

## **Étude Occurrence pour les Napoléons**

### **« 82% des Français considère la France comme abîmée »**

A l'occasion du 17ème sommet des Napoléons qui s'est tenu à la Baule du 28 juin au 1 juillet 2023 sur le thème « Réparer », le cabinet d'études et de conseil Occurrence (groupe IFOP) a réalisé une enquête quantitative auprès de 1000 français pour interroger leur perception de l'état de la France et explorer sa réparabilité.

Menée en mai 2023, l'étude *Néoblaste\** révèle, en synthèse, que 82% de la population considère la France, à de multiples égards, comme abîmée. Rien ne semble en effet épargné : Institutions politiques, justice, éducation, économie, ressources naturelles, système de santé, engagement citoyen, agriculture paraissent d'ores et déjà hors-service. A l'exception de deux leviers identifiés comme majoritairement en bon état : la vie associative et l'innovation.

Aucune des composantes évaluées n'obtient le meilleur indice de réparabilité et certaines composantes obtiennent des indices faibles comme les services publics, la solidarité, les ressources naturelles. On constate un endommagement problématique pour les institutions politiques, les médias, face au sentiment d'injustice et d'inégalité. Seuls des éléments liés aux ressources du territoire et aux initiatives humaines atteignent une réparabilité correcte.

Un diagnostic sévère qui porte donc un défi de réparabilité, collectif et individuel.

### **Une France très abîmée, un corps social démembré**

**82% des Français perçoivent une France abîmée** (parmi lesquels 23% la considère comme « complètement abîmée, cassée » et 34% comme « Très abîmée, cassée »).

Les femmes sont plus nombreuses à la percevoir abîmée. Par ailleurs, plus les répondants avancent en âge, plus ils la trouvent abîmée... et la tendance s'inverse à partir de 75 ans.

**Spontanément, sans aucune proposition de liste**, lorsque l'on demande aux Français de citer **ce qui est cassé ou abîmé en France**, ils répondent :

- **la santé pour 27% d'entre eux,**
- **la sécurité pour 22%**
- **l'éducation/l'enseignement pour 20%**

Et loin derrière, à peine cités : le pouvoir d'achat (12%), la justice (11%), le travail (10%) l'économie (10%), les enjeux environnementaux...

**Lorsque l'on propose aux Français une liste de 19 composantes de la société française (basées sur les ODD), le diagnostic est sévère :**

**Près d'un tiers des Français interrogés jugent au moins 10 composantes (sur 19) « très » ou « complètement abîmées, cassées ».**

Dans l'ordre : les institutions politiques (83%), la répartition des ressources et richesses entre citoyens (82%), le droit et la justice (80%), le système éducatif (80%), l'économie (79%), les ressources naturelles (eau, air, forêt) (79%), le système de santé (79%).

Et, plus surprenant, l'engagement citoyen (78%), l'agriculture (74%). Puis, vient ensuite un groupe composé de l'emploi (64%), la conscience et l'engagement écologique (63%), le système alimentaire (60%), les relations entre générations (59%), l'égalité femmes /hommes (59%), l'intégration des minorités (58%), l'information et les médias (57%), l'industrie (56%).

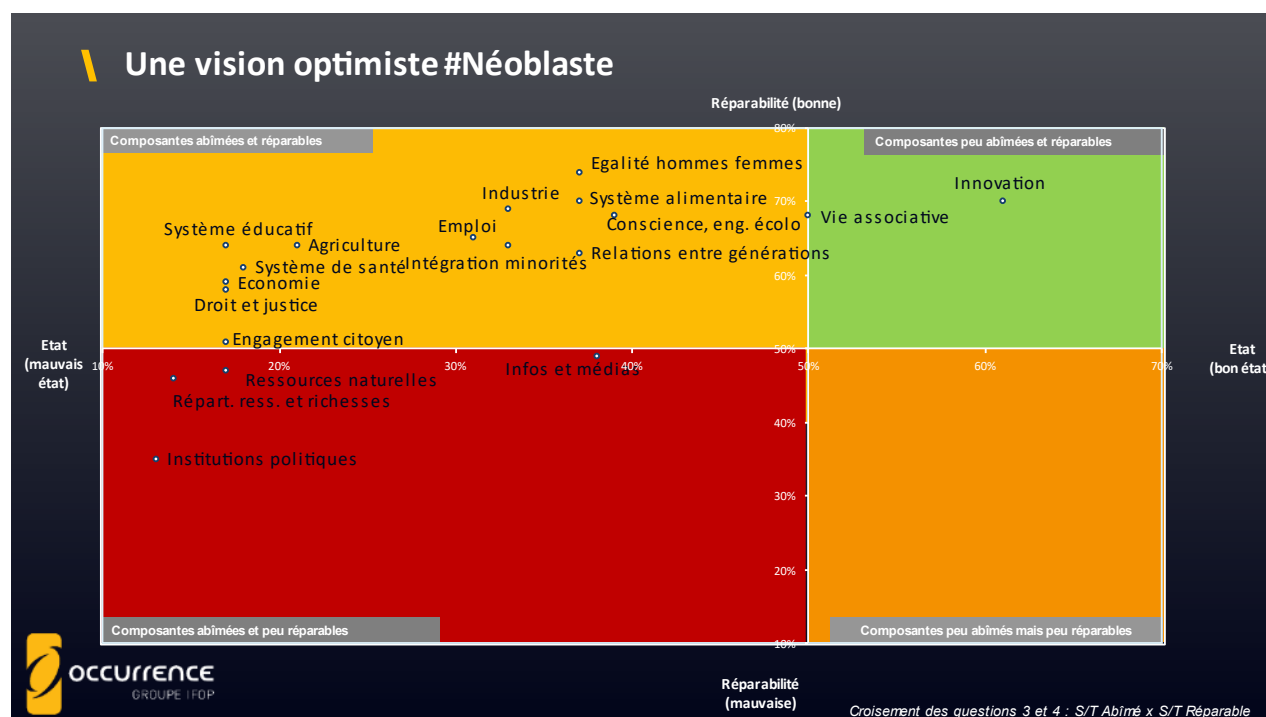
**Seules deux composantes de société sont identifiées comme majoritairement en bon état : la vie associative (57%) et l'innovation (67%).**

L'innovation n'est certainement pas à limiter à la dimension « tech » mais comme un préfixe à d'autres composantes : innovation + engagement citoyen, innovation + économie, innovation + agriculture, etc. L'innovation semble une force motrice pour les autres composantes cassées de la société. Tout comme l'engagement associatif apparaît également comme un moyen de réussite/cicatrisation des autres composantes de la société

### La France est-elle donc encore réparable selon les Français ?

Malgré, les perceptions sans appel des Français, **17 composantes de la société sur 19 testées sont jugées en miette ; un espoir, seules 4 composantes sont à la fois jugées cassées ET peu réparables. Malheureusement, ce sont des ingrédients cruciaux de notre société, du vivre ensemble autour d'intérêts communs :**

- **L'information et les médias**
- **Les institutions politiques**
- **Les ressources naturelles**
- **La répartition des ressources et des richesses.**



## En conclusion

- Un diagnostic sévère de l'état de la société française : des perceptions parfois en décalage avec les faits ?
- Le corps social français semble encore disposer de cellules néoplastes capables de recoudre et de cicatriser le vivre ensemble au moins pour 15 composantes sur 19.
- Des leviers existent (territoires, initiatives humaines, innovation, ...) mais la réparabilité apparaît comme très relative en ce qui concerne les services publics, la solidarité mais aussi les ressources naturelles
- Les Institutions politiques semblent disqualifiées aux yeux des Français pour être le moteur de cette réparation ... Tout comme les médias (pas si abîmés mais très peu réparables)
- Qui peut créer des forces centripètes puissantes capables de réunir face aux énergies centrifuges qui dispersent, fragmentent et éloignent ?

L'enjeu des années à venir sera moins le diagnostic que le recensement et la mise en œuvre de solutions pour recoudre et cicatriser la France.

**\* Cellule qui, chez certains animaux, assure la reconstitution des parties amputées**

Méthodologie de l'étude :

Sondage auto-administré en ligne, réalisé du 24 au 26 mai 2023 auprès d'un échantillon national représentatif de 1000 Français de 18 ans et +.

### **A propos d'Occurrence :**

Créé en 1995, Occurrence est un institut d'études et conseil indépendant, spécialiste de l'évaluation de la communication (corporate & marque, analyses médias, communication interne, publique, événementielle, digitale...) et de l'analyse des opinions. Depuis plus de 26 ans, Occurrence accompagne les entreprises et les agences en France et à l'international pour mesurer la performance de leur communication et éclairer leurs décisions stratégiques. Le cabinet travaille au service de nombreux grands comptes et institutions de référence : EDF, Orano, ADP, RATP, FDJ, ENEDIS, KEOLIS, LA POSTE, BNP Paribas, Caisse des Dépôts, Macif, Crédit Agricole, Servier et nombre de collectives alimentaires, des ministères, des institutions européennes, notamment la Commission européenne, ainsi que des collectivités locales, des associations, des ONG et des entreprises publiques.

En avril 2022, Occurrence et sa filiale Deep Opinion, société de conseil stratégique et opérationnel spécialisée dans la veille digitale, l'influence et l'e-réputation ont rejoint le groupe IFOP.

Membre de Syntec Conseil, Occurrence est également certifié ISO 9001 depuis 2004 et engagé dans la norme ISO 26000.

[www.occurrence.fr](http://www.occurrence.fr)

**Contact presse :** Ethel Bachellerie - 06.62.79.19.21 - [ethel.bachellerie@yahoo.fr](mailto:ethel.bachellerie@yahoo.fr)

### **A propos des Napoleons :**

Nous sommes une communauté ouverte de femmes et d'hommes animés par ce partage et la volonté de promouvoir une innovation vertueuse, éthique et qui profite au plus grand nombre. Cette innovation que nous soutenons est technologique, bien entendu, mais aussi sociale, politique et entrepreneuriale. Nous la défendons par la confrontation des idées et le croisement des compétences et des métiers. Avec bienveillance et détermination.

Le monde numérique est un formidable moyen nous permettant de relier notre communauté et mettre en œuvre notre action. Mais il n'est pas suffisant. Les Napoleons, c'est donc aussi tout au long de l'année des événements qui réunissent les acteurs de l'innovation avec tous ceux qui partagent nos valeurs. Des moments de rencontre et de créativité qui ont pour ambition de faire avancer notre vision de l'innovation en France, en Europe et à l'international.

Les Napoleons, enfin, c'est aussi un esprit conduit par le dialogue, la curiosité et l'audace mais aussi avec une volonté résolue de changer le monde avec sérieux et légèreté. A l'image des deux fondateurs Mondher Abdennadher et Olivier Moulhierac, nos premiers Napoleons.

En 2014, Mondher Abdennadher et Olivier Moulhierac ont créé ensemble Momentum, maison mère des Napoleons, comme une suite logique à leur quête d'innovation dans les relations entre institutions, entreprises, marques et public.

**Contact presse :** Doriane Pottier - [dp@lesnapoleons.com](mailto:dp@lesnapoleons.com)