

SUR QUOI VA SE JOUER L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE DE 2027 ?

Adélaïde Zulfikarpasic

17/07/2026

Les enjeux sur lesquels se jouera la prochaine élection présidentielle sont encore difficiles à identifier tant l'actualité peut influencer sur le scrutin. Pourtant, Adélaïde Zulfikarpasic, directrice générale du pôle société d'Ipsos BVA, met en évidence, à partir de données d'opinion, plusieurs thèmes qui pourraient organiser le débat, alors que le risque est fort d'une campagne dominée par les questions de *leadership*.

Dans dix mois se tiendra la prochaine élection présidentielle. Dix mois, c'est à la fois très long, tant nous sommes désormais ancrés dans le présent et tant notre capacité à voir à moyen et long terme est entravée par les codes de l'époque, dictés notamment par les réseaux sociaux qui amplifient cette importance accordée au présent, à l'« ici et maintenant ». Et c'est à la fois très court, tant le temps semble s'accélérer et tant quelques mois semblent dérisoires au regard des enjeux qui devraient être ceux d'une élection aussi importante que la présidentielle.

Pour l'heure, la seule certitude que nous ayons, c'est justement que l'incertitude la plus totale domine ce scrutin. D'abord quant à l'offre politique et quant aux candidats qui seront finalement présents sur la ligne de départ. Ensuite, quant aux thématiques qui seront au cœur de la campagne. Il ne s'agit pas seulement ici des thématiques qui résonnent avec les préoccupations des Français, telles que nous les mesurons dans les enquêtes et que nous pourrions rappeler. Mais des enjeux structurants autour desquels s'articuleront non seulement la campagne, mais aussi plus globalement l'élection et donc l'issue du scrutin.

Or, ces enjeux structurants ne sont pas toujours ceux que l'on attend. Ainsi, en 2022, alors que l'on sortait tout juste de près de deux ans de crise sanitaire ayant mis sous le feu des projecteurs l'importance des « services publics à la française » – l'hôpital surtout, mais aussi l'école et le corps enseignant dont les parents contraints de faire classe à la maison ont semblé découvrir pour certains le rôle ô combien capital et difficile –, la campagne aurait pu, voire aurait dû, se structurer

autour de ces enjeux. C'était sans compter sur deux événements venus percuter la campagne et la pré-campagne, l'un en quelque sorte endogène, l'autre exogène, présentés ici par ordre chronologique et non par ordre d'importance. Le facteur endogène, c'est l'entrée en campagne très tôt d'Éric Zemmour qui a conduit à une droitisisation de la campagne pour l'investiture du parti Les Républicains (LR) à la présidentielle 2022 au cours de l'automne 2021. Le facteur exogène, c'est bien sûr l'éclatement de la guerre en Ukraine le 24 février 2022, à deux mois jour pour jour du second tour, qui a éclipsé la plupart des autres sujets et en quelque sorte transformé le scrutin en une sorte de référendum « pour ou contre la continuité dans un contexte de crise internationale », sur fond de crise énergétique.

En 2017, c'est un profond désir de changement et de dépassement du traditionnel clivage gauche-droite ayant abouti à ce qu'on a qualifié ensuite de « dégauchisme » qui est venu marquer de son empreinte le scrutin. On pourrait ainsi remonter le fil de toutes les élections du président de la République au suffrage universel direct pour identifier les grands enjeux structurants de chaque scrutin (rupture avec le capitalisme en 1981, lutte contre la fracture sociale en 1995, etc.). Qu'en sera-t-il en 2027 ? Quel sera le grand enjeu de la prochaine élection présidentielle ?

Lorsqu'une actualité chasse l'autre : climat, Lyhanna, même combat ?

Alors que la France sort d'un épisode caniculaire historique et semble devoir s'habituer à vivre avec des températures anormalement hautes au printemps et en été, on pourrait imaginer que ce sujet – pas « uniquement » la lutte contre le réchauffement climatique ainsi que l'adaptation à ses conséquences, mais plus largement celui du devenir de notre planète, qui vient toucher à la question de la transformation profonde de nos modes de production, de consommation et de vie – s'impose naturellement comme l'enjeu majeur du scrutin à venir. Rien n'est moins sûr et l'histoire nous a montré à quel point un sujet chasse l'autre au gré de l'actualité. Et même si nous connaissons au cours de l'été qui s'ouvre d'autres vagues de chaleur extrême, assorties d'incendies spectaculaires – qui ont malheureusement déjà commencé à l'heure où nous écrivons ces lignes – et suivies à l'automne d'épisodes cévenols et autres inondations remarquables, il est fort à parier que ce sujet soit pour autant ensuite relégué aux oubliettes, du moins jusqu'au prochain épisode climatique extrême. Car on observe que, dans cette tension permanente entre temps long et temps court dans laquelle se débattent les individus, c'est l'immédiateté qui l'emporte le plus souvent. Les enquêtes d'opinion le montrent clairement. Si le réchauffement climatique s'est progressivement imposé depuis 2018 comme l'un des sujets de préoccupation principaux des Français (et pas seulement des Français d'ailleurs¹), à mesure que les conséquences s'en faisaient

ressentir dans leur vie quotidienne, pour autant, d'une part, son niveau fluctue au gré des événements et, d'autre part, il ne s'est pour l'heure jamais imposé comme la priorité numéro une. Il n'a même jamais figuré sur le podium. Ainsi, selon [une enquête réalisée par Ipsos BVA](#) pour le Réseau Action Climat en octobre 2025, 93% des Français constatent l'augmentation des événements climatiques extrêmes, 91% d'entre eux l'attribuent au changement climatique et 89% en sont inquiets (dont 32% très inquiets). Le climat se maintient à un niveau élevé dans l'absolu (préoccupation pour 48% des sondés), mais il est passé de la quatrième à la cinquième place des urgences, dépassé par les questions de sécurité et les conflits armés, selon la [dernière vague de l'Obs'COP²](#) mené par Ipsos BVA pour EDF. Des résultats que confirme mois après mois notre [Baromètre Ipsos BVA / Cesi École d'ingénieurs pour La Tribune dimanche](#). Dans la dernière vague, réalisée en juin 2026, avant l'épisode caniculaire historique, la protection de l'environnement (réchauffement climatique, biodiversité, pollution, etc.) a même glissé de la sixième à la huitième place des préoccupations des Français, citée par 20% d'entre eux, loin derrière le pouvoir d'achat (48%), l'avenir du système social (39%), le niveau de la délinquance (37%) ou encore l'immigration (32%). Le climat inquiète les Français, mais n'est pas encore leur principale préoccupation.

Ce même baromètre nous confirme par ailleurs la perméabilité des Français à l'actualité. Ainsi, le niveau de préoccupation relatif à la délinquance a progressé de 8 points entre mai et juin dernier. Cette évolution est à mettre sur le compte de différents événements, en particulier l'affaire Lyhanna (du nom de cette fillette de 11 ans retrouvée morte dans le Gers) dont 97% des Français ont entendu parler, selon cette même enquête. Mais aussi sans doute des débordements et violences après la victoire du PSG face à Arsenal en finale de la Ligue des champions de football. Ces deux sujets ne relèvent d'ailleurs pas du même registre. L'affaire Lyhanna n'est pas un sujet de « délinquance » mais pose plus profondément la question de la protection des enfants et de la famille.

Mais, si le sujet des crimes pédocriminels a pris de l'ampleur ces derniers mois, avec cette affaire et plus largement sous l'impulsion du scandale du périscolaire à Paris, va-t-il s'imposer comme la grande question de cette campagne ? Rien n'est moins sûr là aussi, même si 86% des Français estiment que l'affaire Lyhanna révèle un problème structurel dans le fonctionnement des institutions et qu'il conviendrait de s'y atteler. Comme le climat, cette question mériterait de s'installer durablement dans le débat public.

Derrière ces sujets – pourtant centraux – mais dont l'importance varie malheureusement au gré de l'actualité et qui trouvent un écho dans l'opinion plus ou moins fort selon les moments, revêtant ainsi un caractère éphémère ou tout le moins fluctuant, on peut toutefois esquisser quelques autres pistes pour ce que pourrait être LA question structurante de 2027. La question de notre

modèle de société (croissance *versus* décroissance) en est une, évidemment, même si la probabilité qu'elle s'impose dans le débat semble faible. La question sécuritaire en est une autre. La lutte contre les crimes pédocriminels et la protection des mineurs, encore une autre.

Le suivi et l'analyse des études d'opinion dans la durée nous fournissent des informations précieuses pour en identifier d'autres. Difficile à ce stade de savoir ce qui va dominer entre le besoin de protection, les enjeux de souveraineté, la question du travail, ou d'autres sujets encore, qui n'auraient pas émergé. Mais nous pouvons dresser un rapide panorama de ce qui se joue derrière ces enjeux.

Recevez chaque semaine toutes nos analyses dans votre boîte mail

[Abonnez-vous](#)

Stabilité et protection face aux désordres mondiaux ?

Le contexte international s'est encore durci depuis la dernière élection présidentielle française. La guerre en Ukraine dure depuis maintenant plus de quatre ans. L'attaque terroriste du Hamas contre Israël le 7 octobre 2023 a entraîné un conflit lourd de conséquences. La région s'est embrasée plus largement, entraînant dans la guerre le l'Iran et le Liban, créant une forte instabilité internationale. Rappelons qu'entre-temps, depuis la réélection d'Emmanuel Macron, Donald Trump a été élu président des États-Unis pour la seconde fois et ses prises de position ne sont pas toujours de nature à apporter calme et tranquillité dans les relations diplomatiques.

Selon notre [Baromètre Ipsos BVA pour La Tribune Dimanche](#), ce sont 21% des Français qui citent les crises internationales parmi leurs inquiétudes, en faisant leur septième sujet de préoccupation. Mais l'enquête a été réalisée après la signature d'un accord de cessez-le-feu entre Israël et le Liban. À l'inverse, le niveau de préoccupation généré par ce sujet avait bondi de 10 points en mars dernier, juste après le début du conflit, le classant à la troisième position des sujets de préoccupation des Français, avec 33% de citations. C'est donc un sujet extrêmement présent, en filigrane, dans la vie des Français depuis plusieurs années et qui est susceptible de peser, une fois encore, sur la campagne.

L'histoire a montré que ces périodes d'instabilité internationale favorisent la continuité sur le plan intérieur, accompagnée souvent d'un réflexe « légitimiste » autour du chef de l'État sortant, un « effet drapeau » comme cela a été le cas en 2022, avantageant clairement la réélection d'Emmanuel Macron. Mais cette fois, il n'est plus candidat et son successeur n'est pas évident. Cela se jouera vraisemblablement entre deux de ses anciens Premiers ministres, Édouard Philippe et Gabriel Attal, et en fonction du contexte au printemps prochain, la situation internationale de nouveau jouer un rôle significatif dans la campagne du candidat du bloc central.

En tout état de cause, face à l'instabilité mondiale et à certains désordres nationaux, les Français expriment clairement un besoin d'ordre. Selon la dernière vague de l'enquête **Fractures françaises** réalisée en partenariat avec la Fondation Jean-Jaurès, ce sont 85% des Français qui déclaraient que « on a besoin d'un vrai chef en France pour remettre dans l'ordre ». Cet item ne fait pas spécifiquement écho à la situation internationale mais vient renforcer un besoin d'ordre et de stabilité.

Ce besoin de stabilité s'exprime également à travers d'autres indicateurs qui montrent que si les Français, pour une partie d'entre eux en colère (mais pas encore majoritairement en colère), souhaitent du changement, ils n'ont pas pour autant envie de « renverser la table », de casser tout le système dans ce contexte. Ainsi, dans **une enquête réalisée à l'occasion des dernières élections municipales**, seuls 23% des Français exprimaient le souhaiter de transformer radicalement la société tandis que 51% pensaient qu'il fallait la réformer en profondeur et 24% l'aménager sur quelques aspects mais sans toucher à l'essentiel. Nous ne sommes pas ici exactement sur le même registre. Mais ces indicateurs témoignent plutôt d'un rejet de la radicalité et – combinés avec un besoin de stabilité généré par le désordre international – militent pour une forme de continuité.

Liberté, égalité... souveraineté ?

En quelques années, le mot « souveraineté » s'est imposé au cœur du débat public. La pandémie de Covid-19 d'abord, la guerre en Ukraine et la crise énergétique qu'elle a suscitée ensuite, les récentes tensions commerciales entre les États-Unis et la Chine enfin : ces crises ont montré à quel point la France, au même titre que la plupart des autres démocraties occidentales, s'était placée dans une situation de dépendance par rapport à des pays tiers, sur des sujets essentiels. L'un des exemples les plus frappants, mis en lumière à l'occasion de la crise sanitaire, est la dépendance concernant la production de paracétamol. Si la France assemble historiquement des millions de boîtes (comme le Doliprane à Lisieux et Compiègne ou le Dafalgan à Agen), elle dépendait à près de 85% de l'Asie pour son principe actif. La France a entamé un processus de relocalisation de la production de cette molécule pour assurer sa souveraineté sanitaire.

Cette question de la souveraineté ne touche pas qu'au sujet – vital – de la santé. Il concerne de nombreuses sphères de notre vie quotidienne (avec la question de la dépendance énergétique) mais touche aussi à notre vie démocratique.

Ainsi, par exemple, on sait qu'aujourd'hui ce sont les trois quarts des Français (74% d'après une étude Ipsos BVA réalisée en mai 2026) qui utilisent régulièrement un outil d'IA générative. Parmi eux, près d'un sur deux utilise ou envisage d'utiliser ce type d'outil pour se renseigner sur des sujets politiques, qu'il s'agisse des partis ou des candidats à une élection (46% des moins de 35 ans l'ont même déjà fait). Or, d'après cette même enquête, les outils les plus utilisés par les Français sont étrangers : 55% des Français ont déjà utilisé ChatGPT (OpenAI), 43% Gemini (Google), 31% Meta AI et 26% Microsoft Copilot. Seuls 14% déclarent utiliser Mistral AI, qui est français. Ces usages posent de nombreuses questions autour de la souveraineté : ingérence, rapport à l'information et donc, nécessairement, formation des opinions et structuration des choix de vote. À dix mois de l'élection présidentielle, ce sujet est tout sauf neutre. D'ailleurs, les Français ne s'y sont pas trompés – même si leurs pratiques ne sont pour le moment pas toujours en cohérence, comme on vient de le noter. Un **sondage Ipsos BVA** réalisé en fin d'année dernière soulignait l'enjeu de souveraineté en matière numérique : 72% des Français se déclaraient préoccupés par la domination des acteurs américains et chinois. Dans un monde idéal, 80% des citoyens souhaitent un rééquilibrage en faveur d'acteurs européens forts. Une autre étude parue récemment confirme cette préoccupation citoyenne pour la souveraineté numérique. À l'occasion du lancement de **cartes.gouv.fr**, un site internet gouvernemental, piloté par l'Institut national de l'information géographique et forestière (IGN), qui met à disposition du grand public des cartes, des données, des outils pour explorer, comprendre et approfondir la connaissance du territoire, Ipsos BVA a réalisé pour l'IGN **une enquête** en mai 2026. Les résultats sont sans équivoque : 87% des Français estiment indispensable (46%) ou important (41%) que l'État développe, possède et gère des outils publics de cartographie – un niveau d'attente équivalent à celui porté envers le développement de services de santé numériques. Plus largement, 78% des Français souhaitent que l'État investisse massivement dans le développement d'outils numériques souverains, un consensus qui traverse toutes les catégories sociales et territoriales.

Le projet de loi d'urgence agricole, en cours d'examen par le Parlement, aborde quant à lui le sujet spécifique de la souveraineté alimentaire, en d'autres termes la capacité de la France à répondre à ses besoins alimentaires en autonomie. Que ce soit sur le plan agricole ou énergétique, cet enjeu de souveraineté touche par ailleurs de très près à un autre enjeu, au cœur des préoccupations des Français et de façon plus directe depuis plusieurs années : le pouvoir d'achat. Car la dépendance à d'autres pays, notamment en matière énergétique, nous rend tributaires de leurs pratiques en matière de tarification. Selon **un sondage Ipsos BVA réalisé en avril 2026**, six Français sur dix

exprimaient des difficultés financières au quotidien (60%) et un sur dix n'arrivait pas à s'en sortir au quotidien (11%). Dans ce contexte déjà compliqué, la hausse des prix de l'énergie et des carburants depuis le début de la guerre en Iran a donc ravivé les tensions financières. Face à la situation, la quasi-intégralité des Français se montraient inquiets pour leur pouvoir d'achat (90%).

La souveraineté, au cœur des enjeux à la fois démocratiques, socio-économiques ou encore sanitaires de notre pays, pourrait donc constituer un axe fort de la campagne présidentielle à venir, alors que 60% des Français estiment encore que la mondialisation est une menace pour la France selon la dernière vague de **Fractures françaises**.

Quel devenir pour le travail, dans un contexte de nouvelle révolution industrielle ?

La campagne pour l'élection présidentielle de 2027 démarre avec un signal fort envoyé par le Conseil d'orientation des retraites (COR) qui a publié en juin dernier son **treizième rapport annuel**. Ce rapport actualise les projections de court, moyen et long terme du système de retraite : d'après le COR, le déficit du système atteindrait 2,4% du PIB en 2070 contre 1,4% prévu l'année dernière. Cette évolution tient en grande partie à une fécondité revue durablement à la baisse et à un vieillissement accéléré de la population, qui augmentent mécaniquement le ratio retraités/actifs. Conséquence : le COR calcule que si l'on jouait uniquement sur l'âge moyen de départ pour revenir à l'équilibre, il faudrait le porter jusqu'à environ 67 ans et demi. Une bombe politique quand on voit la mobilisation qui a accompagné les précédentes réformes. Ce sujet pourrait se retrouver au cœur de la campagne alors que les candidats putatifs ont déjà commencé à esquisser leurs propositions en la matière – et qu'il s'agit même d'un sujet de discorde entre Marine Le Pen et Jordan Bardella, qui ont des lignes divergentes sur le sujet.

Plus largement, au-delà des retraites, la question du travail pourrait figurer au cœur de la campagne. Ce ne serait pas la première fois, mais le spectre des enjeux qui y sont liés est encore plus vaste que par le passé, qu'il s'agisse de sa valorisation, de sa rémunération, de son avenir ou encore de la formation, alors que nous connaissons une nouvelle révolution industrielle avec l'IA.

Nous n'allons pas dresser ici un panorama exhaustif des enjeux liés au travail, mais nous pouvons citer quelques données.

Ainsi, sur la question de la « valeur du travail » : selon la dernière vague de l'enquête **Fractures françaises**, ce sont 60% des Français qui affirment que les chômeurs pourraient trouver du travail s'ils le voulaient vraiment, une idée certes très marquée politiquement (elle est partagée par 85%

des sympathisants Les Républicains, 74% des sympathisants Rassemblement national (RN), mais aussi 75% des sympathisants de Renaissance). Une proportion presque identique estime que dans la société actuelle, on évolue vers trop d'assistanat (58% des Français, une idée là aussi bien plus ancrée à droite et au centre, partagée par 88% des sympathisants LR, 70% des sympathisants RN et 73% des sympathisants de Renaissance). Ces deux indicateurs, combinés chez de nombreux Français avec le sentiment que leur travail ne leur permet pas de vivre dignement, d'une part, et qu'ils ne bénéficient pas des aides de l'État, d'autre part, créent du ressentiment et un fort sentiment d'injustice. Ces derniers sont en partie moteurs du vote RN, comme nous avons déjà eu l'occasion de le montrer³, les Français que nous avons interrogés ayant non seulement le sentiment que leur travail n'était pas suffisamment rémunéré, mais que, dans le même temps, d'autres qu'eux, souvent issus de l'immigration, pouvaient bénéficier du soutien de l'État. Cette question de la valeur du travail est d'autant plus importante quand on sait qu'un Français sur dix n'arrive pas à s'en sortir au quotidien (11%). Ce dernier pourcentage monte à 20% pour les employés et ouvriers, qui figurent en bonne place parmi les électeurs RN⁴.

L'autre grand enjeu est l'impact de l'IA sur le travail. C'est un sujet évidemment au cœur des préoccupations des entreprises, mais aussi des salariés. Une grande **enquête réalisée par Ipsos BVA pour Google, en partenariat avec France Travail**, dresse un panorama de l'IA en France en s'intéressant de manière approfondie aux usages de l'IA à la fois par les salariés, par les auto-entrepreneurs, par les dirigeants de TPE ainsi que les dirigeants de plus grandes entreprises. Parmi les principaux enseignements, on note une accélération de l'adoption pour atteindre un Français sur deux. Son utilisation en entreprise reste néanmoins encore souvent limitée à des tâches basiques et elle suscite encore de nombreuses craintes chez les salariés, révélant d'ailleurs un hiatus avec les chefs d'entreprise qui y voient essentiellement des opportunités. Ainsi, chez les cadres dirigeants d'entreprises, 72% estiment que l'utilisation de l'IA est déjà ou sera un avantage compétitif indispensable pour leur activité d'ici à trois ans. Et 70% de ceux dont l'entreprise utilise l'IA estiment qu'elle a amélioré les gains de productivité, et autant jugent qu'elle le fera à l'avenir (69%). 52% d'entre eux estiment en effet que l'usage de l'IA a permis de libérer du temps aux salariés, souvent de manière significative, et donc de les rediriger vers des tâches à plus forte valeur ajoutée. À l'inverse, les salariés se montrent beaucoup plus ambivalents, voire inquiets. Quand on les interroge sur les principaux inconvénients potentiels liés à l'utilisation de l'IA dans le cadre professionnel, les salariés citent avant tout le risque de dépendance excessive envers l'outil (25%) ainsi que la perte des interactions humaines (24%), devant des aspects liés à la sécurité des données (23%) ou aux craintes pour l'emploi (21%). Cette étude montre également que la formation demeure le principal levier d'accélération. La question de la formation, dans ce contexte de nouvelle révolution industrielle, dépasse le cadre de l'entreprise et se pose plus largement, dès la formation initiale des plus jeunes. Quels métiers choisir demain ? Comment se former pour un

monde du travail en profonde et rapide transformation ? Quelles compétences seront utiles et valorisées demain ? Autant de questions vertigineuses pour les jeunes sur le point de choisir une orientation – mais aussi pour les salariés engagés dans une voie et à qui il reste encore de nombreuses années de travail – et qui nécessitent cadre et accompagnement.

Réhabiliter une forme de « fierté française » dans un contexte de déclinisme

Depuis de nombreuses années, les Français « vivent leur vie en 3D » autour de trois ressentis majeurs : déclinisme, déclassement, dislocation du lien social.

Ainsi, ce sont 90% des Français qui estiment que la France est en déclin selon la dernière vague de **Fractures françaises**, un résultat historiquement élevé, bien que 58% pensent que ce déclin n'est pas irréversible. Ce déclinisme se retrouve dans de nombreuses études. Selon **une étude réalisée pour La Poste avec la Fondation Jean-Jaurès**, plus des deux tiers des Français estiment que la vie en France est plutôt moins bien aujourd'hui qu'il y a vingt ans (68%) contre 11% seulement qui estiment qu'elle est plutôt mieux et 19% qu'elle n'est ni mieux ni moins bien⁵. Ce sentiment que « c'était mieux avant » se double d'une sensation que « c'est mieux ailleurs ». Selon cette même étude, sur toute une série de sujets, les Français ont en effet le sentiment que, par rapport aux autres pays européens, la situation en France est globalement moins bonne. C'est le cas notamment en ce qui concerne la qualité du système éducatif : plus de six Français sur dix pensent que la situation en France est moins bonne sur ce sujet qu'ailleurs en Europe (61%). Près d'un Français sur deux juge également que la situation des services publics en France est moins bonne que celle des autres pays européens (47%), tout comme la qualité du système de soin (46%). En idéalisant les situations de nos voisins européens, les Français superposent donc à ce sentiment de déclin la sensation d'un déclassement par rapport aux autres nations. S'ajoute à cela le sentiment d'une dislocation des liens sociaux, quels qu'ils soient, par rapport à il y a vingt ans, que l'on mesure également dans cette enquête. Les Français sont 58% à penser que les liens entre usagers et agents ont tendance à s'affaiblir depuis vingt ans contre 8% seulement à se renforcer ; 55% jugent que les liens entre voisins se distendent (contre 13%) ; il en va de même pour les liens entre générations (54% vs 13%) ou encore entre commerçants et clients (49% vs 14%). Les liens sont vus comme se distendant, y compris entre personnes d'une même famille (42% vs 22%) ou entre collègues (40% vs 14%). C'est ainsi que, selon la dernière édition du **baromètre du lien social**, 71% des Français estiment ainsi que le lien social est dans un mauvais état au niveau national.

Or, dans le même temps, au niveau local, le ressenti n'est pas du tout le même. Les deux tiers des

Français estiment au contraire que le lien social y est bon (67%). Ce qui est frappant, c'est de constater cette dichotomie entre le vécu de chacun et sa projection au niveau collectif. Ce phénomène n'est pas propre au lieu social : nombre d'indicateurs témoignent de ce décalage, sur la confiance dans l'avenir, sur la perception de la violence, projetée au niveau national, mais finalement peu expérimentée au niveau local, etc. On pourrait multiplier les exemples à l'envi, reflétant une distorsion entre la réalité et le vécu, d'une part, et les perceptions, de l'autre.

Comment expliquer ce décalage entre réalité locale et projection nationale ? Alors que les données objectives nous montrent que la situation française – notamment en matière économique, sociale, mais aussi culturelle – est loin d'être aussi sombre, voire enviable, à bien des égards (système de protection sociale unique en son genre, richesse culturelle, services publics, réseau ferroviaire, etc.) ? Ce qui est certain, c'est que ce n'est pas sain, pas vertueux et en aucun cas de nature à créer un élan aspirationnel pour bâtir un projet de société. Or, clairement, c'est ce dont ont besoin les Français aujourd'hui. Ils aspirent à la fois à de l'apaisement et à davantage de cohésion. Il est également grand temps de redonner de l'envie, de poser à nouveau un regard positif sur tout ce qui va bien en France, et de susciter de la fierté. C'est même une nécessité pour aller de l'avant.

Ces différents besoins – apaisement, cohésion, fierté – ont été conjoncturellement assouvis lors des Jeux olympiques de Paris 2024, comme l'ont montré plusieurs enquêtes, et notamment celle réalisée par BVA pour la Fondation Jean-Jaurès pour le **son étude collective sur les Jeux olympiques**, un an après. Ils touchent plus fondamentalement à la question du « vivre-ensemble » et du modèle de société que nous voulons bâtir.

À l'heure où nous écrivons ces lignes, il apparaît très difficile d'anticiper le sujet qui viendra structurer et irriguer la campagne électorale pour l'élection présidentielle. Il peut s'agir de l'un de ceux-là comme d'un autre. Bien souvent même, c'est seulement après le scrutin que l'on prend conscience de ce qui s'est joué et que l'on peut raconter l'histoire. Ce constat risque de s'avérer encore plus vrai aujourd'hui alors que l'on se heurte à un affaissement idéologique de certains partis, doublé d'une crise de *leadership*. Conséquence de cet affaissement idéologique et de ce déficit d'incarnation : les prochains mois risquent d'effacer les sujets de fond au profit de batailles de *leadership*. Le risque est que la campagne ne décolle jamais vraiment et que nous demeurions englués dans les querelles liées à la désignation des candidats qui pourraient s'éterniser jusqu'au début de l'année 2027. Or, plus que jamais, pour restaurer la confiance des citoyens dans la démocratie et réhabiliter un tant soit peu la confiance des citoyens dans la politique, notre pays mérite des débats de fond.

2. Observatoire international climat et opinions publiques.
3. Adélaïde Zulfikarpasic, *L'immigration, ce grand tabou (de la gauche)*, Fondation Jean-Jaurès, 11 avril 2023.
4. Christelle Craplet, « Crise énergétique : 63% des Français jugent la réponse gouvernementale insuffisante », Ipsos BVA, 29 avril 2026.
5. Christelle Craplet, Jérémie Peltier, Adélaïde Zulfikarpasic, *Réhumaniser la société de l'absence*, Fondation Jean-Jaurès, 3 décembre 2024.