

NOTE
A MONSIEUR LE PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE

S/C DE MONSIEUR LE SECRETAIRE GENERAL

OBJET : bilan opinion (1) : mémorisation de l'actualité politique du dernier trimestre

Le SIG a mesuré chaque semaine, entre la rentrée et le 5 décembre (juste avant la présentation de la loi Macron) ce que les Français avaient retenu de l'actualité immédiate (questions ouvertes, sans réponses suggérées).

Les courbes établies à partir de ces données donnent un aperçu de l'ambiance dans laquelle a baigné l'opinion ces 4 derniers mois (nous n'avons conservé que les faits ayant dépassé 2% de mémorisation deux fois de suite).

1. Action du gouvernement : peu de choses.

- La modulation des allocations familiales est la seule mesure qui ait réellement percé (la plupart des verbatims sont positifs). Sans cela, le bilan aurait été très plat.
- La réforme des rythmes scolaires a été citée à la rentrée – lorsqu'elle s'est inscrite dans le quotidien des Français – ; avec des remarques plus mitigées et relativement peu nombreuses par rapport au nombre de personnes concernées ; comme si cette réforme avait finalement aux yeux des Français assez peu d'importance (pas suffisamment pour qu'ils la citent spontanément souvent).
- Deux reculs ou annonces non suivies d'effet ont été notés : le report de l'écotaxe (autant commenté que les rythmes scolaires), et la gratuité des autoroutes le week-end (qui se retrouve encore parfois comme une annonce non-démentie dont on attend la concrétisation).
- La politique fiscale, très présente dans les représentations, constitue un flux faible mais constant de citations, avec quelques pointes au moment des annonces de baisses d'impôts à la rentrée par le PM, puis après l'émission du 6 novembre (pause fiscale en 2015). Presque tous les commentaires dénotaient une incrédulité, voire une crainte de transferts fiscaux masqués - ce terrain reste extrêmement difficile pour des annonces.
- Enfin, la grève à Air France et l'attitude de fermeté du gouvernement a été remarquée (comme auparavant la grève à la SNCF, mesurée par des quantis), signe que l'opinion supporte de plus en plus mal des revendications corporatistes dans un contexte où les représentations sont celles d'un pays bloqué dont l'immobilisme accélérerait la chute.

En creux, ressort la liste de toutes les réformes, débats, actions ou évènements qui ont glissé à travers l'actualité sans avoir accroché l'opinion.

A noter que le Pacte de responsabilité semble s'être éloigné des mémoires faute de résultats, mais non sans regrets (visible en quali, sur relance : « *je ne l'avais plus en tête / je ne sais plus / ça n'a pas bien marché, c'est dommage / certaines entreprises ont rebroussé chemin, ça ne se goupille pas aussi bien qu'on l'aurait souhaité / c'est même pas encore finalisé, et puis est-ce que les entreprises vont jouer le jeu ?* » - sympathisants de gauche).

2. Actualités politiques : de plus en plus de lassitude.

- L'actualité politique de la majorité a été marquée bien sûr par le remaniement de la rentrée (surprise et interrogations sur son sens), puis par la petite réminiscence du vote de confiance.

Le flux continu de remarques sur l'actualité de la majorité concerne surtout (i) la gestuelle du Premier ministre (déclarations, présence médiatique, postures) avec quelques moments plus visibles que d'autres (la répétition des « *j'aime l'entreprise* », le discours à Londres, ...); et (ii) les débats au sein de la majorité et du PS qui provoquent quasi-systématiquement une réaction de rejet (incompréhension que l'on s'adonne à des jeux personnels ou que l'on perturbe l'action de son propre camp alors que la situation est aussi grave).

- Le Président est peu visible sur la période, en dehors de l'émission avec les Français sur TF1 et de la publication du livre de V. Trierweiler.
- N. Sarkozy conserve sa capacité à « écraser l'actualité » : il a fortement marqué les Français chaque fois qu'il s'est adressé au grand public (deux plus hauts scores de la période après le remaniement) - preuve qu'il ne s'est pas banalisé - ; mais l'enthousiasme ou les craintes s'érodent dans les verbatims au profit de formes de désillusions et de réticences (il n'est pas attendu ; pas envie de rejouer le match)
- En toile de fond : (i) les « affaires », qui ont constitué un flux continu de citations, avec une visibilité très forte de l'affaire Thévenoud qui a persisté sur la durée et a été relancé à chaque nouvel épisode (à un niveau moindre) ; (ii) et les polémiques alimentées par les médias (Sivens, déjeuner avec F. Fillon) qui ont provoqué un net effet de saturation et de rejet du système médiatique.

Et, en continu, un flot relativement important de commentaires négatifs déplorant d'une façon générale un système politique autocentré et détaché des réalités ; l'accent mis par les médias sur les jeux politiques ou les « chamailleries » qui n'intéressent pas ; les diversions des vraies priorités ; le sentiment des Français que personne ne comprend ce qu'ils vivent ni ne parle de leurs priorités. La fréquence de ces verbatims est sur la période aussi élevée que les commentaires sur les difficultés économiques, le chômage et le pouvoir d'achat. Ce terreau nourrit à la fois les demandes de renouvellement et de populisme.

3. La courbe « rien » : symptôme de la fatigue médiatique et politique croissante.

C'est souvent la première réponse des Français. Seuls quelques événements ont réussi, de manière ponctuelle, à la dépasser (remaniement ; publication du livre de V. Trierweiler ; retour de N. Sarkozy ; affaire Thévenoud ; assassinat de H. Gourdel).

4. Actualité internationale : anxiogène.

Elle n'est pas secondaire en visibilité par rapport à la politique intérieure ; et reste marquée par ce qui stupéfie ou inquiète : les assassinats d'otages ; la situation conflictuelle au Moyen-Orient et le risque jihadiste ; Ebola ; la crise Russo-Ukrainienne (et son épigone des Mistrals). Le besoin d'être rassuré pourrait à terme se faire sentir.

Quelques conclusions partielles :

➤ *Grandes difficultés de l'opinion à retenir quelque chose de la lessiveuse médiatique. Ce qui semble fonctionner :*

- *Du temps (répétition des messages, à travers des relais, en feuilletonnant) - les étoiles filantes ne retiennent pas l'attention - ; une installation continue (cf. réforme territoriale : n'a jamais percé mais les Français savent qu'elle existe).*
- *Un acte marquant : marquent essentiellement le contre-pied (« j'aime l'entreprise » de Valls) et la polémique (les contestations du Medef du compte pénibilité).*

La polémique ne doit cependant pas être vue comme dérisoire (cf. frondeurs : n'ont jamais réussi à se faire entendre de l'opinion – malgré leur exposition médiatique – car vus comme des jeux politiques).

Et même dans ce cas, souvent besoin de prolonger un premier acte pour qu'il imprime ; et le réactiver régulièrement par des piques de rappel (cf. mesures populaires de début de mandat oubliées : retraite à 60 ans pour les carrières longues, baisses des rémunérations du gouvernement etc.).

- *Inscrire le geste dans un cadre de représentations préexistantes. Les gens ne réfléchissent pas rationnellement mais par analogie, et « zappent » les informations qui ne rentrent pas dans leurs représentations (cf. théories récentes de sciences cognitives de Damasio ou Lakoff). Il ne s'agit plus seulement de faire du « storytelling » (raconter des histoires ne suffit pas), mais d'inscrire notre gestuelle dans un cadre de valeurs « émotionnelles » ou d'attentes.*

Cf. les allocations familiales : la modulation est saisie car s'inscrit dans un cadre de valeurs simples (« donner moins à ceux qui en ont le moins besoin »). En négatif : le recul sur l'écotaxe est entendu car conforte l'image « ce gouvernement est indécis ».

A l'inverse, des mesures pourraient être retenues mais ne le sont pas car sont entendus les « comment » plutôt que les « pourquoi » (ex. : droits rechargeables plutôt que sécurité des parcours) ; ou ne font pas échos aux attentes préexistantes (ex. des économies budgétaires où les Français regardent d'abord le train de vie de l'Etat : nous ne parviendrons pas à faire entendre l'ampleur de l'effort sans mettre en avant d'abord ce que nous avons fait pour nous-même).

➤ *La défiance envers les médias joue également : comment développer des canaux directs en direction des Français (qui restent sensibles à l'image du Président pour autant qu'ils y soient exposés directement) ; et des relais extérieurs politiques mais aussi non politiques (la parole politique génère des suspicions permanentes : utilité de s'appuyer sur des relais externes crédibles - ex. : témoignages de petits patrons sur le Pacte) ?*

➤ *Peut-on ancrer nos propres « mots-cadres » ? Les gens ne mémorisent pas la dénomination que nous donnons à nos réformes : lorsqu'ils en parlent, c'est avec des mots plus compréhensibles qu'ils inventent mais qui ne sont ni stables, ni partagés, donc ne forment pas un référent commun (ex. : on voit rarement dans les verbatims « la réforme territoriale » mais « ils s'attaquent au mille-feuille »). Nous pourrions nous-même tenter de stabiliser pour chaque réforme un ou deux concepts (« le regroupement des régions », « la réduction du mille-feuille », « passer de 20 à 13 régions », ...) et tenter de les implanter pour augmenter la mémorisation.*

Mémorisation continue de l'actualité / septembre - décembre

