

# SAE Plan de Communication

## Élections présidentielles 2022

Mme Olfa Golli - 27 Mars 2022



**Candidat  
Emmanuel  
Macron**

Juliette BACHELET  
Élisa BERHOUET-CASES  
Louis BROSSE  
Lauryne COSTIER  
Jeanne DANOY  
Jade RODRIGUES

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>1. Analyse et diagnostic de la situation actuelle</b>                  | 2  |
| Activités antérieures, positionnement politique, nom du parti du candidat | 3  |
| Candidats adverses majoritaires (fiches réalisées par nos soins)          | 4  |
| Actions de communication du candidat Macron en 2017                       | 5  |
| Actions de communication avant l'entrée en campagne pour 2022             | 5  |
| Résultats des anciennes élections présidentielles                         | 5  |
| Ressources Humaines                                                       | 6  |
| <i>En 2017</i>                                                            | 6  |
| <i>Au cours du mandat</i>                                                 | 6  |
| <i>Équipe pressentie pour 2022</i>                                        | 6  |
| Popularité auprès des Français                                            | 7  |
| Dates des élections présidentielles 2022                                  | 7  |
| Diagnostic établi                                                         | 7  |
| <b>2. Définition des objectifs</b>                                        | 8  |
| Faire connaître                                                           | 8  |
| Faire aimer                                                               | 8  |
| Faire agir                                                                | 8  |
| <b>3. Définition du public ciblé</b>                                      | 8  |
| <b>4. Définition de l'axe de communication</b>                            | 9  |
| <b>5. Définition de la stratégie de communication</b>                     | 9  |
| <b>6. Choix des moyens et outils à déployer</b>                           | 10 |
| <b>7. Conception du message</b>                                           | 11 |
| Catégorie : Politique                                                     | 11 |
| Catégorie : Échelle internationale                                        | 11 |
| Catégorie : Échelle nationale                                             | 11 |
| Catégorie : Sécurité                                                      | 12 |
| Catégorie : Social/Environnement                                          | 13 |
| Catégorie : Économie                                                      | 13 |
| <b>8. Calendrier de réalisation</b>                                       | 14 |
| <b>9. Évaluation de l'atteinte des objectifs : propositions futures</b>   | 14 |
| <b>10. Justifications et annexes</b>                                      | 15 |
| <b>Productions visuelles des messages</b>                                 | 16 |

## **1. Analyse et diagnostic de la situation actuelle**

Nous avons récolté diverses informations concernant la situation actuelle et antérieure des différents candidats à l'élection présidentielle de 2022 en France. Après les avoir étudiées, nous avons choisi un candidat en particulier : Emmanuel Macron. En effet, nous avons pu disposer de suffisamment d'informations le concernant : élection présidentielle 2017, mandat de Président de la République Française et candidat à l'élection présidentielle 2022. Toutes les informations que nous avons collectées se basent à partir de 2010. Ensuite, nous avons trié ces informations sous forme de tableau :

| <b>PEU UTILE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>UTILE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Résultats des anciennes élections présidentielles</li><li>- Ressources Humaines (équipe de campagne de Macron) en 2017</li><li>- Ressources Humaines du candidat (cabinet présidentiel) 2017-22</li><li>- Le nombre de parrainages d'élus pour LREM</li><li>- Les campagnes électorales concurrentes</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Activités antérieures, positionnement politique, nom du parti du candidat</li><li>- Candidats adverses "majoritaires"</li><li>- Actions de communication du candidat Macron en 2017</li><li>- Actions de communication avant l'entrée en campagne pour 2022</li><li>- Entourage, équipe pressentie pour 2022</li><li>- Popularité auprès des Français</li><li>- Dates des élections présidentielles 2022</li><li>- Programmes de la concurrence "majoritaire"</li></ul> |

Nous avons ensuite approfondi nos recherches :

**1. Activités antérieures, positionnement politique, nom du parti du candidat**

En 2010, Emmanuel Macron devient associé et gérant de la banque d'affaires Rothschild & Cie. Adhérent au Parti Socialiste (PS) de 2006 à 2009, il participe ensuite à la campagne électorale de François Hollande pour l'élection présidentielle de 2012. Après sa victoire électorale, François Hollande le nomme secrétaire général adjoint de son cabinet puis ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique en 2014.

En 2015, il fait adopter la loi appelée : "loi Macron" qui se veut pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques. Puis, l'année suivante, il fonde son propre mouvement politique et en devient le président. Il le nomme "En Marche". Le candidat adopte un positionnement centriste "gauche-droite" et se présente à l'élection présidentielle de 2017.

Il remporte l'élection présidentielle de 2017 au second tour face à Marine Le Pen et devient le plus jeune président français à 39 ans.



## 2. Candidats adverses majoritaires (fiches réalisées par nos soins)

DÉPUTÉ EUROPÉEN EÉLV - CANDIDAT  
À LA PRÉSIDENTIELLE 2022

# YANNICK JADOT



**EÉLV**  
EUROPE ÉCOLOGIE  
LES VERTS

Election présidentielle de 2017 : il remporte la primaire écologiste mais choisit de rallier le candidat du Parti socialiste, Benoît Hamon.

2019 : La liste EELV qu'il dirige lors des élections européennes arrive en 3ème position avec 13,5 % des suffrages exprimés.

2021 : la primaire de l'écologie le désigne de nouveau candidat du pôle écologiste pour l'élection présidentielle de 2022.

**PROGRAMME JADOT 2022**

- Protéger notre pays, sa beauté et sa biodiversité
- Une agriculture et alimentation respectueuses du climat et du vivant
- La co-construction du projet des écologistes
- Réussir une transition climatique
- Atteindre l'égalité entre les hommes et les femmes
- Reconstruire un service public de la santé

**6,5 %**  
INTENTIONS DE VOTE AU  
1ER TOUR

**51,03%**  
DES VOTES AU 2ND TOUR DE  
LA PRIMAIRE ÉCOLOGIQUE

DÉPUTÉ & CANDIDAT À LA  
PRÉSIDENTIELLE 2022

# JEAN-LUC MÉLENCHON



**LFI**  
LA FRANCE  
INSOUMISE

En 2016, il fonde le mouvement La France insoumise (LFI) et se présente sous cette étiquette à l'élection présidentielle de 2017, à laquelle il termine en quatrième position, avec 19,58 % des suffrages exprimés.

En 2019, lors des élections européennes, le parti de Jean-Luc Mélenchon est au coude-à-coude avec le Parti Socialiste pour la cinquième place, avec 6,3 % des voix. Il ne réussit pas son pari : s'imposer comme première force de gauche.

**PROGRAMME 2022**

- Rendre le vote obligatoire, l'étendre des 16 ans, et l'accorder aux étrangers lors des élections locales
- Constitutionnaliser la « règle verte »
- Mettre en place un système de régulation carcérale
- Garantir une retraite au niveau du smic, revalorisé à 1 400 euros net

**11,5%**  
INTENTIONS DE  
VOTE AU 1ER TOUR  
EN 2022

« SI VOUS VOULEZ, DANS DEUX MOIS, LE SMIC EST À 1.400 EUROS PAR MOIS. SI VOUS NE VOULEZ PAS, VOTEZ MACRON »

FEMME POLITIQUE  
CANDIDATE À LA PRÉSIDENTIELLE 2022

# VALÉRIE PÉCRESSE



**LR**  
LES RÉPUBLICAINS

En juin 2011, Valérie Pécresse est nommée Ministre du Budget, des Comptes publics et de la Réforme de l'État, Porte-parole du Gouvernement de François Fillon. En 2012, elle est réélue aux élections législatives pour l'opposition. En décembre 2015, Valérie Pécresse remporte les élections régionales en Ile-de-France. En janvier 2016, elle démissionne de son mandat de députée des Yvelines. En juin 2017, elle est réélue aux élections régionales de la Région Ile-de-France.

Le programme électoral de Valérie Pécresse repose sur des quotas d'immigration qui seront votés chaque année par le Parlement, la reconnaissance de la natalité française en augmentant les allocations familiales à 15%, l'abaissement du permis de conduire et de la majorité pénale à 16 ans, transformer le RSA en Revenu Jeune Actif. Valérie Pécresse souhaite aussi augmenter le revenu des agriculteurs en baissant les cotisations vieillesse et pour les écoles, rajouter deux heures de français et une heure de mathématiques par semaine.

**58,67%**  
DE VOIX LORS DES  
ÉLECTIONS  
LÉGISLATIVES EN  
2012

**45,92%**  
DE VOIX LORS DES  
ÉLECTIONS RÉGIONALES  
DE L'ÎLE-DE-FRANCE EN  
2021

**60,95%**  
DE VOIX À LA  
PRIMAIRE DE LA  
DROITE EN 2021

FEMME POLITIQUE  
CANDIDATE À LA PRÉSIDENTIELLE 2022

# MARINE LE PEN



**RN**  
RASSEMBLEMENT  
NATIONAL

**Depuis 2010**, conseillère régionale du Nord-Pas-de-Calais. Elle démissionne de ses fonctions quand elle succède à son père à la tête du parti, le **16 janvier 2011**. Lors des présidentielles de 2012, elle obtient 17,90% des suffrages exprimés au premier tour. Il s'agit du meilleur score jamais réalisé par un candidat du FN à une élection présidentielle.

Marine Le Pen demande la baisse des taxes sur les carburants pour réduire les prix à la pompe. Elle exige une entière sécurité pour le patrimoine français, l'encouragement à l'innovation, la création d'entreprises et favoriser le Made in France. Elle souhaite également mettre fin au droit du sol et à l'acquisition automatique de la nationalité française.

**17,90%**  
DES VOIX AU  
PREMIER TOUR  
DES ÉLECTIONS  
DE 2012

**33,94%**  
DES SUFFRAGES  
AU SECOND TOUR  
EN 2017

**+10 MILLIONS**  
DE VOIX LORS DES  
DERNIÈRES  
ÉLECTIONS

### **3. Actions de communication du candidat Macron en 2017**

La campagne présidentielle d'Emmanuel Macron en 2017 a été marquée par des actions de communication diverses et variées. Le premier temps fort de la campagne a été le lancement de son parti politique "En Marche" le 6 Avril 2016. Au cours d'un discours à Amiens, sa ville natale, et toujours dans son costume ministériel, il annonce le lancement d'un parti qui se veut "ni de droite, ni de gauche". Ce lancement fait grand bruit médiatique, notamment avec un pic de requêtes sur Google et Wikipédia au sujet d'Emmanuel Macron<sup>1</sup>. Autre marqueur important de la campagne d'Emmanuel Macron, "la Grande Marche", lancée en mai 2016<sup>2</sup>. Présentée par le biais d'une vidéo Facebook, il entend par celle-ci aller à la rencontre de tous les Français pour en prendre le pouls. Quelques mois plus tard, le 16 novembre 2016, Emmanuel Macron annonce sa candidature par le biais d'un discours en Seine-Saint-Denis<sup>3</sup>. Il a ensuite pris part à une campagne présidentielle "ordinaire" à coup d'affiches, de grands meetings, de distributions de tracts... Il n'a pas innové dans cette campagne, à contrario de Jean-Luc Mélenchon avec ses meetings en hologrammes par exemple<sup>4</sup>.

### **4. Actions de communication avant l'entrée en campagne pour 2022**

Sans aucune annonce officielle à la présidentielle de la part d'Emmanuel Macron, son parti (La République En Marche) a débuté, à partir de l'été 2021, une campagne de communication (tracts, affiches, visuels pour les réseaux sociaux) intitulée "5 ans de +"<sup>5</sup>. Un jeu de mots révélateur de l'ambition d'Emmanuel Macron. Le parti vante cinq années de positif pour les Français en valorisant le bilan présidentiel, mais sous-entend aussi vouloir cinq années supplémentaires gouvernées par Emmanuel Macron. En début d'année 2022, le même parti lance un site web et une campagne de communication, du jour au lendemain, dénommée "Avec Vous"<sup>6</sup>. Elle entend vouloir recueillir l'avis des Français via un site internet, car selon le parti "tous les candidats ne parlent pas de vous, ils parlent d'eux, nous voulons faire campagne pour et avec vous".

### **5. Résultats des anciennes élections présidentielles**

Consultables à cette adresse :

[Résultats des deux tours de la Présidentielle 2017](#)

[Résultats des deux tours de la Présidentielle 2012](#)

---

<sup>1</sup><https://www.leparisien.fr/politique/requetes-sur-internet-valls-et-macron-au-coude-a-coude-sur-google-et-wikipedia-13-07-2016-5964349.php>

<sup>2</sup> [https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch\\_permalink&v=599675183544021](https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=599675183544021)

<sup>3</sup>  Je suis candidat à la Présidence de la République | Emmanuel Macron

<sup>4</sup>  Jean-Luc Mélenchon se dédouble en hologramme à Paris

<sup>5</sup><https://www.5ansdeplus.fr>

<sup>6</sup><https://avecvous.fr>

## 6. Ressources Humaines

### a. En 2017

#### Cercle restreint autour d'Emmanuel Macron :

Ismaël Emelien → Conseiller Politique

Alexis Kohler → Directeur du cabinet d'E. Macron au ministère des Finances

Laurence Haïm → Porte-Parole

Sibeth Ndiaye → Conseillère en communication

Stéphane Séjourné → Conseiller d'Emmanuel Macron au ministère de l'Économie, il a participé au lancement des Jeunes avec Macron

### b. Au cours du mandat

#### Membres du cabinet d'E. Macron délégués à la communication :

Conseiller spécial → M. Clément LÉONARDUZZI

Conseillère communication internationale → Mme Anne-Sophie BRADELLE

Conseillère presse nationale → Mme Quitterie LEMASSON

Conseiller opinion → M. Sylvain GUÉRIN

Conseiller discours → M. Jonathan GUÉMAS

Conseillère discours adjointe → Mme Sophie WALON

### c. Équipe pressentie pour 2022<sup>7</sup>

Julien Denormandie → Directeur de campagne (actuel Ministre de l'Agriculture)

Alexis Kohler → (actuel Secrétaire général de l'Élysée)

Richard Ferrand → (actuel Président de l'Assemblée Nationale)

Gabriel Attal → Porte-parole (actuel Porte-Parole du gouvernement)

Gérald Darmanin → Porte-parole (actuel Ministre de l'Intérieur)

Bruno Le Maire → Porte-parole (actuel Ministre de l'Économie)

Sébastien Lecornu → Structuration des réseaux d'élus LaREM (actuel Ministre des Outre-Mers)

---

<sup>7</sup> Selon les informations de BFMTV :

[https://www.bfmtv.com/politique/elections/presidentielle/emmanuel-macron-candidat-son-equipe-de-campagne-est-prete\\_AV-202202150060.html](https://www.bfmtv.com/politique/elections/presidentielle/emmanuel-macron-candidat-son-equipe-de-campagne-est-prete_AV-202202150060.html)

## **7. Popularité auprès des Français**

Selon un sondage réalisé par Odoxa, Mascaret pour Public Sénat, LCP et la presse régionale en novembre 2021, 44 % des Français estiment qu'Emmanuel Macron est un « bon président »<sup>8</sup>, soit quatre points de pourcentage de plus qu'au mois d'octobre. Depuis le début de son mandat, le candidat ne cesse d'accroître sa cote de popularité auprès de ses compatriotes.

Le président d'Odoxa a indiqué : "Son niveau de popularité est tout à fait exceptionnel pour un président en fin de mandat en France. D'ailleurs, aucun de ses prédécesseurs n'a jamais atteint un tel niveau à 5 mois d'une éventuelle réélection"<sup>8</sup>.

Cependant, au mois de janvier 2022, 59% des Français déclarent qu'Emmanuel Macron est un mauvais président de la République<sup>9</sup>. Des résultats qui viennent nuancer ceux énoncés 3 mois plus tôt.

## **8. Dates des élections présidentielles 2022**

Les prochaines élections présidentielles françaises auront lieu en avril 2022. Le premier tour aura lieu le 10 avril 2022 et le second le 24 avril 2022.

## **9. Diagnostic établi**

Malgré la concurrence rude imposée par ses opposants et son jeune âge, Emmanuel Macron a été élu Président de la République avec 66,10% des voix en 2017 avec une campagne plutôt banale.

Au début de son quinquennat, le Président Macron a su conquérir les Français, néanmoins, sa cote de popularité diminue depuis janvier 2022.

Le Président Macron s'est entouré de personnalités très diverses, que ce soit pour sa campagne victorieuse en 2017, pour l'exercice de son mandat, mais aussi en vue de 2022.

---

<sup>8</sup><https://www.publicsenat.fr/article/politique/sondage-44-des-francais-estiment-qu-emmanuel-macron-est-un-bon-president-191330>

<sup>9</sup><https://www.ouest-france.fr/elections/presidentielle/presidentielle-2022-61-des-francais-assurent-qu-il-s-ne-voteront-pas-emmanuel-macron-au-1er-tour-5e4560ae-a411-11eb-881f-953d15c2ec2a>

## **2. Définition des objectifs**

Comme pour tout plan de communication, nous avons établi trois objectifs avec diverses actions à chaque fois. La stratégie utilisée est aussi mentionnée brièvement, car détaillée dans une autre partie.

### **Faire connaître**

- Renforcer la stature présidentielle (PAROLES : démonstration de sa capacité à assurer cette fonction : négociations avec d'autres chefs d'États, etc.)
- Informer sur le bilan (AFFICHES : Mesures fortes prises durant le quinquennat)
- Informer sur le programme (AFFICHES : Idées importantes souhaitées)

### **Faire aimer**

- Donner l'image d'un homme proche des Français (CONTACT : discussions avec les citoyens)
- Satisfaire tous les publics (jeunes, ouvriers, agriculteurs...) en libérant des fonds (CONTACT & PAROLES : prises de position, visites de lieux (usines, restaurants...), allocation de fonds pour les différents secteurs)

### **Faire agir**

- Inciter à voter (lutte contre l'abstention) (PAROLES & CONTACT : rappel aux citoyens que le vote est un devoir citoyen)
- Inciter à voter Macron (PAROLES : motivation à "Voter Macron" adressée aux citoyens)
- Rassembler les personnalités politiques autour de lui (CONTACT : négociation de soutien de la part de personnalités politiques importantes pour maximiser son nombre d'électeurs)

## **3. Définition du public ciblé**

Nous avons défini les trois niveaux de cible pour ce plan de communication :

Cœur de la cible → tous les Français

Cible principale → les individus votants à l'élection présidentielle de 2022

Cible secondaire → les adhérents au(x) parti(s) soutenant Emmanuel Macron

Le cœur de cible est constitué de l'ensemble des Français. En effet, c'est eux qui seront impactés par les décisions positives et négatives prises par le futur Président de la



République. Qu'ils soient en âge et en situation de voter ou non, la totalité des Français sont concernés par les idées et mesures portées par le candidat.

Ensuite, la cible principale constitue l'ensemble des votants à l'élection présidentielle de 2022 car ce sont eux qui seront en capacité d'élire Emmanuel Macron pour un second mandat. C'est donc auprès de cette cible que la campagne du candidat Macron doit s'adresser.

Enfin, la cible secondaire correspond aux adhérents au(x) parti(s) soutenant Emmanuel Macron. Il est nécessaire de conserver un dialogue clair avec eux, et de maintenir leur motivation pour qu'ils puissent réaliser des actions de terrain (collage d'affiches, tracts...).

#### **4. Définition de l'axe de communication**

Nous avons souhaité produire un axe de communication accrocheur et cohérent avec les valeurs portées par Emmanuel Macron. Nous avons ainsi rédigé ce qui suit :

**« Être progressiste avec et pour la France ! »**

Pour une meilleure compréhension, nous avons jugé nécessaire de développer le rôle et l'impact de chaque terme dans cet axe.

Les individus sont directement interpellés avec le verbe "être". Ils sont pris à partie et invités à prendre part au projet.

Le terme de progressisme reprend une valeur portée par le candidat Macron<sup>10</sup> depuis sa première élection présidentielle. En effet, cela permet au candidat de s'opposer à l'idée réactionnaire portée par certains candidats. Ce terme est connoté à l'idée d'un avenir meilleur. Cela intervient dans la continuité d'une communication d'Emmanuel Macron depuis 2017 qui ne se veut pas fataliste mais optimiste.

La formule "avec et pour" invite une nouvelle fois l'individu à être acteur, mais aussi à prendre conscience que voter pour le candidat Macron est aussi un choix pour les autres compatriotes.

Enfin, la France est rappelée pour apporter une unité nationale à cet axe ainsi que poser une structure géographique.

#### **5. Définition de la stratégie de communication**

- Pour faire connaître, la stratégie est de distribuer des tracts et coller des affiches à l'effigie du candidat.
- Pour faire aimer, la stratégie est l'organisation de meetings innovants, de déplacements et de débats à la télévision.
- Pour faire agir, la stratégie est la suivante : inciter les votants à choisir Macron plutôt qu'un autre et attirer les nouvelles générations sur les réseaux sociaux.

---

<sup>10</sup> <https://www.franceinter.fr/emissions/l-edito-politique/l-edito-politique-22-octobre-2018>

## 6. Choix des moyens et outils à déployer

| <u>Grandes familles</u>      | <u>Exemple de moyens</u>                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Contact direct</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déplacements (usines, musées, fermes...)</li> <li>- Distribution de tracts</li> <li>- Réunions publiques</li> <li>- Meetings</li> </ul>                              |
| <b>Communication externe</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interviews TV, journaux...</li> <li>- Débats avec les autres candidats</li> <li>- Diffusion de messages sur les réseaux sociaux (R.S.)</li> <li>- Lettres</li> </ul> |
| <b>Communication interne</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Messages aux adhérents et militants</li> <li>- Rencontres et échanges privilégiés</li> </ul>                                                                         |

| /                                | <u>Les forces</u>                                                                                                                                                                                                                        | <u>Les faiblesses</u>                                                                                                                                                              |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Journaux</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lectorat ciblé (géographiquement ou en fonction des idées politiques)</li> <li>- Informations traitées avec plus d'attention (plus de temps pour lire)</li> <li>- Messages plus long</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Concurrence forte entre les messages des concurrents</li> </ul>                                                                           |
| <b>Télévision</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Audience importante sur les chaînes nationales</li> <li>- Audience ciblée (en fonction des idées politiques)</li> </ul>                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réglementation (temps de parole)</li> <li>- Auditeurs moins ciblés au niveau géographique</li> <li>- Messages contrôlés</li> </ul>        |
| <b>Affichage</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accessible</li> <li>- Formats divers</li> <li>- Ciblage géographique très précis</li> </ul>                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrainte d'affiches des opposants collées par-dessus</li> </ul>                                                                         |
| <b>Internet/Réseaux sociaux</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Communication personnalisée</li> <li>- Communication illimitée</li> </ul>                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aucun ciblage (ouvert à tous)</li> <li>- Mise à jour quotidienne</li> <li>- Pas de maîtrise de la circulation de l'information</li> </ul> |
| <b>Organisation d'évènements</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Démonstration de force</li> <li>- Proximité avec les électeurs</li> <li>- Messages directs</li> </ul>                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coûts très élevés</li> </ul>                                                                                                              |

## 7. Conception du message

### CATÉGORIE : POLITIQUE

| Numéro | Type    | Thématique | Date                                   | Contenu                                              | Caractéristiques                                                                                  |
|--------|---------|------------|----------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| #1     | Visuel  | Candidat   | 04/03/22                               | Annonce de candidature                               | Message clair sur fond blanc                                                                      |
| #2     | Vidéo   | Candidat   | 07/03/22                               | Discussion avec des Français, proximité              | Tourné en mode reportage, court, dynamique                                                        |
| #3     | Affiche | Candidat   | 10/03/22                               | Axe : « Être progressiste avec et pour la France ! » | Photo inspirante (stature présidentielle, progressisme, avenir...)<br>Grand texte, couleurs vives |
| #4     | Tract   | Candidat   | 02/04/22                               | Axe + Grandes lignes du programme                    | Document d'une page recto/verso relativement complet                                              |
| #5     | Visuel  | Candidat   | 22/04/22<br>(si 2nd t. <sup>11</sup> ) | Appel à voter Macron                                 | Texte et photo accrocheuse                                                                        |

### CATÉGORIE : ÉCHELLE INTERNATIONALE

| Numéro | Type                 | Thématique            | Date     | Contenu                                                                                       | Caractéristiques                                                                                                        |
|--------|----------------------|-----------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| #6     | Vidéo                | Conflit international | 10/03/22 | Allocution faisant un point sur la situation en Ukraine                                       | Vidéo à l'Élysée, ton très sérieux, environ 20 minutes                                                                  |
| #7     | Réunion diplomatique | Environnement         | 15/03/22 | Échange avec les chefs d'États sur les mesures pour lutter contre le réchauffement climatique | Dans la continuité du "Make our planet great again", discussion avec les chefs d'États signataires de l'Accord de Paris |
| #8     | Débat TV             | Militaire             | 20/03/22 | Débat avec les autres candidats sur les questions militaires (positionnement...)              | Chaîne de grande audience, durée d'environ 2h, instauration d'une stature présidentielle                                |
| #9     | Visuel               | Environnement         | 31/03/03 | Présentation des propositions concernant les accords internationaux sur le sujet              | Visuel clair, efficace et inspirant                                                                                     |
| #10    | Vidéo                | Candidat              | 5/04/03  | Démonstration de ce qui a été fait au niveau international par E.Macron                       | Sentiment donné que c'est "l'homme de la situation" et qu'en face des autres chefs d'États il en impose                 |

<sup>11</sup>si 2nd t. = si le candidat E. Macron est présent au second tour de l'élection présidentielle.

## CATÉGORIE : ÉCHELLE NATIONALE

| Numéro | Type        | Thématique                | Date                 | Contenu                                                                                                                      | Caractéristiques                                                                                                                     |
|--------|-------------|---------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| #11    | Déplacement | Échange                   | 07/03/22             | Prise du pouls des Français sur tous les sujets pour entamer la campagne                                                     | Suivi par l'équipe du candidat avec photos et vidéos pour montrer un candidat à l'écoute                                             |
| #12    | Vidéo       | Lutte contre le cancer    | 14/03/22             | À l'occasion de la semaine de la lutte contre le cancer, message de soutien et d'espoir aux personnes touchées par le cancer | Vidéo courte, mode "selfie" pour davantage de proximité                                                                              |
| #13    | Débat TV    | Présidentielle            | 03/04/22             | Débat traditionnel avec tous les candidats                                                                                   | Présentation du projet pour un second quinquennat et confrontation aux critiques émises par les autres candidats                     |
| #14    | Visuel      | Lutte contre l'abstention | 08/04/22             | Appel aux électeurs à se déplacer aux urnes le dimanche qui suit                                                             | Visuel accrocheur, partageable facilement et qui "donne envie" d'aller voter                                                         |
| #15    | Meeting     | Candidat                  | 22/04/22 (si 2nd t.) | Meeting final, dernier de campagne, démonstration de force et appel massif à "voter Macron"                                  | Couverture médiatique et audiovisuelle d'envergure pour marquer ce meeting de fin de campagne et le présenter comme évènement majeur |

## CATÉGORIE : SÉCURITÉ

| Numéro | Type           | Thématique          | Date     | Contenu                                                                                                                                 | Caractéristiques                                                                                                          |
|--------|----------------|---------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| #16    | Visuel         | Effectifs de police | 11/03/22 | Présentation de l'évolution de l'effectif sécuritaire (police, gendarmerie, militaires...) en France depuis 5 ans et idées de programme | Photos du candidat Macron aux côtés des effectifs sécuritaires avec textes brefs et clairs                                |
| #17    | Réunion privée | Réunion privée      | 14/03/22 | Comme à l'accoutumée, présentation aux membres du syndicat de Police Nationale "Alliance" du programme                                  | Couvert par les médias et diffusés sur les RS du candidat                                                                 |
| #18    | Déplacement    | Immigration         | 16/03/22 | À Calais, échange avec les acteurs locaux (mairie, associations humanitaires...) sur la question de l'immigration                       | Suivi par l'équipe du candidat avec photos et vidéos pour montrer un candidat à l'écoute                                  |
| #19    | Meeting        | Violences           | 20/03/22 | Présentation du programme pour toutes formes de violence (sexuelle, conjugales, de rue...)                                              | Diffusion du meeting sur les grandes chaînes d'information en continu et reprise des moments forts sur les RS du candidat |

|     |          |          |          |                                                                  |                                                                                  |
|-----|----------|----------|----------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| #20 | Débat TV | Sécurité | 28/03/22 | Débat avec les autres candidats sur le sujet de manière générale | Sur la chaîne CNews par exemple pour toucher le public sensible à cette question |
|-----|----------|----------|----------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|

### CATÉGORIE : SOCIAL / ENVIRONNEMENT

| Numéro | Type             | Thématique                       | Date     | Contenu                                                                                                     | Caractéristiques                                                                                                                                            |
|--------|------------------|----------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| #21    | Visuel           | COVID-19                         | 10/03/22 | Rappel des mesures prises pendant la crise COVID et leurs bénéfices                                         | Visuel sur fond blanc et texte court pour inspirer confiance et rappeler le côté médical                                                                    |
| #22    | Réunion publique | Retraites                        | 20/03/22 | Présentation du programme du candidat sur le sujet                                                          | Couverte par les médias et la presse, présentée comme une mesure forte du programme                                                                         |
| #23    | Meeting          | Environnement / Bien-être animal | 25/03/22 | Présentation des mesures voulues pour lutter contre le réchauffement climatique, la maltraitance animale... | Diffusion du meeting sur les grandes chaînes d'information en continu et reprise des moments forts sur les RS du candidat                                   |
| #24    | Débat TV         | COVID-19                         | 30/03/22 | Opposition avec les différents candidats sur la gestion de la crise COVID                                   | L'objectif étant de montrer le candidat comme au-dessus de la mêlée et de le présenter comme apte à gérer si la crise COVID reprend de l'ampleur à l'avenir |
| #25    | Flyer            | Solidarité                       | 01/04/22 | Présentation du programme en termes de solidarité et d'égalité (santé, inégalités sociales...)              | Apport d'un sentiment de proximité avec les Français et de compréhension de leurs problématiques                                                            |

### CATÉGORIE : ÉCONOMIE

| Numéro | Type        | Thématique           | Date     | Contenu                                                                                                           | Caractéristiques                                                                                       |
|--------|-------------|----------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| #26    | Déplacement | Situation économique | 09/03/22 | Échange avec des producteurs, artisans, sur leur situation ces derniers temps et sur leur ressenti général        | Suivi par l'équipe du candidat avec photos et vidéos pour montrer un candidat à l'écoute               |
| #27    | Visuel      | Programme            | 15/03/22 | Présentation des points clés du programme économique du candidat                                                  | Présentation de manière rapide et claire des sujets forts portés par le candidat et sujets à débat     |
| #28    | Meeting     | Relance économique   | 20/03/22 | Présentation des bénéfices du plan de relance mis en place après la crise COVID et des prévisions de prolongement | Montrer un soutien important au cours de la crise et la continuité de celui-ci en cas de second mandat |

|     |          |           |          |                                                                      |                                                                                                                            |
|-----|----------|-----------|----------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| #29 | Tract    | Programme | 25/03/22 | Présentation plus détaillée des mesures économiques du programme     | Fournir aux électeurs intéressés des informations chiffrées et pointues sur la politique économique voulue par le candidat |
| #30 | Débat TV | Économie  | 02/04/22 | Opposition avec les différents candidats sur le programme économique | Démonstration de connaissance de sujet et mise en avant des mesures en faveur du pouvoir d'achat                           |

En bonus, nous avons réalisé quelques-uns de ces messages. Les réalisations sont à retrouver en annexe et correspondent aux numéros indiqués ci-dessus.

## **8. Calendrier de réalisation**

Notre calendrier de réalisation débute quelques jours seulement après l'annonce de candidature d'Emmanuel Macron effectuée le vendredi 4 mars 2022.

| <u>Dates</u>                                                  | <u>Actions</u>                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Semaine du 7 au 13 Mars                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distribution du premier tract de campagne</li> <li>- Collage de la première affiche de campagne</li> <li>- Premiers messages sur les R.S.</li> </ul> |
| Semaine du 14 au 20 Mars                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meetings</li> <li>- Réunions publiques</li> <li>- Messages aux militants</li> </ul>                                                                  |
| Semaine du 21 au 27 Mars                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déplacements</li> <li>- Interviews</li> </ul>                                                                                                        |
| Semaine du 28 Mars au 3 Avril                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distribution d'un nouveau tract</li> <li>- Collage d'une nouvelle affiche</li> </ul>                                                                 |
| Semaine du 4 au <b>10 Avril</b>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Débats TV</li> <li>- Messages d'incitation au vote sur les RS</li> </ul>                                                                             |
| Semaine du 11 au 17 Avril<br>(si qualifié au 2nd tour)        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meetings</li> <li>- Déplacements</li> <li>- Messages aux militants</li> </ul>                                                                        |
| Semaine du 18 au <b>24 Avril</b><br>(si qualifié au 2nd tour) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Débats TV</li> <li>- Messages d'incitation au vote sur les RS</li> <li>- Distribution de tracts</li> </ul>                                           |

## **9. Évaluation de l'atteinte des objectifs : propositions futures**

Étant donné que les objectifs des candidats évoluent et qu'en l'occurrence, Emmanuel Macron a déjà été élu à une reprise, s'il vient à être réélu, ce plan de communication ne sera plus valable pour ce candidat. Mais, si nous considérons que ce dernier peut

s'appliquer à n'importe quel candidat, hormis la partie sur l'équipe de campagne et les Ressources Humaines, ce plan de communication est tout à fait réutilisable pour une campagne future.

Les actions planifiées, les moyens et outils à déployer afin d'atteindre les objectifs peuvent et restent les mêmes dans le sens où l'équipe de campagne d'un candidat planifiera des meetings, des débats télévisés, des affiches, des distributions de tracts à l'instar des campagnes présidentielles traditionnelles. Ainsi, quel que soit le candidat, le message et les outils restent les mêmes.

Quant aux cibles, la cible principale et le cœur de la cible peuvent être similaires. Elles ne nécessitent aucun changement. La cible secondaire sera en revanche reconsidérée en fonction du parti du candidat qui adoptera ce plan de communication.

Toutefois, le message diffusé diffère en fonction du candidat. En effet, si nous imaginons que Jean-Luc Mélenchon adopte ce plan de communication, il ne décidera pas de soumettre les mêmes idées aux Français ou bien de communiquer sur les mêmes événements que nous avons imaginé pour Emmanuel Macron.

Enfin, l'axe est le seul point qu'il faudra absolument modifier car il est propre aux idées du candidat. Si nous prenons l'exemple de Marine Le Pen avec ses affiches "La France comme j'M", ou encore "Rendre aux Français leur pays", on remarque que cet axe n'est pas en adéquation avec celui que nous avons choisi pour le candidat Emmanuel Macron.

## **10. Justifications et annexes**

Ainsi, nous avons choisi parmi les douze candidats Emmanuel Macron car il nous a semblé intéressant de pouvoir imaginer un plan de communication pour le président et candidat aux élections présidentielles 2022. En ce sens, nous avons pu comparer son hypothétique campagne 2022 à sa campagne 2017. Nous disposons alors d'un grand nombre d'informations afin de produire un plan de communication complet.

Veuillez, s'il vous plaît, noter que nous sommes totalement neutres quant à nos idéologies politiques. Nous avons pour consigne de réaliser un plan de communication pour un candidat de notre choix, ce qui nous a amené à prendre parti le temps de ce travail.



## Productions visuelles des messages

#3



#5



#14

**Dimanche,  
je vote.**

EN VOUS DÉPLACANT OU EN DONNANT PROCURATION,  
CHAQUE VOIX COMPTE.

Être progressiste  
avec et pour  
la France

#19

**MEETING**  
LUTTE CONTRE LES VIOLENCES

Emmanuel  
**Macron**  
en Seine Saint-Denis

**Dimanche 20  
Mars 2022  
à 18h00**

Être progressiste  
avec et pour  
la France

#24

A promotional poster for a debate. The background is a photograph of Emmanuel Macron, President of France, speaking into a microphone. He is wearing a dark blue suit and a white shirt. The text is overlaid on the left side of the image.

**DÉBAT**  
COVID-19

à suivre sur  
**BFM**  
**TV**

**Mercredi 30**  
**Mars 2022**  
à 21h00

Être progressiste  
avec et pour  
la France