



# Les Français et l'innovation dans l'action publique

---

Sondage Ifop pour Acteurs Publics

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi / Esteban Pratviel

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44 / 01 72 34 94 19

[prenom.nom@ifop.com](mailto:prenom.nom@ifop.com)

Avril 2018

acteurspublics

# 1 | La méthodologie



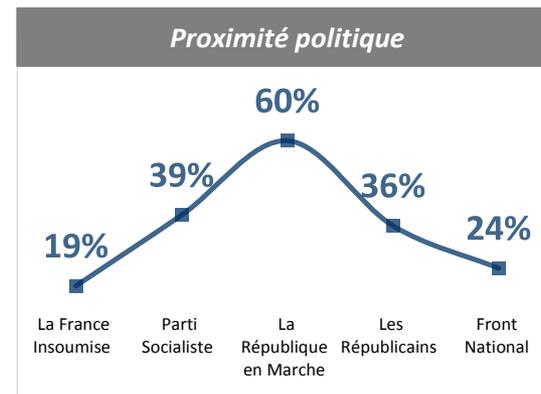
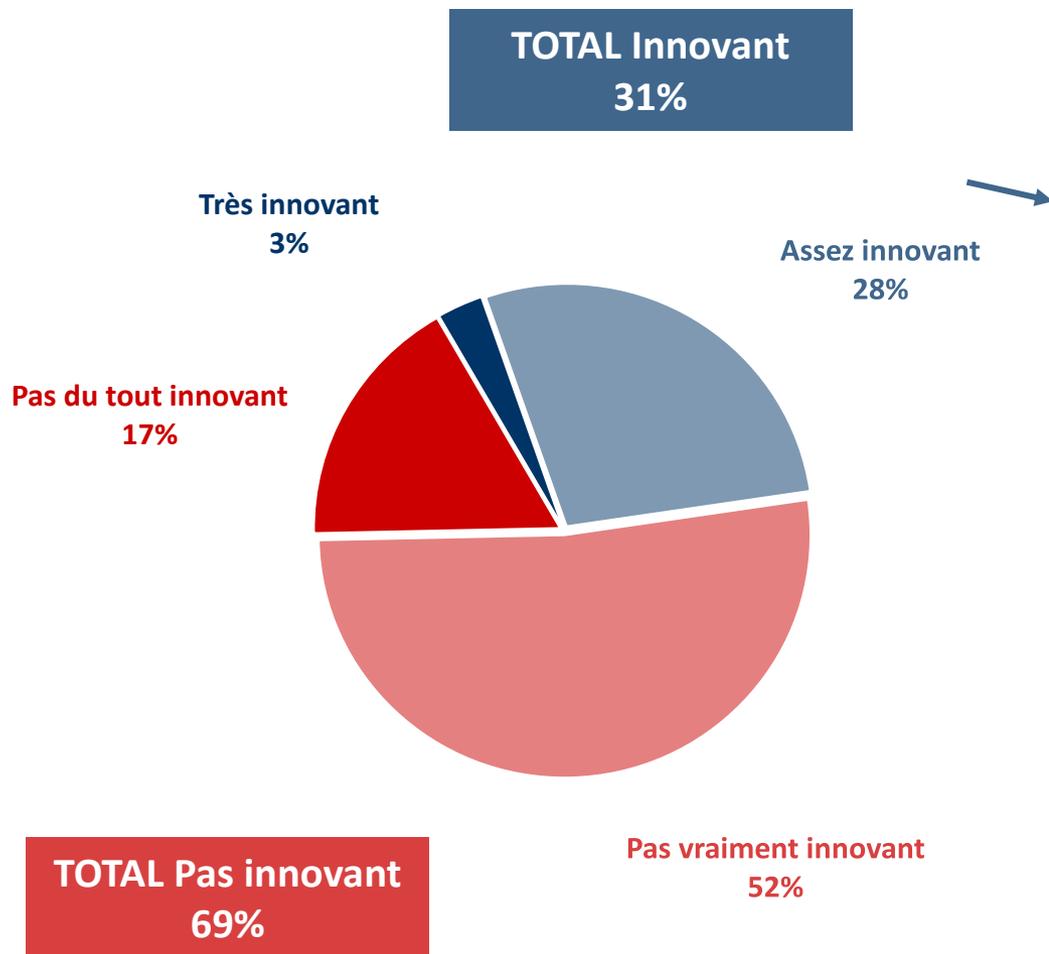
## Etude réalisée par l'Ifop pour Acteurs Publics

Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
		
L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de <b>1 000</b> personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.	La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.	Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 26 au 27 avril 2018.

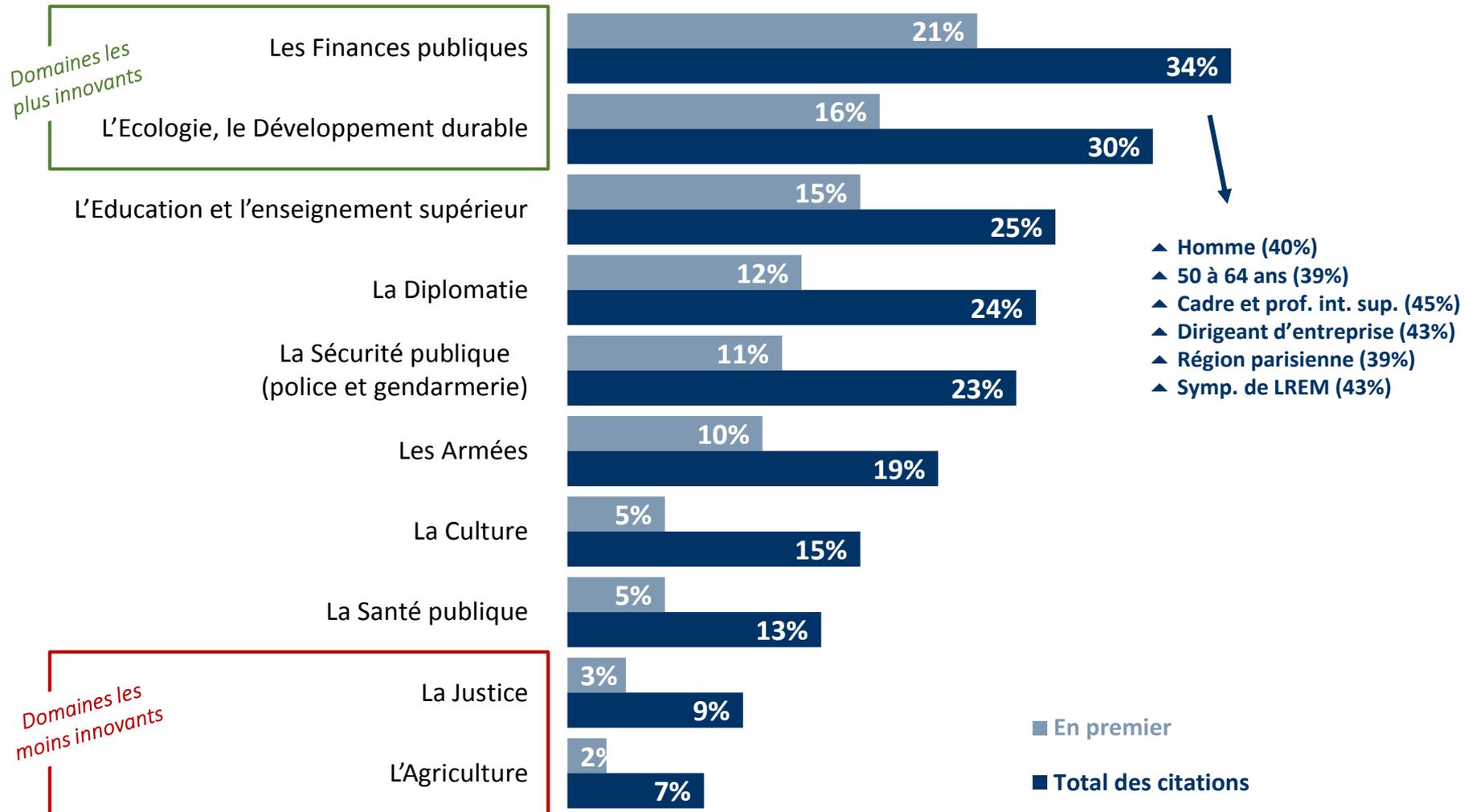
## 2 | Les résultats de l'étude



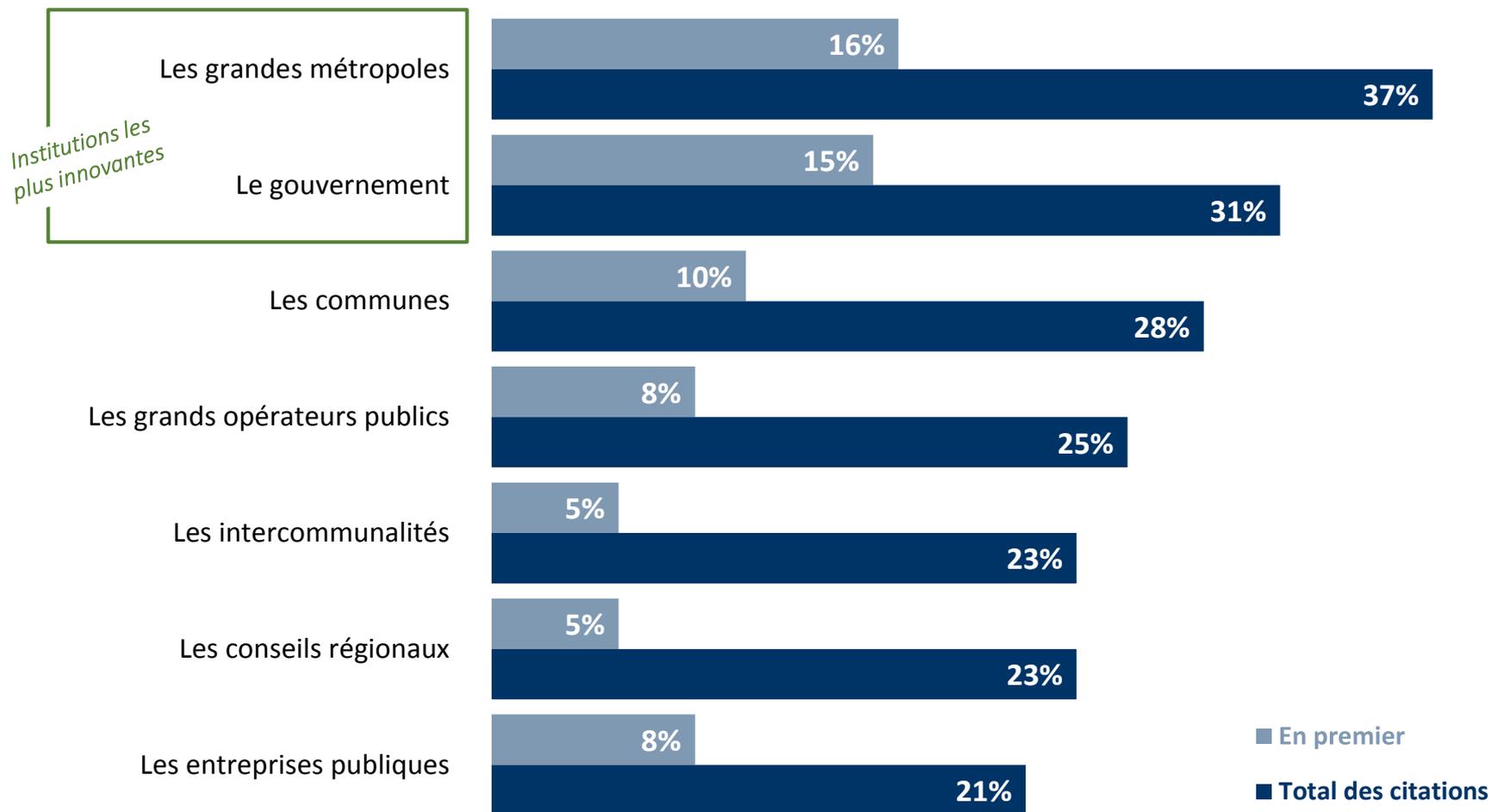
**QUESTION** : En matière de fonctionnement des administrations et de mise en œuvre des politiques publiques, diriez-vous que l'Etat est... ?



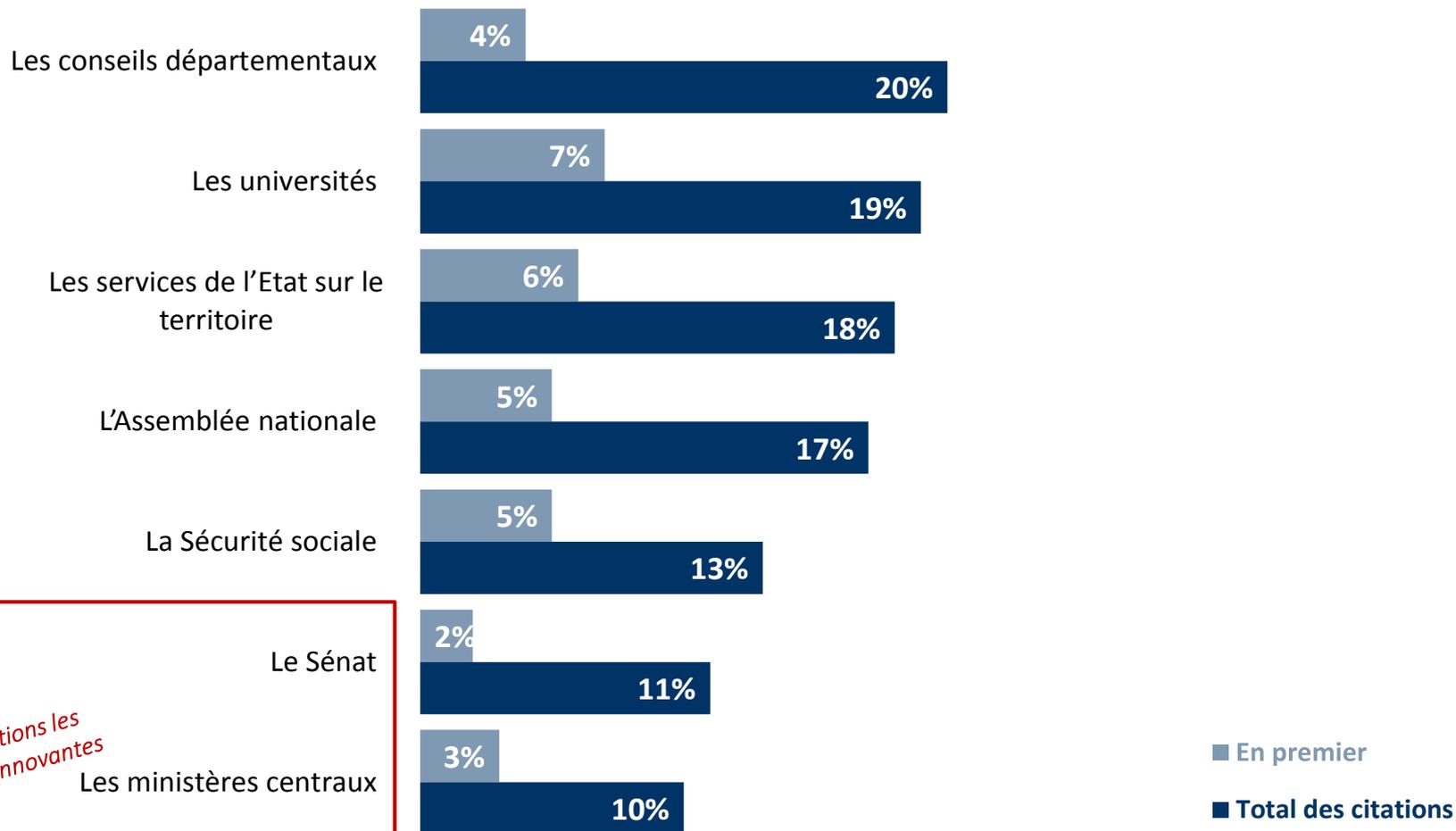
**QUESTION :** Selon vous, dans quel domaine de l'action gouvernementale les politiques publiques vous semblent aujourd'hui les plus innovantes ? En premier ? En second ?



**QUESTION** : Dans la sphère publique, quelle institution, administration ou organisation incarne et porte le plus l'innovation ? En premier ? En deuxième ? En troisième ?



**QUESTION** : Dans la sphère publique, quelle institution, administration ou organisation incarne et porte le plus l'innovation ? En premier ? En deuxième ? En troisième ?



# 3 | Les principaux enseignements



*Ayant fait de la « transformation » du pays leur mantra, le président de la République et le gouvernement ont affiché leurs objectifs pour l'action publique et l'administration, résolument orientés vers le numérique. Invocation de la « start-up nation » d'un côté, « zéro papier » à l'horizon 2022 dans les échanges entre les services publics et les usagers de l'autre, l'exécutif entend donc pousser plus avant la dématérialisation, et par-là même l'agilité et la célérité d'une administration qui souffre traditionnellement d'une image de lourdeur, voire de pesanteur.*

*A l'heure de ces déclarations d'intentions, Acteurs Publics a souhaité s'intéresser à la perception que se font les Français de l'innovation dans l'action publique qui, outre le numérique, comprend également la capacité à agir de manière nouvelle. Dans cette perspective, le sondage réalisé par l'Ifop montre que les Français demeurent dubitatifs sur le caractère innovant des administrations et de la mise en œuvre des politiques publiques, l'innovation semblant être circonscrite à des domaines d'actions et des types d'institutions bien précis.*

### **En matière d'action publique, l'Etat n'est pas synonyme d'innovation.**

Environ un tiers des Français (31%) considèrent aujourd'hui qu'en matière de fonctionnement des administrations et de mise en œuvre des politiques publiques, l'Etat est « innovant » (dont 3% l'estimant « très innovant »). A contrario, 69% des personnes interrogées considèrent la puissance publique soit « pas vraiment innovante » (52%), soit « pas du tout innovante » (17%). Ce regard critique sur la machine étatique semble corrélé à la taille d'unité urbaine de résidence : les habitants des zones rurales jugent ainsi l'Etat moins innovant (28%) que dans les communes urbaines de province (30%) et surtout l'agglomération parisienne (40%). Au niveau politique également, un clivage se dessine entre les sympathisants de La France Insoumise (19%) et du Front National (24%), qui se montrent parmi les plus sceptiques quant au caractère innovant de l'Etat, et ceux de La République en Marche, nettement plus confiants (60%).

### **Au sein du gouvernement, l'innovation est avant tout incarnée par les Finances et le Développement durable.**

Invités à désigner les deux domaines d'action gouvernementale dans lesquels ils estiment que les politiques publiques sont les plus innovantes, les Français répondent avant tout les Finances publiques (34% de citations au total) puis l'Ecologie et le Développement durable (30%). S'ensuivent l'Education et l'enseignement supérieur (25%), la Diplomatie (24%) et la Sécurité publique (23%), qu'environ un quart des Français considèrent représenter l'innovation dans l'action gouvernementale, devant les Armées (19%). Derrière la Culture (15%) et la Santé publique (13%) dans la hiérarchie des résultats, Justice (9%) et Agriculture (7%) viennent fermer le classement et apparaissent, aux yeux des Français, comme les domaines d'action les moins innovants. Dans le détail, on notera que les Finances publiques sont particulièrement citées comme domaine innovant de référence par les hommes (40%), les personnes âgées de 50 à 64 ans (39%), les cadres et professions intellectuelles (45%), les habitants de la région parisienne (39%) et les sympathisants de La République en Marche (43%).

### **Parmi les institutions publiques, les grandes métropoles apparaissent comme le fer de lance de l'innovation.**

Outre les domaines d'action, les Français ont également pu se prononcer sur les trois institutions qui, selon eux, incarnent le plus l'innovation dans la sphère publique. Un trio de tête se détache, dominé par les grandes métropoles (37% de citations au total), dont l'essor de ces dernières années semble emporter avec lui l'image de l'innovation, devant le gouvernement (31%), pilote des grandes politiques publiques, et les communes (28%), perçues comme le principal acteur de proximité auprès des citoyens. Pour un quart à 20% des Français, grands opérateurs publics (25%), intercommunalités (23%), conseils régionaux (23%), entreprises publiques (21%) et conseils départementaux (20%) font également figure de porteurs de l'innovation dans l'action publique, devant les universités (19%), les services de l'Etat sur le territoire (18%) et l'Assemblée nationale (17%). En queue de peloton, et en écho aux résultats précédemment observés, arrivent la Sécurité sociale (13%), le Sénat (11%) et les ministères centraux (10%).

**Jean-Philippe Dubrulle**

**Chef de groupe au Département Opinion et Stratégies d'Entreprises de l'Ifop**



ANDROID



iOS - iPhone & iPad

Androïd

[www.ifop.com](http://www.ifop.com)

[@ifopopinion](https://twitter.com/ifopopinion)

[Ifop Opinion](https://www.facebook.com/ifopopinion)

## A propos du Groupe Ifop :

Précurseur sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing depuis 75 ans, l'Ifop est aujourd'hui l'un des leaders de son secteur. Structuré autour de 6 expertises (Opinion & Stratégies d'Entreprise, Consumer & Beauty, Services, Médias & Numérique, Santé et Luxe), l'Ifop crée de la valeur pour ses clients en sécurisant la qualité de l'information recueillie et en lui donnant du sens et de la perspective. Il les accompagne dans la définition et le pilotage de leur stratégie d'entreprise en leur fournissant une vision opérationnelle et prospective qui leur permet d'anticiper les mutations sociétales et les tendances des marchés. C'est aussi dans cet esprit pionnier que l'Ifop développe de nouvelles expertises transversales (Planning Stratégique, Grandes Enquêtes). Entreprise proche de ses clients, l'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses cinq implantations : Paris, Buenos Aires, Shanghai et Hong-Kong. Il réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros et emploie plus de 200 collaborateurs.

**Présent lors de toutes les campagnes présidentielles et municipales de la Cinquième République, l'Ifop est reconnu comme un acteur majeur dans le domaine électoral et de l'analyse de l'opinion.**

## A propos du Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'usagers, d'épargnants, d'internautes...