

Les Français veulent davantage entendre les entreprises dans le débat public !

Paris, le 27 août 2025

Un sondage *Odoxa – Confluence* consacré au regard que les Français portent sur le débat public révèle une crise sans précédent : en l'état, seuls 7 % le jugent utile, 3 % éclairant ! S'ils mettent en cause l'exécutif, les médias traditionnels ou les réseaux sociaux, les Français estiment massivement, en revanche, que les entreprises doivent davantage prendre la parole. Pour Vincent Lamkin et Jérôme Ripoull, co-présidents de l'agence Confluence, il est temps que les dirigeants économiques assument ce rôle sociétal devenu indispensable à la vitalité démocratique.

Un débat public discrédité, une crise de représentation

Le constat est sévère : les Français considèrent majoritairement le débat public comme manipulé, conflictuel et massivement discrédité par ses protagonistes traditionnels.

- L'exécutif, au premier chef, mais aussi les médias traditionnels, sortent discrédités, accusés d'orienter et de polariser les échanges ;
- Les réseaux sociaux, loin d'avoir régénéré le débat démocratique, sont jugés par 67 % des Français comme amplificateurs de la violence et de la désinformation ;
- Les parlementaires apparaissent marginalisés ou impuissants.

« Nous sommes là au-delà d'un simple phénomène de défiance : une décrédibilisation du politique et de ses modalités d'expression s'est opérée. Elle fragilise les fondements mêmes de la République. Cette crise de représentation fragilise le débat.

Une majorité de Français se sent exclue des mécanismes de décision, tandis que des minorités agissantes imposent de plus en plus leurs coups de force », décryptent Vincent Lamkin et Jérôme Ripoull. ...

...

Les entreprises, grandes absentes mais massivement attendues

Face à ce vide, 7 Français sur 10 estiment que les entreprises devraient davantage prendre la parole. Cette attente traverse générations et clivages politiques : 60 % des électeurs de La France Insoumise y sont favorables. Alors même que seulement 7 % des Français jugent aujourd'hui que les dirigeants orientent réellement le débat.

« Le trop grand silence patronal est devenu un contre-sens démocratique. Les entreprises ne peuvent plus rester en retrait. Leur voix est légitime, et attendue, sur l'économie, la transition énergétique, le social et même les grandes questions de société », soulignent Vincent Lamkin et Jérôme Ripoull.

L'exemple des dirigeants de la grande distribution en témoigne : en prenant la parole sur des enjeux du quotidiens, ils ont gagné en crédibilité et en proximité.

« Les entreprises, parce qu'elles sont du côté des actes et des engagements, peuvent jouer un rôle pacificateur et redonner de l'oxygène au débat public. Il est essentiel que les chefs d'entreprise, au niveau national et local, prennent leurs responsabilités : leur influence sur l'emploi, la recherche, l'investissement et l'innovation leur confère une légitimité naturelle à éclairer et à nourrir le débat public », concluent Vincent Lamkin et Jérôme Ripoull.

Comfluence est un groupe de communication qui rassemble les agences Cicommunication, Comfluence Corporate, Comfluence Affaires Publiques et Opinion Valley. Ces entités accompagnent aujourd'hui une centaine d'entreprises et d'organisations dans leurs stratégies de communication, en créant les conditions institutionnelles, médiatiques et sociétales de leur succès. Le groupe, qui rassemble une cinquantaine de collaborateurs, a été élu Agence de communication d'influence 2022 et 2023 et agence de communication financière en 2023/2024 lors des derniers Grands Prix des Agences de l'Année. www.comfluence.fr

CONTACT PRESSE Hélène Milesi – helene.milesi@comfluence.fr – 06 71 73 92 06