



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

Strasbourg, le 15 décembre 2008

ELECTIONS EUROPEENNES 2009

Eurobaromètre Parlement européen (EB Standard 70) - Automne 2008 **Synthèse analytique**

Les résultats de ce second EB/PE consacré plus spécifiquement aux élections européennes de 2009 doivent être lus en tenant compte du fait que l'enquête a été menée au plus fort de la crise économique et financière aux mois d'octobre et novembre 2008¹.

Plusieurs tendances sont à souligner :

- ⇒ Thèmes de campagne : les inquiétudes d'ordre économiques et sociales, déjà en tête des préoccupations lors de la précédente enquête du printemps 2008, sont en très forte augmentation.
- ⇒ Niveau de sensibilisation au scrutin : la connaissance de la date est en nette progression. En pleine crise, l'intérêt pour les élections européennes est en léger recul, tout comme la probabilité d'aller voter².
- ⇒ L'UE face aux attentes des citoyens européens :
 - Au niveau des politiques à défendre en priorité par le PE, on retrouve un bloc de préoccupation liées à la sécurité (PESC, protection du consommateur et de la santé, changement climatique)
 - Au niveau des valeurs, les notions de solidarité priment sur toutes les autres.
- ⇒ Les liens unissant les citoyens européens :
 - L'Euro est perçu comme l'élément constitutif le plus fort de l'identité européenne.
 - Une protection sociale harmonisée entre les Etats serait le premier facteur à même de renforcer le sentiment d'être citoyen européen.

¹ EB Standard : face-à-face auprès de 26.618 Européens des 27 Etats membres.

² Ne pas confondre intention de se rendre aux urnes et taux de participation. En effet à huit mois des élections, nous sommes dans une logique d'opinion (réponse à une question dans un contexte non électoral) ; tandis qu'en période électorale, nous serons dans une logique d'action (le vote lui-même).

Pour les détails de l'analyse question par question (pays pas pays et variables sociodémographique), le lecteur est prié de se reporter à la note sur les résultats bruts et au Power Point de présentation.

I. Thèmes de campagne

Les trois blocs thématiques dégagés lors du dernier EB demeurent identiques, avec toutefois de fortes variations, liées là aussi à la situation économique et financière :

a) Un ensemble de préoccupations économiques liées aux situations individuelles, au-dessus de 40% :

Le trio de tête est très forte augmentation : croissance économique (51%, +6), chômage (49%, +2), inflation et pouvoir d'achat (47%, +6).

En revanche, les thèmes relatifs aux perspectives à long terme ne sont pas au cœur des craintes d'aujourd'hui : le maintien du modèle social européen ne recueille que 13% (+1) et l'avenir des retraites recueille 33% (+1).

Il s'agit de domaines où l'UE n'a pas de compétences propres.

b) Des craintes liées à la sécurité collective globale, entre 28% et 33% :

La tendance concernant les craintes collectives est fortement à la baisse : l'insécurité (33%, -4), la lutte contre le changement climatique (29%, -4), l'immigration (29%, -3) et le terrorisme (28%, -7).

c) Certaines politiques de l'UE et les Institutions, entre 13% et 20%.

L'Euro et l'agriculture (17%,=), le rôle de l'UE sur la scène internationale (17%+2), les pouvoirs des institutions ainsi que l'identité et les valeurs, à 13% (+1) chacun.

Sur tous ces thèmes, de fortes variations nationales et des différences notables dans les domaines sociodémographiques sont à souligner (voir note "Résultats bruts").

II. La sensibilisation au scrutin

Informés sur la date des élections, les répondants sont ensuite interrogés sur leur niveau d'intérêt et sur leur désir ou non de se rendre aux urnes.

a) Une date de mieux en mieux connue

Il y a un an, seul 9% des Européens citaient l'année 2009 (EB 68). Ils sont 26% aujourd'hui. Il y a six mois (EB 69), 4% des sondés connaissaient le mois des élections ; ils sont 8% aujourd'hui.

Le taux de répondants qui déclarent ne pas savoir (NSP) est en diminution : il se situe à 67%, alors qu'il était à 75% pour les EB 68 et 69.

Pour les différences entre pays se reporter à la fiche "Résultats bruts".

- *Critères sociodémographiques :*

On constate une meilleure connaissance de la date des élections tant au niveau des hommes qu'au niveau des femmes. Même chose pour la réponse « Juin 2009 ».

Parmi les 17-24 ans, le taux de NSP s'élève à 72%. En outre, ils sont plus nombreux que les autres classes d'âge à se tromper sur cette réponse.

- *Echelle gauche/droite :*

Les répondants se déclarant de droite connaissent davantage la date des élections européennes que les répondants se déclarant de gauche.

- *Leaders d'opinion³ :*

15% répondent « Juin 2009 » contre 8% en moyenne dans l'UE, 42% répondent « 2009 » contre 26% et 49% répondent NSP contre 67%.

b) *Un intérêt encore limité*

- 54% des sondés se déclarent "*pas intéressés*", contre 51% dans l'EB 69.
- 44% se disent "*intéressés*", contre 46% dans l'EB 69.

En pleine crise, comme l'ont démontré les réponses aux thèmes de campagne, cette légère baisse de l'intérêt signifie certainement que les Européens se focalisent avant tout sur leurs préoccupations économiques.

c) *Une mobilisation à encourager*

La proportion de citoyens déclarant se rendre très probablement aux urnes est moins importante qu'il y a 6 mois (EB69).

Sur une échelle de 1 à 10, la somme des électeurs les plus déterminés à se rendre aux urnes (niveaux 9 et 10) se situe à 34%, contre 37% (EB69). Sur la même échelle, la proportion de ceux qui se déclarent être certain de ne pas aller voter est quasiment stable (15%, +1).

En fait, ces deux chiffres constituent les socles durs de ceux qui, en principe, devraient voter et ceux qui ne devraient pas se déplacer.

⇒ ***Ne pas confondre intention de se rendre aux urnes et taux de participation***

Il ne faut en aucun cas déduire de ces données que les 34% correspondent à un quelconque taux de participation. En effet à huit mois des élections, nous sommes dans une logique d'opinion (réponse à une question dans un contexte non électoral) ; tandis qu'en période électorale, nous serons dans une logique d'action (le vote lui-même).

³ Personne relais qui, au sein d'un réseau social, est un démultiplicateur d'information.

III. L'UE face aux attentes des citoyens européens

a) Les priorités à promouvoir par le PE

- ⇒ Un besoin de protection : les Européens placent en tête une PESC permettant à l'UE de faire face aux crises internationales (36%), la protection renforcée du consommateur et de la santé publique (33%), le lutte contre le changement climatique (31%).
- ⇒ Paradoxalement, la coordination des politiques économiques, budgétaires et fiscales ne vient qu'au septième rang, avec 26% ; alors que les préoccupations économiques dominent les thèmes de campagne. Encore une fois, ce sont les craintes individuelles qui retiennent plus l'attention du citoyen que les moyens collectifs de répondre à la crise.

b) Les valeurs à défendre par le PE

La hiérarchie des valeurs reste la même, à ceci près qu'en période de crise la solidarité prend le pas sur l'égalité : "solidarité entre Etats membres" (36%, =) passe devant "l'égalité entre hommes et femmes" (33%, -8%) ; derrière la "protection des droits de l'homme dans le monde" (53%, -5).

Les baisses en points de pourcentage ne sont pas comparables. En effet, les sondés ont droit à trois réponses : lors l'EB 70, ils ont été plus sélectifs dans leurs choix en se concentrant sur la/les valeurs absolument prioritaires à leurs yeux.

c) Les objectifs présents et futurs s de la construction européenne

- ⇒ Pour les Européens, toujours dans ce contexte de crise, le principal objectif de la construction européenne est à l'heure actuelle le développement de l'économie et de la croissance européenne (23%), devant l'amélioration du niveau de vie de tous les citoyens de l'UE (18%) et la préservation de la paix et de la stabilité (16%).
- ⇒ En revanche, lorsqu'on leur demande quel *devrait être* l'objectif principal de la construction européenne, 23% répondent l'amélioration du niveau de vie de tous les citoyens de l'UE ; devant le développement de l'économie et de la croissance européenne (17%) ainsi que la préservation de la paix et de la stabilité (17%).

Les Européens préféreraient que la construction européenne se concentre plus sur l'amélioration du niveau de vie que le développement de la croissance et de l'économie, dont les effets sont moins concrets pour les citoyens.

IV. Liens qui unissent les citoyens européens

En plein débat sur la finalité de la construction européenne, il est important de faire le point sur ce qui lie les européens entre eux, sur les raisons qu'ils ont d'être ensemble.

a) Eléments participants à la construction de l'identité européenne

Avec 40%, c'est l'Euro qui vient en tête des éléments constitutifs de l'identité européenne. Il précède les valeurs démocratiques (37%) et l'histoire (24%).

Le rôle stabilisateur de l'Euro, notamment en tant qu'amortisseur de la crise, serait-il mieux perçu aux yeux des européens que par le passé ?

b) Eléments participants au sentiment de citoyenneté européenne

Il a été demandé aux sondés quels sont les éléments qui renforceraient selon eux le sentiment d'être un citoyen européen.

A 39%, ils répondent un système de protection sociale harmonisé entre les Etats membres, à 24% un service civil de lutte contre les catastrophes naturelles et à 20% un Président de l'UE directement élu par les citoyens. On retrouve ainsi deux thèmes liés à la solidarité et à la sécurité.

Sur ces trois sujets, les jeunes de 15 à 24 ans se différencient nettement de leurs aînés:

Ils sont 24% (18% moyenne UE) à considérer qu'une carte d'identité européenne, en complément de la carte d'identité nationale, renforcerait le sentiment de citoyenneté européenne. Pour un droit de vote à toutes les élections organisées dans l'Etat membre où l'ont vit, 21% contre 19% et pour un cours d'éducation civiques européenne dès l'école primaire, 21% contre 18%.

V. L'état de la construction européenne

A huit mois des élections, il était également intéressant de sonder les Européens sur leur perception de l'état actuel de la construction européenne et ce qu'ils en pensent.

a) Le niveau de perception

Les Européens estiment que :

- L'UE a grandi trop vite (d'accord 56% ; pas d'accord 32%)
- Ce qui rapproche les citoyens des différents pays est plus important que ce qui les sépare (d'accord 72% ; pas d'accord 17%)
- Aujourd'hui, l'UE manque d'idées, de projets (d'accord 42% ; pas d'accord 38%)
- L'UE est indispensable pour répondre aux défis mondiaux : changement climatique, terrorisme, etc. (d'accord 73% ; pas d'accord 16%)

A la lecture de ces résultats, il est clair, que la construction européenne n'est pas mise en doute mais qu'elle doit trouver un nouveau souffle. En revanche, une majorité des sondés, sauf en Italie et en Pologne, considèrent que l'UE s'est agrandie trop vite.

Etonnamment, ce sentiment est même partagé dans les 12 nouveaux pays même si le taux est plus élevé de 10% dans l'UE 15 (63%) que dans l'UE 12 (53%)

b) Le soutien à la construction européenne

Les réponses à cette question confirment les résultats qui viennent d'être évoqués :

- La construction européenne doit se poursuivre (54%)
- La construction européenne a été trop loin, il faut revenir en arrière (19%)
- La construction européenne ne doit pas aller plus loin, ni revenir en arrière (Spontané) (16%)
- Ne sais pas (11%)

VI. Image, souvenir médiatique et niveau d'information sur le PE

a) L'image du PE

Le PE est décrit comme une institution bien démocratique (66% décrit bien contre 19% décrit mal) mais encore trop méconnue (51% contre 37%) ; pas assez à l'écoute des citoyens européens (40% contre 43%), dynamique (44% contre 36%) mais aussi technocratique (40% contre 25%). 43% pensent que le terme "inefficace" décrit mal le PE contre 34% qui pense le contraire.

b) Le souvenir médiatique du PE

Il a été demandé aux sondés s'ils ont récemment lu dans les journaux, vu sur Internet ou entendu à la radio et à la télévision quelque chose au sujet du PE. Ils ont répondu oui à 44% (42% il y a un an) et non à 53% (54% il y a un an).

c) Le niveau d'information sur les activités du PE

73% (=) des sondés estiment qu'ils sont mal informés alors que 23% (24% EB68) se considèrent bien informés.

VII. Le rôle et la confiance dans les institutions

a) Le rôle dans la vie de l'UE - NB:EB Standard n°70 (printemps 2009).

La perception de l'importance du rôle du PE, de la Commission et du Conseil reste stable. En revanche, le rôle attribué à la BCE est en augmentation de deux points.

- ⇒ Les Européens accordent au **Parlement européen** le rôle suivant : il est important pour 74% d'entre eux (75% EB69), pas important pour 12% (11% EB69) et 14% (= EB69) ne savent pas.
- ⇒ Les Européens accordent à la **Commission européenne** un rôle important à 68% (=), pas important 11% (10% EB69) et 21% (22% EB69) ne savent pas.
- ⇒ Les Européens accordent au **Conseil de l'Union européenne** un rôle important à 61% (60% EB69), pas important pour 12% (= EB69) et 27% (28% EB69) ne savent pas.

⇒ Les Européens accordent à la **Banque centrale européenne** un rôle important à 73% (71% EB69), pas important pour 8% (= EB69) et 19% (21% EB69) ne savent pas.

b) La confiance dans les institutions - NB:EB Standard n°70 (printemps 2009)

Par rapport à l'EB 69, on constate soit la stabilité, soit une très légère baisse de la confiance envers les institutions entre 1% et 2%.

⇒ Les Européens font plutôt confiance au **Parlement européen** à 51% (52% EB69), plutôt pas confiance 31% (27% EB69) et 18% (21% EB69) ne savent pas.

⇒ Les Européens font plutôt confiance à la **Commission européenne** à 47% (=), plutôt pas confiance 30% (27% EB69) et 23% (26% EB69) ne savent pas.

⇒ Les Européens font plutôt confiance au **Conseil de l'Union européenne** à 42% (43% EB69), plutôt pas confiance 29% (26% EB69) et 29% (31% EB69) ne savent pas.

⇒ Les Européens font plutôt confiance à la **Banque centrale européenne** à 48% (50% EB69), plutôt pas confiance pour 30% (24 EB69) et 22% (26% EB69) ne savent pas.

Dans l'analyse de l'EB Standard, il est intéressant de noter que la confiance dans certains gouvernements est en hausse, notamment envers ceux qui étaient en première ligne au plus fort de la crise financière. Allemagne 42% (36%), Danemark 60% (55%), France 31% (28%), Italie 26% (15%), Royaume-Uni 29% (24%).

Unité de Suivi de l'opinion publique