

# Avec le tensiomètre, mesurez le potentiel de mobilisation des Français

- Un outil conçu par Grand Récit

# Dans un monde en transition, les raisons de **protester** ne manquent pas

**Chaque mobilisation sociale reconfigure les priorités de vos publics.** Elle affecte la capacité d'agir des décideurs et leur réputation. Elle peut interrompre l'activité, faire évoluer l'environnement social, fiscal ou réglementaire. Une mobilisation est là pour changer la donne. Et elle la change, qu'elle soit un échec ou un succès.

# Pour **anticiper**, mieux vaut avoir toutes les cartes en main

Ceux qui évaluent, décident ou mobilisent ont besoin de comprendre les dynamiques protestataires. Pour ajuster leur stratégie. Allouer la ressource là où elle est la plus efficace. Le tensiomètre est fait pour eux.

# Le tensiომètre donne des clés pour **influer** sur le cours des événements

**Il est prédictif** : il quantifie le potentiel de mobilisation sur un enjeu d'actualité.

**Il est activable** : il détermine le profil des mobilisés et les ressorts de leur engagement.

LES JEUNES DISENT NON

# Il s'appuie sur le meilleur de la **recherche** en psychologie politique

Nous menons des sondages auprès des populations concernées pour mesurer leur intention de passer à l'acte et ce qui le déclenche. **Notre méthodologie s'appuie sur des modèles éprouvés par la recherche académique.**

Elle a été testée grandeur nature pendant le mouvement social contre la réforme des retraites de 2023.

**Découvrez** tout ce que  
le tensiomètre peut faire  
pour vous

# #1

## Identifier les profils des mobilisés

Plus complet qu'un sondage,  
plus objectif qu'une veille médias sociaux.

Les enquêtes d'opinion décrivent et dénombrent ceux qui soutiennent les mobilisations. Les outils de veille sur les médias sociaux éclairent sur les motivations des minorités agissantes.

**Le tensiomètre fait les deux, et plus encore.**

Il distingue ceux qui ont l'intention de se mobiliser, ceux qui pourraient le faire, ceux qui ne le feront jamais. Il explore leur psychologie et leur profil socio-politique.

—————>  
Exemple : profils des mobilisés  
sur la réforme des retraites -  
Fev 2023

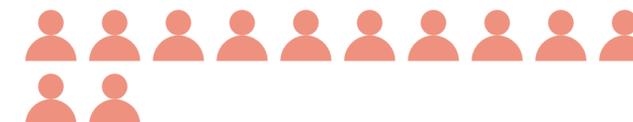
### Le coeur de la mobilisation 20%

Les mobilisés  
20 %



### Le halo de la mobilisation 27%

Le halo proche  
12 %

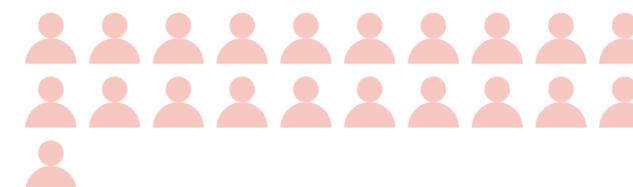


Le halo lointain  
15 %

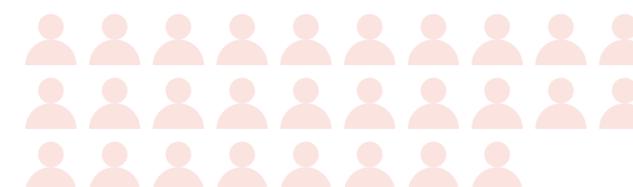


### Les nons mobilisés 49 %

Les distants  
21 %



Les inamovibles  
28 %



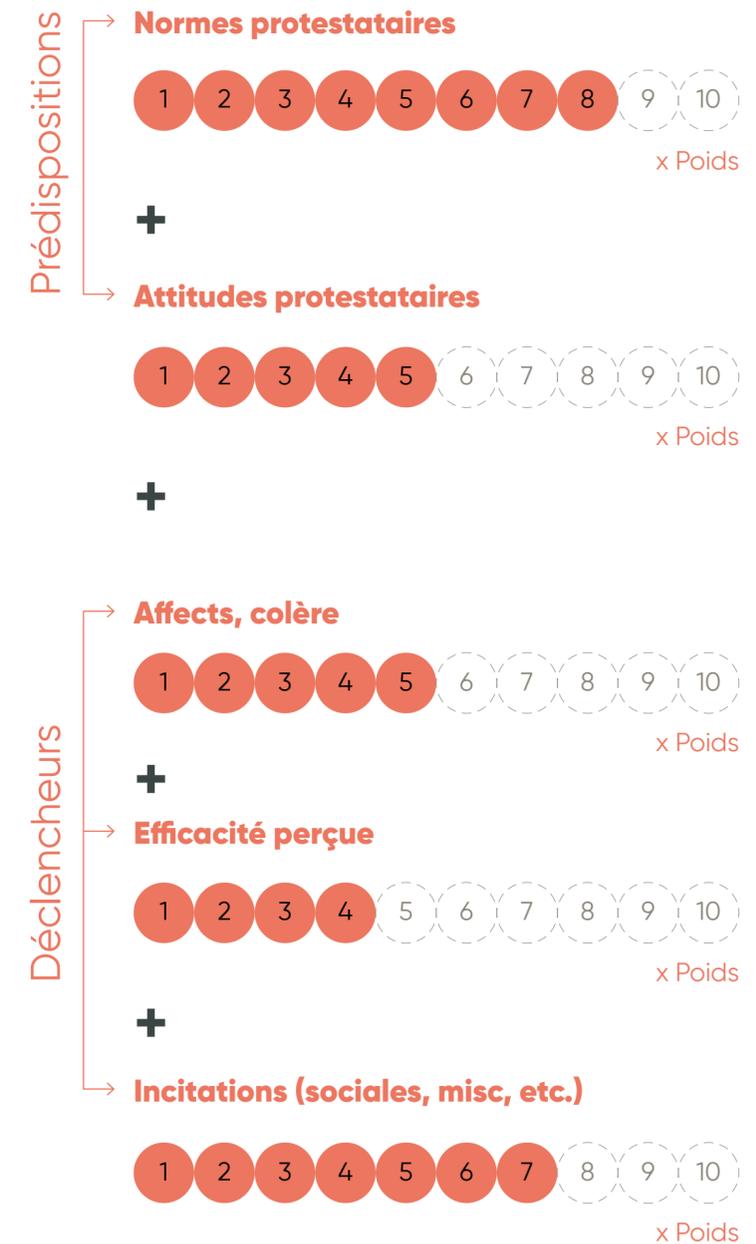
# #2

## Explorer les dynamiques protestataires

Se sentir préoccupé ou concerné par une réforme ne suffit pas à descendre dans la rue.

**Le tensiomètre rend visible la mécanique qui fait passer du mécontentement ou de l'opposition à l'intention de passer à l'acte.** Il allie la puissance des enquêtes quantitatives à la finesse d'analyse qu'on ne trouve aujourd'hui que dans les enquêtes qualitatives.

—————>  
Exemple de mesure de la tension sociale



**Résultat =**  **Indice de la tension sociale élevé**  
Niveau 6

# #3 Évaluer l'ampleur d'un mouvement social

Une échelle unique pour objectiver un potentiel de mobilisation. Et vérifier que vos intuitions sont justes.

La responsabilité d'évaluer un potentiel de mobilisation repose sur l'appréciation de l'analyste ou de l'activiste. Parce qu'un mouvement social repose sur de nombreux facteurs, il n'existe pas de méthode infaillible.

**Mais le tensiomètre peut aider à étayer des intuitions.**

En combinant les différents facteurs qui influencent l'intention de se mobiliser, le tensiomètre va au-delà des intentions déclarées par les répondants : il les objective.

—————>  
Indice unique de mesure  
de la tension sociale



# #4 Ajuster sa stratégie et son discours

Pour savoir quels mots ont une influence.  
Et allouer les ressources là où elles sont  
les plus efficaces.

Un sondage montrera qui adhère à votre discours ou qui n'y adhère pas. Le tensiomètre le fait aussi, et il va plus loin.

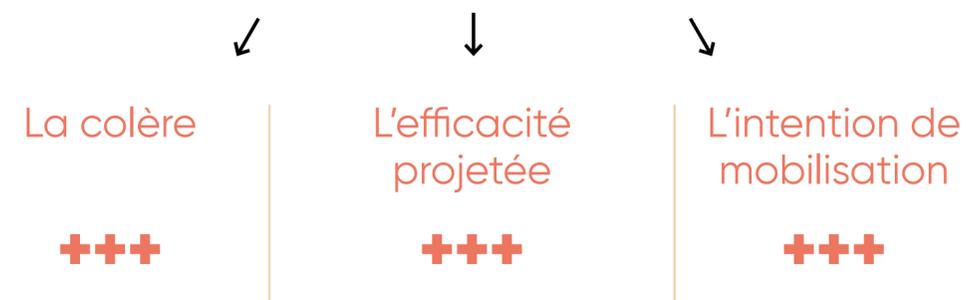
Il montre ce qui a un lien direct ou indirect avec l'intention de se mobiliser. Il donne à voir les freins et les leviers qui permettent d'ajuster la stratégie des acteurs face à la mobilisation.

—————>  
Exemple d'effet direct ou indirect  
sur l'intention de se mobiliser sur  
la réforme des retraites - Fév. 2023

**Cadrage 1 :**  
On vit plus longtemps, il est normal de  
travailler plus longtemps



**Cadrage 2 :**  
Une majorité de Français s'oppose à la réforme des  
retraites : le gouvernement devrait y renoncer



↓ ↓ ↓  
**Invoquer la légitimité  
de l'opinion en démocratie**

"+" = 1 niveau de signification élevé

# #5 Simuler le potentiel de mobilisation sur les enjeux de demain

Plus que de la data.  
Mieux que du design fiction. Des scénarios  
de mobilisation évalués et quantifiés.

En soumettant des scénarios à l'opinion, le tensiomètre permet  
d'anticiper les réactions des publics, d'avoir un temps d'avance  
sur ce qui pourra freiner ou au contraire amplifier un mouvement  
de mobilisation.

—————>  
Exemple de scénario  
plausible mais fictif que  
le tensiomètre peut tester

**Client**  
Un cabinet de conseil en  
analyse de risques



**Grand Récit**



*Simulation*

**L'interdiction  
des voitures dans  
les grands  
centres urbains**



**Risque de marché**  
Ex: chute des prix de  
voitures thermiques

**Risque politique**  
Ex: instabilité sociale  
et réglementaire



**Indice de potentiel  
de mobilisation**

+

**Identification des  
populations à risque**

+

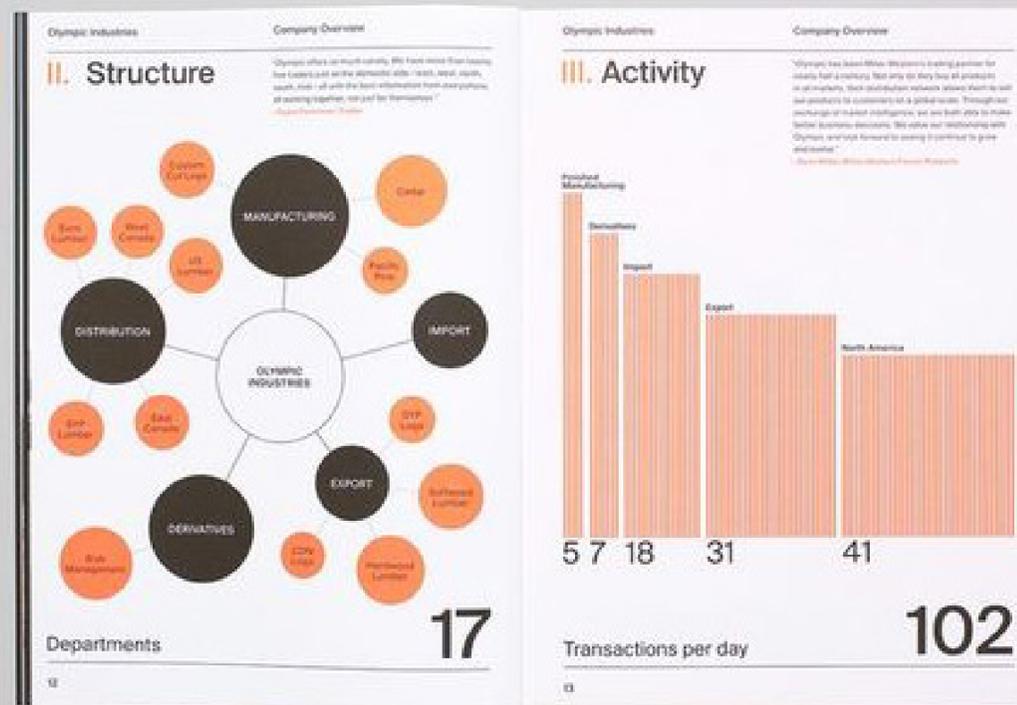
**Éléments argumentaires**

# Nous faisons parler vos données

Même si nous aimons les chiffres, nous ne noyons pas nos clients dans des pourcentages. Nous extrayons le meilleur de la donnée. Nous lui donnons du sens. Nous la mettons en récit. Et nous vous accompagnons pour qu'elle change réellement votre stratégie. **Parce que nous pensons nos études pour qu'elles ne dorment pas dans un tiroir.**

# Des exemples de livrables

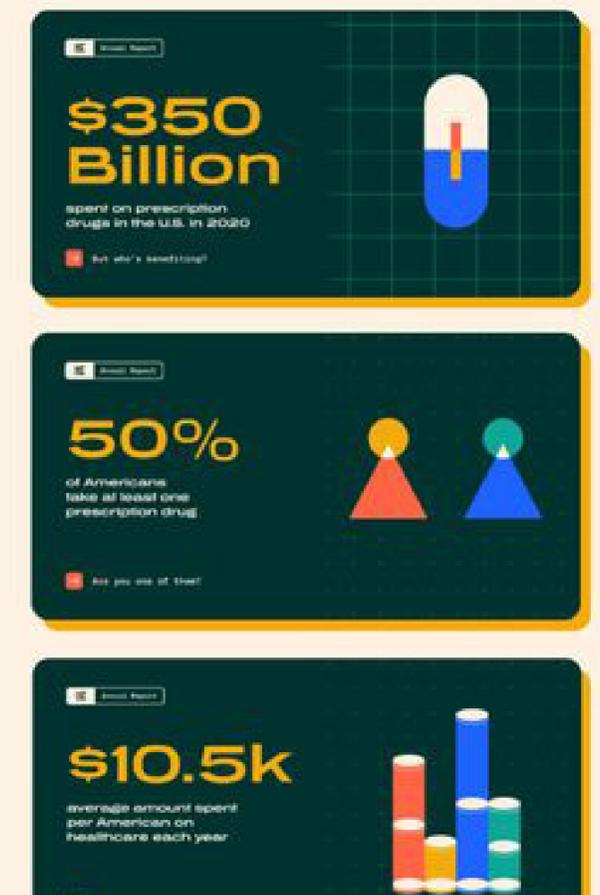
## Rapport d'enquête



## Dashboard interactif de vos données



## Kit de données clés prêt à l'emploi



# De l'étude ponctuelle à l'accompagnement sur le long terme, trouvez ce qui vous convient le mieux

## **Vous avez une urgence**

**Vous cherchez à déterminer si une mobilisation va durer, si elle va s'amplifier, ou de quelle manière y répondre.**

Le tensiomètre peut vous aider.

- Une étude, dédiée sur un sujet d'actualité chaude, réalisée et livrée en quelques jours.
- Des recommandations pour ajuster votre communication de crise.

15 000 à 20 000 € HT  
selon les contraintes du terrain.

## **Vous sentez un enjeu monter**

**Vous voulez vérifier une hypothèse, objectiver un risque ou déceler un potentiel.**

Nous pouvons vous accompagner sur ce chemin.

- Une enquête, pour tester différents scénarios, élaborés avec vous.
- Des recommandations pour mieux anticiper.

20 000 à 30 000 € HT  
selon les contraintes et les délais de livraison

## **Vous êtes dans l'exploration**

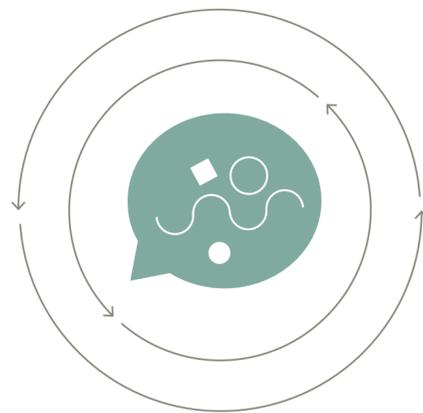
**Et vous voulez anticiper les risques, revoir votre stratégie ou élaborer des dispositifs d'activation.**

Nous pouvons vous proposer du sur-mesure : scénarios, données remises en perspectives pour être exploitées, conservées, explorées. Et nous pouvons vous aider à le raconter.

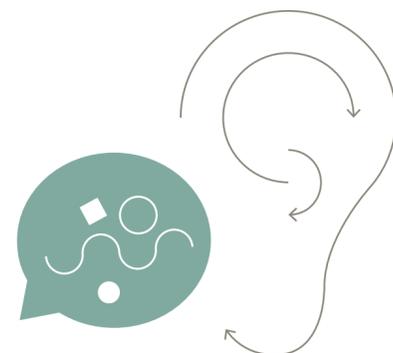
Pour en savoir plus, contactez-nous

# Présentation de **Grand Récit**

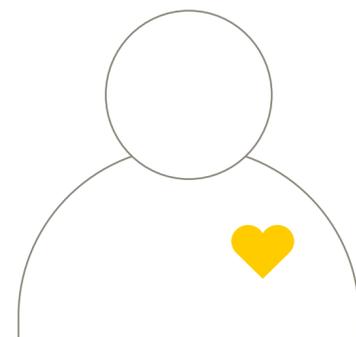
# Nous aidons à engager la **transition** par le récit



Dans un monde qui appelle des transformations radicales, les organisations sont conscientes qu'elles doivent trouver le bon récit pour **convaincre** leurs parties prenantes de choisir, d'agir et de se comporter différemment.

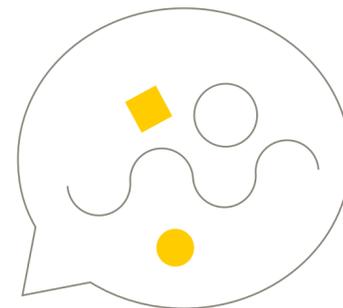
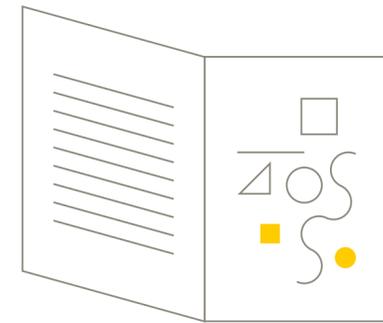


Pourtant, élaborer un récit qui a un impact effectif devient de plus en plus difficile. Parce que les organisations savent ce qu'elles veulent dire à leurs publics, mais pas toujours ce que leurs publics peuvent **entendre**.



**Notre mission** : comprendre ce que les publics ont à l'esprit pour composer des récits qui leur correspondent et créer les conditions pour qu'ils soient des acteurs engagés de la transformation.

# En quoi nous pouvons vous être utiles



**Nous produisons des études** qui aident à mieux comprendre la psychologie des publics pour porter un point de vue éclairé sur la société ou élaborer les bonnes stratégies.

**Nous racontons des histoires** et des stratégies pensées pour que les publics s'en saisissent, parce qu'elles entrent en résonance avec leurs propres récits.

**Nous élaborons des dispositifs d'engagement** avec vous afin d'aligner les récits et les actes sur les objectifs stratégiques.

# Nous avons des **projets** à vous raconter



## **Secours Catholique**

Comprendre les représentations des bénévoles pour mieux les engager sur de nouveaux projets d'aide alimentaire

Association des  
**DÉPARTEMENTS  
solidaires**

## **Départements Solidaires**

Explorer la probabilité d'un conflit de générations et les mesures qui permettraient de l'éviter



## **Clermont-Ferrand Massif Central '28**

Raconter le territoire et son projet pour décrocher le titre de capitale européenne de la culture



## **Crédit Mutuel**

Concevoir une ligne éditoriale pour des annonces à fort impact médiatique

# Notre méthodologie

1

## État des Lieux

### Cartographier

- Récits
- Publics
- Émetteurs

### Identifier

- Les potentiels d'engagement
- Les opportunités de changement

2

## Stratégie

### Orientation

Créer / Réorienter /  
Amplifier / Recadrer / Relier

### Éléments De Narration

Mots / histoires /  
voix cadres/messages

### Déf. Mesures D'impact

### Niveau D'intervention

Individuel / Discours /  
Politiques publiques

### Ciblage

Cœur / Base  
Indécis / Opposition  
Inaccessibles

3

## Mise en œuvre

### Produire des contenus

- Feuilles de route
- Notes de cadrage Éléments de langage
- Textes d'orientation

### Accompagner dans le déploiement et la réappropriation

- Kits de sensibilisation et d'apprentissage
- Documents stratégiques
- Mesure d'impact

# L'équipe



**François-Xavier  
Demoures**  
Président



**Laura Brimont**  
Directrice  
générale



**Sébastien Turcat**  
Directeur Conseil



**Lucie Monges**  
Designer de  
recherche



**Rié Hirai**  
Designer

**François-Xavier Demoures**  
Président

+33 6 23 87 78 64  
fx.demoures@grandrecit.fr

**Laura Brimont**  
Directrice générale

+33 6 22 48 02 70  
laura.brimont@grandrecit.fr

## **Grand Récit**

SAS au capital de 1000 €  
enregistrée au RCS de Nanterre (92)  
sous le numéro 890 870 421

81 avenue Faidherbe  
92600 Asnières-sur-Seine  
FRANCE

# Merci

