

# ÉTAT DE L'OPINION, QUELLES TENDANCES, QUELS ENJEUX POUR DEMAIN ?

## LES PERCEPTIONS DES FRANÇAIS AU DÉBUT DU QUINQUENNAT

→ **EMPLOI**  
DES PROGRÈS  
RECONNUS



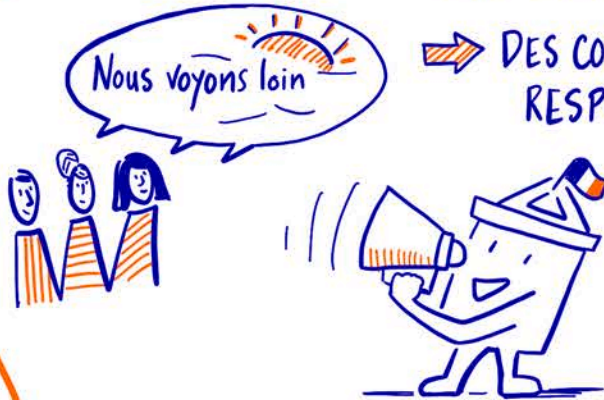
→ **SOCIAL** !  
LES ACTIONS  
NE SONT PAS CONNUES  
— ET SURTOUT —  
PAS ATTRIBUÉES  
À L'ÉTAT

Les Français  
sont frieux dès  
qu'on touche aux  
questions de **SOLIDARITÉ**



## LES ASPIRATIONS DES FRANÇAIS

→ DES COMPORTEMENTS  
RESPONSABLES



COMMUNIQUER  
COMME INSTITUTION...  
**ÇA MARCHE !**

LA MARQUE DE L'ÉTAT  
APPUIE LA **LÉGITIMITÉ**



→ MAIS LES ATTENTES  
SONT PARFOIS  
DÉMESURÉES

## LES ENQUÊTES EUROPÉENNES

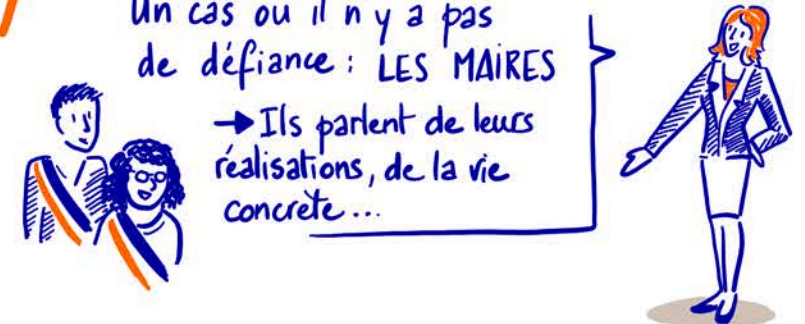
→ MONTRENT UNE **DÉFIANCE**  
DES FRANÇAIS VIS-À-VIS DES INSTITUTIONS

→ MAIS ils ont **CONFIANCE** EN L'ÉTAT  
POUR FAIRE ÉVOLUER LA SITUATION  
DE FAÇON POSITIVE

→ ET **SATISFACTION** PAR RAPPORT  
AUX SERVICES PUBLICS  
en particulier **SANTÉ** et **EMPLOI**



Un cas où il n'y a pas  
de défiance : LES MAIRES  
→ Ils parlent de leurs  
réalisations, de la vie  
concrète...



→ UNE SORTE DE SACRALISATION  
DU POUVOIR EN FRANCE

→ Conjugée à des attentes très fortes  
cela peut créer une **DÉCEPTION**

# IL FAUT RASSURER

APPORTER  
DE L'**ÉNERGIE**  
Compréhension  
de ce qu'on demande  
de faire par les citoyens

LE REGISTRE DE L'**ÉMOTION**  
permet une meilleure réception  
de la part des publics jeunes

C'EST L'**ENJEU** DE LA  
COMMUNICATION DE L'ÉTAT

**SOLIDARITÉ** Montrer des actions concrètes  
qui vont dans le même sens

LES FRANÇAIS SONT EN RECHERCHE DE **SENS** → LA COMMUNICATION PEUT DONNER LE SENS DE L'ACTION DE L'ÉTAT