

Communiqué de presse
#Politique #Popularité #Beertest

L'indice de convivialité des Hommes politiques Après son succès américain, le Beer test arrive en France

Paris, le 5 janvier 2017 – Institutionnalisé et très apprécié à chaque élection aux Etats-Unis, le sondage du « Beer test » consiste à organiser des duels pour déterminer avec quel homme ou femme politique les électeurs préféreraient boire une bière.

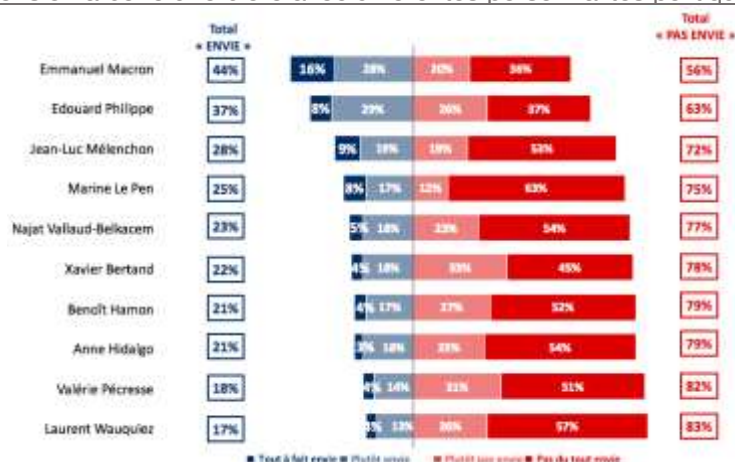
Ce test permet ainsi de mesurer le « likability factor », c'est-à-dire le degré de convivialité ou de sympathie des candidats.

Pour la première fois, ce test est appliqué à la classe politique française dans un sondage exclusif de l'IFOP en partenariat avec l'agence de communication CorioLink.

Emmanuel Macron en tête, Les Républicains bons derniers

Lorsqu'on interroge les Français sur leur volonté de partager un moment convivial avec une liste d'hommes et femmes politiques, **Emmanuel Macron arrive largement en tête du classement avec 44 % des Français qui aimeraient partager une bière avec lui**. Sur la deuxième et troisième marche du podium, on retrouve Edouard Philippe (37 %) et Jean-Luc Mélenchon (28 %) suivi de près par Marine Le Pen (25 %). **Laurent Wauquiez (17 %) termine bon dernier du classement, précédé de Valérie Pécresse, la présidente de la région Ile-de-France.**

La propension à boire une bière avec différentes personnalités politiques



Frédéric Dabi, Directeur Général Adjoint de l'Ifop : « La première enquête Coriolink - Ifop visant à déterminer la convivialité perçue du personnel politique au moyen d'un beer test s'inscrit en continuité mais également en rupture avec le traditionnel baromètre Ifop-Fiducial pour Paris Match et Sud Radio. La continuité réside dans l'état de grâce dont bénéficie le couple exécutif qui trône les deux premières places du classement. Emerge en revanche une rupture s'agissant de Marine Le Pen. La Présidente du FN en difficulté dans les enquêtes de popularité après sa catastrophique séquence présidentielle parvient, sur la dimension proximité mêlant sympathie et accessibilité à se classer en 4^{ème} place, toutefois devancée par Jean-Luc Mélenchon. »

Dans un face-à-face Emmanuel Macron - Laurent Wauquiez, un sondé sur deux (50 %) préfère de loin boire un verre avec le président de la République contre seulement 13 % qui choisissent le nouveau président des Républicains. Plus d'un tiers (37 %) ne souhaitent pas boire une bière avec l'un des deux. Dans le détail, Emmanuel Macron est d'avantage plébiscité par les hommes (55 %) que par les femmes (46 %). Le président nouvellement élus des Républicains ne fait pas le plein auprès des sympathisants de droite (31 %) qui lui préfèrent Emmanuel Macron (48 %).

Le duel Jean-Luc Mélenchon - Marine Le Pen, rebute près de la moitié des sondés (42 %) qui ne veulent pas prendre une bière avec l'un ou l'autre. Un sondé sur trois (33 %) opte pour Jean-Luc Mélenchon, et 25 % pour Marine Le Pen. Si le clivage gauche/droite est sensible (71 % des électeurs de gauche choisissent Jean-Luc Mélenchon contre 6 % pour son adversaire), il est tout de même moins marqué pour les électeurs de droite : 54 % s'abstiennent, 31 % penchent pour Marine Le Pen contre 15 % pour Jean-Luc Mélenchon.

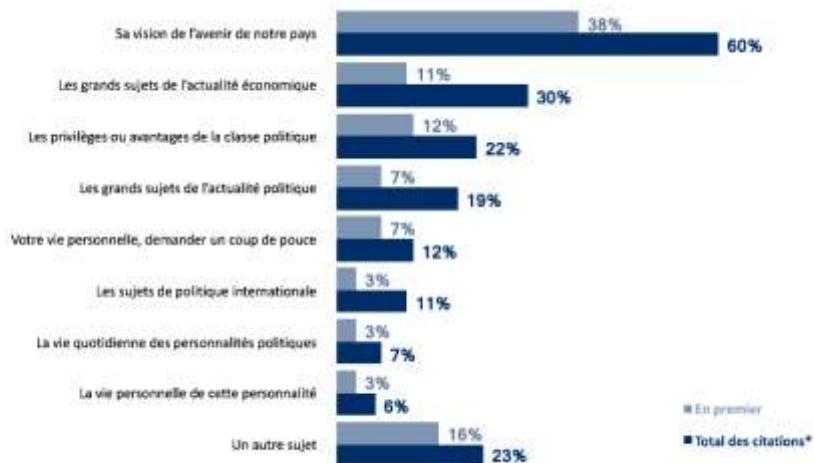
Une rencontre pour aborder les sujets de fond et juger de la sincérité des Hommes politiques

Les Hommes politiques ont encore du travail pour s'attirer la sympathie de leurs électeurs car près d'un Français sur cinq (18 %) déclare ne pas vouloir partager une bière avec eux. Pour ceux qui acceptent, il s'agit avant tout d'une occasion de juger et tester leur interlocuteur. **51 % des personnes interrogées aimeraient vérifier les connaissances de nos politiques à propos du quotidien des Français, 40 % voudraient pouvoir juger de leur authenticité et 18% mesurer la différence entre la télévision et « la vie en vrai ».** Un Français sur quatre aimerait parler avec les leaders politiques d'un sujet qui lui tient à cœur.

Quant aux sujets qu'ils aimeraient aborder lors de cet échange, les Français donnent très clairement la priorité aux sujets de fonds. Une large majorité (60 %) souhaite connaître la vision de leur interlocuteur sur l'avenir du pays, 30 % parler de l'actualité économique, 19 % de l'actualité politique et, dans une moindre mesure, 11 % de la politique internationale.

Presque un sondé sur quatre (22 %) aimerait aborder la question des privilèges ou avantages de la classe politique. A la marge, des sujets plus personnels apparaîtraient aussi durant la conversation, tels que la vie personnelle de l'homme politique (6 %) ou de la vie quotidienne des personnalités politiques. A noter que 12% des Français en profiteraient pour demander un coup de pouce ou partager leur vie personnelle.

De quoi parleriez-vous avec un homme politique autour d'une bière ?

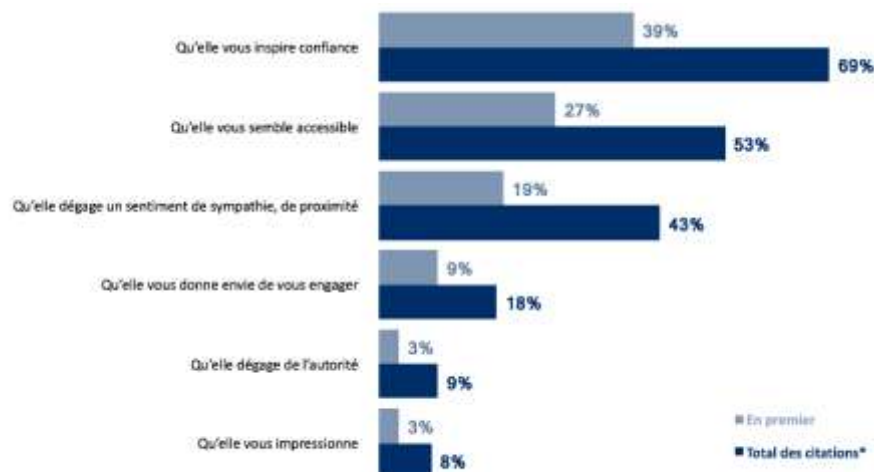


(*) Total citations* : 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Les Français à la recherche de confiance et de proximité

69 % des personnes interrogées attendent de cette rencontre que les personnalités politiques leur inspirent confiance. Plus de la moitié (53 %) espèrent que ces dernières seront accessibles et 43 % qu'elles puissent dégager un sentiment de sympathie et de proximité. Si 8 % pense être impressionné par cette rencontre, 18 % attendent que l'échange qu'ils auront eu puisse les convaincre de s'engager politiquement.

Les réactions attendues de l'entretien avec une personnalité politique



(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Pierre Alibert, co-fondateur de l'agence CorioLink : « *La bière a comme vertu celle de rendre plus sympathique et accessible l'homme politique. Ces derniers l'ont bien compris, et les américains bien avant nous, au point d'en faire un allié puissant des stratégies de communication. Idéale pour casser une image vieillissante, elle permet aussi d'atteindre toutes les catégories socio-professionnelles grâce à son universalisme. Barack Obama lors de sa campagne face à Mitt Romney connu pour ne pas boire d'alcool a usé de cette stratégie. Cette dernière reposant sur l'analyse sociologique des amateurs de bière combinée à d'autres données statistiques lui a permis de convaincre la working class tout comme « l'homme blanc » adepte des microbrasseries et votant traditionnellement Républicain. Alain Juppé, avec moins de succès, a essayé de la dupliquer face à Nicolas Sarkozy et François Fillon durant les primaires de la droite et du centre tout comme Jacques Chirac auparavant.* »

Méthodologie :

Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1009 Français interrogés par Internet du 15 au 18 décembre 2017, échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge et profession u chef de famille après stratification par région et catégorie d'agglomération.

A propos de CorioLink

CorioLink, agence de conseil en communication d'influence spécialisée dans les problématiques économiques, institutionnelles et politiques, a été co-fondée par Amélie Lebreton, Jacky Isabello et Pierre Alibert. CorioLink formalise des stratégies et propose des méthodologies pour « décupler la force d'engagement » de ses clients.

www.coriolink.com / @CorioLink

Contact presse :

Anna Vautier : anna.vautier@coriolink.com - Tel : 06 15 09 52 02