



Direction générale de la Communication
Direction C - Relations avec les citoyens
UNITE SUIVI DE L'OPINION PUBLIQUE

Bruxelles, le 27 mars 2009

ELECTIONS EUROPEENNES 2009

Eurobaromètre Parlement européen (EB Standard 71) - Printemps 2009 Synthèse analytique

Population: EU 15+
Couverture: UE 27 (27 218 citoyens européens)
Terrain: mi janvier - mi février 2009
TNS Opinion

Les résultats de cette enquête sur les élections doivent être **replacés dans le contexte de l'actualité internationale du moment.**

En effet, l'enquête sur le terrain (janvier/février) coïncide avec une actualité internationale très chargée: investiture de Barack Obama, lancement de son premier plan de relance, situation à Gaza, etc.

L'enquête précédente (EB/PE 70) était, elle, placée sous le signe d'une actualité internationale où l'Union européenne, et par là même le Parlement européen étaient plus présents dans les médias. En pleine crise financière sous présidence française, l'Union européenne était un acteur de premier plan dans la recherche des réponses urgentes à y apporter. A cette époque, de nombreux débats ont eu lieu au Parlement européen, améliorant ainsi sa visibilité auprès des citoyens européens.

Plusieurs grandes tendances sont à retenir :

- ⇒ **Thèmes de campagne : le chômage** est, de loin, le thème de campagne que les Européens souhaitent voir aborder en priorité au cours du débat électoral européen. Ce résultat confirme celui de l'enquête sur la crise économique et financière (EB71) qui révèle une très forte inquiétude des Européens face à la situation présente et à venir.
- ⇒ **Niveau de sensibilisation au scrutin** : la progression de **la connaissance** de la date se confirme par rapport aux deux dernières enquêtes. En revanche, **l'intérêt** pour les élections ne progresse pas et la probabilité, d'aller ou non voter reste stable.

Les raisons qui motivent le choix de l'électeur dans son vote (expérience des candidats, tant dans le domaine européen que dans le domaine national, programmes, etc.) ainsi que celles qui l'amènent à s'abstenir de voter sont pratiquement les mêmes que celles qui ont été analysées dans l'EB/PE69 (Printemps 2008). Elles sont détaillées dans la note "Résultats bruts" qui accompagne cette synthèse analytique.

- ⇒ **Le rôle du PE : l'opinion se polarise** au fur et à mesure que l'on se rapproche du scrutin. Pratiquement la moitié des Européens veulent lui voir jouer un rôle plus important alors que 1/6 déclare le contraire. Les réponses "ne sait pas" sont en diminution.
- ⇒ **Souvenir médiatique du PE**: il est en diminution du fait du contexte international évoqué ci-dessus.
- ⇒ **Le PE face aux attentes des citoyens européens :**

- La demande d'une **protection renforcée** du consommateur et de la santé publique ainsi qu'une meilleure **coordination** des politiques économiques, budgétaires et fiscales sont en tête des politiques que les citoyens souhaitent voir défendues en priorité par le PE.

Le chômage étant en tête des thèmes de campagne, il est tout à fait net que ce sont des domaines liés à la **vie quotidienne et personnelle** des Européens qui sont mis en exergue. Il en résulte **une demande de protection renforcée à l'échelle de l'UE** face à une crise dont nul ne sait actuellement quand elle prendra fin.

En parallèle, on constate dans ces résultats que **le rôle international de l'UE est perçu comme moins essentiel aux yeux des citoyens européens**. Ils sont plus nombreux à présent à souhaiter que l'Union s'occupe en priorité de leurs problèmes quotidiens.

- **Au niveau des valeurs**, la protection des **droits humains dans le monde**, est toujours à la première place avec un bond de 4 points de pourcentage. Le contexte international, marqué par une intensification de certains conflits et par une répression accrue dans plusieurs régions du monde, y est certainement pour beaucoup.

C'est certainement aussi la raison pour laquelle **la défense de la liberté d'expression**, évaluée pour la première fois, se retrouve en 4ème position (30 %) des valeurs à défendre prioritairement par le Parlement.

Pour l'examen détaillé des résultats par pays et par catégorie sociodémographique, le lecteur peut se reporter à la note "Résultats bruts".

En fonction des différentes questions posées au cours des enquêtes, les comparatifs ont été établis entre cet EB/PE71 et les EB/PE68 (terrain septembre/novembre 2007), 69 (terrain mars/avril 2008) et 70 (terrain octobre/novembre 2008).

I. Thèmes de campagne

On relève, de manière encore plus nette que lors des deux précédentes enquêtes, que les Européens accordent beaucoup plus de place aux sujets directement liés à leur vie quotidienne qu'aux thèmes globaux. Trois catégories se dégagent nettement et les comparaisons sont établies par rapport à l'EB/PE69 du printemps 2008, il y a un an.

a) Un ensemble de préoccupations économiques et sociales liées aux situations individuelles, entre 32 et 57% :

Le trio de tête est toujours le même: le chômage avec 57% (+ 10% par rapport à l'EB/PE69), la croissance économique avec 52% (+ 7%), l'inflation et le pouvoir d'achat à 40% (-1%).

Dans ce cadre, les thèmes d'ordre général ou liés au long terme recueillent bien moins de réponses: la préservation du modèle social européen 11% (-1%) et le futur des retraites 32 % (=).

b) Des inquiétudes liées à la sécurité collective globale, entre 23% et 29% :

En un an, cette problématique a subi de fortes baisses aux yeux des Européens.

Par rapport à l'EB/PE69, les résultats sont: l'insécurité 29% (-8%), la sécurité de l'approvisionnement énergétique 27% (nouveau), la lutte contre le changement climatique 26% (-7%), l'immigration 24% (-8%), le terrorisme 24% (-9%), la sécurité alimentaire 23% (nouveau).

c) Certaines politiques de l'UE et ses institutions, entre 10% et 19%.

Ces thèmes pâtissent de la focalisation des réponses sur les craintes d'ordre économique et social : l'agriculture 19% (-2%), l'euro 13% (-4%), les pouvoirs et les compétences des institutions européennes 10% (-2%), l'identité et les valeurs européennes 10% (-2%).

II. La sensibilisation au scrutin

a) Une date mieux connue

- En un an, la connaissance de la date a doublée. L'année 2009 est citée par 32% des répondants contre 16% il y a un an. Le mois de juin étant cité par 16% contre 4% il y a un an (EB/PE69).

A titre de comparaison, il y a 5 ans, à un mois des élections de juin 2004, seuls 36% des répondants connaissaient la date exacte du scrutin, contre 16 % qui cette année connaissent le mois de celui-ci à 5 mois et demi des élections.

- 62% des répondants déclarent ne pas savoir quand auront lieu les prochaines élections européennes contre 75% il y a un an.
- 6% citent enfin une autre date.

- Comme lors des précédentes enquêtes, on note des différences sociodémographiques assez nettes. Ainsi, 57% des hommes répondent "ne sait pas" contre 66% des femmes. Les répondants les plus jeunes (entre 15 et 24 ans) sont 69% à répondre "ne sait pas".

b) Un niveau d'intérêt qui demeure stable

L'intérêt que portent les Européens au scrutin européen est identique à la vague Eurobaromètre précédente (automne 2008/EB/PE70) : **ils sont 44% à se déclarer intéressés par les élections européennes, contre 53% pas intéressés.**

c) Un niveau de mobilisation qui reste identique

La proportion des citoyens qui déclare avoir l'intention de se rendre très probablement aux urnes, ou pas, est exactement la même qu'il y a 6 mois (EB/PE70): **34% des Européens se déclarent certains d'aller voter, contre 15% qui se déclarent tout à fait certains de ne pas aller voter.**

Il ne convient, en aucun cas, de déduire de ces données qu'il s'agit là d'un quelconque taux de participation. En effet, à 5 mois et demi de la tenue du scrutin, les citoyens répondent toujours dans une logique d'opinion (on répond à une question dans un contexte hors élections). En revanche, on entre dans une logique d'élection au moment où le débat électoral s'ouvre, c'est-à-dire plus ou moins dans les deux mois qui précèdent le jour du vote.

III. Souvenir médiatique et connaissance du fonctionnement et des compétences du PE

a) Le souvenir médiatique du PE

- Comme indiqué dans l'introduction, **le souvenir médiatique du Parlement est directement lié à la visibilité de l'Union européenne** lors des enquêtes effectuées sur le terrain. Il n'est donc pas étonnant de voir celui-ci passer **de 44% dans l'EB/PE70 à 36%**. Le nombre des Européens qui n'ont pas de souvenir médiatique du Parlement passe lui à 60% contre 53% dans la précédente enquête. Les différences entre Etats Membres sont très importantes. Elles atteignent 43 points de pourcentage.
- Les personnes qui ont un souvenir médiatique du Parlement ont été ensuite interrogées sur leur **perception** de ce qu'elles ont lu, vu ou entendu: **44% en ont une bonne impression, 32 % une ni bonne, ni mauvaise et 21% plutôt une mauvaise.**

b) *Connaissance du mode de désignation, du fonctionnement et des compétences du PE*

- A la question de savoir si les membres du Parlement sont élus directement par les citoyens, 53% des Européens ont répondu oui contre 48% il y a un an; 23 % non et 24% "ne sait pas".
- Le mode de répartition des sièges dans l'hémicycle est mieux connu qu'il y a un an. En effet, les Européens sont 36% à répondre en fonction de leur "affinité politique" contre 33 % (EB/PE68). Ils sont 36% à dire en fonction de leur "nationalité" contre 44 %.
- Les Etats Membres ont-ils le même nombre de parlementaires européens? 48% répondent non, 20% oui, 32% "ne sait pas".
- Le budget est-il déterminé conjointement par le PE et les Etats Membres? 54% répondent oui, 12% non et 34% "ne sait pas".
- Les décisions législatives sont-elles prises à égalité entre le Parlement et les Etats Membres? 53% oui, 16% non, 31% "ne sait pas".

IV. Le rôle du PE

a) Quelle perception de son rôle actuel?

Les Européens perçoivent que le rôle du Parlement européen au cours des dix dernières années s'est accru. Cette perception était légèrement plus forte il y a un an (EB/PE68). Ainsi, 42% estiment qu'il a augmenté contre 45% il y a un an, 29% qu'il est resté le même contre 26%, 11% qu'il s'est affaibli contre 8%.

A nouveau, les différences entre Etats Membres sont très fortes et atteignent 46 points de pourcentage: de 18 à 64 %.

b) Quel rôle à l'avenir?

Comme pour d'autres questions, on constate que les choix des Européens sont désormais plus tranchés: 48% veulent lui voir jouer un rôle plus important à l'avenir (= EB/PE68); 22% un rôle moins important (12%); 16% le même (22%); 14% "ne sait pas" (18%).

Les différences entre Etats Membres atteignent 48 points de pourcentage: de 27 à 75%.

V. La confiance dans les institutions

Ces résultats ne trouvent pas leur origine dans l'enquête EB/PE mais dans l'**EB Standard n°71 (Printemps 2009) mené par la Commission européenne** qui devrait être publié prochainement.

- Encore une fois, les réponses doivent s'analyser dans le contexte global d'**une inquiétude se faisant de plus en plus forte** chez les Européens face à la situation financière et économique mondiale et vis-à-vis de leur avenir personnel.

On l'a constaté dans l'analyse qui précède, ils placent le chômage en thème de campagne n° 1, ils souhaitent que le Parlement qui sera élu défende en priorité la protection du consommateur et de la santé publique ainsi que la coordination des politiques économiques, budgétaires et fiscales. Cette demande d'une **protection renforcée** relève de politiques qui ne sont pas des compétences propres de l'Union européenne.

- Pour toutes ces raisons, il n'est donc pas étonnant que **la confiance envers les institutions ait subi une baisse significative**.
 - **Parlement européen**: 45% des Européens ont tendance à lui accorder leur confiance contre 51% dans l'EB70; 37% à ne pas la lui accorder contre 31%; 18% ne savent pas (=).
 - **Commission européenne**: 42% des Européens ont tendance à lui accorder leur confiance contre 51% dans l'EB70; 36% à ne pas la lui accorder contre 30%; 22% ne savent pas contre 23%.
 - **Banque Centrale européenne**: 39% des Européens ont tendance à lui accorder leur confiance contre 48% dans l'EB70; 40% à ne pas la lui accorder contre 30%; 21% ne savent pas contre 22%.

VI. Priorités et valeurs à défendre par le PE

a) Les priorités à promouvoir par le PE

- **Le trio de tête est profondément modifié.**
 - **La protection renforcée du consommateur et de la santé publique** est désormais à la 1ère place (elle était 2ème dans l'EB/PE70). Elle est citée en premier lieu par 36% des répondants contre 33% dans l'enquête précédente. Les femmes la placent en tête à 38% contre 34% pour les hommes¹.
 - **La coordination des politiques économiques, budgétaires et fiscales** passe de la 6ème à la 2ème place: 34% contre 26% dans l'EB/PE70. Cette fois, ce sont les hommes qui la placent en tête à 36% contre 32% pour les femmes.
 - **Une politique de sécurité et de défense permettant à l'UE de faire face aux crises internationales.** Elle est désormais citée en 3ème priorité alors qu'elle l'était en premier dans l'enquête précédente: 32% contre 36% dans l'EB/PE70.
- **Un socle de politiques qui contribuent à la recherche d'un meilleur équilibre mondial:**

Les trois priorités suivantes, telles que souhaitées par les Européens vont effectivement dans ce sens: la lutte contre le **changement climatique** et une **politique énergétique** visant à garantir l'indépendance de l'UE dans ce domaine, toutes les deux à 30%; **une agriculture** respectueuse de l'environnement et contribuant à l'équilibre alimentaire mondial à 29%.

b) Les valeurs à défendre par le PE

- Les trois valeurs placées en tête par les Européens demeurent les mêmes: la **protection des droits de l'homme** dans le monde 57%; la **solidarité** entre Etats Membres 31%; **l'égalité** entre hommes et femmes 31%.

Unité de suivi de l'opinion publique

Jacques Nancy tél. 02/284 24 85

Nives Zun tél. 02/284 43 99

Elise Defourny tél. 02/284 11 23

Nathalie Lefèvre tél. 02/284 12 26

SuiviOpinionPublique@europarl.europa.eu

¹ Comme le montre le rapport EB Flash 266 consacré à l'électorat féminin en vue des élections européennes, dans le contexte économique et financier aigu, les femmes sont davantage préoccupées que les hommes par des thèmes concrets, proches d'elles, qui font partie de leur quotidien.