

# ALEGERILE EUROPENE DIN 2019: AU INTRAT ALEGERILE EUROPENE ÎNTR-O NOUĂ DIMENSIUNE?

## REZUMAT

Eurobarometrul post-electoral al Parlamentului European este unul dintre cele mai cuprinzătoare sondaje cantitative făcute publice, care analizează comportamentul și motivația cetățenilor cu ocazia alegerilor pentru Parlamentul European. La fel ca în urmă cu cinci ani<sup>1</sup>, sondajul post-electoral din 2019 a fost realizat de Kantar pentru Parlamentul European în săptămânile de după recente alegeri europene din 23-26 mai 2019.

Având ca punct de plecare creșterea semnificativă a prezenței la vot la alegerile din 2019, prezentul raport analizează în detaliu cine s-a prezentat la urne, examinând diferențele dintre țările UE și dintre grupurile sociodemografice și socioprofesionale. Prezența la vot cu mult mai ridicată din mai multe țări este rezultatul unei participări sporite a tinerilor. De asemenea, cetățenii au un simț mai acut al datoriei civice atunci când se gândesc la Parlamentul European, în timp ce opiniile din ce în ce mai favorabile cu privire la UE au avut și ele un impact asupra participării la vot.

Raportul, întocmit de experți ai Kantar, contractantul oficial al Parlamentului pentru realizarea Eurobarometrului, analizează în premieră și alegerile concrete ale votanților (grupate în sondaj la categoria întrebărilor despre vot) în contextul comportamentului la vot și al motivației, volumul integral de date permițând o analiză încrucișată cu toți ceilalți indicatori-cheie ai Eurobarometrului.

---

<sup>1</sup> <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/ro/be-heard/eurobarometer/post-election-survey-2014>

## Cea mai mare participare la vot din ultimii 20 de ani

Prezența generală la vot la ultimele alegeri pentru Parlamentul European a fost de 50,6 %. Este **cea mai ridicată prezență la vot de la alegerile din 1994 și până în prezent**, o creștere semnificativă față de scrutinul din 2014 (când prezența la vot a fost de 42,6 %).

Creșterea generală a prezenței la vot se reflectă în **19 state membre, majorări considerabile** față de 2014 înregistrându-se în Polonia, România, Spania, Austria, Ungaria și Germania, alături de creșteri semnificative în țări cu cea mai scăzută prezență la vot, cum ar fi Slovacia și Cehia. Prezența la vot a scăzut în opt țări, dar cu cel mult 3 puncte procentuale.

În pofida creșterii prezenței generale la vot, între statele membre se înregistrează diferențe mari, mergând de la 88 % în Belgia la 23 % în Slovacia. Este important de reținut că votul este obligatoriu în cinci țări: Belgia, Bulgaria, Luxemburg, Cipru și Grecia.

Participarea la vot în 2019 a crescut în rândul tuturor categoriilor de vârstă, dar cea mai mare creștere s-a înregistrat în cazul **tinerii generații**, în rândul votanților cu vârsta sub 25 de ani (+14 pp) și cu vârsta între 25 și 39 de ani (+12 pp). Grupul reprezentativ de votanți pare să aibă un **nivel de studii mai ridicat** în 2019 comparativ cu 2014, iar nivelul declarat al **interesului pentru politică** a crescut atât în rândul votanților, cât și al absenteiștilor. Acest detaliu constituie un punct de plecare promițător pentru creșterea în continuare a participării la vot în următorii ani.

## Majoritatea alegătorilor au decis să se prezinte la urne cu mult înaintea scrutinului

Marea majoritate a votanților a decis să voteze cu ceva timp înainte de alegeri: patru din cinci (79 %) declară că votează de fiecare dată, iar alți 15 % s-au hotărât cu cel puțin câteva săptămâni înaintea alegerilor. Doar 6 % au hotărât să meargă la vot chiar în ziua alegerilor sau cu câteva zile înainte, acest procent fiind mai mare în Cehia, Croația, Slovacia și Cipru.

Două treimi (66 %) dintre votanții la ultimele alegeri europene declară că au fost **întotdeauna siguri cu ce partid votează**, în timp ce o treime (33 %) declară că au ezitat între mai multe partide. Analizele arată că cetățenii care au votat partide ecologiste au avut mai mult tendința să ezite între mai multe partide, în timp ce cetățenii care au votat cu partide de extremă dreapta sau antieuropene au fost mai siguri de decizia lor.

Alegerea partidului s-a făcut în funcție de propunerile acestuia privind **chestiunile europene** (43 %) sau **chestiunile naționale** (42 %). Alte motive pentru care votanții au ales un partid anume au fost legate de faptul că respondenții respectivi votează întotdeauna cu partidul în cauză (40 %) și de propunerile partidului în cauză în raport cu anumite chestiuni (38 %).

Decizia de a vota un partid sau un candidat anume a fost, de obicei, luată cu cel puțin câteva luni înaintea alegerilor pentru Parlamentul European (43 % votează întotdeauna cu același partid, în timp ce 23 % s-au decis „cu câteva luni în urmă”). Doar unu din șase votanți (17 %) s-a decis în zilele de dinaintea scrutinului sau chiar în ziua votului. Aceste rezultate sunt în mare măsură similare cu cele din 2014.

În general, votanții mai în vârstă sunt mai siguri de partidul cu care votează, votând de obicei cu același partid, în timp ce tinerii s-au decis să se prezinte la urne cu puțin timp înaintea alegerilor și au fost mai puțin siguri cu cine să voteze.

## Datoria civică și opiniile favorabile față de UE au devenit mai importante în rândul motivelor pentru care cetățenii s-au prezentat la vot

Cel mai răspândit motiv pentru care alegătorii au votat la recente alegeri europarlamentare a fost sentimentul acestora că au o **datorie în calitate de cetățeni** (52 %), motiv care a câștigat în importanță în raport cu 2014 (+11 pp). Față de 2014, respondenții sunt și mai înclinați să se declare **în favoarea UE** (25 %, +11 pp) și încrezători că **votul poate să schimbe lucrurile** (18 %, +6 pp). Alte motive principale au fost: **respondentul votează de fiecare dată** (35 %, -6 pp) și votează **pentru a sprijini partidul politic** de care se simte apropiat (22 %, nicio schimbare).

În general, prezența la vot a fost stimulată de un sentiment mai pronunțat al **datoriei civice**, reflectând o importanță și o vizibilitate mai mare a ultimelor alegeri și indicând că alegerile pentru Parlamentul European sunt considerate acum în mai mare măsură ca fiind o parte centrală a vieții democratice. Răspândirea sentimentului că **votul „poate schimba lucrurile”** sugerează, de asemenea, o mai mare conștientizare a importanței acestor alegeri și o recunoaștere a faptului că de la Parlamentul European se așteaptă soluții europene concrete care să aibă un impact real asupra vieților de zi cu zi ale cetățenilor UE.

A crescut, de asemenea, **sprijinul pozitiv pentru UE** ca motiv pentru a se prezenta la urne. Respondenții declară acum într-o măsură cu mult mai mare decât în 2014 că au votat deoarece sunt în favoarea UE. Nivelurile de sprijin au crescut în toate cele 28 de state membre, îndeosebi în Irlanda, Spania, Germania, Italia, Regatul Unit și Slovacia, indicând un caracter proeuropean mai pronunțat al recentelor alegeri pentru Parlamentul European, opiniile pozitive asupra UE contribuind la creșterea prezenței la vot. Acest lucru corespunde atitudinii generale față de apartenența la UE, situată la niveluri-record (conform descrierii de mai jos).

Sondajul post-electoral din 2019 indică, de asemenea, o scădere relativă a procentului de votanți care afirmă că „votează de fiecare dată”. Acest lucru se explică prin creșterea participării generale la vot, ca urmare a includerii unei categorii de votanți „tranzitorii” în rândul cetățenilor care votează – confirmând astfel succesul strategiei de comunicare a Parlamentului European pentru alegerile europene din 2019<sup>2</sup>, care a încurajat în mod specific participarea la vot în rândul „absenteiștilor neideologizați”<sup>3</sup>.

## Economia și creșterea economică rămân cruciale pentru decizia de a vota

Principalele subiecte care i-au motivat pe cetățeni să se prezinte la urne la recente alegeri pentru Parlamentul European – observate, în medie, la nivelul UE – au fost economia și creșterea economică (44 %), combaterea schimbărilor climatice și protecția mediului (37 %), promovarea drepturilor omului și democrației (37 %), modul în care UE ar trebui să funcționeze în viitor (36 %) și imigrația (34 %). **Economia și creșterea economică** au fost cele mai importante subiecte pentru votanții din 16 state membre, în timp ce **schimbările climatice și mediul** au constituit subiectul principal în opt țări.

---

<sup>2</sup> Strategia de comunicare instituțională a Parlamentului European pentru alegerile europene din 2019, adoptată de Biroul Parlamentului European la 13 noiembrie 2017 (PE 610.509/BUR/rev).

<sup>3</sup> Strategia de comunicare a PE pentru AE2019 a definit segmentele din populație care au invocat cu precădere motive „neideologice”, adică tehnice sau personale pentru care nu s-au prezentat la urne, drept „absenteiști neideologizați”. S-a considerat că cetățenii care aparțin acestor segmente din populație ar putea fi încurajați să meargă la vot dacă sunt convingși de importanța pe care o are votul și informați cu privire la toate opțiunile de care dispun pentru a depăși dificultățile specifice de natură „tehnică” cu care se confruntă.

## Decizia de a se abține a survenit în momente diferite

Îndreptându-ne atenția către cei 49,4 % dintre europeni care nu au votat la recente alegeri pentru Parlamentul European, constatăm că trei din zece (30 %) afirmă că nu au votat niciodată, în timp ce 16 % au decis să nu meargă la vot cu câteva luni înaintea scrutinului. 15 % dintre ei au luat însă această decizie cu doar câteva zile înaintea votului, iar 15 % au hotărât doar în ziua alegerilor să nu se prezinte la urne.

Comparativ cu 2014, s-a înregistrat o creștere a procentului respondenților care declară că nu votează niciodată (+6 pp) și o scădere a procentului celor care afirmă că s-au hotărât doar în ziua votului (-4 pp), ceea ce sugerează o reducere a numărului „absenteiștilor neideologizați”.

## Persoanele care nu votează invocă o percepție negativă asupra politicii și constrângeri de ordin practic

Principalele două motive pentru care votanții nu s-au prezentat la urne la alegerile europene, observate la nivelul UE, sunt **lipsa încrederii sau nemulțumirea față de politică** în general (22 %) și **lipsa interesului** pentru politică (18 %). Alte motive sunt convingerea că votul nu are niciun efect sau că nu schimbă nimic (14 %), faptul că respondenții votează rar sau nu votează niciodată (13 %) și faptul că respondenții au fost prea ocupați sau n-au avut timp (11 %). Motivele pentru care cetățenii nu au votat au suferit doar modificări minore față de 2014.

Absenteiștii pot fi împărțiți în patru mari categorii: în primul rând, cei care demonstrează **ostilitate față de politică**, inclusiv cei care nu au încredere în politică sau sunt nemulțumiți de politică, sunt lipsiți de interes față de politică, votează rar sau deloc. A doua categorie îi include pe votanții care invocă o **lipsă de informare**, inclusiv respondenții care declară că nu știu multe despre UE, Parlamentul European sau alegerile pentru Parlamentul European. În a treia categorie se încadrează cetățenii care afirmă că votul lor nu are niciun efect sau care au senzația că **„e inutil să votezi”**. În a patra categorie sunt incluși cetățenii care nu au votat din  **motive tehnice**, considerați „absenteiști neideologizați” în sensul strategiei de comunicare instituțională a Parlamentului European. Aici intră persoanele care au fost prea ocupate, au fost departe de casă sau au avut o problemă de sănătate.

Respondenții din țările cu ratele de absenteism cele mai ridicate oferă, de regulă, răspunsuri asociate cu un grad de ostilitate față de politică. Lipsa încrederii sau nemulțumirea față de politică reprezintă răspunsul cel mai des întâlnit în Bulgaria, Portugalia și Slovacia, în timp ce lipsa interesului pentru politică este motivul cel mai răspândit în Slovenia, Croația și Cehia.

## Aproape jumătate dintre respondenți își amintesc că au primit mesaje care îi încurajau să voteze

În total, 44 % dintre europeni își amintesc că au văzut sau au auzit mesaje din partea Parlamentului European în care erau încurajați să voteze la alegerile europene. Procentul respectiv variază de la 85 % în Țările de Jos la 24 % în Bulgaria. **Cetățenii care s-au prezentat efectiv la urne sunt și cei care își amintesc în cea mai mare măsură** astfel de mesaje (50 %), dar și procentul celor care și le amintesc deși nu au votat este relativ ridicat (39 %). Acest lucru arată că mesajele din cadrul campaniei instituționale a Parlamentului au fost într-adevăr văzute

și auzite de un număr mare de europeni și au influențat, în multe cazuri, participarea lor la alegeri.

## Brexitul a avut un impact asupra comportamentului votanților, chiar dacă unul diferit de la o țară la alta

Aproape un sfert dintre europeni (22 %) afirmă că relatările din presă și discuțiile despre Brexit au avut un impact asupra deciziei lor de a se prezenta sau nu la urne, cel puțin „într-o anumită măsură”. În Regatul Unit, puțin peste jumătate dintre respondenți (52 %) declară că Brexitul le-a influențat decizia de a vota sau nu, același lucru fiind valabil pentru 38 % dintre respondenții din Irlanda și 32 % dintre respondenții din Austria. Însă sub unu din zece respondenți din Letonia, Franța, Suedia și Estonia au resimțit un impact similar.

Analizele sugerează că impactul relatărilor din presă și al discuțiilor despre Brexit a fost unul de **încurajare a cetățenilor să voteze**, nu să se abțină.

## Creșterea opiniilor pozitive despre democrație în UE

Sondajul arată o **creștere a satisfacției în ceea ce privește mai multe aspecte ale democrației** din UE, comparativ cu septembrie 2018, întărind impresia unor valori democratice puternice asociate cu o prezență la vot mai mare. Europeanii sunt cel mai satisfăcuți de alegerile libere și corecte (75 % foarte mulțumiți sau destul de mulțumiți, +5 pp), de libertatea de exprimare (74 %, +5 pp) și de respectarea drepturilor fundamentale (73 %, +8 pp). Cele mai scăzute niveluri de satisfacție se înregistrează în privința combaterii dezinformării din mass-media (48 %, +8 pp) și a luptei împotriva corupției (43 %, +7 pp).

În urma combinării rezultatelor privind diferitele aspecte ale democrației vizate de sondaj, reiese că respondenții sunt cel mai satisfăcuți în Irlanda, Danemarca, Portugalia și Polonia. Cele mai scăzute niveluri de satisfacție legate de diferitele aspecte ale democrației se înregistrează în Bulgaria, Croația, Slovacia, Franța și Cehia.

## Tot mai mulți europeni au sentimentul că opinia lor contează în UE

Mai mult de jumătate dintre europeni (56 %) sunt de acord că opinia lor contează în UE, ceea ce reprezintă o creștere cu 7 puncte procentuale față de sondajul din februarie-martie 2019 și **rezultatul cel mai bun** înregistrat de când această întrebare a fost adresată prima dată, în 2002. Cifra respectivă confirmă analizele anterioare care au evidențiat un nivel maxim atins de acest indicator în perioada alegerilor europene și reflectă totodată o creștere pe termen mai lung în decursul ultimilor 10 ani.

Respondenții din Suedia, Danemarca, Țările de Jos și Germania sunt de acord în mai mare măsură că vocea lor contează în UE (75 %), la polul opus aflându-se respondenții din Letonia, Grecia și Estonia. Creșteri substanțiale ale acestui indicator se înregistrează în România, Cehia, Polonia, Italia și Belgia.

Există o legătură între sentimentul că opinia fiecăruia contează în UE și votul la alegerile pentru Parlamentul European, iar profilul votanților include acum, raportat la 2014, mai mulți cetățeni

care au sentimentul că opinia lor contează. Acest lucru arată că **votanții alcătuiesc acum un grup mai încrezător, mai responsabil și mai implicat**. Raportul dintre aceste două chestiuni va da naștere, probabil, unui „cerc virtuos”, în interiorul căruia sentimentul că opinia fiecăruia contează va contribui la creșterea participării la vot, care va consolida, la rândul său, sentimentul că vocea cetățenilor se face auzită.

## Sprijinul pentru apartenența la UE rămâne în continuare la un nivel-record

Aproape șase din zece europeni (59 %) sunt de părere că apartenența țării lor la UE este un lucru pozitiv. Acest nivel de sprijin nu s-a schimbat față de februarie-martie 2019, dar a scăzut ușor în raport cu nivelul istoric înregistrat în septembrie 2018 (62 %). Însă **tendința pe termen lung este pozitivă** începând din 2011, în special începând din toamna anului 2014, după alegerile europene precedente.

Respondenții din Luxemburg, Irlanda, Germania și Țările de Jos au, predominant, o opinie pozitivă față de apartenența la UE, nivelurile cele mai scăzute înregistrându-se în Cehia, Italia, Grecia, Croația, Slovacia și Regatul Unit. Respondenții mai tineri și mai înalt calificați au, în general, o opinie mai bună față de apartenența la UE.

La nivelul UE28, mai mult de două treimi din respondenți (68 %) sunt de părere că țara lor a avut de câștigat de pe urma apartenenței la UE, acesta fiind **nivelul comun cel mai ridicat înregistrat din 1983 și până în prezent**. Majoritatea respondenților din toate statele membre – cu excepția Italiei – împărtășesc această opinie.

Există patru motive principale pentru care apartenența la UE este considerată benefică: cooperarea crescută dintre statele membre (34 %), menținerea păcii și securității (tot 34 %), contribuția la creșterea economică (31 %) și noi oportunități de muncă (tot 31 %).

Aceste opinii pozitive sunt extrem de importante în ceea ce privește prezența la vot la alegerile pentru Parlamentul European. După cum am văzut, opinia favorabilă asupra UE a devenit un motiv mai important pentru a se prezenta la urne, iar unul dintre cele mai importante avantaje percepute ale UE este **contribuția sa la creșterea economică** – aceasta fiind, de asemenea, principala chestiune care i-a motivat pe cetățeni să voteze.

## Metodologie și prezentarea datelor

Prezentul Eurobarometru post-alegeri 2019 a fost realizat pentru Parlamentul European de Kantar. Deplasările pe teren au avut loc în perioada 7-26 iunie 2019 în toate cele 28 de state membre ale UE. 27 464 de respondenți, selectați ca eșantion reprezentativ din rândul populației generale în vârstă de peste 15 ani, au fost intervievați față în față<sup>4</sup>.

Pe lângă procedura de ponderare bazată pe variabilele sociodemografice, răspunsurile la majoritatea întrebărilor prezentului sondaj post-alegeri au fost ponderate conform rezultatelor AE2019. Scopul acestei proceduri de ponderare este să corecteze orice deviere din cadrul eșantionului, pentru a-l alinia la cifrele privind prezența la vot și rezultatele partidelor la nivel

---

<sup>4</sup> 26 971 de respondenți având vârsta minimă pentru a vota: 18+ în 25 de state membre ale UE, 16+ în Austria și Malta și 17+ în Grecia. Unele întrebări au fost adresate întregului eșantion de 27 464 de respondenți în vârstă de peste 15 ani.

național. Procedând astfel, ne asigurăm că eșantioanele noastre naționale reflectă în mod corect comportamentul la vot la alegerile europene din 2019.

Raportul complet, care include fișe informative naționale, anexe și volume de rezultate, poate fi consultat online la adresa <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/ro/be-heard/eurobarometer/>