



Eurobaromètre Standard 82

L'OPINION PUBLIQUE DANS L'UNION EUROPEENNE Automne 2014

RAPPORT NATIONAL

FRANCE

Ce sondage a été commandé et coordonné par la Commission européenne,
Direction générale Communication

Ce rapport a été réalisé pour la Représentation de la Commission européenne en France.

Le présent document ne représente pas le point de vue de la Commission européenne.
Les interprétations et les opinions qu'il contient n'engagent que les auteurs.

Eurobaromètre Standard 82 / Automne 2014 – TNS Opinion & Social

Table des matières

I.	La France dans la crise.....	2
1.	L'impact de la crise sur l'emploi : le pessimisme français.....	2
2.	Les préoccupations des Français centrées sur le chômage	2
3.	Une vision dégradée de la situation économique et de l'emploi	3
4.	La conviction de la nécessité de reformer et de réduire les déficits	4
II.	L'image de l'Europe : la poursuite du redressement	4
1.	Une amélioration de l'image de l'Union européenne	4
2.	Le maintien d'un attachement fort à l'Euro	5
3.	Un optimisme faible concernant le futur de l'Europe, mais en progression.....	5
III.	La citoyenneté européenne : le défi de la superposition	6
1.	Un sentiment de citoyenneté européenne en hausse par rapport à 2013	6
2.	Les valeurs de l'Europe en adéquation avec les valeurs des Français	7
3.	Culture, Histoire et Sports : trois pistes pour favoriser le sentiment d'appartenance	8

Les sondages Eurobaromètre « Standard » sont effectués deux fois par an, au printemps et à l'automne, pour le compte de la Commission européenne. Ils sont menés dans les 28 Etats membres de l'Union européenne, dans les six pays candidats (Ancienne République yougoslave de Macédoine, Serbie, Albanie, Turquie, Islande et Monténégro) et dans la Communauté chypriote turque située dans la zone non contrôlée par le gouvernement de la République de Chypre. Dans chaque pays, un questionnaire identique est soumis à un échantillon représentatif de la population âgée de 15 ans ou plus, interrogé en face-à-face.

Cette enquête « Eurobaromètre 82 » a été réalisée en France du 8 au 17 novembre 2014 par l'institut TNS Sofres auprès d'un échantillon représentatif de 1 012 personnes.

Après le choc provoqué par les résultats des élections européennes de mai 2014, on pouvait s'interroger sur l'évolution de l'image de l'Union européenne aux yeux des Français. Dans un scrutin marqué par une forte abstention (58%), l'UMP, avec 21% des voix, était en effet largement devancé par le Front national, fort d'un score avoisinant les 25% de votants. Le PS, parti de gouvernement à la tête du pays, était alors à son plus bas niveau dans l'Histoire, recueillant seulement 14% des suffrages.

Pour autant, les résultats de l'Eurobaromètre nous montrent une complète déconnection entre l'arrivée en tête d'un parti anti-européen et l'amélioration de l'opinion des Français à l'égard de l'Europe, dans la continuité des vagues précédentes.

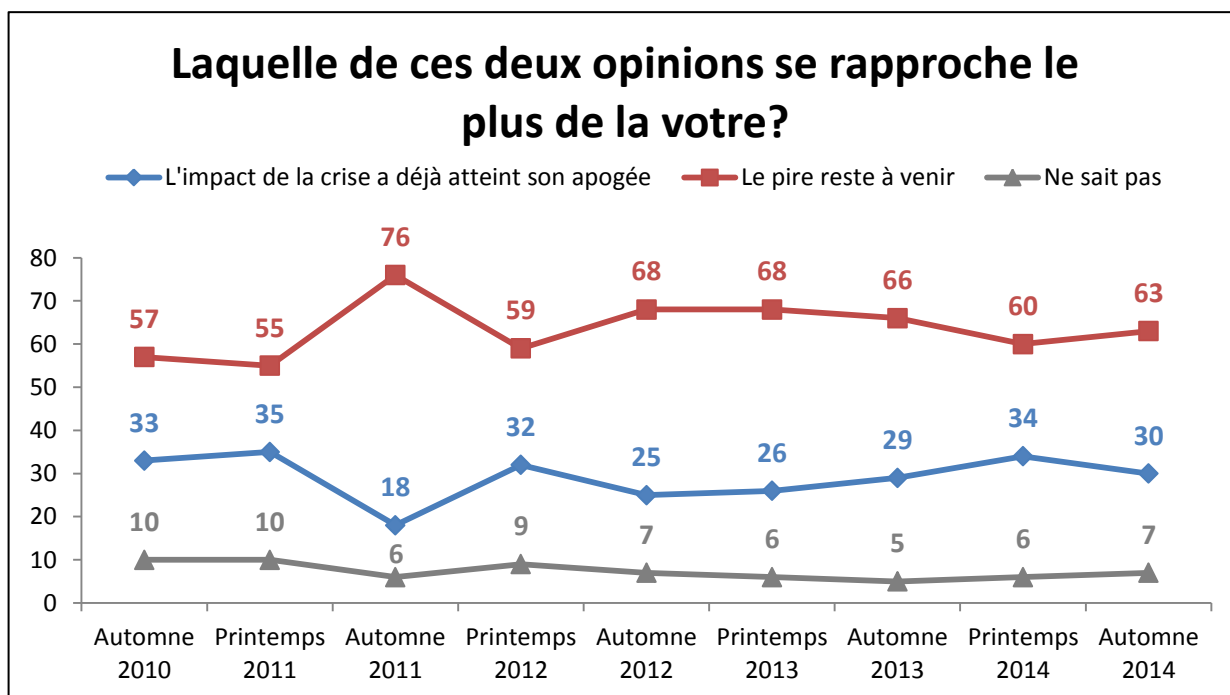
Dans ce contexte d'amélioration de l'image de l'Europe, les Français restent par ailleurs profondément pessimistes sur la situation économique du pays et sur les chances de sortie de crise à court et moyen terme.

Les événements qui ont marqué l'actualité du début d'année 2015 nous invitent également à décrypter avec attention certains éléments spécifiques de ce contexte d'« avant attentats ». Les questions relatives notamment aux valeurs, mais également la considération apportée aux différents problèmes du pays nous permettent de dresser le tableau d'une France maussade mais paisible, inquiète de son avenir économique mais attachée à la Paix et pas angoissée par les aspects sécuritaires.

I. La France dans la crise

1. L'impact de la crise sur l'emploi : le pessimisme français

Les Français ne sont que **30 %** à penser que « l'impact de la crise sur l'emploi a déjà atteint son apogée ». Près des **deux tiers (63 %)** pensent en revanche que « le pire reste à venir ». La France **assume donc ainsi sa position d'éternelle pessimiste**, n'étant dépassée en ce sens que par Chypre. Sur cette question de la sortie de crise, la courbe de l'opinion française reflète une amélioration quasiment nulle du moral de la population.



2. Les préoccupations des Français centrées sur le chômage

Comme dans 23 pays sur 28, **le chômage cristallise les inquiétudes des Français, cité par 63% d'entre eux parmi les problèmes les plus importants** auxquels le pays doit faire face.

Alors que le Bureau International du Travail enregistre au troisième trimestre 2014 une nouvelle hausse du taux de chômage en France, qui s'élève à **10,4% de la population active** (9,9% en France métropolitaine), la France se place très légèrement au-dessus de la moyenne des pays de l'UE (10% de chômage), et se classe pourtant au 5^{ème} rang des pays les plus préoccupés par cette question (après Chypre, l'Espagne, la Hongrie, et le Portugal).

A l'heure où nous écrivons ce rapport, peu de temps après les attentats survenus dans la capitale au mois de janvier, il est intéressant de noter que le terrorisme est cité en dernier lieu par les Français, l'insécurité n'étant pas non plus considérée comme faisant partie des problèmes les plus importants pour le pays.

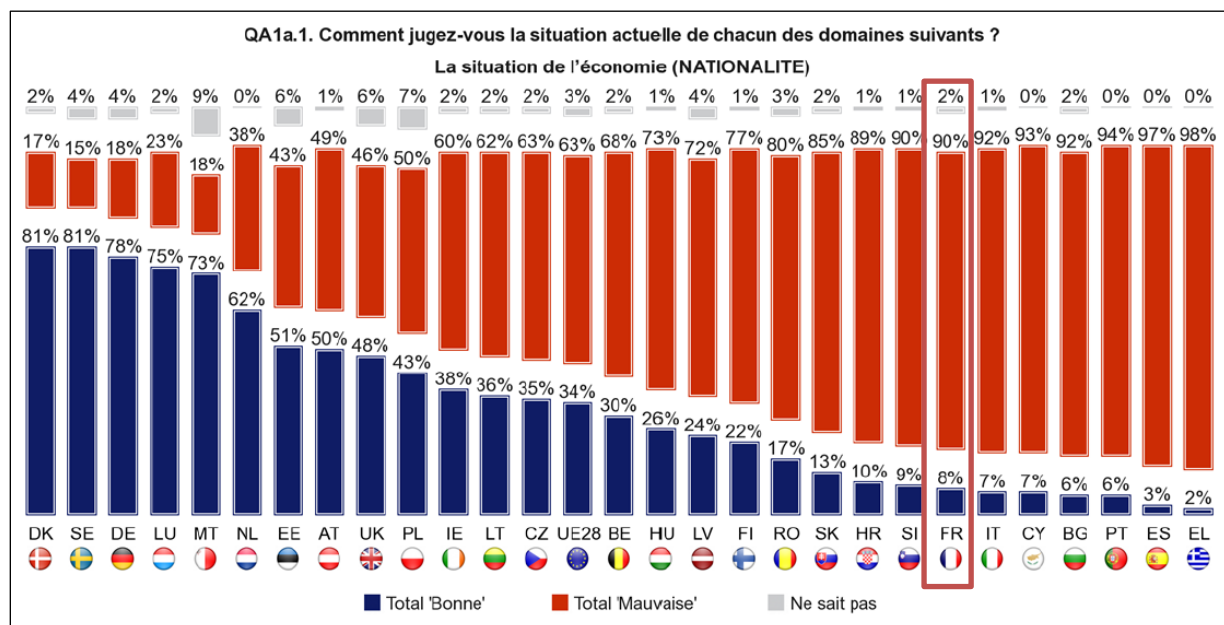
A votre avis, quels sont les deux problèmes les plus importants auxquels doit faire face la France actuellement ?

	France	EU 28	Rang de la France parmi les 35 pays
Le chômage	63%	45%	5
La situation économique	26%	24%	21
La dette publique	18%	14%	10
La hausse des prix/l'inflation	13%	14%	22
Les impôts	13%	10%	8
L'immigration	11%	18%	11
Les retraites/les pensions	9%	11%	17
L'insécurité	8%	9%	20
Les questions d'environnement, de climat et d'énergie	8%	7%	7
Le logement	7%	6%	5
Le système de santé et de sécurité sociale	7%	16%	29
Le système éducatif	6%	9%	20
Le terrorisme	5%	6%	6

3. Une vision dégradée de la situation économique et de l'emploi

La situation de l'emploi en France, **jugée mauvaise par 96%** des Français, place le pays en 3^{ème} position selon ce critère, derrière la Grèce et l'Espagne, après une dégradation de 2 points par rapport à la vague précédente.

Ces inquiétudes sont au demeurant en ligne avec le jugement porté, plus généralement, sur la situation économique. **90% des Français s'accordent en effet à la considérer comme mauvaise**, ce qui place à nouveau la France, sur cet item, parmi les pays les plus pessimistes.



4. La conviction de la nécessité de reformer et de réduire les déficits

En miroir de ces différents constats, les Français sont **89% à approuver l'idée selon laquelle « la France a besoin de réformes pour faire face au futur »** (dont 48% de « tout à fait d'accord »).

Parmi les mesures à engager, **77% plébiscitent l'idée selon laquelle « les mesures à prendre pour réduire le déficit public et la dette en France ne peuvent pas être retardés »**. Cette idée est particulièrement soutenue par les sympathisants de Droite (84%, contre 73% chez les sympathisants de Gauche). Pour plus d'un tiers des Français (36%), ces mesures ne sont cependant « pas une priorité pour le moment ».

II. L'image de l'Europe : la poursuite du redressement

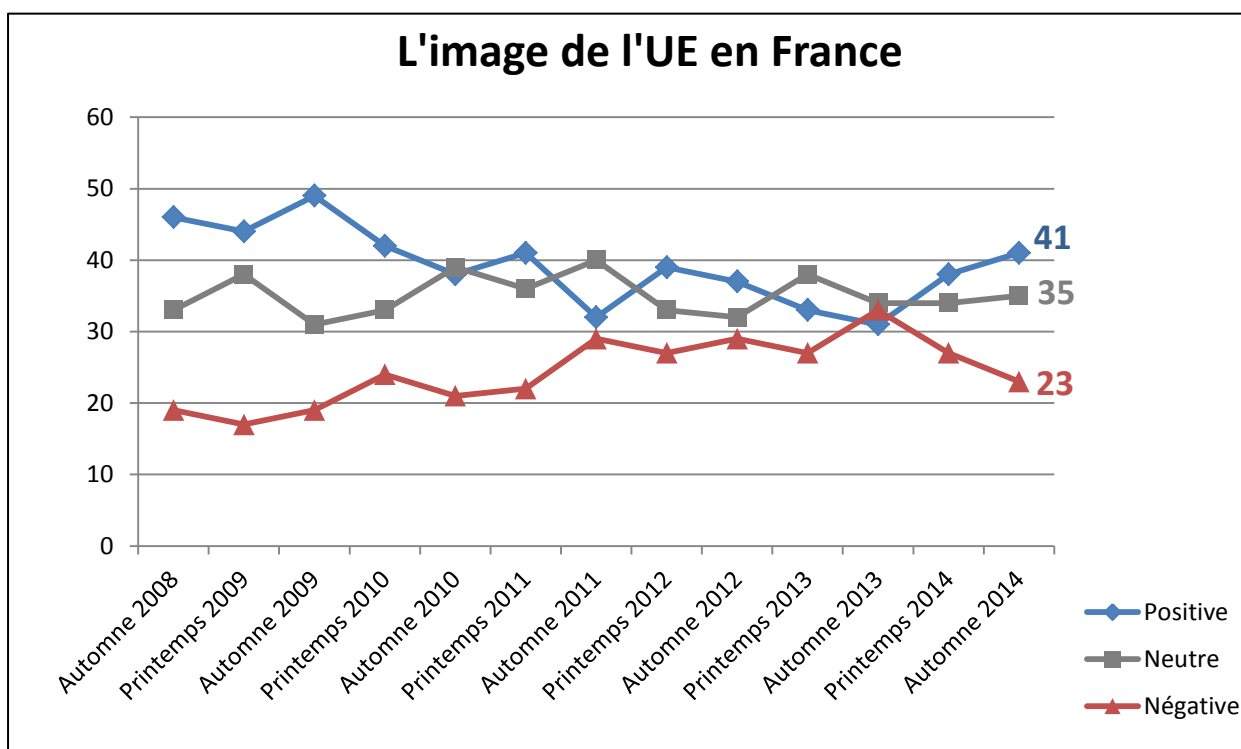
1. Une amélioration de l'image de l'Union européenne

L'Eurobaromètre 81 annonçait les prémices d'une amélioration de l'image de l'Union européenne auprès des Français, qui se confirme à présent. Après une période de relatif désamour en 2013, 38% des interviewés en avaient, après les élections européennes du printemps 2014, une image positive, soit une progression de 7 points par rapport à la vague précédente.

Cette amélioration se poursuit fin 2014 puisque 41% des français vont dans ce sens, contre 23% affirmant avoir une mauvaise image (soit 10 points de moins que l'an passé).

L'image de l'UE retrouve donc peu à peu en France des scores comparables à ceux dont elle bénéficiait quelques années auparavant, jusqu'à sa nette dégradation à l'automne 2011 (passage en dessous de la barre des 40% d'image positive).

La France s'aligne ainsi sur la tendance générale dans les autres pays de l'Union européenne, qui observent presque unanimement une amélioration de l'image par rapport à la dernière vague.



Au demeurant, **l'UE est spécifiquement bien considérée par les plus jeunes** puisque les 15-24 ans sont 62% à en avoir une bonne image tandis que les tranches d'âge suivantes (25-39, 40-54, et 55 ans et plus) ne sont plus différenciantes, avec une image positive partagée respectivement par 38%, 36% et 37% des individus.

La catégorie socioprofessionnelle apparaît comme également très clivante puisque la majorité des cadres a une vision positive des institutions européennes (53 %), contre seulement 34 % des ouvriers et 20% des femmes/hommes au foyer. On peut d'ailleurs noter un score de **88% d'image positive chez les Français déclarant appartenir à la classe supérieure**, contre 31% pour la classe ouvrière.

De la même manière, **la confiance dans l'Union européenne atteint les 36%** (plus 2 points par rapport à l'EB 81). La tendance à l'amélioration est donc globale, concernant aussi bien l'image que la confiance.

2. Le maintien d'un attachement fort à l'Euro

Par ailleurs, si le score historique du Front national aux élections européennes de 2014, frôlant les 25%, a pu mettre en avant l'idée que les Français seraient moins attachés à l'Euro, les résultats de l'EB82 viennent démentir cette supposition.

Comme dans tous les pays de la zone Euro, **les Français sont majoritairement attachés à la monnaie commune**. 67 % d'entre eux se déclare en faveur d'une « union économique et monétaire européenne avec une seule monnaie, l'euro », soit un niveau égal à la moyenne des pays de la Zone euro. Cette idée, dont l'approbation est très liée à la catégorie sociale (55 % de « pour » parmi les personnes se considérant comme appartenant à la classe ouvrière, 69 % parmi la classe moyenne et 88 % au sein de la classe supérieure), est moins partagée dans l'Union européenne dans son ensemble (56 % d'approbation moyenne).

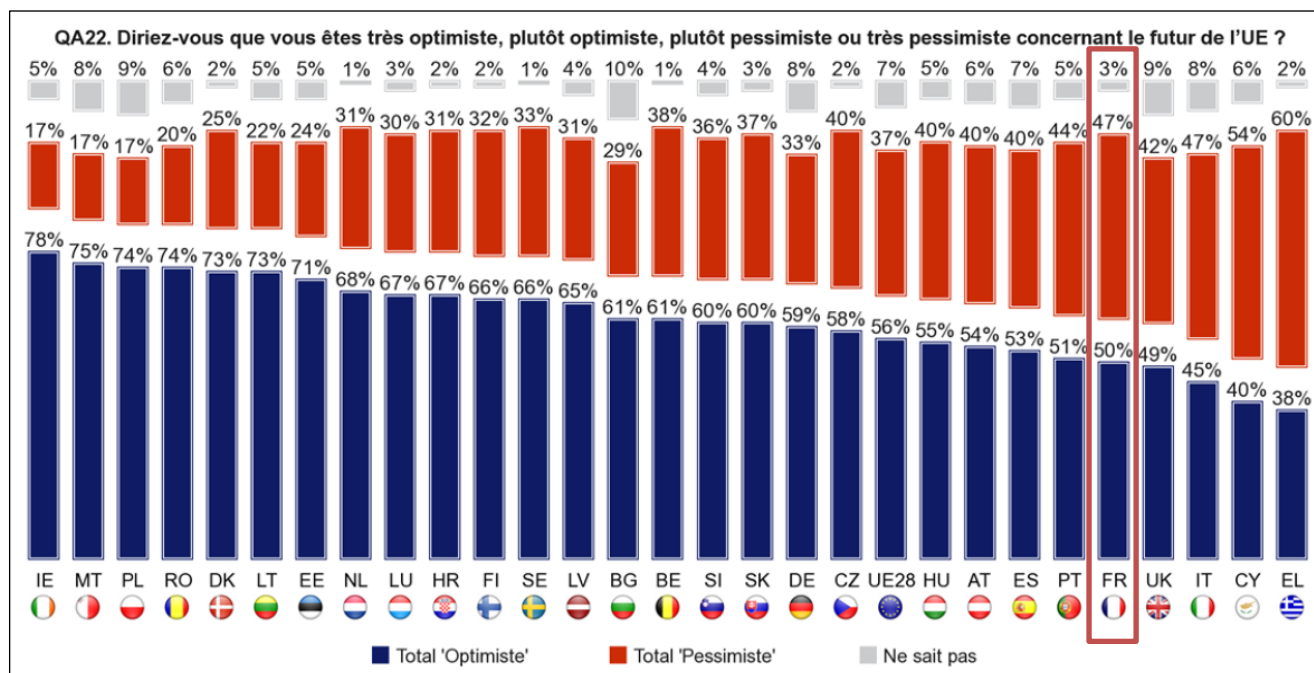
De la même manière, les Français n'imaginent pas, pour la plupart d'entre eux, que la solution à la crise économique réside dans une sortie de l'UE : 63 % (+2) des interviewés ne considèrent pas que la France pourrait mieux faire face au futur si elle était en dehors de l'UE. Ce score est relativement stable sur les dernières années, et il n'y a donc pas de décrochement à noter à l'automne 2014.

3. Un optimisme faible concernant le futur de l'Europe, mais en progression

La progressive amélioration de l'image de l'Union européenne va de pair avec **l'évolution de l'optimisme des Français concernant le futur de l'UE**.

Bien que la France demeure l'un des pays les plus pessimistes à cet égard, on observe **une nette progression de l'optimisme**, qui gagne 10 points entre l'année dernière et cette année.

Au global, 50% des Français sont aujourd'hui optimistes concernant le futur de l'Europe, contre 47% de pessimistes.

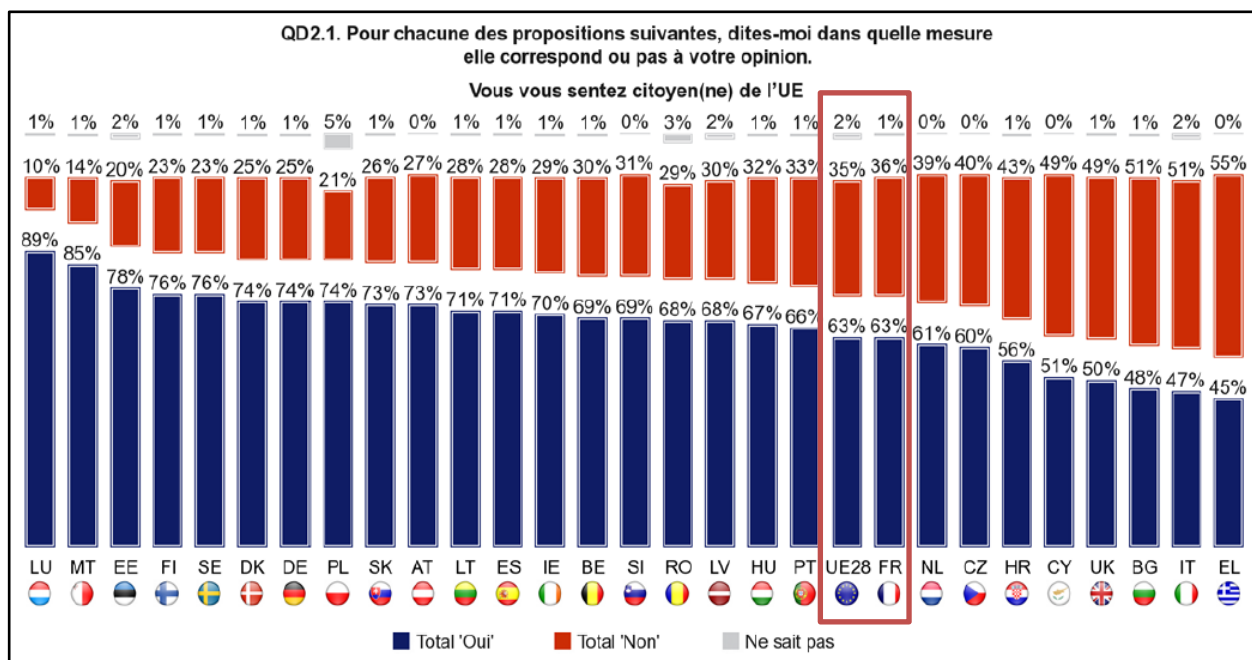


III. La citoyenneté européenne : le défi de la superposition

1. Un sentiment de citoyenneté européenne en hausse par rapport à 2013

63% des Français se sentent citoyens de l'Union européenne, soit une progression de 6 points par rapport à l'année dernière (tout à fait : 23%, plutôt : 40%), contre 36% d'opinions contraires (pas vraiment : 22%, absolument pas : 14%).

Les sentiments européens sont le plus fortement exprimés au Luxembourg (89%) et à Malte (84%), le plus faiblement en Grèce (45%) et en Italie (47%). La France obtient pour sa part **un score identique à la moyenne des pays européens**.



Par ailleurs, seulement **65% des Français disent ne pas connaître leurs droits en tant que citoyens de l'UE** (la proportion la plus forte après celle observée en Italie), et 74% aimeraient en savoir plus sur ces droits.

2. Les valeurs de l'Europe en adéquation avec les valeurs des Français

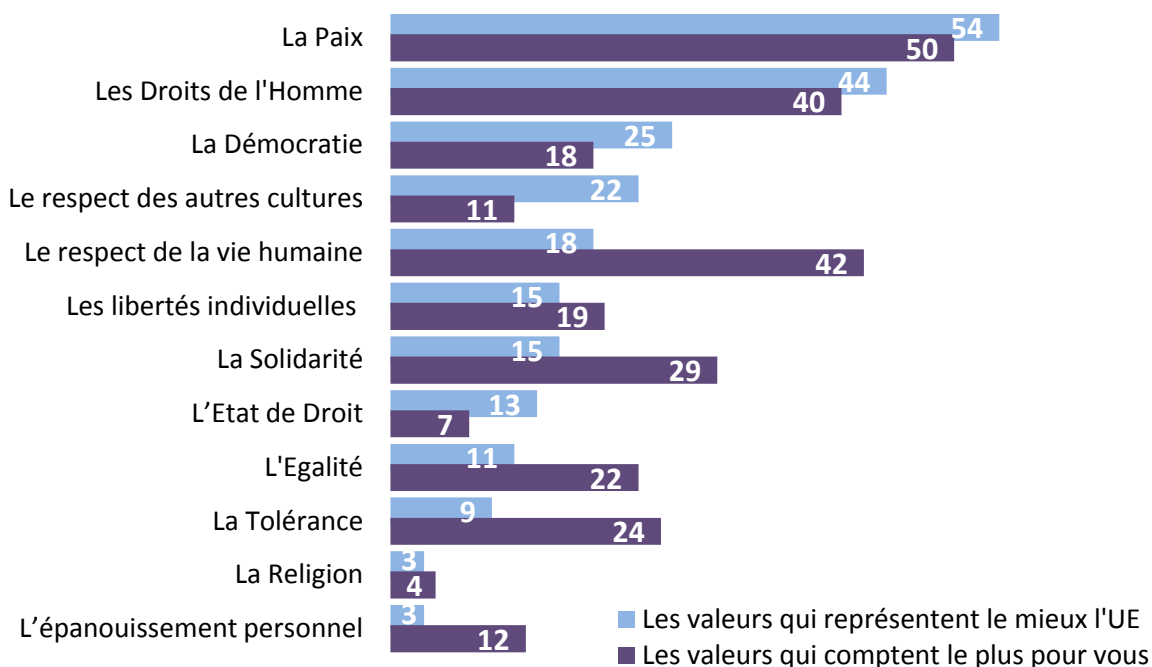
La Paix (50%, 6 points au-dessus de la moyenne européenne), **le respect de la vie humaine** (42%, 8 points au-dessus de la moyenne), et **les Droits de l'Homme** (40%, égal à la moyenne), constituent les valeurs les plus importantes aux yeux des Français.

Interrogés sur les valeurs qui représentent le mieux l'UE, ces derniers citent en premier lieu, parmi une douzaine de propositions, **la Paix** (54%, 14 points au-dessus de la moyenne européenne), **les Droits de l'Homme** (44%, 8 points au-dessus de la moyenne), et **la Démocratie** (25%, 6 points en dessous de la moyenne).

On trouve donc une relative cohérence entre les valeurs considérées comme les plus importantes, et celles incarnées par l'Union européenne.

On peut noter au passage que **la Religion**, qui ne représente l'UE que pour 3% des Français, est citée par 14% des 15-24 ans parmi les valeurs qui comptent le plus pour eux. Ce résultat est spécifique à cette tranche d'âge étant donné que les Français ne sont au global que 4% à soutenir cette affirmation.

Juxtaposition entre les valeurs qui représentent l'UE et celles qui comptent le plus pour les Français (maximum 3 réponses)



3. Culture, Histoire et Sports : trois pistes pour favoriser le sentiment d'appartenance

Enfin, le sentiment d'appartenance à une communauté européenne est multifactoriel et les Français identifient en premier lieu **la Culture** comme élément participant à ce phénomène. 38% (-2%) d'entre eux suggèrent en effet cet élément, soit 8 points de plus que la moyenne des pays européens.

L'Histoire prend la deuxième marche du podium, citée par 33% (+3) des Français, contre 23% des Européens. Enfin, **les Sports** favorisent également ce sentiment selon 29% (+3) des Français, et 24% des Européens.

**A votre avis, parmi les domaines suivants, quelles sont ceux qui créent le plus un sentiment de communauté parmi les citoyens de l'UE ?
(maximum 3 réponses)**

