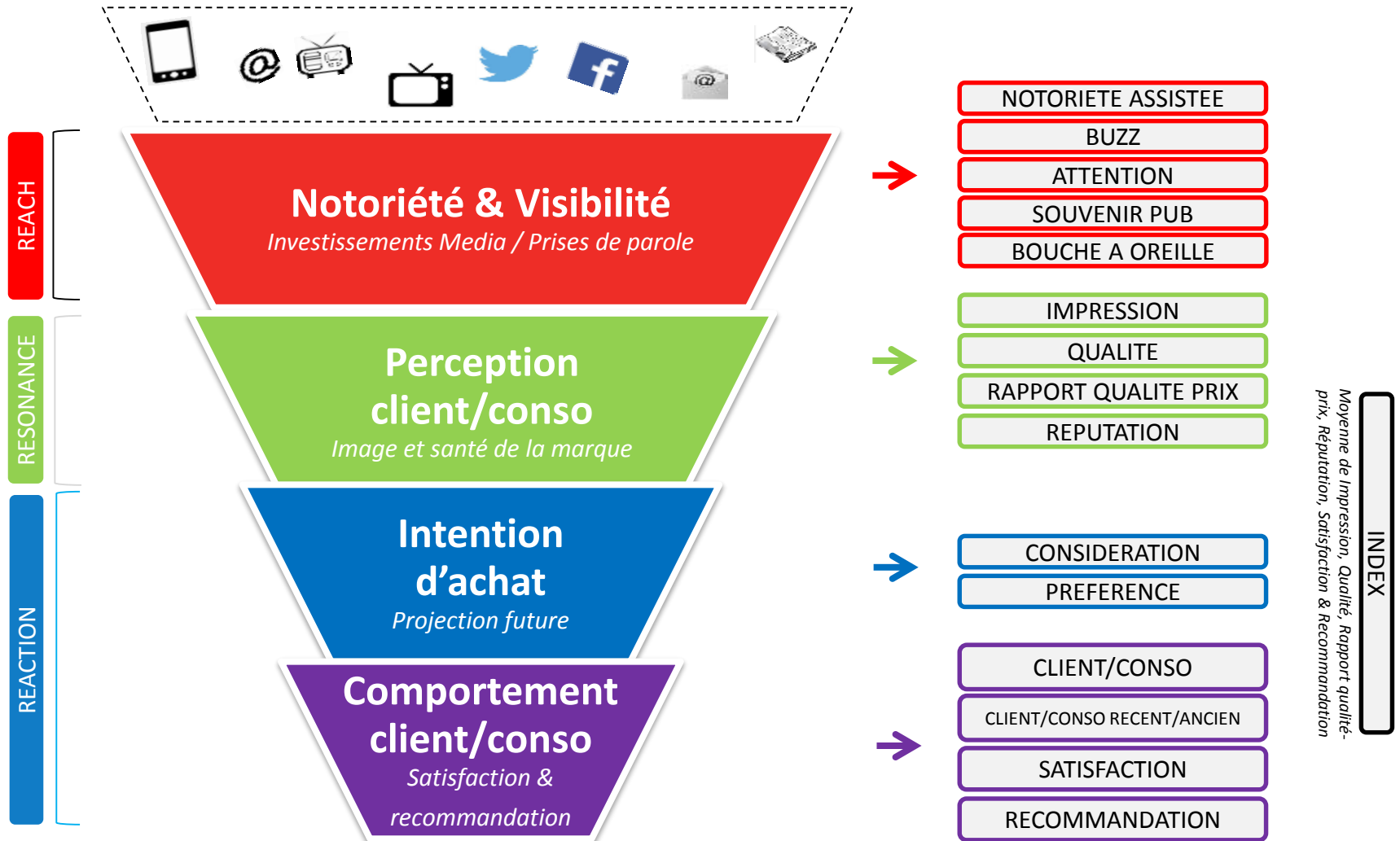
Les répondants évaluent les marques qu'ils connaissent selon **16 indicateurs** de façon à couvrir le funnel marketing et suivre l'évolution de :

- ✓ **La notoriété et la visibilité de la marque (investissement médias)**
- ✓ **L'image et la santé de la marque**
- ✓ **L'intention d'achat/souscription**
- ✓ **Le comportement du client/conso (ancien, récent, satisfaction et recommandation)**

Ces données sont disponibles via une **plateforme online**, accessible à tout moment, depuis n'importe quel ordinateur et facilement **exportables**

*\* A partir du panel de répondants YouGov France (~155'000 personnes). Les panelistes sont sélectionnés aléatoirement en fonction de quotas préétablis visant à assurer la représentativité de l'échantillon*

# 16 indicateurs pour couvrir l'ensemble du funnel marketing



**POSSIBILITE D'AJOUTER DES ITEMS EN FONCTION DE VOS BESOINS**

# Collecter des informations essentielles au pilotage de votre marque

## ✓ Mesurer et analyser vos campagnes publicitaires/prises de parole/partenariats/sponsoring

- Vos campagnes ont-elles été visibles? REACH
- Ont-elles été bénéfiques pour votre marque? RESONANCE
- Ont-elles impacté sa considération ? REACTION
- Quel retour sur investissement? ROI

## ✓ Evaluer les performances de ces campagnes

- Vs vos campagnes passées
- Vs vos concurrents
- Vs la moyenne de votre secteur

## ✓ Comprendre comment vos clients/conso & cibles se comportent

- Analyse de la volatilité de vos clients/conso
- Suivre l'évolution du recrutement
- Mieux comprendre le comportement et les attentes de vos clients/conso & cibles
  - Le cas échéant via des questions additionnelles





# Faciliter et optimiser la communication autour de votre marque

## ✓ Diffuser l'information en interne

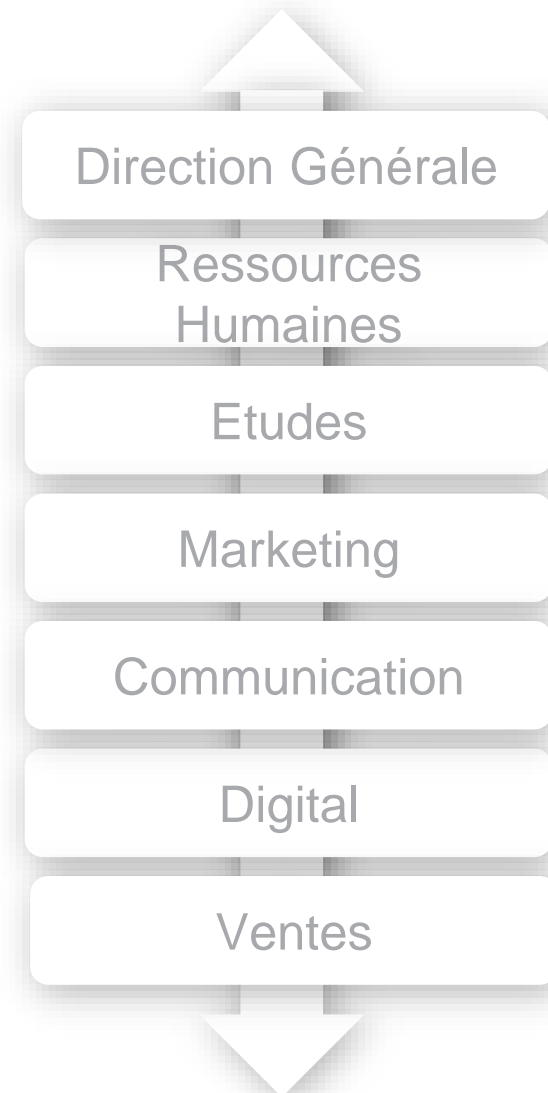
- Tableaux de bord recap (à définir ensemble)
- Analyses mensuelles/trimestrielles, revues de performance, etc.

## ✓ Communiquer en externe

- Utiliser les insights BrandIndex auprès de vos clients/conso, partenaires, franchisés, etc.

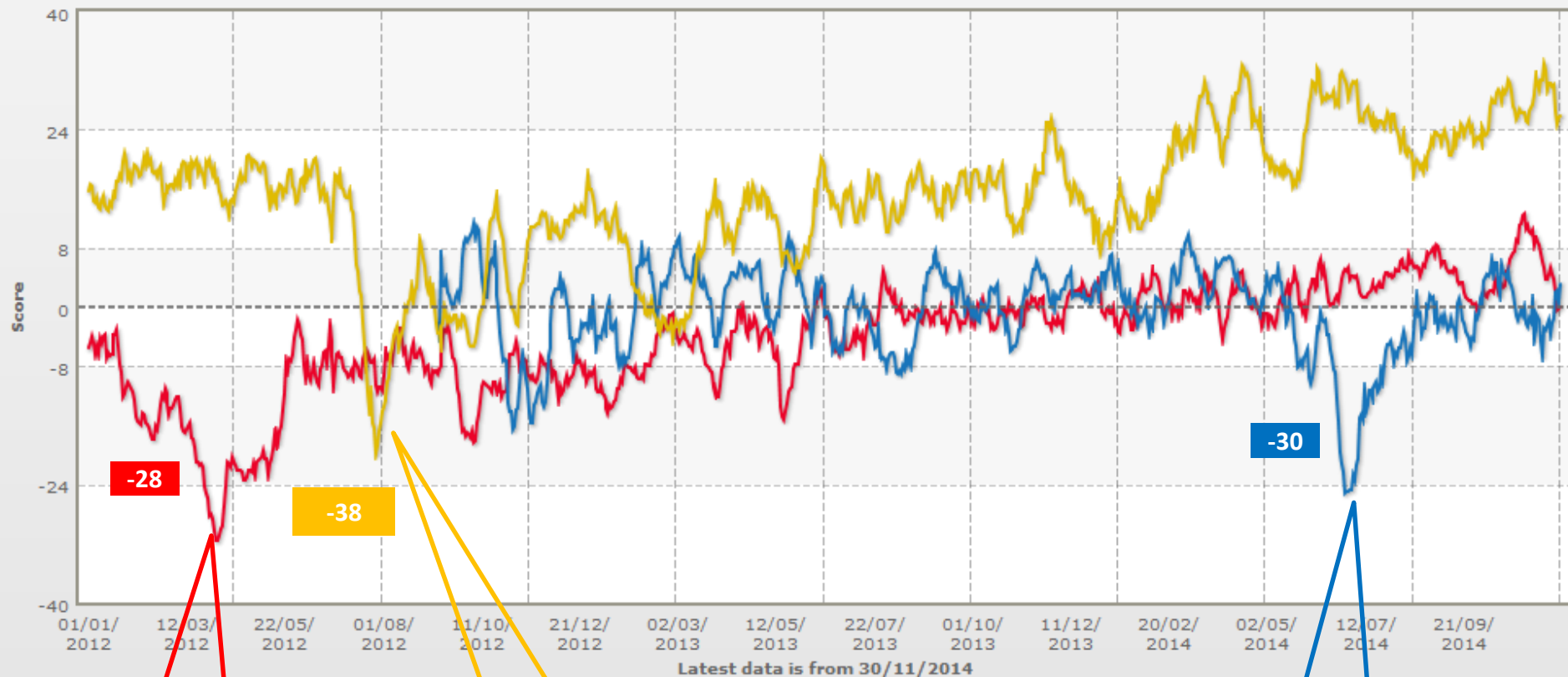
## ✓ Gérer vos temps forts/temps faibles

- Vos clients/conso & cibles ont-ils entendu parler du buzz positif/négatif?
- Quel impact pour votre marque?




# Quelle crise a été la plus marquante pour les français?

Au cours des DEUX DERNIERES SEMAINES, pour quels constructeurs automobiles avez-vous vu, lu ou entendu quelque chose de POSITIF/NEGATIF (que ce soit dans l'actualité, au travers d'une publicité, sur Internet ou en parlant avec vos amis ou votre famille) ?

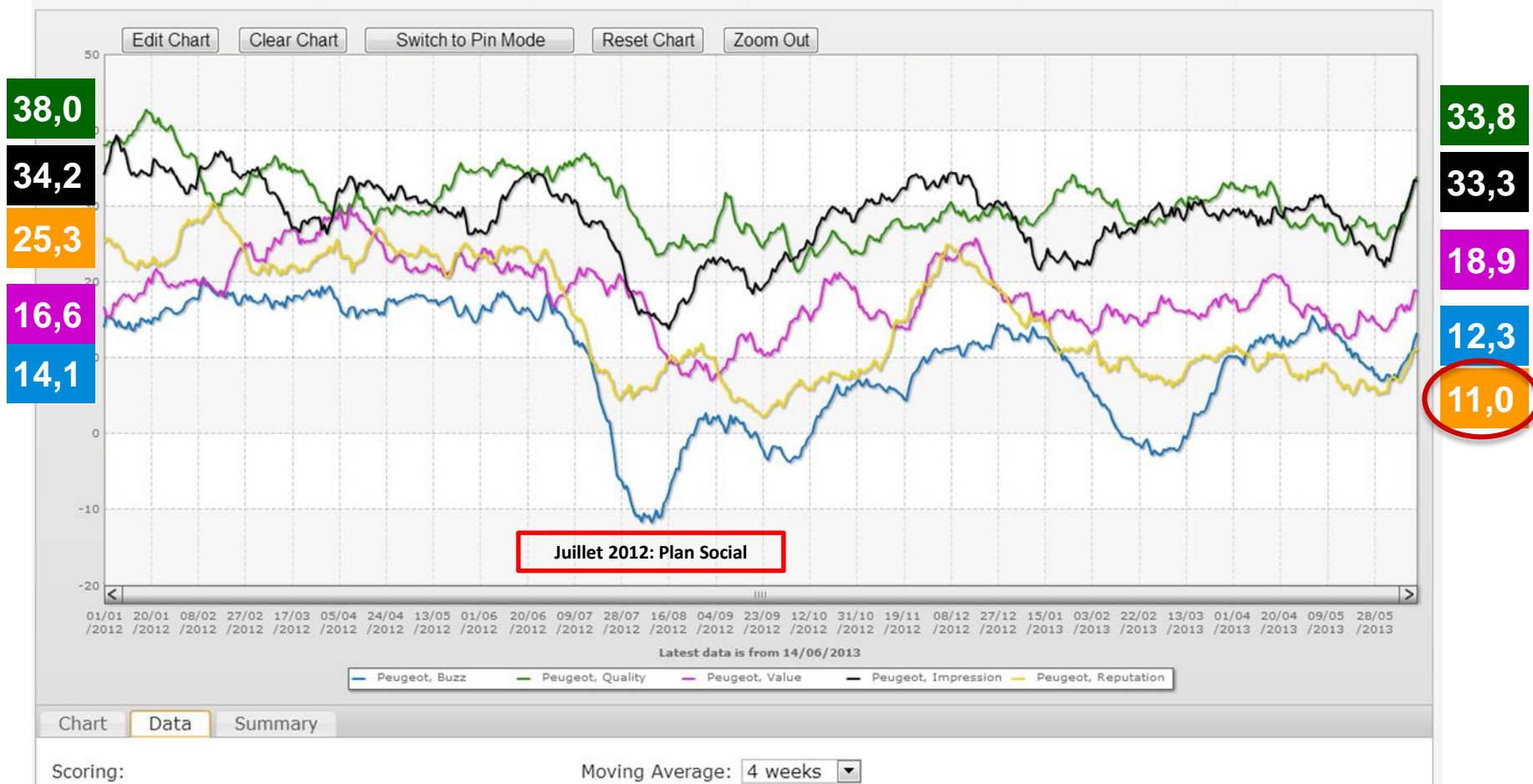


 **Avril 2012 :  
Fuite d'Elgin**

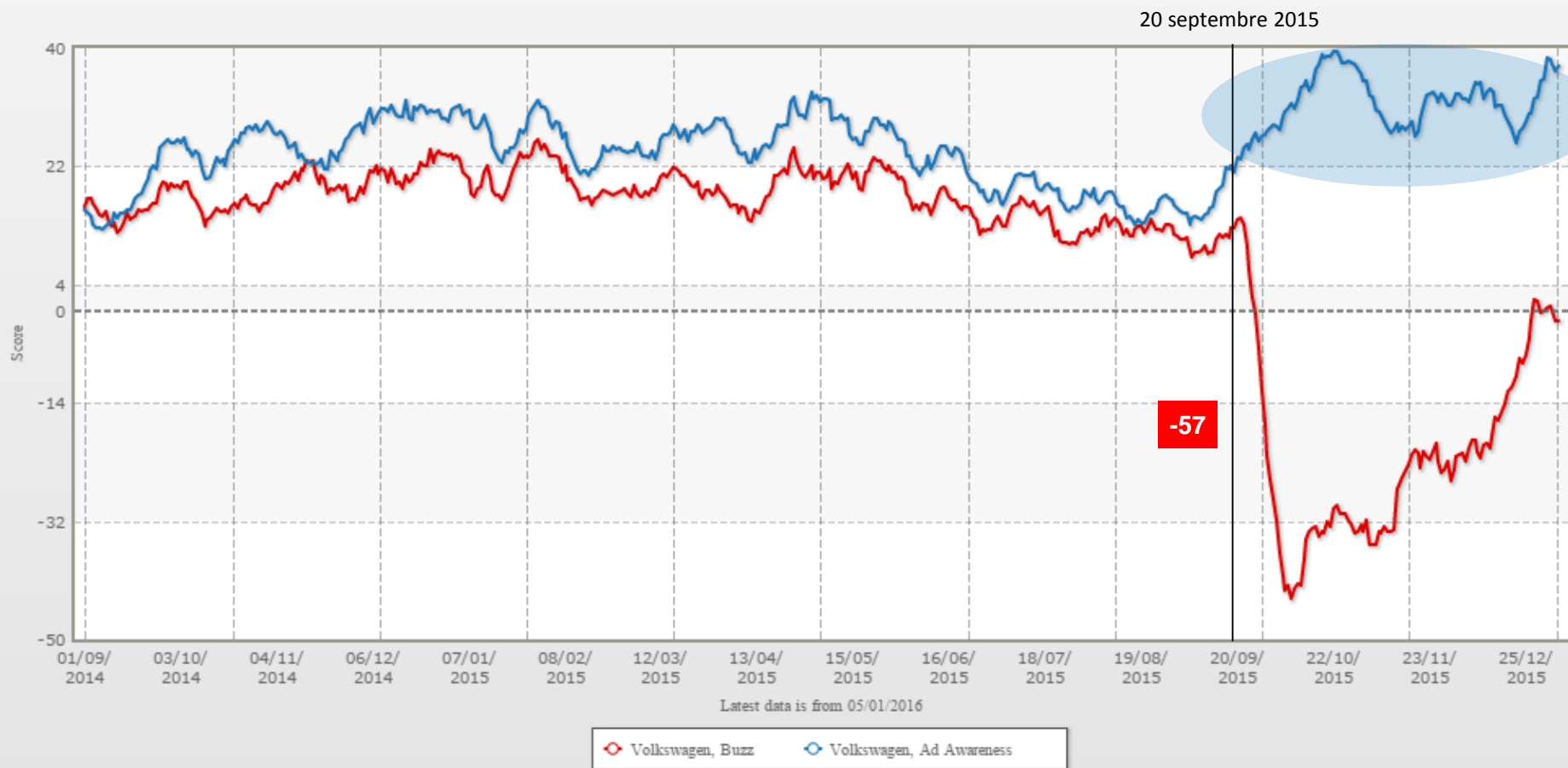
 **Juillet 2012 :  
Plan Social**

 **Juin 2014:  
Grève des conducteurs**

# Quel impact pour Peugeot sur le long terme?



# L'impact du scandale Volkswagen sur la marque (1/2)



Moyenne glissante = 2 semaines, N moyen = 730

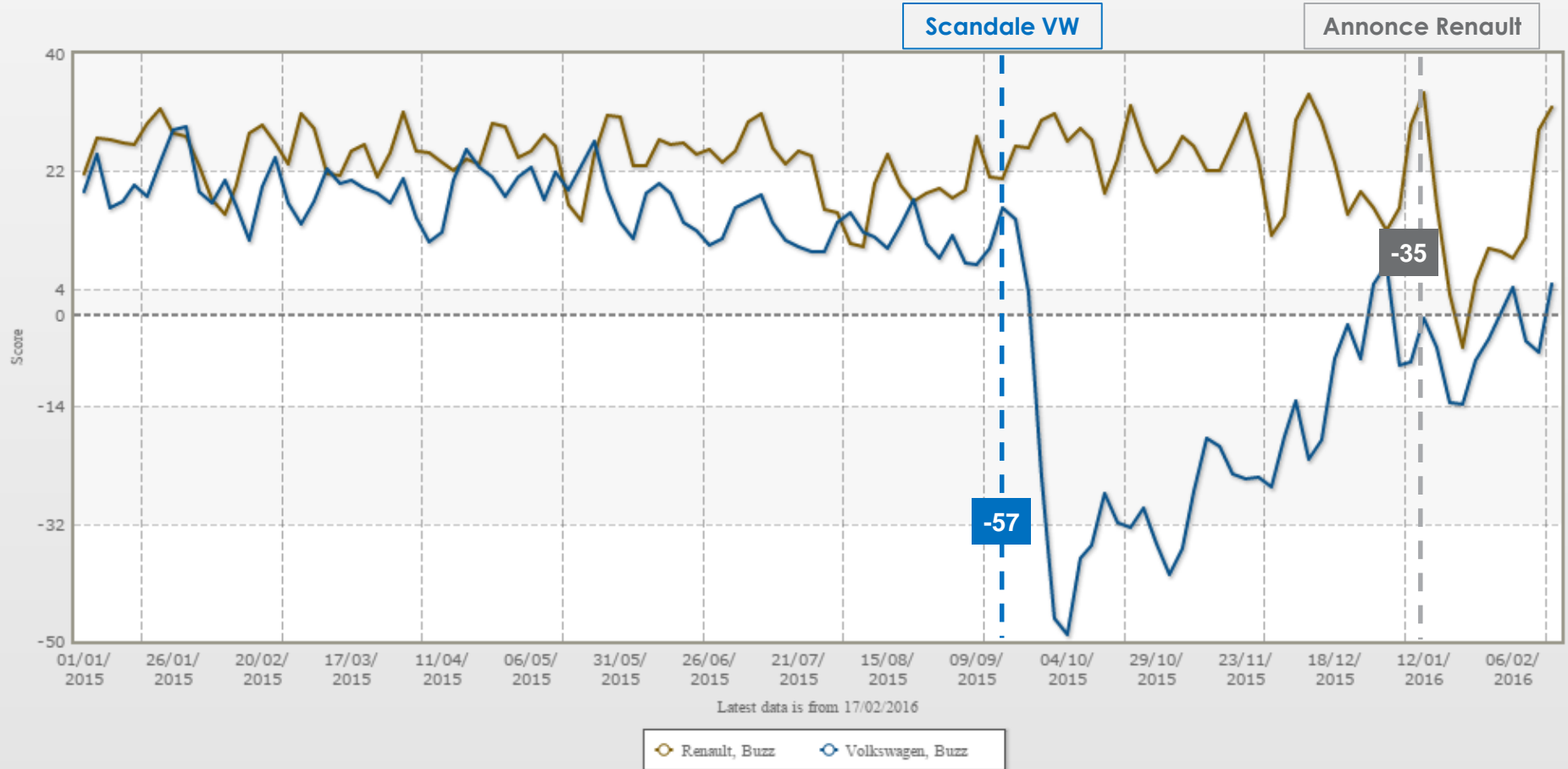
# L'impact du scandale Volkswagen sur la marque (2/2)

20 septembre 2015



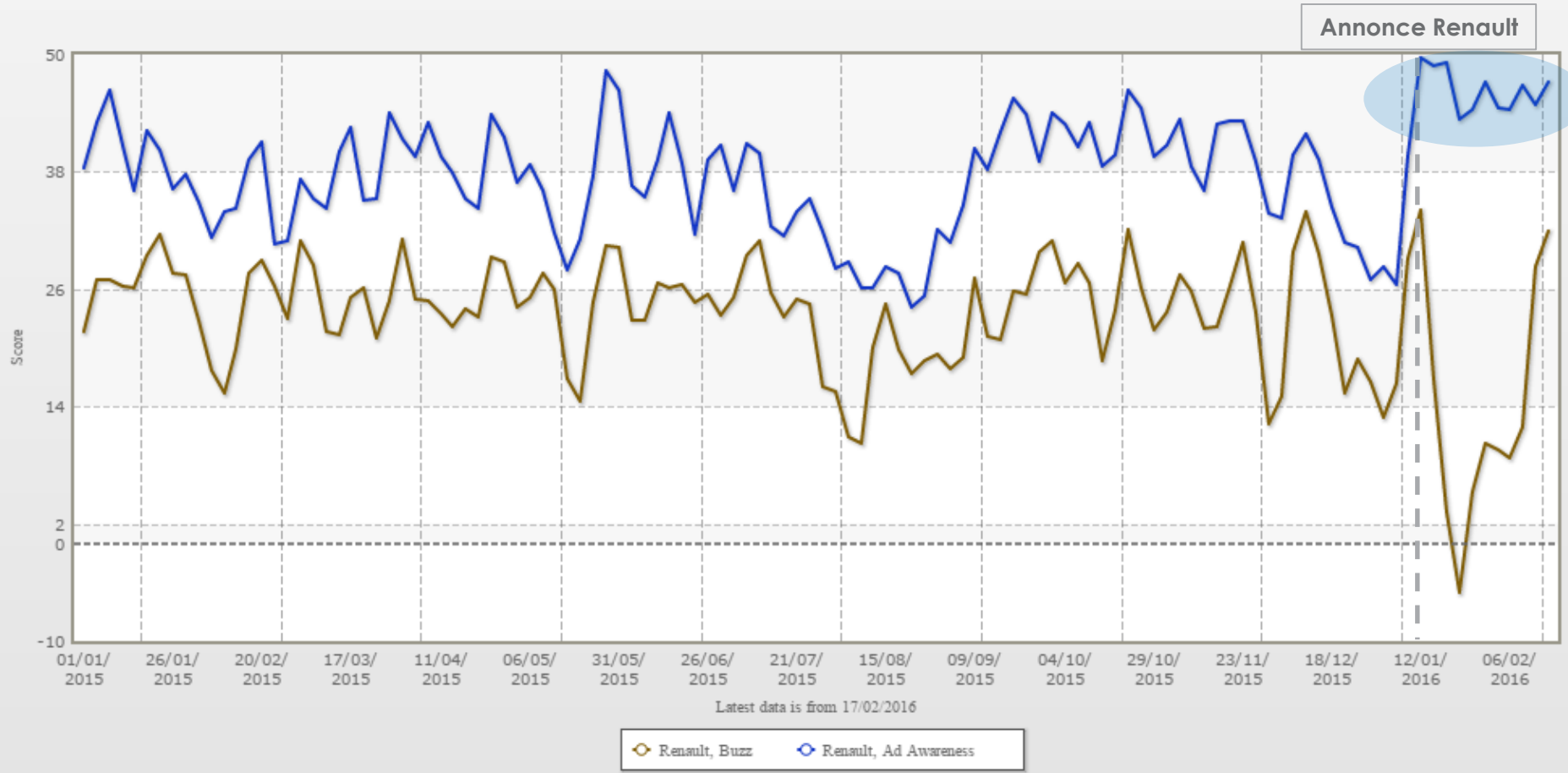
Moyenne glissante = 1 semaine, N moyen = 365

# Quid de Renault? (1/3)



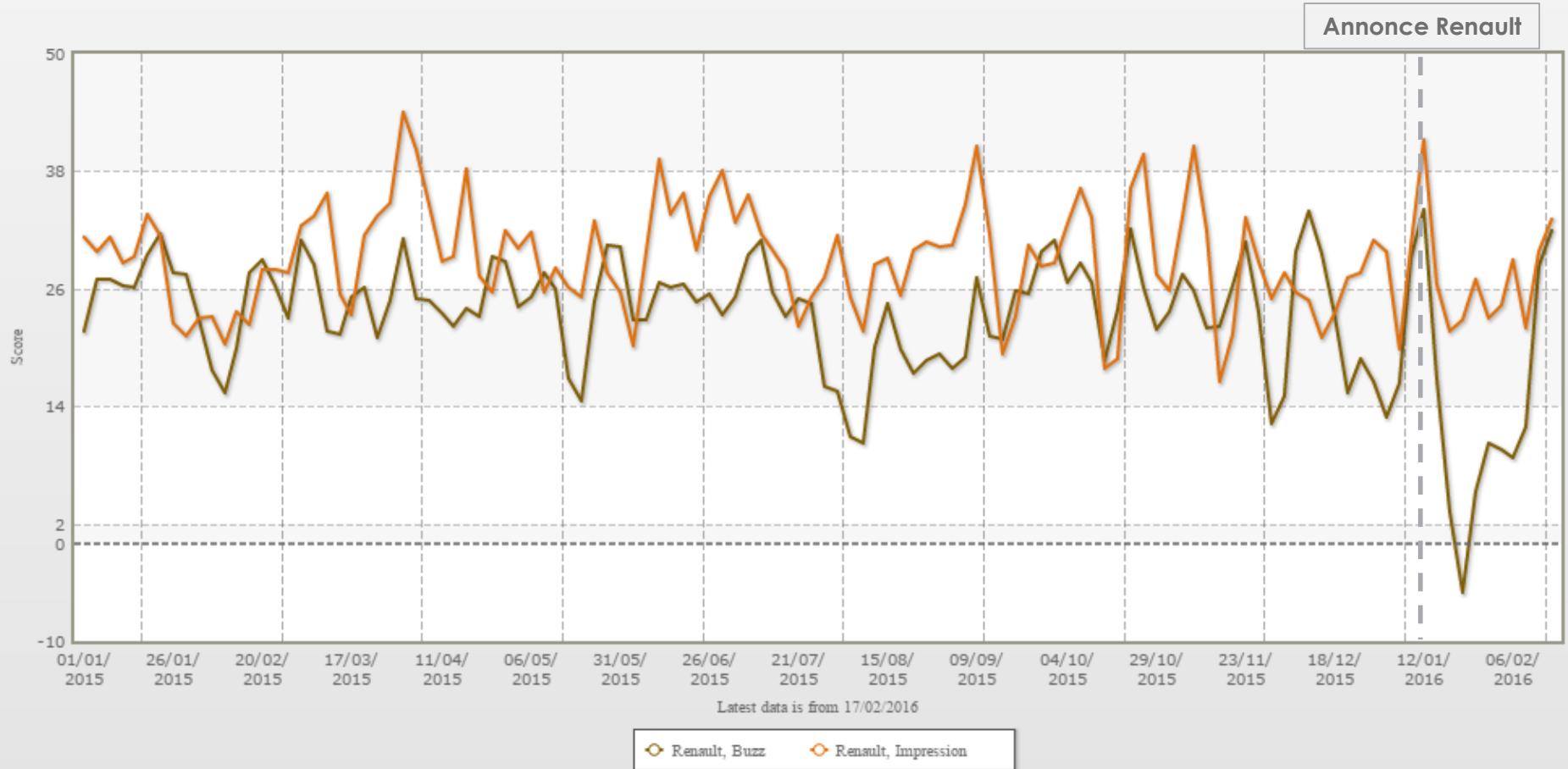
Moyenne glissante = 1 semaine, N moyen = 370

# Quid de Renault? (2/3)



Moyenne glissante = 1 semaine, N moyen = 370

# Quid de Renault? (3/3)



Moyenne glissante = 1 semaine, N moyen = 370



# Nous Contacter



**Alexandre Devineau**  
Head of BrandIndex France  
alexandre.devineau@yougov.fr

**Tel: +33 (0)1 84 16 98 49**

**Aron Elbase**  
Business Development Executive  
aron.elbase@yougov.com

**Tel: +33 (0)1 86 95 01 82**



**Jean-Romain Lehr**  
Associate Director  
jean-romain.lehr@yougov.fr

**Tel: +33 (0)1 84 17 25 24**



**Julien Chevignon**  
CEO France  
julien.chevignon@yougov.fr

**Tel: +33 (0)1 84 16 98 50**

