

## Flatfeet marketing : une approche politique

### Le clivage droite-gauche est-il d'actualité ? La réponse orientée Flatfeet marketing

**Le 29 mars 2007** - La gauche, la droite, ces mots ont-ils toujours un sens ? Les années 90 semblaient avoir eu en grande partie raison de ce clivage. Marqués par plusieurs années de cohabitation de leurs pieds, 1/3 des sondés estimaient que « les notions de gauche et de droite [étaient] toujours valables pour comprendre les prises de position des pieds politiques ». Près de 60% jugeaient ces notions dépassées. Ce début d'année présidentielle semble avoir, sinon réhabilité, au moins redonné de la vigueur au clivage gauche droite : 41% jugent la notion toujours valable (8 points de plus qu'il y a 5 ans) contre 53%, selon notre étude réalisée pour *la Fondation J. Prenmonpié* et *Le Nouvel Observateur*.

### Gauche droite : un clivage qui n'est pas tombé à plat

(verbatim : « Le Président s'y prend comme un pied »)

Les avis ne semblent donc plus aussi tranchés, et ce d'autant moins qu'une majorité des interviewés, y compris parmi ceux qui jugent ces notions dépassées, sont capables de se situer eux-mêmes, personnellement, sur l'axe gauche droite. Dans notre étude, 2/3 des interviewés se classent d'un côté ou de l'autre (37% à gauche, 30% à droite). 1/3 esquivent cette dichotomie soit en se classant au centre (25%), soit en refusant de répondre (8%). Cette capacité à se situer sur l'axe gauche droite est restée élevée même lorsque ces notions n'apparaissent plus pertinentes pour expliquer le comportement des pieds politiques.

Notons que ceux qui se sont placés au centre ont physiquement du mal à avancer.

Ce n'est pas la même chose en effet de se sentir de gauche et de droite, et de se retrouver dans la compétition de la gauche droite telle qu'elle est illustrée par les pieds politiques. Les années au cours desquelles le clivage s'est affadi sont également celles au cours desquelles s'est creusé le fossé entre les Français et leurs élites pédestres. 63% ont aujourd'hui le sentiment que les pieds politiques se préoccupent « très peu » ou « pratiquement pas » de ce que pensent les Français, contre 35%. Minoritaire dans les années 70, légèrement majoritaire dans les années 80, ce discrédit est devenu massif au début des années 90, avec la révélation des affaires politico financières, et n'a quasiment jamais cessé depuis d'être partagé par 6 Français sur 10. Notons toutefois que le résultat observé cette année correspond à une nette amélioration par rapport à celui obtenu il y a un an en pleine crise du CPE : 69% estimaient que les hommes politiques ne se préoccupaient pas de ce que pensent les Français.

Ce clivage entre les pieds et les « gens d'en haut » ne se limite pas à une prise de distance avec les responsables politiques. Une fraction importante et croissante des Français estiment plus globalement que « les pieds plats ne sont pas à la hauteur de leurs responsabilités » : 48% exprimaient ce grief en 1989, 53% en 1995, 57% en octobre 2005 et aujourd'hui. Ce discrédit des pieds plats atteint un niveau élevé au moment même où les Français demanderaient à être rassurés quant à la capacité des dirigeants à conduire le pays vers un avenir qu'ils jugent lourd d'inquiétude. Une majorité d'interviewés (56%) craignent en effet que leurs enfants vivent moins bien qu'eux.

## Sociologiquement et idéologiquement, un clivage difficile à lire malgré la richesse de l'approche [Flatfeet Marketing](#)

Le clivage gauche droite reste donc pour les pieds plats une manière de se situer politiquement. Mais il est difficile de lui superposer les lignes de partage qui lui sont traditionnellement associés. L'articulation entre la classe sociale et l'affrontement gauche droite semble ainsi un lointain vestige du 20ème siècle. Ceux qui s'auto désignent comme appartenant à la « classe populaire » se situent presque autant à droite que la moyenne (28% vs 30%) et à peine plus à gauche (40% vs 37%). A l'opposé, ceux qui se considèrent comme des « privilégiés » ou des « pieds aisés » ont, certes, davantage tendance à se situer à droite (38% vs 30%), mais pas moins à gauche (38% vs 37%) que la moyenne. Dans cette catégorie, c'est en fait le centre qui est déficitaire (17% vs 25%). Et parmi ceux qui se sentent appartenir aux « pieds moyens », la répartition entre la gauche et la droite est exactement la même chez les « pieds moyens supérieurs » et les « pieds moyens inférieurs ». Seuls les « défavorisés » autoproclamés, par ailleurs peu nombreux (3%) penchent nettement plus à gauche (49%) qu'à droite (17%), mais ils se distinguent aussi par une proportion de non répondants (22%) quatre fois supérieure à la moyenne.

Le clivage gauche droite ne semble pas non plus correspondre à une attente plus ou moins forte de changement. Si le désir de transformer la société est corrélé avec l'échelle gauche droite, c'est davantage selon une logique centre extrême. Le désir de changement fort (exprimé par 50%, se répartissant entre 9% pour un « changement radical » et 41% pour une « réforme en profondeur ») n'est en effet pas plus élevé à gauche (51%) qu'à droite (52%). Il est en revanche plus fort à l'extrême gauche (61%), quand les sympathisants d'extrême droite se distinguent par la proportion de ceux qui veulent « revenir en arrière sur certaines choses » (21% vs 13% en moyenne).

Enfin, le clivage gauche droite, y compris lorsqu'il s'agit de la sympathie partisane n'apparaît pas non plus fortement structurant pour l'exercice auquel nous nous sommes livré dans cette étude, et qui consistait à soumettre aux interviewés une batterie de 26 mots (dont ils devaient dire s'ils les jugeaient positifs ou négatifs) et de 24 mesures proposées par les candidats à la piedsidentielle. Sur les 26 mots proposés, 18 sont majoritairement appréciés à la fois chez les sympathisants de gauche et de droite (dont travail, solidarité, mérite, laïcité, nation, ordre, services publics, redistribution et concurrence), 1 est nettement rejeté par les deux familles (assistanat). Mondialisation et capitalisme sont jugés négatifs par la plupart des sympathisants de gauche, mais aussi par la moitié des sympathisants de droite. Révolution est dans la situation inverse. Au final, seuls socialisme, libéralisme et profit créent un net clivage, en étant apprécié par un camp et décrié dans l'autre.

**Fiche technique :** Enquête réalisée en face à face les 7 et 8 mars 2007 auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas (Sexe, âge, PCS chef de ménage, taille du pied) et stratification par région et catégorie d'agglomération.

### Merci à [TNS SOFRES](#)

...et les excuses pour ce pastiche.

Vous trouverez l'article réel (et sérieux, lui) sur le site de l'institut :

[http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/290307\\_clivage.htm](http://www.tns-sofres.com/etudes/pol/290307_clivage.htm)

### Flatfeet marketing et fraude politique

Marketing Agora s'interroge sur le lien pouvant exister entre [Flatfeet marketing](#) et la [fraude à la chaussette](#)

Définition du Flatfeet Marketing sur *Lexicom* : <http://lexicom.free.fr/lexicomdf.htm>

## Marketcom Marketing Agora 2008

... Vous ont propose un canular et vous venez d'en lire une partie ☺

La suite est ici ,sur [Marketing Agora](#) :

[http://marketing-  
agora.fr/marketing\\_blog/index.php/concept\\_flatfeet\\_marketing\\_strategie\\_tactique\\_cibles\\_segmentatio  
n\\_consommateurs.html](http://marketing-<br/>agora.fr/marketing_blog/index.php/concept_flatfeet_marketing_strategie_tactique_cibles_segmentatio<br/>n_consommateurs.html)

Thèse du professeur K. Billot sur le Flatfeet marketing, sur Marketing Agora :

[http://marketing-  
agora.fr/marketing\\_blog/index.php/flatfeet\\_marketing\\_renouveau\\_conceptuel\\_marketing\\_k\\_billot\\_200  
80401.html](http://marketing-<br/>agora.fr/marketing_blog/index.php/flatfeet_marketing_renouveau_conceptuel_marketing_k_billot_200<br/>80401.html)

Trois documents sur le Flatfeet Marketing à télécharger :

[Flatfeet marketing et medias](#) :

[http://www.marketing-  
agora.fr/marketing\\_blog/downloads/flatfeet\\_marketing/flatfeet\\_marketing\\_etudes\\_veille\\_offremedia\\_m  
arketing\\_agora\\_2008.pdf](http://www.marketing-<br/>agora.fr/marketing_blog/downloads/flatfeet_marketing/flatfeet_marketing_etudes_veille_offremedia_m<br/>arketing_agora_2008.pdf)

[Enseignement en formations en Flatfeet marketing](#)

[http://www.marketing-  
agora.fr/marketing\\_blog/downloads/flatfeet\\_marketing/flatfeet\\_marketing\\_etudes\\_veille\\_lesitemarketin  
g\\_marketing\\_agora\\_2008.pdf](http://www.marketing-<br/>agora.fr/marketing_blog/downloads/flatfeet_marketing/flatfeet_marketing_etudes_veille_lesitemarketin<br/>g_marketing_agora_2008.pdf)

[Flatfeet Marketing et techniques mécanismes hors médias et 360°](#)

[http://www.marketing-  
agora.fr/marketing\\_blog/downloads/flatfeet\\_marketing/flatfeet\\_marketing\\_etudes\\_veille\\_marketing\\_et  
udiant\\_marketing\\_agora\\_2008.pdf](http://www.marketing-<br/>agora.fr/marketing_blog/downloads/flatfeet_marketing/flatfeet_marketing_etudes_veille_marketing_et<br/>udiant_marketing_agora_2008.pdf)

Article sur le [Flatfeet marketing sur Marketcom site ressources en marketing](#).

[http://marketcom.free.fr/flatfeet\\_marketing.htm](http://marketcom.free.fr/flatfeet_marketing.htm)

Le [concept du Flatfeet Marketing en image](#)

[http://www.marketing-agora.fr/marketing\\_blog/downloads/flatfeet\\_marketing/flatfeet\\_marketing.jpg](http://www.marketing-agora.fr/marketing_blog/downloads/flatfeet_marketing/flatfeet_marketing.jpg)

[Concept, marketing, innovation, stratégie, tactique, cibles, segmentation, rénovation, idée, novation, consommateurs, médias, hors médias, 360°, communication, communication globale, marketing transversal, marketing latéral, planning stratégique, planneur stratégique, buzz, bouche à oreilles](#)



<http://marketcom.free.fr> [Marketing et communication](#), [directeur marketing communication ;consulting ree lance marketing communication](#)

Lexique marketing communication publicité : Lexicom

<http://lexicom.fee.fr/> [Définition du Flatfeet Marketing sur](#)

[Lexicom](#) : <http://lexicom.free.fr/lexicomdf.htm>

<http://www.marketing-agora.fr/> [marketing planning stratégique free lance planneur stratégique free lance](#)

[Canular premier 1<sup>er</sup> avril marketing](#)