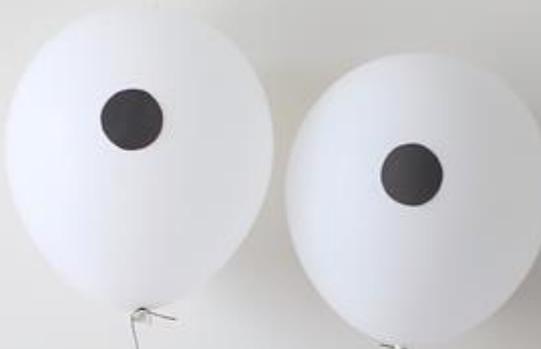


L'envie, un levier pour la communication publique ?

Janvier 2025





Pourquoi nous nous sommes
intéressés à **l'envie** dans la
communication publique ?

Un climat de méfiance à l'égard de l'action publique et des discours qui l'accompagnent

Comment convaincre les citoyens du bien-fondé des décisions prises par les pouvoirs publics ?

Communication commerciale

Objectif : Inciter à consommer des produits ou des services, donner envie à des individus de posséder ou de faire l'expérience de tel objet ou de telle prestation

Une communication qui active tous les leviers y compris les plus personnels, les plus intimes et émotionnels

VS

Communication publique

Objectif : Inciter les individus à modifier leurs perceptions et leurs comportements

Une communication qui fait appel au sens commun en s'appuyant avant tout à des arguments rationnels

L'envie, ce sentiment
de désir dirigé vers
un objet
est une clé de
l'acceptation
des politiques
publiques.

L'envie d'adhérer, l'envie de prendre part, de s'informer,
de dialoguer, d'agir...



Quels sont les “tue l’envie” de l’action publique ?

Le mépris

L’authoritarisme

L’injonction à la rationalité



Comment lever ces obstacles et faire naître l'envie ?

Le mépris

La considération

L'autoritarisme

L'implication

L'injonction à la rationalité

La motivation



La considération ne se décrète pas, elle apparaît lorsqu'une relation est fondée sur l'attention, l'écoute et le dialogue - y compris critique

Les ressorts et méthodes de mise en application de la considération



Prendre le temps de l'écoute réelle



Accorder une place à la critique



Associer numérique et contact direct



Partager le diagnostic

L'implication suppose de redonner un vrai rôle aux corps intermédiaires, notamment au niveau local, et de traiter les individus comme des acteurs

Les ressorts et méthodes de mise en application de l'implication



Légitimer le rôle individuel et créer un rôle pour chacun



Faire des relais des acteurs de la communication



Une com pas trop "com"

La motivation peut naître quand les efforts entrepris par chacun sont récompensés, y compris de manière symbolique, et quand la fierté d'appartenance au collectif est ranimé

Les ressorts et méthodes de mise en application de la motivation



Récompenser les efforts accomplis



Rendre tangible l'intérêt général



Provoquer des émotions

LA QUESTION À RÉSOUDRE

Comment peut-on accompagner
les directions de la communication à
créer ou renforcer l'envie ?

*“Avez-vous envie que soit interdit l’avion
pour les vols de moins de 3 heures ?”*

*“Avez-vous envie de laisser plus
de place aux piétons dans l’espace
publique ?”*

Il est compliqué de
mesurer le **niveau**
d’envie sur des
sujets d’intérêt
général...



Pour mieux
comprendre
comment générer
de l'envie, on a
mesuré et croisé
les données sur
deux items

LE DEGRÉ D'ENGAGEMENT

Question 1 : niveau de soutien ou d'opposition à la mesure, sur une échelle détaillée et impliquante



LE DEGRÉ D'IMPACT

Question 2 : impact de la mesure

Cette mesure peut-elle vraiment changer les choses pour la société ?

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout

8 MESURES TESTÉES

1. Laisser plus de places aux piétons et aux vélos dans les centres-villes et limiter la place accordée aux voitures (suppression des parkings, modification de la voirie, développement des pistes cyclables...)
2. Rendre le vote obligatoire
3. Limiter la vitesse à 80 km/heures sur les routes secondaires
4. Interdire le téléphone portable dans les collèges
5. Développer les éoliennes sur le territoire français
6. Interdire l'avion à chaque fois qu'il est possible de prendre le train pour moins de 3 heures
7. Rendre obligatoire les visites médicales pour les plus de 75 ans pour valider leur capacité à conduire
8. Supprimer des allocations aux parents d'enfants "perturbateurs" (à l'école ou dans l'espace public)

UNE TYPOLOGIE DES PUBLICS

Un typologie qui doit pouvoir permettre de monitorer les différentes dimensions de l'environnement et définir les ressorts à mettre en œuvre.

Détracteurs

Fortement engagés contre la mesure, à la fois individuellement et collectivement

Détachés

Pas favorables et pas complètement opposés, aucun engagement individuel, ni collectif

Suiveurs

Favorables mais peu engagés

Promoteurs

Doublement engagés par la mesure - individuellement et collectivement - extrêmement favorables à l'égard de la mesure, ils pensent qu'elle peut vraiment changer les choses dans la société

Laisser plus de places aux piétons et aux vélos dans les centres-villes et limiter la place accordée aux voitures

Rendre le vote obligatoire

Limiter la vitesse à 80 km/heures sur les routes secondaires

Interdire le téléphone portable dans les collèges

Développer le territoire éoliennes sur le territoire français

Interdire l'avion à chaque fois qu'il est possible de prendre le train pour moins de 3 heures

Rendre obligatoire les visites médicales pour les plus de 75 ans

Supprimer des allocations aux parents d'enfants "perturbateurs"

PROMOTEURS

9%

16%

9%

30%

11%

15%

19%

26%

SUIVEURS

29%

36%

29%

44%

40%

36%

40%

38%

DÉTACHÉS

35%

22%

25%

15%

24%

20%

19%

DÉTRACTEURS

21%

20%

32%

15%

17%

19%

5%

11%

5%



Les mesures
consensuelles

Un niveau élevé de promoteurs, portés par de nombreux suiveurs.
Un poids limité des détracteurs et/ou détachés



Les mesures
**à risques
potentiels**

Une majorité de soutien - et un niveau de promoteurs relativement élevé - qui peut donner le sentiment d'une mesure "facile" MAIS un niveau d'opposition non négligeable à considérer



Les mesures
clivantes

Une opinion très clivée (50/50) avec un poids des détracteurs assez important dans l'opposition et une part de promoteurs sur lesquels s'appuyer faible



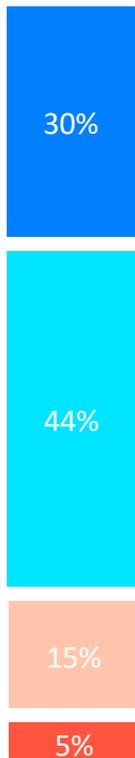
Les mesures
**génératrices
de tensions**

Une opposition majoritaire, avec un nombre important de détracteurs. Des mesures qui ont toutefois aussi une base de soutiens, mais fragile

Les mesures consensuelles



Interdire le téléphone portable dans les collèges



Les mesures à risques potentiels



Rendre obligatoire les visites médicales pour les plus de 75 ans



Supprimer des allocations aux parents d'enfants "perturbateurs"



Les mesures clivantes



Développer le territoire éoliennes sur le territoire français



Interdire l'avion à chaque fois qu'il est possible de prendre le train pour moins de 3 heures



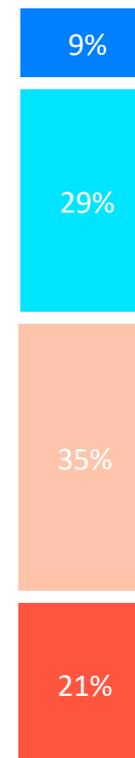
Rendre le vote obligatoire



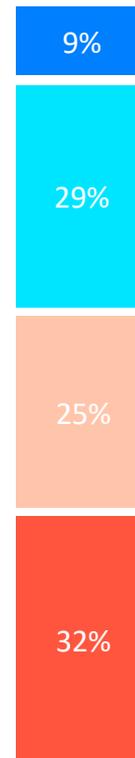
Les mesures génératrices de tensions



Laisser plus de places aux piétons et aux vélos dans les centres-villes et limiter la place accordée aux voitures



Limiter la vitesse à 80 km/heure sur les routes secondaires



En fonction de la cartographie des sujets
comment créer ou renforcer de l'envie ?

Comment mettre en
mouvement les publics ?
Quelles sont les
dynamiques de l'opinion à
envisager ?



An orange graphic element on the left side of the slide, consisting of a semi-circle at the top and a larger semi-circle below it, forming a shape that points to the right like an arrow.

Interdire l'avion à chaque fois qu'il est possible de prendre le train pour moins de 3 heures

Profils - Sur qui s'appuyer ? Qui adresser ? Qui redouter ?

Interdire l'avion à chaque fois qu'il est possible de prendre le train pour moins de 3 heures

		Sexe		Âge					CSP			Préférence pol.			Catégorie d'aggl.				
	Ensemble	Homme	Femme	18- 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP -	Inactifs	Symp. gauche	Symp. Ensemble	Symp. droite	Rural	2 000 à 20 000 h	20 000 à 100 000 h	100 000 h+	Aggl. parisienne
 Détracteurs	19%	19%	19%	17%	19%	18%	19%	21%	18%	18%	20%	13%	17%	22%	21%	18%	19%	18%	19%
 Détachés	24%	22%	26%	30%	24%	24%	23%	23%	26%	24%	23%	23%	25%	25%	22%	24%	24%	24%	27%
 Suiveurs	36%	40%	33%	37%	44%	39%	33%	31%	39%	36%	34%	42%	42%	35%	34%	40%	37%	35%	35%
 Promoteurs	15%	15%	15%	7%	9%	11%	18%	20%	13%	14%	17%	18%	14%	14%	16%	12%	14%	17%	13%

Profils - Sur qui s'appuyer ? Qui adresser ? Qui redouter ?

Interdire l'avion à chaque fois qu'il est possible de prendre le train pour moins de 3 heures

		Sexe		Âge					CSP			Préférence pol.			Catégorie d'aggl.				
	Ensemble	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs	Symp. gauche	Symp. Ensemble	Symp. droite	Rural	2 000 à 20 000 h	20 000 à 100 000 h	100 000 h+	Aggl. parisienne
 Détracteurs	19%	19%	19%	17%	19%	18%	19%	21%	18%	18%	20%	13%	17%	22%	21%	18%	19%	18%	19%
 Détachés	24%	22%	26%	30%	24%	24%	23%	23%	26%	24%	23%	23%	25%	25%	22%	24%	24%	24%	27%
 Suiveurs	36%	40%	33%	37%	44%	39%	33%	31%	39%	36%	34%	42%	42%	35%	34%	40%	37%	35%	35%
 Promoteurs	15%	15%	15%	7%	9%	11%	18%	20%	13%	14%	17%	18%	14%	14%	16%	12%	14%	17%	13%



UNE MESURE CLIVANTE

Une opinion très clivée (50/50) avec un poids des détracteurs assez important dans l'opposition et une part de promoteurs sur lesquels s'appuyer faible

La relation complexe des jeunes aux enjeux environnementaux

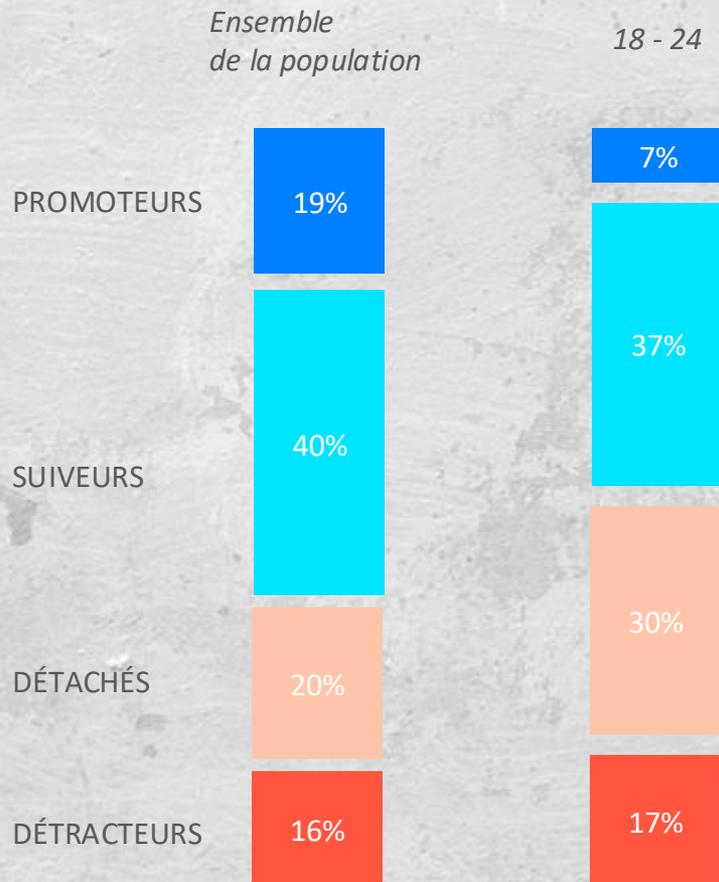
Un critère prix qui explique en partie ce décrochage : davantage de jeunes suiveurs/promoteurs CSP+ et davantage de jeunes détachés/ détracteurs chez les CSP-

Age	Convaincus	Sceptiques	Hésitants	Total
15-17	63	6	31	100
18-24	34	9	57	100
25-34	39	4	57	100
35-49	49	8	43	100
50-65	49	11	41	100
65 et +	45	22	33	100
Ensemble	46	12	42	100

L'état d'esprit par rapport au changement climatique

Source : Ademe, 2024. Les représentations sociales du changement climatique

Interdire l'avion à chaque fois qu'il est possible de prendre le train pour moins de 3 heures



Comment motiver les jeunes à prendre le train ?



A large orange arrow graphic pointing to the right, positioned on the left side of the slide.

Laisser plus de places aux
piétons
et aux vélos dans les centres-
villes et limiter la place
accordée aux voitures

Profils - Sur qui s'appuyer ? Qui adresser ? Qui redouter ?

Laisser la place aux piétons et vélos dans les centres villes et limiter la place accordée aux voitures

		Sexe		Âge					CSP			Préférence pol.			Catégorie d'aggl.				
	Ensemble	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs	Symp. gauche	Symp. Ensemble	Symp. droite	Rural	2 000 à 20 000 h	20 000 à 100 000 h	100 000 h+	Aggl. parisienne
 Détracteurs	21%	23%	20%	17%	18%	17%	24%	26%	18%	21%	24%	16%	20%	26%	28%	20%	20%	18%	21%
 Détachés	35%	35%	35%	46%	35%	34%	34%	33%	39%	32%	34%	37%	32%	34%	34%	36%	38%	36%	32%
 Suiveurs	29%	29%	30%	27%	35%	34%	27%	25%	31%	31%	26%	33%	35%	29%	26%	29%	30%	31%	31%
 Promoteurs	9%	9%	9%	6%	7%	8%	10%	11%	9%	9%	9%	13%	11%	8%	8%	9%	8%	10%	10%

Profils - Sur qui s'appuyer ? Qui adresser ? Qui redouter ?

Laisser la place aux piétons et vélos dans les centres villes et limiter la place accordée aux voitures

		Sexe		Âge					CSP			Préférence pol.			Catégorie d'aggl.				
	Ensemble	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs	Symp. gauche	Symp. Ensemble	Symp. droite	Rural	2 000 à 20 000 h	20 000 à 100 000 h	100 000 h+	Agglo. parisienne
 Détracteurs	21%	23%	20%	17%	18%	17%	24%	26%	18%	21%	24%	16%	20%	26%	28%	20%	20%	18%	21%
 Détachés	35%	35%	35%	46%	35%	34%	34%	33%	39%	32%	34%	37%	32%	34%	34%	36%	38%	36%	32%
 Suiveurs	29%	29%	30%	27%	35%	34%	27%	25%	31%	31%	26%	33%	35%	29%	26%	29%	30%	31%	31%
 Promoteurs	9%	9%	9%	6%	7%	8%	10%	11%	9%	9%	9%	13%	11%	8%	8%	9%	8%	10%	10%



UNE MESURE GÉNÉRATRICE DE TENSIONS

Une opposition majoritaire, avec un nombre important de détracteurs. Des mesures qui ont toutefois aussi une base de soutiens, mais fragile

Un sujet explosif

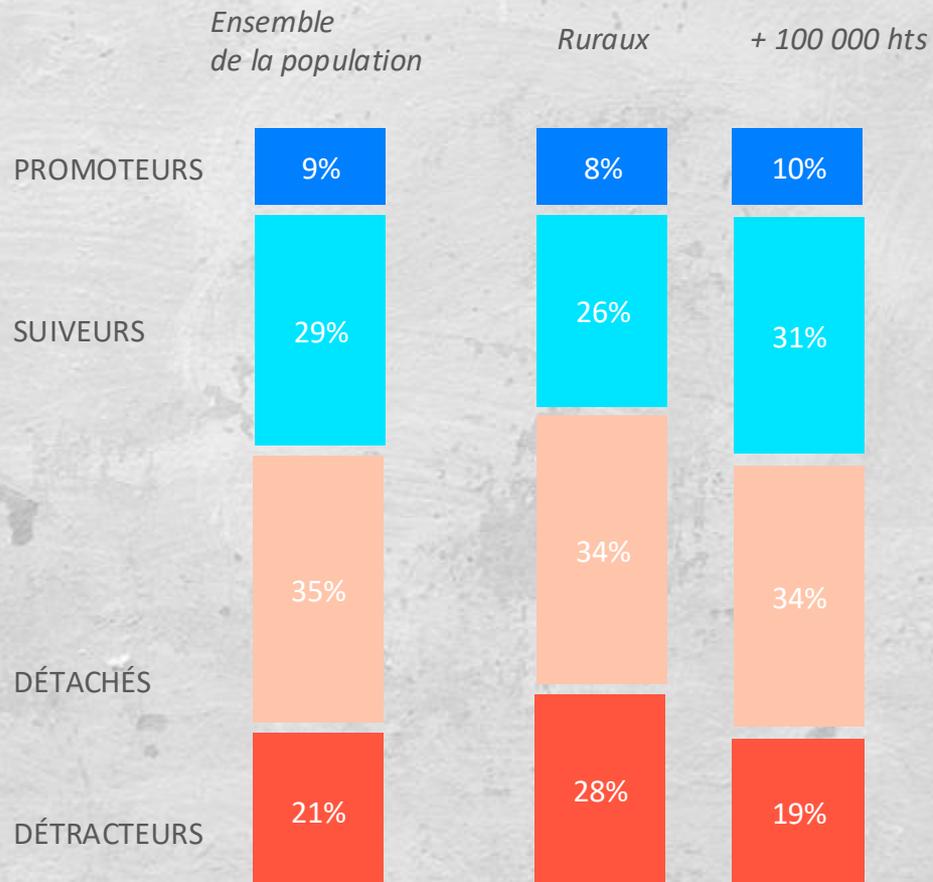
Ce sujet présente une dynamique de l'opinion explosive, proche de la mesure sur les 80 km/h : promoteurs et suiveurs sont minoritaires pour l'ensemble de la population (38%)

Rats des villes contre rats des champs

Ce débat exacerbe l'opposition entre les urbains et les ruraux. Parmi les ruraux, plus d'un quart d'entre eux (28%) sont fortement engagés contre cette mesure, à la fois individuellement et collectivement

> Comment faire progresser la part de l'opinion favorable à cette mesure et accompagner le nouveau mode de partage de la route ?

Laisser plus de places aux piétons et aux vélos dans les centres-villes et limiter la place accordée aux voitures



Comment mobiliser les opposants ?

dott LIME TIER

**UN PARIS
SANS
TROTINETTES,
C'EST TON RETOUR
QUI COÛTE
PLUS CHER
QUE TA SOIRÉE.**



dott LIME TIER

**UN PARIS
SANS TROTINETTES
C'EST PLUS DE GENS ASSIS
SUR LES STRAPONTINS
DE TA RAME BLINDEE.**



A large orange arrow graphic pointing to the right, positioned on the left side of the slide.

Rendre obligatoire les
visites médicales pour les
plus de 75 ans pour valider
leur capacité à conduire

Profils - Sur qui s'appuyer ? Qui adresser ? Qui redouter ?

Rendre obligatoire des visites médicales à tous les automobilistes de plus de 75 ans pour valider leur capacité à conduire

		Sexe		Âge					CSP			Préférence pol.			Catégorie d'agglo.				
	Ensemble	Homme	Femme	18- 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP -	Inactifs	Symp. gauche	Symp. Ensemble	Symp. droite	Rural	2 000 à 20 000 h	20 000 à 100 000 h	100 000 h+	Agglo. parisienne
 Détracteurs	16%	20%	13%	9%	12%	9%	16%	28%	12%	10%	24%	14%	17%	20%	20%	16%	17%	15%	13%
 Détachés	20%	20%	20%	27%	16%	17%	20%	22%	18%	19%	23%	18%	17%	18%	20%	18%	24%	20%	20%
 Suiveurs	40%	42%	39%	41%	48%	48%	37%	31%	47%	43%	32%	48%	46%	38%	36%	43%	41%	40%	41%
 Promoteurs	19%	16%	21%	17%	19%	20%	23%	15%	19%	22%	16%	18%	17%	21%	18%	19%	15%	21%	19%

Profils - Sur qui s'appuyer ? Qui adresser ? Qui redouter ?

Rendre obligatoire des visites médicales à tous les automobilistes de plus de 75 ans pour valider leur capacité à conduire

	Ensemble	Sexe		Âge					CSP			Préférence pol.			Catégorie d'aggl.				
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs	Symp. gauche	Symp. Ensemble	Symp. droite	Rural	2 000 à 20 000 h	20 000 à 100 000 h	100 000 h+	Aggl. parisienne
 Détracteurs	16%	20%	13%	9%	12%	9%	16%	28%	2%	10%	24%	14%	17%	20%	20%	16%	17%	15%	13%
 Détachés	20%	20%	20%	27%	16%	17%	20%	22%	18%	19%	23%	18%	17%	18%	20%	18%	24%	20%	20%
 Suiveurs	40%	42%	39%	41%	48%	48%	37%	31%	47%	43%	32%	48%	46%	38%	36%	43%	41%	40%	41%
 Promoteurs	19%	16%	21%	17%	19%	20%	23%	15%	19%	22%	16%	18%	17%	21%	18%	19%	15%	21%	19%



UNE MESURE À RISQUES POTENTIELS

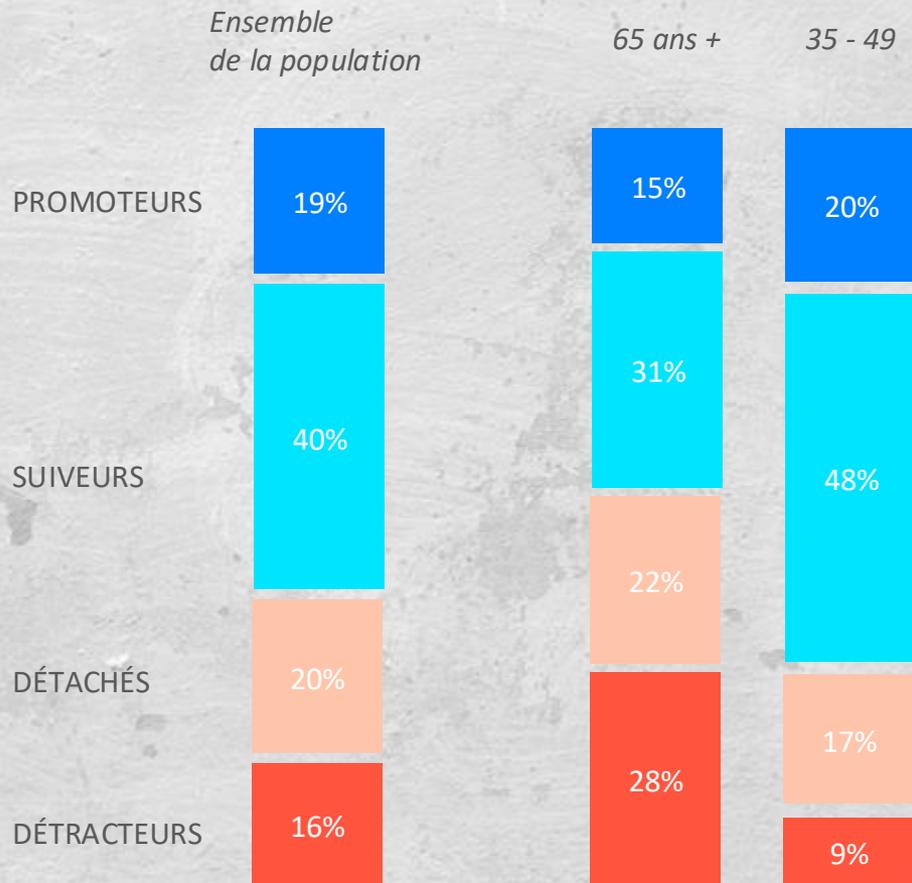
Une majorité de soutien - et un niveau de promoteurs relativement élevé - qui peut donner le sentiment d'une mesure "facile" MAIS un niveau d'opposition non négligeable à considérer

La pression des baby boomers

Un sujet qui, malgré un *a priori* positif de l'ensemble de la population, présente une dynamique de l'opinion menaçante avec une part non négligeable de détracteurs, chez les plus âgés (28% chez les 65 ans +)

> Comment communiquer sur ce sujet sans mettre le feu aux poudres en activant le mécontentement d'une frange importante de la population ?

Rendre obligatoire les visites médicales pour les plus de 75 ans pour valider leur capacité à conduire



Comment
impliquer
les potentiels
opposants
en s'appuyant sur
les relais ?

SANTÉ & SÉCURITÉ ROUTIÈRE

DOCTEUR
EST-CE QUE
C'EST
GRAVE
SI JE CONDUIS
?

SÉCURITÉ
ROUTIÈRE VIVRE,
ENSEMBLE

An orange decorative shape on the left side of the slide, resembling a stylized letter 'E' or a large arrow pointing right.

Interdire les téléphones
dans les collèges

Profils - Sur qui s'appuyer ? Qui adresser ? Qui redouter ?

Interdire le téléphone portable dans les collèges

		Sexe		Âge					CSP			Préférence pol.			Catégorie d'agglo.				
	Ensemble	Homme	Femme	18- 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP -	Inactifs	Symp. gauche	Symp. Ensemble	Symp. droite	Rural	2 000 à 20 000 h	20 000 à 100 000 h	100 000 h+	Agglo. parisienne
 Détracteurs	5%	6%	5%	10%	8%	7%	4%	3%	5%	7%	5%	6%	4%	4%	7%	5%	3%	5%	6%
 Détachés	15%	13%	17%	27%	20%	16%	13%	9%	16%	17%	12%	19%	10%	12%	11%	15%	15%	16%	19%
 Suiveurs	44%	46%	43%	44%	46%	46%	46%	40%	50%	44%	40%	48%	52%	44%	43%	44%	45%	46%	43%
 Promoteurs	30%	31%	29%	9%	19%	25%	34%	45%	24%	25%	40%	23%	33%	37%	33%	31%	35%	29%	23%

Profils - Sur qui s'appuyer ? Qui adresser ? Qui redouter ?

Interdire le téléphone portable dans les collèges

	Ensemble	Sexe		Âge					CSP			Préférence pol.			Catégorie d'aggl.				
		Homme	Femme	8-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactifs	Symp. gauche	Symp. Ensemble	Symp. droite	Rural	2 000 à 20 000 h	20 000 à 100 000 h	100 000 h+	Aggl. parisienne
 Détracteurs	5%	6%	5%	10%	8%	7%	4%	3%	5%	7%	5%	6%	4%	4%	7%	5%	3%	5%	6%
 Détachés	15%	13%	17%	27%	20%	16%	13%	9%	16%	17%	12%	19%	10%	12%	11%	15%	15%	16%	19%
 Suiveurs	44%	46%	43%	44%	41%	46%	46%	40%	50%	44%	40%	48%	52%	44%	43%	44%	45%	46%	43%
 Promoteurs	30%	31%	29%	9%	9%	25%	34%	45%	24%	25%	40%	23%	33%	37%	33%	31%	35%	29%	23%



UNE MESURE CONSENSUELLE

Un niveau élevé de promoteurs, portés par de nombreux suiveurs. Un poids limité des détracteurs et/ou détachés

Un conflit de génération

Les promoteurs sont massivement les parents d'ados, 30% des promoteurs parmi les 35 - 64 ans

Les détracteurs sont les plus jeunes, 37% des 18 - 24 ans sont opposés à cette mesure

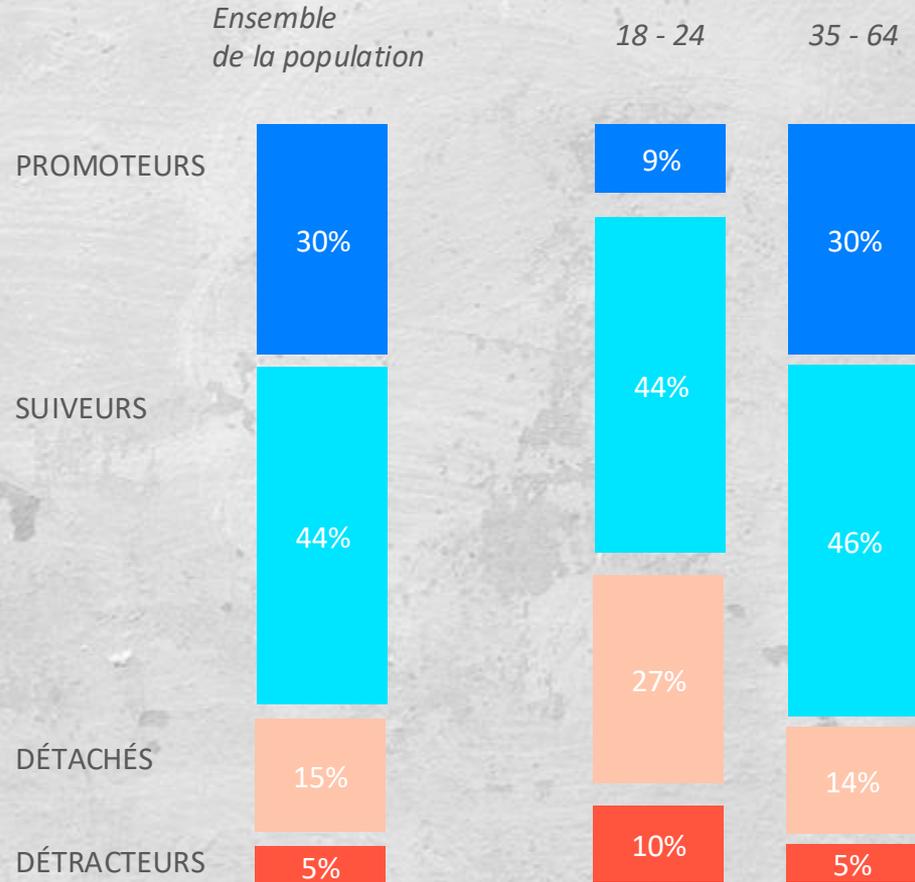
Un engagement limité

Globalement c'est un sujet qui génère peu d'engagement, 44% de la population est "suiveurs"... un score assez similaire pour toutes les générations.

> Comment consolider l'opinion positive ?

> Comment ne pas générer un effet d'opposition systématique face à une interdiction ?

Interdire les téléphones dans les collèges



La considération *via* la mise en scène de l'opposition





CONSIDÉRATION

IMPLICATION

MOTIVATION

**L'ENVIE, UN LEVIER DE LA COMMUNICATION
PUBLIQUE**

**2 GOLDEN
QUESTIONS**

**UNE TYPOLOGIE
DES PUBLICS**

**UNE CARTOGRAPHIE
DE L'OPINION**