

EDELMAN TRUST BAROMETER – EDITION MAI 2020

Le déconfinement, un moment de vérité pour les entreprises qui entrent dans le viseur des Français

83% des Français demandent aux entreprises d'être prudentes dans la reprise des activités.

Du côté du gouvernement, 1 Français sur 2 lui fait confiance pour réussir le déconfinement.

Paris, le 12 mai 2020 – **Le rapport spécial *Trust and the Covid-19 Pandemic* du Trust Barometer Edelman (édition de mai 2020) montre que la confiance des Français envers les entreprises a été ébranlée par la crise du Covid-19 alors même que bon nombre d'entre elles a fait preuve d'une forte mobilisation pour apporter des solutions concrètes à la crise économique et sanitaire. A l'heure du déconfinement, les Français observent attentivement la façon dont ces entreprises vont opérer la reprise d'activité qui permettra de renouer, ou pas, un contrat de confiance entre elles et l'opinion publique.**

Du côté de la confiance envers le gouvernement, la France fait encore une fois figure d'exception dans le paysage mondial : alors que la confiance envers les gouvernements des principaux pays analysés atteint des niveaux records, la confiance des Français envers leur gouvernement reste basse, à 49%.

Depuis le démarrage de la crise du Covid-19, le monde de l'entreprise est en perte de confiance

En 2019, le Trust Barometer d'Edelman révélait une évolution majeure : l'émergence de l'institution « mon employeur » reconnue comme la plus digne de confiance (**75 %**), confirmant la tendance grandissante de la confiance envers les entreprises au détriment des gouvernements.

Pourtant, l'édition de mai 2020 montre que la figure de l'employeur et plus largement des entreprises a totalement stoppé cette dynamique de confiance. En effet, le niveau de confiance envers les entreprises reste à un niveau identique de confiance neutre (**50 %**). Il semble évident que les entreprises n'ont pas su convaincre et apporter les solutions attendues lors de la crise du Covid-19. **Cependant les attentes des Français sont fortes : 59 % déclarent attendre des entreprises qu'elles contribuent et prennent leur part économique à l'effort. Ils sont également 61 % à souhaiter que les CEOs soient leaders du changement dans le contexte de pandémie. Pourtant, seuls 25 % des Français jugent que les chefs d'entreprise ont été à la hauteur des attentes.**

« Les CEOs, qui représentaient auparavant le nouveau visage de la confiance, souffrent aujourd'hui d'un déficit de confiance qui s'explique par un fort décalage entre les attentes des Français et ce qu'ils perçoivent de l'action des dirigeants dans leur ensemble. Les Français nous disent qu'ils souhaitent que les CEO prennent le leadership dans le cadre de la pandémie, sans attendre les prérogatives gouvernementales. La « compliance » ne suffit plus. Les entreprises sont attendues sur un niveau d'engagement plus fort » analyse Marion Darrieutort, Présidente d'Elan Edelman.

Par ailleurs, les Français jugent sévèrement la sphère business dans sa capacité à faire. Seulement **43 %** d'entre eux estiment que les entreprises ont su mettre à disposition les produits et services nécessaires attendus par les consommateurs et seuls **36 %** considèrent que les entreprises ont su garantir la sécurité nécessaire pour protéger leurs collaborateurs.

Des entreprises très attendues dans la reprise de l'activité

Alors que nous entrons dans une reprise plus forte des activités professionnelles, **83 %** des Français souhaitent que les dirigeants adoptent une position prudente dans la reprise des opérations. En effet, les Français guettent le redémarrage et s'interrogent sur les capacités des entreprises à mener à bien la reprise. Ils ne sont d'ailleurs que **38 %** à estimer que les entreprises sont en mesure de bien ou très bien préparer le redémarrage.

« Contre toute attente et malgré les initiatives solidaires qui ont fleuri depuis le début de la crise, les Français disent que la confiance envers les entreprises est en sursis et que le redémarrage de l'activité définira la confiance de demain. Dans la période de reprise d'activité, les Français envoient un signal fort aux entreprises : l'heure n'est pas encore au back to business » explique Marion Darrieutort.

Pour retrouver plus de confiance envers les entreprises, les Français souhaiteraient qu'elles transforment leurs chaînes de fabrication pour produire des biens essentiels à la lutte contre la pandémie (**60 %**), qu'elles collaborent plus avec leurs concurrents (**59 %**) ou qu'elles redéfinissent leur raison d'être (**55 %**).

Les Français attendent ainsi :

- **Premièrement, de l'authenticité dans les intentions de leur employeur.** L'attention des salariés a été particulièrement accrue envers leurs propres dirigeants et on constate une hausse du niveau de confiance (+ 4 points à 46%). Néanmoins en termes d'éthique, seuls **27 %** des Français estiment que les entreprises ont réellement donné la priorité aux « personnes » avant les enjeux business.
- **Deuxièmement, de la collaboration entre entreprises concurrentes.** Les Français attendent des comportements atypiques de la part des entreprises comme plus de collaboration avec les concurrents dans leurs actions pour permettre de coordonner et renforcer le redémarrage (**59 %**).
- **Troisièmement, des CEOs beaucoup plus engagés et qui affichent une forme de « leadership d'animation ».** **61%** des Français attendent que les CEOs agissent de manière volontaire et prennent un leadership plus fort, sans attendre les directives du gouvernement. De manière plus globale, l'image des CEOs apparaît ternie avec un décalage entre les attentes des Français et ce qu'ils perçoivent de l'action des dirigeants.

La « Trust bubble », un phénomène mondial dont le gouvernement français est tenu à l'écart

Dans un contexte de crise mondiale sévère dans lequel les différentes institutions doivent être en mesure de mener des actions qui impliquent un niveau de confiance important des citoyens, consommateurs, employés, la France apparaît dans une situation peu favorable. Contrairement à la plupart des autres pays analysés où l'on constate une « bulle de confiance », les Français restent mesurés dans la confiance qu'ils ont envers la capacité des grandes institutions à agir de manière adéquate.

Ainsi la France connaît entre janvier 2020 et mai 2020 un regain de confiance global (+4 points) envers son gouvernement. Ce qui dans un contexte « normal » serait à appréhender positivement, doit être relativisé au regard de la situation que l'on observe dans les autres pays étudiés. Ainsi, l'Allemagne, le Canada et le UK affichent un bond de +10 points, et la Corée du Sud +8 points. La France – ainsi que le Japon – restent dans une zone de défiance forte avec un niveau de **49%** de confiance.

« Dans son discours du 6 mai dernier, Emmanuel Macron évoquait l'idée d'un « pacte de confiance » entre l'Etat et les Français, expliquant ainsi que l'Etat doit protéger sans pour autant laisser entendre qu'il n'y a rien à faire. Le message ne semble pas avoir été complètement entendu par les Français », commente Marion Darrieutort.

METHODOLOGIE

Cette enquête est une édition spéciale du Baromètre de confiance Edelman 2020 et a pour objectif de mesurer la confiance des répondants dans le contexte de l'épidémie de Covid19. Organisée par l'agence de recherche Edelman Intelligence, elle est administrée en ligne auprès d'un échantillon global de 13.200 répondants à travers 11 pays dans le monde (Canada, Chine, France, Allemagne, Inde, Japon, Mexique, Arabie Saoudite, Corée du Sud, Royaume-Uni, Etats-Unis). Dans chaque pays, 1200 répondants appartenant à la population générale et âgés de 18 ans et plus sont interrogés. Ils respectent la répartition par région, âge et sexe représentative de leur marché, ce qui signifie que chaque résultat par marché est représentatif de l'opinion générale dans le pays. Ce terrain a été réalisé entre le 15 et 23 avril.

À PROPOS D'ELAN EDELMAN

ELAN EDELMAN est une agence de conseil en stratégie et communication composée de plus de 120 consultants au service des enjeux business de ses clients en s'appuyant sur les métiers de l'influence, du marketing et du consulting.

ELAN EDELMAN est la filiale française du groupe Edelman, présent dans 65 villes et comptant aujourd'hui plus de 5 000 collaborateurs. Le réseau Edelman, fort de 67 ans d'expérience, est mondialement reconnu et leader sur son marché des relations publiques et du marketing.

CONTACTS PRESSE

Morgane Atoumo / Morgane.Atoumo@elanedelman.com – 06 71 49 68 90
Ethel Bachellerie / Ethel.Bachellerie@yahoo.fr – 06 62 79 19 21