

# OPINION'EYE

BY "opinionway



PAR FRÉDÉRIC MICHEAU  
DIRECTEUR DES ÉTUDES  
OPINION ET POLITIQUE

## LES EFFETS LIMITÉS DU CHANGEMENT DE PREMIER MINISTRE SUR LA POPULARITÉ PRÉSIDENTIELLE

Depuis 1958, tous les présidents de la République ont été amenés à changer de Premier ministre. Seul Nicolas Sarkozy fait exception, qui conserva François Fillon en poste pendant tout son quinquennat, en dépit d'une intense réflexion à l'automne 2010 sur son remplacement par Jean-Louis Borloo. Cette décision est identifiée comme une des causes de sa défaite en 2012 par les partisans d'un remplacement d'Edouard Philippe, qui pressent aujourd'hui le Président de ne pas commettre la même erreur.

Le renouvellement du locataire de Matignon, qui aurait pour rôle d'ouvrir la marche sur le « nouveau chemin » que va tracer Emmanuel Macron, serait ainsi perçu comme le moyen infaillible de restaurer l'image du président de la République dans l'opinion publique et de le placer dans les meilleures conditions pour aborder l'échéance électorale de 2022.

### PRECEDENTS NUMEROS

[Avril 2020](#)

[Mars 2020](#)

[Février 2020](#)

[Tous les numéros](#)

L'examen longitudinal des données du baromètre réalisé par l'Ifop chaque mois depuis 1958 permet de cerner les effets sur la popularité présidentielle de l'exercice de l'article 8 de la Constitution (« Le Président de la République nomme le Premier ministre »).

Ecartons les nominations consécutives à une élection ou une réélection du Président. L'hôte de l'Élysée profite généralement dans cette circonstance d'un état de grâce lié à l'onction récente du suffrage universel. Mettons de côté également les changements de Premier ministre sous la contrainte impérative d'une défaite aux élections législatives : la cohabitation qui débute alors restreint l'éventail des possibles en imposant au chef de l'Etat de choisir un représentant de la nouvelle majorité.

Concentrons-nous sur les choix présidentiels véritables, qui obéissent à une décision stratégique et ont été réalisés en cours de mandat. Il en existe dix depuis le début de la Ve République. Il s'agit des nominations de Georges Pompidou (avril 1962), Maurice Couve de Murville (juillet 1968), Pierre Messmer (juillet 1972), Raymond Barre (août 1976), Laurent Fabius (juillet 1984), Edith Cresson (mai 1991), Pierre Bérégovoy (avril 1992), Dominique de Villepin (mai 2005), Manuel Valls (mars 2014) et Bernard Cazeneuve (décembre 2016).

Plusieurs de ces nominations sont intervenues dans le sillage de désastres électoraux, comme celle de Dominique de Villepin après la débâcle du référendum de 2005 ou celle de Manuel Valls au lendemain de l'échec des municipales de 2014. Dans ces deux cas, le Président a pris acte du désaveu des Français. Mais le changement de Premier ministre fut impuissant à empêcher un effondrement immédiat de la popularité présidentielle (-12 points pour Jacques Chirac en juin 2005 ; -5 pour François Hollande en avril 2014).

Autre configuration, le remplacement d'un Premier ministre démissionnaire. A l'été 1976, la passation de pouvoir entre Jacques Chirac et l'inconnu Raymond Barre s'est soldée par une baisse de popularité de 6 points pour Valéry Giscard d'Estaing (47%), qui voyait sa majorité vaciller. Inversement, après la nomination de Bernard Cazeneuve lié au départ volontaire de Manuel Valls, la popularité de François Hollande a progressé de 4 points (19%). Mais ce regain semblait autant saluer la lucidité de son renoncement à briguer un second mandat que la pertinence de la décision de confier Matignon au ministre de l'Intérieur, apprécié de l'opinion publique pour sa gestion des attentats terroristes.

Dans tous les autres cas de figure, qui sont les plus nombreux, le renouvellement du Premier ministre n'a pas profité à celui qui l'a décidé. Les nominations de Georges Pompidou (+2 points pour le Président lors du mois suivant), de Maurice Couve de Murville (-1 point), de Pierre Messmer (-1 point), de Laurent Fabius (-1 point), d'Edith Cresson (-2 points en dépit de la force symbolique de l'accès inédit d'une femme à Matignon) et de Pierre Bérégovoy (stable) se sont traduites par des variations infimes de popularité à court terme pour le chef de l'Etat. Et aucun effet positif ne fut visible sur une plus longue durée.

L'analyse historique aboutit ainsi à un constat limpide : le changement de Premier ministre produit des effets limités sur la popularité présidentielle. Par conséquent, même si le présent est autonome du passé et alors que nous ignorons l'identité de l'éventuelle personnalité désignée, les gains de popularité qu'Emmanuel Macron pourrait percevoir en congédiant Edouard Philippe sont difficilement perceptibles a priori. En revanche, le risque d'opinion est clairement documenté : selon un récent sondage réalisé par OpinionWay, seuls 35% des Français souhaitent un changement de Premier ministre dans les semaines qui viennent.

Le présupposé d'un second souffle ou d'un nouvel élan apporté au Président par le remplacement d'Edouard Philippe repose sur la conception obsolète d'un Premier ministre vu comme un fusible. Depuis l'entrée en vigueur du quinquennat, à l'exception significative de Jean-Pierre Raffarin, premier locataire de Matignon à expérimenter la réduction de la durée du mandat présidentiel, tous les Premiers ministres ont bénéficié d'une popularité moyenne supérieure à celle du Président. La fin du septennat a inversé les positions au sein du couple exécutif : le Président est en première ligne et subit les pertes dans l'opinion. Dans la mythologie latine, Jupiter est représenté sans bouclier.

**Frédéric Micheau**

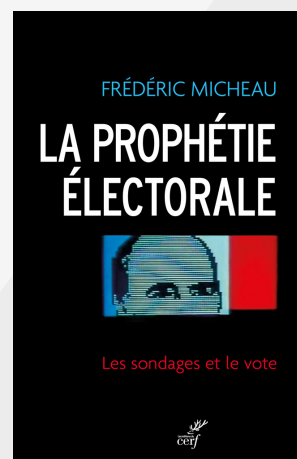
Directeur du

Département Opinion et Politique

[fmicheau@opinion-way.com](mailto:fmicheau@opinion-way.com)

## POUR ALLER PLUS LOIN

**La Prophétie électorale : les sondages et le vote (Editions du Cerf)** - Dernier ouvrage paru de Frédéric Micheau.



## 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).

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 Sub-saharienne (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, certifié depuis 2009 ISO 20252 par l'AFNOR et membre de CroissancePlus.

### CONTACT

Olivia AUGIS – Responsable Communication

[oaugis@opinion-way.com](mailto:oaugis@opinion-way.com) - 01 81 81 83 05

[opinion-way.com](http://opinion-way.com)

“*opinionway*”