

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

LES PERCEPTIONS DES FRANÇAIS AU DÉBUT DU QUINQUENNAT

→ **EMPLOI**
DES PROGRÈS
RECONNUS

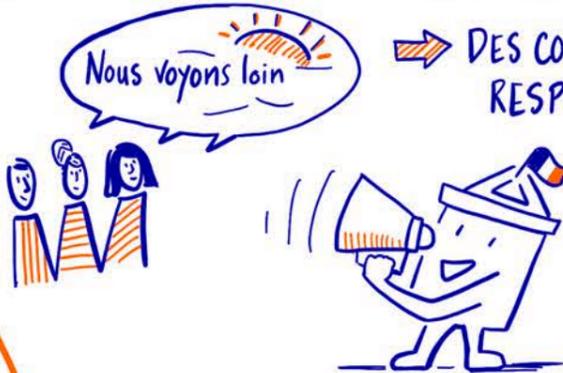
→ **SOCIAL** !
LES ACTIONS
NE SONT PAS CONNUES
— ET SURTOUT —
PAS ATTRIBUÉES
À L'ÉTAT

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

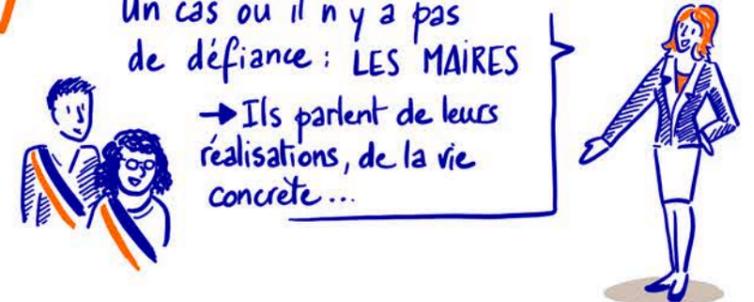
LES ENQUÊTES EUROPÉENNES

→ 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