

VIAVOICE



Communiqué de presse
Paris, le 1^{er} octobre 2021

Baromètre France 2025 :
Viavoice, Generali et Radio Classique à l'écoute des aspirations des Français



A compter du 6 octobre et jusqu'en mai 2022, l'institut d'étude en opinion Viavoice et Radio Classique en partenariat avec Generali France lancent le « Baromètre France 2025 ». Avec 5 vagues de sondages, ce dispositif va observer et analyser les préoccupations immédiates de 2021 et les aspirations profondes des Français à l'horizon 2025 sur les grands sujets de leur vie quotidienne. En perspective des élections présidentielles, ce baromètre d'opinion sera précieux à l'heure où l'action publique peut changer la donne et répondre aux attentes des Français.

Alors que les courants politiques s'affairent et s'affrontent déjà dans la perspective des élections d'avril 2022, le « Baromètre France 2025 » entend tracer un panorama à la fois actuel et à 3 ans sur les tendances de l'opinion publique française. L'objectif est d'esquisser le tableau de la France qui se dessine sur les grands enjeux sociétaux.

Pour Generali France, dont la volonté affirmée est d'être partenaire de ses clients tout au long de leur vie, l'association à cette initiative est en droite ligne avec son métier d'assureur qui s'inscrit dans le temps long pour anticiper les grandes tendances afin de mieux prévenir les facteurs de risques individuels et collectifs. Or, une élection présidentielle constitue toujours un moment-clé inégalé pour identifier et appréhender les grands enjeux qui fondent, structurent et développent le pays.

A la faveur de ce baromètre, 5 grandes thématiques sociétales seront approfondies par Viavoice en partenariat avec le Global Center for the Future (GCF) : la santé, l'environnement et le climat, le travail, la mobilité et le vieillissement. Le GCF créé en 2019 par François Miquet-Marty, est un centre de prospective dédié à l'articulation entre les activités économiques du futur et la société de demain.

Quelle approche ?

Chacune des 5 vagues prévues entre octobre 2021 et mai 2022 (à raison d'une vague tous les deux mois) va questionner un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population âgée de 18 ans et plus, résidant en France métropolitaine et apporter une double lecture analytique :

- Le premier volet portera sur des sujets transversaux actuels comme par exemple le pouvoir d'achat, l'avenir des enfants et des jeunes ou encore le changement climatique, l'insécurité ou la protection sociale. Cette série de questions récurrentes prendra le pouls tous les deux mois et permettra d'identifier les fluctuations du baromètre de l'opinion publique au regard des débats et des idées lancés jusqu'au terme de la campagne présidentielle.
- Le deuxième volet sera quant à lui thématique et plus prospectif. A l'instar du premier sujet intitulé « 2025 : Se soigner post-pandémie et après ? » il abordera des questions plus détaillées portant par exemple sur le système de soins français, la prévoyance santé ou encore les risques sanitaires à traiter en priorité.

Pourquoi 2025 ?

Dans cette période d'infobésité favorisée par les médias sociaux, où le présent s'écrit parfois en dernière minute et où il est difficile de se projeter plus loin dans le temps, le « Baromètre France 2025 » souhaite prendre du recul sur l'actualité et analyser à plus long terme les problématiques qui préoccupent fondamentalement les citoyens pour leur présent immédiat mais aussi pour leur futur proche.

2025 apparaît ainsi comme un marqueur temporel pertinent en se situant au-delà des sujets électoraux de court-terme tout en s'inscrivant dans une vision prospective tangible, à mi-chemin entre deux échéances présidentielles dont on sait qu'elles peuvent constituer des pivots de changements sociétaux, économiques et environnementaux.

Quel écho ?

Les résultats de chaque vague de sondages seront d'abord dévoilés en exclusivité sur l'antenne de Radio Classique durant la Matinale économique de François Geffrier et commentés par François Miquet-Marty, président de Viavoice. Chaque vague sera ensuite suivie d'une conférence petit-déjeuner animée par Jean-François Péresse, Directeur de l'antenne de Radio Classique, avec l'intervention d'experts de Generali France qui approfondiront les enseignements recueillis lors de chaque vague. L'ensemble des informations sera par ailleurs consultable sur le site Web de Generali France et ses comptes Twitter, LinkedIn et Facebook.

Ce « Baromètre France 2025 » vient s'inscrire en résonance de la [campagne publicitaire de Generali qui revient dans les grands médias](#) (TV, radio, affichage) du début octobre 3 octobre et jusqu'à la fin de l'année. Cette dernière vise à décliner les valeurs de proximité et d'accompagnement de Generali que ses 700 agents généraux et ses 1500 conseillers salariés cultivent quotidiennement sur le terrain auprès de leurs clients. Avec pour signature : « Nous sommes là pour vous ».

VI^AVOICE



Elise Ginioux, Membre du Comité Exécutif de Generali France en charge de la Communication, de la RSE et des Affaires Publiques : « *Décrypter et comprendre les tendances de la société est intrinsèque à la volonté de Generali d'accompagner et de protéger ses clients tout au long de leur vie. A l'orée du grand rendez-vous électoral que constitue l'élection présidentielle en France, il nous semble important d'apporter une grille de lecture supplémentaire avec le Baromètre France 2025. Plus que jamais, il est prioritaire pour prendre le pouls de la société française face aux enjeux de taille qui l'attendent sur les trois années à venir comme les enseignements à tirer de la crise sanitaire, la relance économique ou encore l'impact du réchauffement climatique* »

Francois Miquet Marty, Président de Viavoice : « *Rarement la société française aura été travaillée par des tensions si profondes et décisives : surmonter la pandémie, repenser l'avenir de la santé et du travail, le dynamisme des entreprises, la place de l'environnement, la question des sécurités, les missions de l'éducation, etc., dans un pays traversé de fractures et de diffractions essentielles. L'ambition du Baromètre France 2025 consiste, singulièrement dans le contexte de la campagne présidentielle, à tracer des lignes d'horizon, à inviter les Français interrogés à se projeter sur l'avenir qu'ils désirent pour eux-mêmes et pour leurs enfants. Il s'agit de nourrir un débat de fond sur la France de demain, alors que le pays se situe à un moment charnière de son histoire.* »

Jean-François Péresse, Directeur de Radio Classique : « *A l'approche de l'élection présidentielle de 2022, échéance cruciale pour l'avenir de notre pays entre menaces et opportunités de toutes natures, Radio Classique est heureuse de s'associer à Viavoice et à Generali pour sonder les attentes, espoirs et appréhensions des Français. Après des années marquées par des crises sociale et sanitaire majeures, quel est leur état d'esprit ? Comment se projettent-ils dans le prochain quinquennat ? Fidèle à la volonté qui l'anime d'analyser avec le recul nécessaire les mouvements de fond de l'opinion, Radio Classique ne peut que se réjouir de ce partenariat avec deux acteurs de référence* »

A propos de Generali France

Generali France est aujourd'hui l'un des principaux assureurs de l'Hexagone avec 12,7 Mds€ de chiffre d'affaires en 2020 et propose aux clients particuliers, professionnels et entreprises une offre complète de solutions d'assurances (santé, prévoyance, assistance, biens et responsabilité), d'épargne patrimoniale et de gestion d'actifs à plus de 7,4 millions de personnes. Implanté en France depuis 1832, Generali France s'appuie sur le savoir-faire et l'expertise de ses 9 000 collaborateurs et de ses réseaux intermédiaires commerciaux, agents, courtiers, partenaires pour être le partenaire de ses clients tout au long de leur vie. Entreprise engagée dans une démarche RSE globale, Generali France accompagne ses clients vers une économie plus responsable, durable et inclusive au travers de solutions en parfaite adéquation avec les enjeux sociétaux et environnementaux de notre monde actuel. Plus d'informations : www.generalifrance.fr

Contact presse : Olivier Cimelière Olivier.cimeliere@generalifrance.com - 07 63 19 48 37

VIAVOICE



A propos de Viavoice

Viavoice, société d'études et de conseil en opinions, fondée en 2008 par François Miquet-Marty, Maïder Beffa et Arnaud Zegierman, se singularise par une attention constante et opérationnelle à l'articulation entre stratégies d'entreprises et mutations de société. Indépendance, anticonformisme et accompagnement personnalisé constituent les trois valeurs qui fondent « l'esprit Viavoice ». Viavoice publie régulièrement des études d'opinion dans les médias, et plusieurs de ses experts y sont régulièrement sollicités. Plus d'informations : www.institut-viavoice.com

Contact presse : Stewart Chau sc@institut-viavoice.com - 01 40 54 13 90 / 06 22 34 07 69

A propos de Radio Classique

Radio Classique est présente dans plus de 100 villes en France. Son format, unique dans l'offre radio française, conjugue musique classique, informations générales, actualités financières et économiques. L'évolution de sa programmation musicale et l'enrichissement de son offre de programmes depuis septembre 2005 lui ont permis de s'ouvrir à de nouveaux auditeurs et de rencontrer un public de plus en plus nombreux et fidèle. Depuis 2008, Radio Classique est une filiale du Groupe Les Echos, pôle média de LVMH. Plus d'informations : www.radioclassique.fr

Contact presse : Louise Marot lmart@lesechosleparisien.fr - 06.13.80.02.01