

Colloque « les mots de la crise »

Sous la présidence de Mme Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire d'Etat chargée de la Prospective et du Développement de l'économie numérique
29 avril 2009

Ce colloque avait une originalité, celle de traiter non des causes de la crise économique et financière actuelle et de ses effets mais de la façon dont elle est ressentie par les Français. Il se situait dans le domaine des représentations, de la subjectivité.

Pour ce faire, Brice Teinturier de TNS-Sofres a présenté les résultats d'une étude se basant sur la sémiométrie. La sémiométrie recueille la charge affective, positive ou négative, suscitée par 210 mots pour construire un modèle psycho-culturel. Ces mots sont notés sur une échelle d'agrément en 7 modalités, allant de très désagréable (-3) à très agréable (+3). Le résultat est obtenu en calculant les mots sur-notés et sous-notés par une sous-population définie et en les comparant au reste de la population.

TNS Sofres place ensuite cette mesure de sensibilité sur une carte à deux axes, un axe attachement / détachement et un axe devoir / plaisir.

Renouvelée régulièrement, cette sémiométrie révèle les changements dans l'appréhension de certains mots et concepts. Ainsi, TNS Sofres voit le mot « révolte » augmenter, et en déduit qu'à côté de la tendance au repli sur soi devant les difficultés, une tendance à la mobilisation et à l'action monte chez les Français.

On apprend également que 61% des Français souhaitent que le système capitaliste actuel soit réformé en profondeur. Toutefois, seulement 11% pensent que ce sera le cas (59% estiment qu'il le sera « en quelques points » seulement).

L'enquête tente de déceler le visage de la France « d'après la crise ». Elle devrait être plus respectueuse de l'environnement (pour 80% des personnes interrogées), plus « capable de changer » (62%) mais aussi « plus autoritaire » (68%).

Brice Teinturier a ensuite présenté une typologie des Français selon leurs réactions face à la crise et les mots qu'ils valorisent / dévalorisent : les repliés (23%), les battants (29%) les sinistrés (16%), les réformateurs (19%) et les rebâtisseurs (13%).

L'objectif était également de savoir si cette crise n'était qu'une crise économique parmi tant d'autres ou une réelle « crise de civilisation » débouchant sur un changement de système.

Schématiquement, pour Jean-Hervé Lorenzi (président du Cercle des économistes) et Jacques Marseille (historien de l'économie), le changement ne sera pas si radical, il n'y aura pas de réelle rupture, le capitalisme s'adaptera comme il l'a déjà fait dans le passé, alors que pour Dominique Reynié (DG de la Fondation pour l'innovation politique) il s'agit de l'effondrement d'un monde, d'un passage de relais des pays développés aux pays émergents.

La troisième table ronde, assez différente, portait sur **la crise vue à travers le miroir d'Internet**, c'est-à-dire par l'analyse des requêtes qui sont faites sur le moteur de recherche google ainsi que sur les pages jaunes. A noter, la présentation de l'outil **Insight for search** (<http://www.google.com/insights/search/#>) qui permet de voir les tendances d'évolution depuis 2004 dans l'utilisation de mots-clé donnés.

En faisant l'essai avec « agriculture » : on voit que les pays qui présentent l'intérêt le plus marqué pour ce terme sont les pays africains, que les requêtes sur l'agriculture bio ont augmenté de 50%.

Avec « agriculture bio » sur la France uniquement : l'essentiel des requêtes vient d'IDF, et l'intérêt explose depuis 2008. Pour « amap », la région PACA dépasse l'IDF (à creuser).

Les intervenants ont souligné la croissance de fréquentation des sites de trocs, de petites annonces, de bonnes affaires : les consommateurs deviennent plus prudents, plus exigeants, et comparent plus avant d'acheter.

L'idée d'une relance de l'économie non par les « vieilles industries » comme l'automobile mais par les NTIC a également été évoquée.