

15 avril 2014

La fierté d'appartenance régionale des Français : et si moins de Régions développait les revendications locales ?

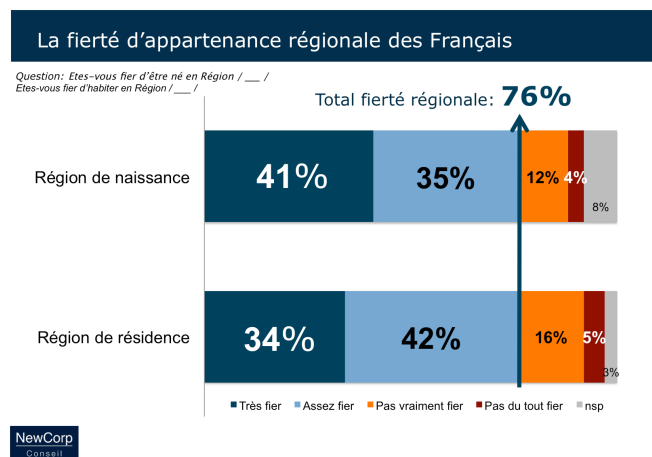
Grande enquête nationale NewCorp Conseil issue du baromètre TOPDESREGIONS 2014. Echantillon national représentatif de 2000 Français âgés de 18 ans et plus, méthode des quotas, interrogés du 21 au 27 février 2014.

La réforme territoriale souhaitée par le Premier ministre (suppression des conseils généraux et division du nombre de régions par deux) va être difficile. Au delà des élus qui se mobilisent déjà, c'est l'ensemble des Français qui se déclarent attachés à leur identité régionale. Entre mathématique comptable et identité culturelle, quel est le bon équilibre ?

76% des Français sont fiers de leur Région

(fiers d'y être nés ou fiers d'y habiter)

Un score élevé et surtout très « dense » dans ses modalités de réponses: sur le total des 76% fiers de leur Région, 41% sont « très fiers » d'y être nés, et un peu moins, 31%, « très fiers » d'y habiter. La Région d'origine garde donc une place très importante et affective dans le cœur des Français, même si la Région de résidence est également très fortement revendiquée et démontre qu'elle peut elle aussi conquérir les cœurs d'adoption.



Nous ne sommes pas dans une forme d'adhésion molle, mais bien face à une revendication affirmée, presque rappelée par les Français à l'occasion de cette enquête.

... mais sont conscients de la nécessité d'économiser les dépenses publiques

Parallèlement, selon une enquête Ifop, une majorité de Français (60 %) sont favorables à la suppression des départements et autant se disent prêts à la réduction de moitié des régions. Le

rapprochement des deux résultats est intéressant car il révèle des tendances de fond sur des aspects politiques et économiques d'une part, culturels et identitaires de l'autre. En premier lieu, lorsque le Premier ministre parle des départements, il parle surtout de supprimer les conseils généraux, un échelon administratif d'abord très mal connu, ensuite très distant des Français qui voient donc surtout dans cette annonce l'occasion de réduire une forme de gabegie de dépenses publiques liée à une entité pour laquelle il n'ont ni sentiment ni proximité. Nous sommes alors dans le syndrome du DRH qui licencie des personnes dont il ne connaît pas le travail. Ensuite, concernant les régions, il

faut bien distinguer le général du particulier, il y a une grande différence entre supprimer "des régions" et supprimer "ma" région. Finalement, les Français prouvent une fois de plus qu'ils sont raisonnables et matures, à la fois convaincus du besoin de réduire des dépenses publiques qu'ils jugent inutiles (sans doute par méconnaissance) et simultanément attachés à leur ancrage territorial. Il serait naïf de penser que les régions seraient tranchées sans douleur.

Les Français sont attachés à leur territoire, mais doutent de l'utilité de l'action politique territoriale, et donc de la légitimité de ses moyens

L'acceptation - de principe - de suppression des conseils généraux et de réduction des régions n'est pas à chercher du côté d'une hypothèse de délitement de l'identité territoriale culturelle (beaucoup d'indicateurs du côté du marketing territorial prouvent le contraire), mais très clairement du côté de la perte de confiance dans l'utilité de la dépense publique. C'est le même sentiment qui explique la montée en puissance du raz le bol fiscal, cette idée de l'inefficacité de l'action politique, donc de perte de légitimité de ses moyens. Il est en effet fondamental dans l'analyse de ce projet de réforme du découpage territorial de bien comprendre que l'opinion publique y voit beaucoup plus des échelons administratifs et politiques, que des services publics. Nous ne sommes pas en train de parler de fermer des bureaux de poste ou des gares, mais des équipes de fonctionnaires et d'élus que les Français ne connaissent pas (demandez-leur de citer leurs conseils généraux ou régionaux !). C'est pour eux que la crise aura sonné le glas.

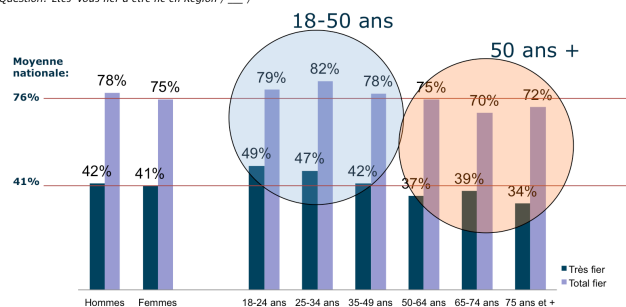
Autrement dit, si les Français acceptent l'idée de ce redécoupage administratif territorial, ce n'est pas parce qu'ils ne sont pas attachés à leur territoire, mais parce qu'ils pensent que ces équipes ne servent à rien. C'est la méconnaissance - au mieux - ou la critique de l'action politique régionale qui est confirmée par cette acceptation. Sur ce point, ce qui permet au politique de se réformer, c'est qu'il est mal jugé, ce qui, admettons-le, n'est pas une raison très glorieuse.

L'identité régionale : une forte revendication auprès des jeunes

Sur l'aspect générationnel, les enquêtes NewCorp Conseil et Ifop se rejoignent. L'étude "Topdesregions" révèle en effet que ce sont surtout les jeunes qui se déclarent attachés à leur région de naissance, bien davantage que les plus âgés (49% des 18-24 ans sont "très fiers" de la région où ils sont nés versus 34% des 75 ans et plus). Nous retrouvons cet égard dans l'étude Ifop dans laquelle les 18-24 ans sont majoritairement opposés (52%) à la réduction du nombre de régions lorsque les 35 ans et plus y sont favorables à 65%. S'il ne s'agit pas d'une affaire de générations mais d'époques, l'identité régionale, de proximité, davantage "communautaire", se développerait et la réforme régionale souhaitée se poserait alors à contretemps des tendances.

La fierté d'appartenance régionale – Région de naissance

Question: Etes-vous fier d'être né en Région / ... /



La Bretagne, record de France de la fierté régionale avec 96%, est intouchable

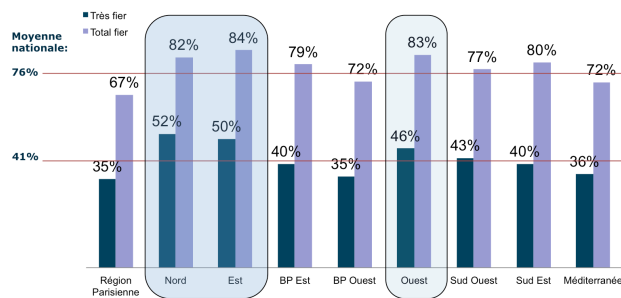
C'est au Nord, à l'Est, mais également à l'Ouest que nous retrouvons les plus forts taux de fierté d'appartenance régionale. Et lorsque nous observons de plus près, la Bretagne ressort incontestablement comme la Région au plus fort sentiment d'appartenance régionale avec 96% des Bretons fiers d'être nés en Bretagne, dont 73% qui en sont très fiers ! Les autres régions à forte fierté régionale sont l'Alsace, Midi-Pyrénées, Nord-Pas de Calais et Languedoc-Roussillon.

Là encore il est important de rappeler que ce qui crée le socle identitaire territorial, c'est l'Histoire, la culture, les valeurs, les sites géographiques, les gens, les figures historiques, la lumière, la faune, la flore, la gastronomie ... c'est tout sauf l'existence ou non d'un échelon administratif. Cet échelon arrive après en quelque sorte, il vient plus ou moins bien recouvrir le territoire historique et culturel, comme une forme de reconnaissance républicaine de l'identité régionale. Certaines régions vivront très mal leur disparition "officielle", sauf peut-être si elles en englobent d'autres (par exemple le Nord). Concernant la Bretagne, on peut penser que le législateur aura la bonne idée de ne pas y toucher, sauf s'il tient à voir déferler des hordes d'hermines sur la capitale.

A l'autre bout du curseur, les Franciliens ne sont que 53% à être fiers d'être nés en Ile-de-France, dont un maigre 21% à en être « très fiers ». Si l'on prenait en compte le taux de fierté d'appartenance régionale comme critère, c'est l'Ile-de-France qu'il faudrait rayer de la carte !

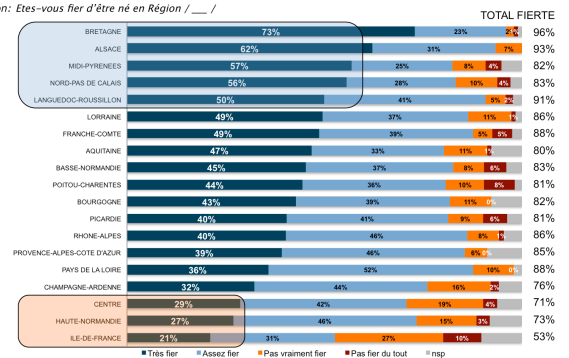
La fierté d'appartenance régionale – Région de naissance

Question: Etes-vous fier d'être né en Région / ___ /



La fierté d'appartenance régionale – Région de naissance

Question: Etes-vous fier d'être né en Région / ___ /



Seules les Régions aux bases de répondants suffisantes sont présentées

En conclusion :

Les Français sont attachés à l'Histoire, à leur histoire, à ce qui les réunit et ce qui les distingue, c'est pourquoi ce qui est véritablement en jeu à travers ce projet de réforme, c'est le risque de créer un découpage administratif déconnecté de sa légitimité historique et culturelle régionale. Le risque, c'est la désincarnation territoriale.

Comme la nature a horreur du vide, plus la - nouvelle - Région sera large, plus elle s'éloignera des identités locales plus celles-ci chercheront à se réaffirmer, comme pour compenser une identité régionale diluée. Le scénario alors vraisemblable est un découplage entre le découpage administratif d'inspiration financière et étatique, et le découpage régional culturel, qui ne se reconnaîtra pas dans les régions "vues d'en haut", c'est-à-dire de Paris. Alors, plus les régions seront larges et éloignées, plus le maillage des identités locales se réaffirmera et sera fin. Des exemples existent déjà, comme la Vendée ou la Savoie pour n'en citer que deux, qui vivent davantage à travers leur identité départementale que régionale (Pays de la Loire et Rhône-Alpes respectivement).

Enfin, ce serait une erreur d'imaginer ces identités à géométries variables comme concurrentes. Nous sommes d'identités multiples et ce sont ces assemblages qui constituent aussi la fierté nationale, la fierté d'un pays riche en diversités culturelles et régionales. Jamais comme aujourd'hui nous n'avons tant eu besoin de repères, de racines, de socles. Et c'est aussi un gage de tolérance et de respect, il suffit d'être attaché à ses racines pour comprendre que les autres soient attachés aux leurs. L'erreur politique serait de faire de ce sujet un nouveau sujet de division des Français, assez éloigné de leurs préoccupations réelles, en le présentant sous l'angle de la rationalisation budgétaire sans pour autant en démontrer les bénéfices économiques tangibles. En effet, in fine, la question économique et stratégique consiste à savoir et à démontrer si moins de régions est propice à un plus fort dynamisme économique, régional et national ? En matière d'animation et de fédération territoriales, disons de marketing territorial, la tendance ces dernières années consiste plutôt à chercher à consolider, développer, rassembler autour de marques territoriales fortes plutôt qu'à gommer ces ancrages et identités régionales.

Alain Renaudin

Président-fondateur

NewCorp Conseil

06 20 69 05 88

alain.renaudin@newcorpconseil.com

NewCorp Conseil est un cabinet d'études et de conseil positionné à la croisée des chemins entre communication & opinion, un mix entre consulting, agence de communication et institut d'études. NewCorp Conseil a été créé par Alain Renaudin après une double expérience en tant que directeur général adjoint de l'institut de sondage Ifop et président de DDB Corporate au sein du groupe américain de communication.

Ces résultats sont extraits d'une partie publique du baromètre Topdesregions qui mesure et compare l'image de marque détaillée des 27 Régions auprès des Français et dont les résultats sont réservés aux souscripteurs. Plus d'informations sur www.newcorpconseil.com