

01 L'insularité fragilise la confiance.

73 % des Français adoptent une posture de défiance envers les personnes différentes, confirmant un niveau élevé d'insularité. Cette fermeture alimente la polarisation et limite la capacité à créer du consensus.

02 La fracture sociale creuse la défiance.

La plus forte fracture de confiance suit les lignes de revenus : en France, l'écart entre hauts et bas revenus s'élève à 22 points.

03 La confiance se replie sur le national.

La confiance envers les entreprises françaises dépasse largement celle accordée aux entreprises étrangères (+26 points d'avantage domestique). Cette préférence nationale reflète une montée de l'insularité économique et géopolitique.

04 L'optimisme pour l'avenir s'essouffle.

La France est le pays le plus pessimiste mesuré, avec seulement 6 % des Français pensant que la prochaine génération vivra mieux. Ce climat nourrit défiance, repli et sentiment de déclin.

05 L'insularité freine la performance économique et sociale.

Les différences pèsent directement sur le travail : 38 % des Français réduiraient leurs efforts face à un manager aux opinions opposées, 33 % changeraient d'équipe et 34 % accepteraient moins de choix pour limiter les entreprises étrangères. L'insularité devient un enjeu business majeur.

06 Les institutions échouent à recréer du lien.

En France, la confiance institutionnelle reste faible : seuls 30 % font confiance au gouvernement et 40 % aux médias, illustrant leur difficulté à jouer un rôle de médiation et à rassembler des publics aux visions divergentes.

07 Le repli informationnel s'accroît.

Seuls 1 Français sur 4 s'informe régulièrement auprès de sources aux opinions différentes, accentuant la polarisation et limitant le dialogue. Ce repli limite la compréhension mutuelle et alimente la défiance.

08 L'employeur, moteur de la médiation de la confiance.

Avec 69 % de confiance, l'employeur est l'institution la plus crédible en France. Par sa proximité et sa capacité à mobiliser des leviers culturels internes, il est le mieux placé pour jouer un rôle central de médiation.

09 Les dirigeants attendus sur la médiation de la confiance.

Les Français attendent des dirigeants qu'ils jouent un rôle actif : 65 % estiment que les CEOs doivent agir, mais seulement 35 % jugent qu'ils le font bien. Le déficit de leadership alimente la défiance.

10 La médiation de la confiance, un impératif.

En France, la confiance se reconstruit par des actions concrètes : 29 % privilégient la coopération sans polarisation et 43 % l'investissement dans des relations locales durables. Créer du dialogue entre groupes opposés devient essentiel.