



DU SANG NEUF : Une étude de PUBLICIS GROUPE réalisée par FreeThinking sur les classes moyennes, leur vision de la France 2016 et de l'offre politique pour 2017

Paris, le 6 avril 2016 - A un an des élections présidentielles de 2017, quel est l'état d'esprit des Français des classes moyennes ? Comment appréhendent-ils l'action et le discours de la classe politique sur les enjeux de la France en 2016 ? Comment voient-ils l'offre politique, et qui peut à leurs yeux porter des solutions aujourd'hui, et incarner demain la relève ?

C'est pour répondre à ces questions et aller au fond des choses avec eux que Publicis Groupe a développé cette investigation qualicollaborative de grande ampleur rassemblant sur notre plateforme fermée, du 7 au 19 mars 2016, deux communautés distinctes :

- une communauté de 196 Français des classes moyennes, de plus de 35 ans¹
- une communauté de 92 Français des classes moyennes âgés de 18 à 34 ans, représentant les Millenials.

1800 contributions plus tard, c'est à la vision d'une France encalminée, inquiète et divisée que nous sommes confrontés. Une France en proie au désarroi que génère le décalage entre une attente forte de sang neuf, et un besoin d'être rassurée. Cette vision s'articule autour de 4 idées clés :

1. En 2016, la France moyenne tente de faire face... Mais se montre ébranlée, sous tension et inquiète chez les Millenials comme chez les autres.
2. 2017, plus que jamais deux mondes entre la classe politique et les citoyens : une classe politique déjà lancée dans la compétition pour 2017 comme si rien n'avait changé, comme si c'était vraiment le sujet aujourd'hui...
3. Dans cette situation paradoxale, où les attentes sont fortes mais les espoirs ténus, c'est un tiraillement entre la soif de renouveau et le besoin d'être rassuré qui s'exprime, avec un paysage politique qui se cristallise autour de 3 pôles d'intérêt : Alain Juppé, le choix de la raison, Marine Le Pen qui est plus forte que jamais en particulier chez les Millenials. Et la Nouvelle Génération représentée par un duo Emmanuel Macron - Bruno Lemaire.
4. Mais, alors même qu'ils disent attendre de passer à autre chose, ils n'imaginent pas la France prête pour l'émergence d'un mouvement politique alternatif à l'instar de ce qui se passe par exemple en Espagne.

1 35+ :

Français issus des classes moyennes - revenu mensuel net du foyer compris entre 1.800 et 3.000€ pour personne seule, 2.400 et 5.000 € pour un couple
80% actifs (dont 10% en recherche d'emploi) et 20% retraités
Pour les actifs, 80% travaillant dans le secteur privé/ 20% dans le public

Millenials (18-34 ans) :

Français issus des classes moyennes - soit via la profession des parents pour les étudiants, soit via le revenu mensuel net du foyer
Etudiants & actifs (dont 20% en recherche d'emploi)

Pour tous :

50% femmes / 50% hommes
30% d'abstentionnistes aux dernières élections régionales
Moitié sympathisants de gauche, moitié de droite

À propos de Publicis Groupe – The Power of One

Publicis Groupe [Euronext Paris FR0000130577, CAC 40] est un leader mondial du marketing, de la communication et de la transformation digitale des entreprises. Présent sur toute la chaîne de valeur du conseil à la création et l'exécution, Publicis Groupe met au service de ses clients une organisation unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises dans le monde entier. Elle s'articule autour de quatre grands pôles de Solutions : « Publicis Communications » pour les réseaux créatifs (Publicis Worldwide avec MSL, Saatchi & Saatchi, Leo Burnett, BBH, et Prodigious) ; « Publicis Media » ((Starcom, Zenith, Mediavest | Spark, and Optimedia | Blue 449); « Publicis.Sapient », plateforme numérique mondiale, unique en son genre (Sapient Consulting, SapientNitro, DigitasLBI, Razorfish) et Publicis Healthcare.

Le Groupe est présent dans 108 pays et compte environ 77 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com | Twitter : @PublicisGroupe | Facebook : www.facebook.com/publicisgroupe | LinkedIn : Publicis Groupe | <http://www.youtube.com/user/PublicisGroupe> | *Viva la Difference!*

Contacts

Publicis Groupe

Peggy Nahmany	Corporate Communications	+ 33 (0)1 44 43 72 83	peggy.nahmany@publicisgroupe.com
Jean-Michel Bonamy	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 77 88	jean-michel.bonamy@publicisgroupe.com
Chi-Chung Lo	Investor Relations	+ 33 (0)1 44 43 66 69	chi-chung.lo@publicisgroupe.com