



OPINION'EYE | Numéro 34 – Septembre 2025

François Bayrou ou la *recherche infructueuse* du soutien de l'opinion

par Frédéric Micheau

Directeur général adjoint d'OpinionWay
Directeur du Pôle opinion

opinionway

Enable *today*, shape *tomorrow*

Depuis sa nomination à Matignon jusqu'au vote de confiance perdu qui l'a conduit à remettre sa démission au président de la République, **François Bayrou n'a cessé de rechercher l'appui de l'opinion publique.**

Comme son prédécesseur immédiat, il espérait que **ce soutien permettrait de compenser l'absence de majorité** à l'Assemblée nationale et constituerait un argument de poids pour convaincre les députés de se ranger derrière ses positions. Certes, la liberté de conscience du législateur l'autorise, et parfois lui commande, d'aller à l'encontre d'une volonté majoritaire telle qu'elle s'exprime dans les sondages. Mais le personnel politique est naturellement incité à rechercher l'accord de la majorité : s'opposer à l'opinion constitue toujours un comportement risqué, qui peut être durement sanctionné dans les urnes.

A défaut de pouvoir imposer sa volonté à un hémicycle indocile, se prévaloir du soutien de l'opinion aurait pu conférer au Premier ministre **une tutelle protectrice** à même de retenir les bras multiples qui conspiraient pour l'abattre. Bref, dans l'exercice du pouvoir, François Bayrou épousait une vision très classique de l'opinion publique, conçue à la fois comme une arme et comme une armure. Et si ces fonctions ne pouvaient être assurées, prendre à témoin l'opinion en lui tenant un discours de vérité obligerait chacun à prendre ses responsabilités devant l'histoire ou, à plus brève échéance, devant les électeurs.

Pour ces différentes raisons, le Premier ministre s'est appliqué avec constance à parler à l'opinion afin de conquérir son adhésion. Cela s'est traduit d'abord **par la volonté affichée de mieux l'écouter**. Dès sa prise de fonction le 13 décembre 2024, il dénonçait « le « mur de verre qui s'est construit entre les citoyens et les pouvoirs » en proclamant la nécessité de le faire tomber. Lors de son discours de politique générale, il annonçait son intention d'exhumer et d'analyser les cahiers de doléances rédigés dans le sillage de la crise des Gilets jaunes.

Cette posture d'écoute s'est doublée de l'affirmation de **la nécessaire participation des citoyens aux décisions** qui engagent l'avenir de la Nation. Cette méthode, résumée par le slogan « jamais sans les Français », a émaillé la plupart de ses prises de parole : « Ce sont des problèmes si graves que si on veut les résoudre contre les Français et sans s'occuper d'eux en leur imposant par l'épreuve de force, on n'y arrivera pas » (BFMTV, 27 mai 2025), « Seule l'adhésion des Français peut changer les choses » (Le Parisien, 25 août 2025), « On ne peut rien faire sans les Français. On ne peut rien faire sans eux, on ne peut rien faire contre eux. » (TF1, 27 août 2025) ...

François Bayrou a aussi cherché à **s'adresser directement à l'opinion** afin de lui faire prendre conscience, en l'informant, de la gravité de la situation de la dette. Divers canaux de communication ont été activés. Tous visaient à bâtir une relation de proximité immédiate avec l'opinion, sans passer par le filtre contraignant des grands médias : des vidéos quotidiennes sur YouTube, un podcast, la relance de la plateforme gouvernementale citoyenne Agora, la création d'une adresse électronique pour « poursuivre le dialogue avec les Français »...

« Ce sont des problèmes si graves que si on veut les résoudre contre les Français et sans s'occuper d'eux en leur imposant par l'épreuve de force, on n'y arrivera pas »

François Bayrou – BFMTV, 27 mai 2025

Pourtant, malgré leurs formes diverses, ces tentatives pour se concilier l'opinion se sont soldées par **un échec patent**. François Bayrou quitte la rue de Varenne entaché du titre de Premier ministre le plus impopulaire de toute la V^e République. En dépit de son activisme, François Bayrou n'a donc pas échappé aux défaveurs de l'opinion, un phénomène qui devient chronique.

« On ne peut rien faire sans les Français. On ne peut rien faire sans eux, on ne peut rien faire contre eux. »

François Bayrou – TFI, 27 août 2025

Depuis Jean Castex, aucun des Premiers ministres n'a bénéficié – ne serait-ce qu'un seul mois – d'une cote de popularité majoritaire : ni Elisabeth Borne, ni Gabriel Attal, ni Michel Barnier. L'état de grâce, cette période transitoire de bienveillance de l'opinion à l'égard du nouveau titulaire de Matignon, a disparu. D'emblée, François Bayrou a dû affronter la défiance majoritaire de l'opinion, qui n'est allée qu'en se renforçant.

Pire encore, l'opinion a exprimé avec force **son désaccord avec sa politique** destinée à réduire la dette, objectif dont les Français comprennent pourtant l'impérieuse nécessité. Le plan budgétaire qu'il a annoncé a été interprété comme une répartition inéquitable des efforts à consentir. Amplement rejetée, la suppression de deux jours fériés a constitué le principal point de cristallisation du mécontentement.

Dès lors qu'elle refusait ce qu'il était envisagé de lui imposer, l'opinion ne pouvait qu'entamer un bras de fer avec François Bayrou et manifester son souhait de le voir quitter le pouvoir. En dépit des risques qu'elle présente, la censure du gouvernement est alors apparue à une majorité de Français comme le meilleur moyen de congédier le locataire de Matignon. En levant les dernières préventions des députés d'opposition, ce pouce baissé de l'opinion a sans doute facilité le vote qui a précipité la chute du Premier ministre.

Ainsi, alors même qu'il souhaitait s'en faire une alliée, François Bayrou s'est aliéné l'opinion jusqu'à en devenir l'antagoniste. Comment **comprendre cette absence de résultats aux efforts de communication** déployés ? Dévitalisée par des décennies de crise démocratique, la parole des responsables politiques serait-elle devenue inaudible ? L'opinion se serait-elle réfugiée dans une surdité volontaire pour échapper au verbiage manipulatoire des éléments de langage ? Les bords opposés du gouffre démocratique, qui ne cesse de se creuser entre les gouvernants et l'opinion, se seraient-ils éloignés au point de rendre désormais impossible tout dialogue ?

Les causes premières de cette absence de réaction de l'opinion tiennent d'abord au locuteur. Sans doute les conditions politiques de la nomination de François Bayrou ont-elles réduit sa légitimité auprès de segments entiers de l'opinion. Les électeurs du RN estiment que la victoire leur a été volée par les modifications de l'offre électorale imposée par le front républicain dans l'entre-deux tours des élections législatives de 2024, tandis ceux du NFP ne comprennent pas le refus d'Emmanuel Macron de nommer Lucie Castet   Matignon alors que leur coalition représente les plus gros effectifs du Palais Bourbon. Ajoutons que l'affaire de Bétharram a certainement contribué à fragiliser la réception du discours du béarnais. Et les maladresses de son expression ont probablement affaibli la portée de son propos en suscitant crispation et susceptibilité.

Plus récemment, **le fond du discours tenu a pu être préjudiciable.** Pourquoi demander un vote de confiance sur un diagnostic - la gravité de l'endettement de la France - qui fait consensus ? Comme la dissolution en 2024, la justification de cette décision n'a pas été comprise par les Français et a ajouté de la confusion alors même qu'elle se présentait comme une clarification. Dès lors, le recours à l'article 49.1 a logiquement été perçu davantage comme une manœuvre tactique que comme un acte de bravoure.

Enfin, **des causes plus profondes qui dépassent la stricte responsabilité de François Bayrou** ont sans doute fait leur œuvre. Dans le paysage médiatique actuel, l'expression de toute personnalité politique se heurte invariablement à un soupçon pointilleux concernant ses intentions réelles, qui sont supposées ne relever que de l'intérêt électoral et/ou de l'ambition personnelle. Ajoutons que développer un discours rationnel et pédagogique en direction de l'opinion exige du temps et des relais politiques, deux ressources dont le Premier ministre ne disposait pas véritablement.

De l'incapacité de François Bayrou à se faire entendre de l'opinion, celui ou celle qui lui succèdera tirera sans doute des leçons pour conduire son action. Dans une Assemblée nationale fragmentée, le pragmatisme impose de rechercher en priorité l'accord ou la neutralité des députés pour assurer la stabilité gouvernementale. Mais l'appui de l'opinion publique demeure un concours puissant dans l'exercice démocratique du pouvoir, qu'il est sain et plus que jamais nécessaire de rechercher.

par Frédéric Micheau

Directeur général adjoint d'OpinionWay
Directeur du Pôle opinion



Dernier ouvrage :

Le gouffre démocratique :
les gouvernants et l'opinion

Editions du Cerf, 2024, 216 pages.

Précédents numéros

[OPINION'EYE #33 – L'impact du procès des assistants parlementaires du Front national sur l'opinion publique](#)

[OPINION'EYE #32 – Le profil des candidats aux élections législatives 2024](#)

[OPINION'EYE #30 – Les maires, des élus comme les autres](#)

[OPINION'EYE #29 – Les Français et les fermetures d'enseignes](#)

[OPINION'EYE #28 – Rentrée à l'Assemblée : majorité restreinte, frustration générale ?](#)

[TOUS LES OPINIONEYE](#)



A propos du groupe *OpinionWay*

Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay innove dans les études Marketing et d'Opinion et développe l'agilité dans les modes d'approches (panels en ligne, communautés digitales, hybridation des données et Social Media Intelligence).

Reflet de notre engagement profond envers un avenir durable et responsable, nous sommes depuis janvier 2025 "Entreprise à mission".

Né en France et capable d'intervenir sur les cinq continents, OpinionWay a des implantations au Maghreb (Algérie, Maroc, Tunisie), en Europe de l'Est (Pologne) et en Afrique Subsaharienne (Côte d'Ivoire). Le Groupe intervient dans la compréhension des publics, des marchés, des marques ; dans la recherche de produits et de services, pour des clients se développant en France comme à l'international auprès de cibles BtoB et BtoC.

OpinionWay est membre actif d'Esomar, et certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR.

www.opinion-way.com

opinionway