

Brexit ou pas, pour les Français la France n'ira pas mieux de sitôt

Q1 : Pensez-vous que le départ de la Grande-Bretagne de l'Union Européenne aura des effets positifs, des effets négatifs ou pas d'effet sur la situation économique de la France ?

bull; Des effets positifs : 19 % (+7 points par rapport au sondage du 9 juin 2016*)

bull; Des effets négatifs : 40 % (-1 point par rapport au sondage du 9 juin 2016)

bull; Pas d'effet : 40 % (-7 points par rapport au sondage du 9 juin 2016)

bull; NSP : 1 %

Le 23 juin 2016, les britanniques ont décidé par référendum de quitter l'Union européenne. Une semaine après l'échéance, le sondage réalisé par OpinionWay pour Tilder et LCI, portant sur les conséquences économiques d'un tel vote en France, réserve des surprises et permet des commentaires sous l'angle de la communication au regard de la variation des résultats sur la même question posée avant le vote.

En effet, avant le vote, les Français qui pensaient que le Brexit n'aurait pas d'effet sur l'économie de l'hexagone, étaient plus nombreux qu'après le vote. Visiblement, les Français ont donc pris conscience de l'événement inédit que constituait ce référendum et de ses conséquences sur l'ensemble des Etats membres de l'Union européenne. Mais, l'élément le plus intéressant à prendre en compte concerne le report de 7 points également vers le groupe de Français qui considère que le départ de la Grande-Bretagne aura des effets économiques positifs.

En communication, ces résultats impliquent trois commentaires :

1. D'abord, que l'indécision qui s'est emparée des leaders d'opinion (dirigeants de l'Union européenne, Chefs d'Etats et de Gouvernements des 28, experts, économistes, éditorialistes et politologues) se retrouve dans la mesure de l'opinion publique qui est partagée à égalité entre l'absence d'effet et la survenance d'effets économiques négatifs. Il est urgent qu'une ligne directrice de communication de la part des dirigeants Bruxellois, mais aussi de chacun des gouvernements et notamment des moteurs de l'Union que sont l'Allemagne et la France, émerge dans le débat public et soit, enfin, à la hauteur de l'événement.

2. Ensuite, concernant la progression des Français qui considèrent que le Brexit aura des effets positifs. Elle peut être vue comme une des conséquences du discours sur la compétition des places financières qui s'est très vite installée après le vote, comme pour offrir un contre poids positif aux perspectives pessimistes liées à la sortie des britanniques. Paris, plus fort que la City, Paris à la place de la City, tel est le discours autour duquel s'est écrit le récit médiatique du rebond financier d'après vote.

Au moment de rédiger ces lignes, il est impossible de savoir quel camp, entre les souverainistes et

les fédéralistes, pourrait tirer son épingle du jeu.

Enfin, ces résultats peuvent de manière plus globale être lus à la lumière de la défiance, désormais permanente, portée aux leaders d'opinion en France, qu'ils soient politiques, médiatiques ou économiques qui, dans leur immense majorité, ont défendu le maintien dans l'Union européenne de la Grande-Bretagne à grand renfort de discours, d'éditoriaux et d'articles de presse, s'interrogeant sur la rigueur démocratique de l'usage des référendums (sic) en s'étonnant des regrets exprimés par certains électeurs anglais ayant voté pour la sortie de l'Union Européenne. Ces positions « relativistes », qui plaident pour un nouveau vote ou une mesure politique revenant sur le choix exprimé, renforcent les causes qu'elles pensent combattre. En effet, si ces prises de positions avaient eu un quelconque impact, on peut imaginer que la mesure des « effets négatifs » n'aurait pas reculé (-1 point) et que la considération des Français sur la survenance « d'effets positifs » n'aurait pas progressé de 7 points.

Q2 : Pensez-vous que la situation économique de la France va s'améliorer d'ici 2017 ?

bull; Sous total « oui » : 24 %

bull; Sous total « non » : 76 %

Ça ne va pas mieux et ça n'ira pas mieux demain ! Voici le message envoyé par une écrasante majorité de Français au gouvernement. Ces résultats ne sont pas une surprise compte tenu du niveau de défiance dans laquelle se trouve le couple exécutif actuellement. Celui-ci est empêtré, entre autre, dans la discussion parlementaire de la loi El-Khomri, dont les manifestations publiques hebdomadaires n'en finissent plus et dont les conséquences pour sa majorité parlementaire et politique sont mortelles (présence d'une ancienne ministre parmi les manifestants, frondeurs mobilisés à l'Assemblée). Le couple exécutif a également connu une nouvelle hausse du chômage, annoncée la semaine passée après deux mois de baisse consécutifs, qui assombri encore le paysage social. D'un point de vue économique, même si quelques indicateurs macroéconomiques sont positifs, leurs effets peinent à se concrétiser.

Il est donc difficile pour les Français interrogés de distinguer dans cette situation une quelconque lueur positive et cela se ressent dans les résultats du sondage. Pire, il apparaît que le Président, comme son Premier ministre, dont les cotes de popularité sont au plus bas, ne disposent quasiment plus de marge de manoeuvre active en communication pour renverser la situation.

Pour faire face à cette perte de contrôle sur sa communication et son image, le gouvernement doit tout d'abord profiter du moindre espace de communication, même mineur, pour faire porter par des ambassadeurs les éléments de son actualité positive. Les ambassadeurs ayant pour rôle de suppléer un gouvernement dont l'image est dégradée dans l'opinion publique.

Enfin, le gouvernement et le couple exécutif doivent s'armer de patience. La campagne des primaires de la droite et du centre va commencer. On sait que les candidats à cette élection interne vont saturer l'espace médiatique de leurs déchirures idéologiques. Il est possible que sur ces déchirements de l'opposition la majorité actuelle puisse retrouver un deuxième souffle avant d'attaquer la campagne présidentielle. C'est actuellement sa seule chance.

Sondage exclusif TILDER/LCI/OpinionWay du 30 juin 2016