



## **Eurobaromètre Standard 76**

**L'OPINION PUBLIQUE DANS L'UNION EUROPEENNE  
Automne 2011**

**RAPPORT NATIONAL**

**LUXEMBOURG**

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 au Luxembourg.

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 76 / Automne 2011 – TNS Opinion & Social**

## **Sondage Eurobaromètre au Luxembourg**

Le sondage Eurobaromètre 76 a été réalisé par la Commission européenne à l'automne 2011 dans 33 pays ou territoires au total : les 27 Etats membres, les cinq pays candidats (Croatie, Turquie, Ancienne République yougoslave de Macédoine, le Monténégro et l'Islande) et le territoire de la Communauté chypriote turque. Il fait le point sur la vie des citoyens et la perception que ceux-ci en ont.

L'échantillon des sondages Eurobaromètre est d'environ 1.000 personnes par Etat membre. Le Luxembourg fait exception avec un échantillon composé de 498 personnes pour l'EB 76 représentatives de la population du Luxembourg (60% de personnes de nationalité luxembourgeoise et 40% de ressortissants des autres Etats membres de l'UE). Dans son commentaire, le rapport, élaboré pour le compte de la Représentation de la Commission européenne au Luxembourg, se réfère donc aux habitants ou résidents du Luxembourg, entité plus large que les seuls citoyens de nationalité luxembourgeoise. Par contre les travailleurs frontaliers ne sont pas couverts par le sondage.

### **Les citoyens et la stratégie EUROPE 2020**

A été soumis pour avis aux personnes interrogées dans l'Eurobaromètre 76 le catalogue des initiatives prises par l'Union européenne dans le cadre de la stratégie appelée EUROPE 2020. La finalité de celle-ci est la sortie de la crise financière et économique actuelle et la préparation de l'Union européenne à la prochaine décennie.

Comparant les résultats du Luxembourg à ceux de l'ensemble de l'UE, il n'y a pas de différences fondamentales. Le trio des priorités pour les citoyens européens est le combat contre la pauvreté, la modernisation des marchés de l'emploi et l'efficacité énergétique. Justice sociale, emploi et protection de l'environnement sont d'autres termes qui résument les préoccupations prioritaires dans une logique d'efforts communautaires à développer.

Après avoir présenté aux personnes interrogées les objectifs prioritaires et initiatives européennes dans le cadre de la stratégie EUROPE 2020, on leur a demandé si la direction pour sortir de la crise et faire face aux nouveaux défis mondiaux est la bonne ou non. Au Luxembourg près de la moitié (49%) pensent que la direction choisie est la bonne et un quart (27%) sont d'un avis contraire, le quart restant ne s'exprimant pas. Au sein de l'UE les positions sont très divergentes : en Suède 67% sont d'avis que la direction est la bonne, en Italie il n'y a que 21% de cet avis – la situation est donc très contrastée

### **L'information sur les affaires politiques nationales et européennes**

L'opinion publique au Luxembourg s'estime la mieux au courant des affaires européennes avec 52% d'opinions positives. La proportion des 'pas bien informés' domine par contre dans tous les autres pays de l'UE (53% à 79%) avec 66% en valeur moyenne de l'UE. Il est intéressant de constater que les pays candidats comme le Monténégro, l'Islande, l'Ancienne République yougoslave de Macédoine et la Turquie obtiennent des taux de 'bien informés' qui dépassent nombre de pays membres actuels de l'Union européenne.

Si la télévision domine devant la presse et la radio comme médium d'information en matière de politique nationale et surtout européenne, il faut constater l'importance croissante d'internet comme source d'information pour les jeunes; un vrai bouleversement s'annonce donc dans le recours d'internet comme source d'information politique aux dépens des autres médias.

## Sommaire

<b>Sondage Eurobaromètre au Luxembourg .....</b>	<b>1</b>
<b>Répartition sociodémographique de l'échantillon au Luxembourg ..</b>	<b>3</b>
<b>I. Europe 2020 : la stratégie de l'UE et la perception des citoyens ..</b>	<b>4</b>
I.1. Les initiatives de l'Union européenne .....	4
I.2. Les objectifs à atteindre .....	5
I.3. La priorité de l'UE en ce qui concerne internet.....	6
I.4. La priorité de l'UE en ce qui concerne l'énergie .....	7
<b>II. L'Europe et la sortie de la crise .....</b>	<b>8</b>
II.1. Direction prise par l'Union européenne .....	8
<b>III. Modes et degré d'information sur les questions européennes ...</b>	<b>9</b>
III.1. Degré d'information .....	9
III.2. Principales sources d'information sur les affaires politiques nationales et européennes	10
III.3. La place de l'Union européenne dans les médias nationaux .....	12

## Répartition sociodémographique de l'échantillon au Luxembourg

L'échantillon luxembourgeois pour le présent sondage est composé de 498 personnes, dont 60% sont de nationalité luxembourgeoise. Les ressortissants de tous les autres Etats membres faisant partie de l'échantillon luxembourgeois se répartissent comme suit :

BE	Belgique	5%
DE	Allemagne	1%
FR	France	9%
IT	Italie	5%
PT	Portugal	16%
autres	autres citoyens issus de l'UE	6%
total		40%

Répartition par sexe :

Hommes	49%
Femmes	51%

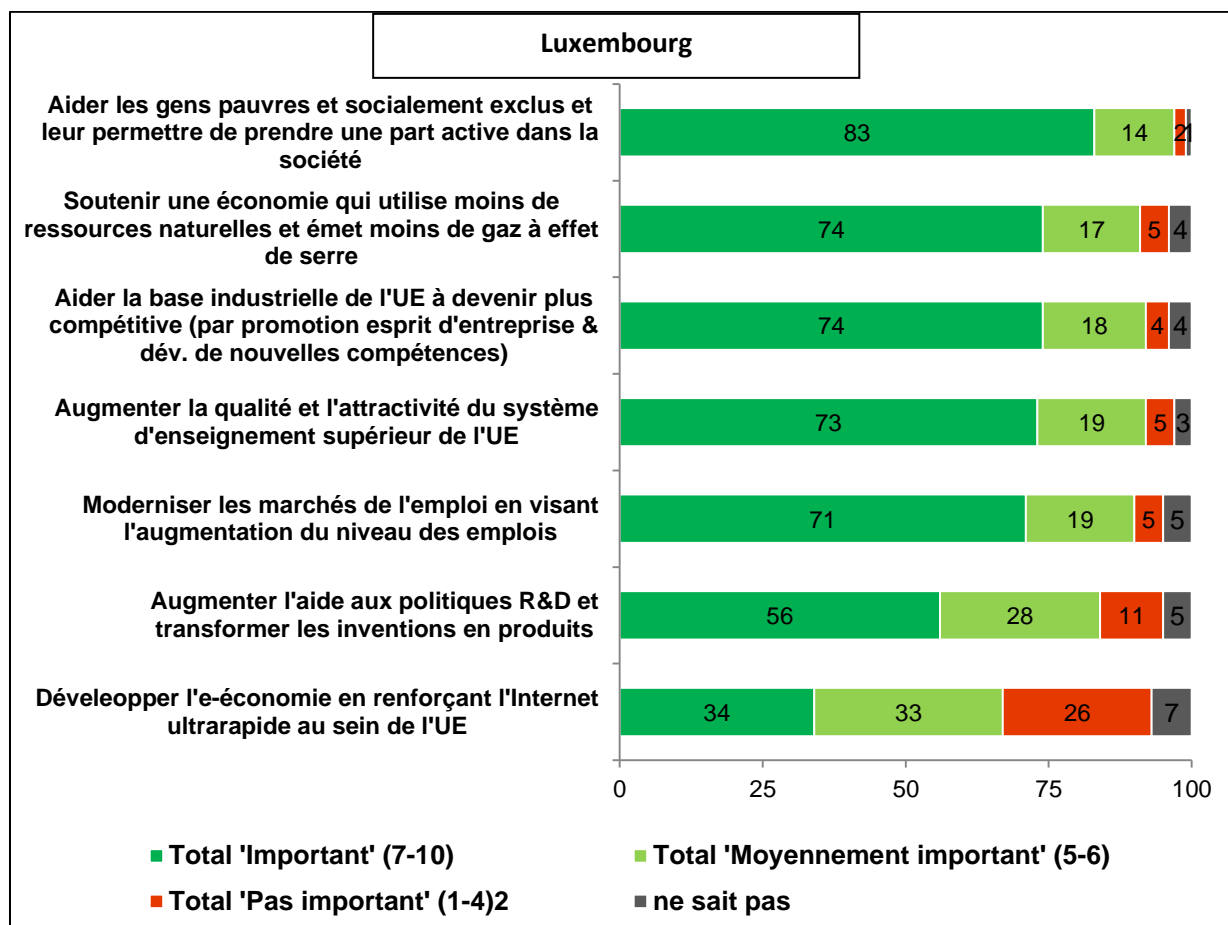
Répartition par classe d'âge :

15-24 ans	15%
25-39 ans	27%
40-54 ans	28%
+ 55 ans	30%

## I. Europe 2020 : la stratégie de l'UE et la perception des citoyens

### 1. Les initiatives de l'Union européenne

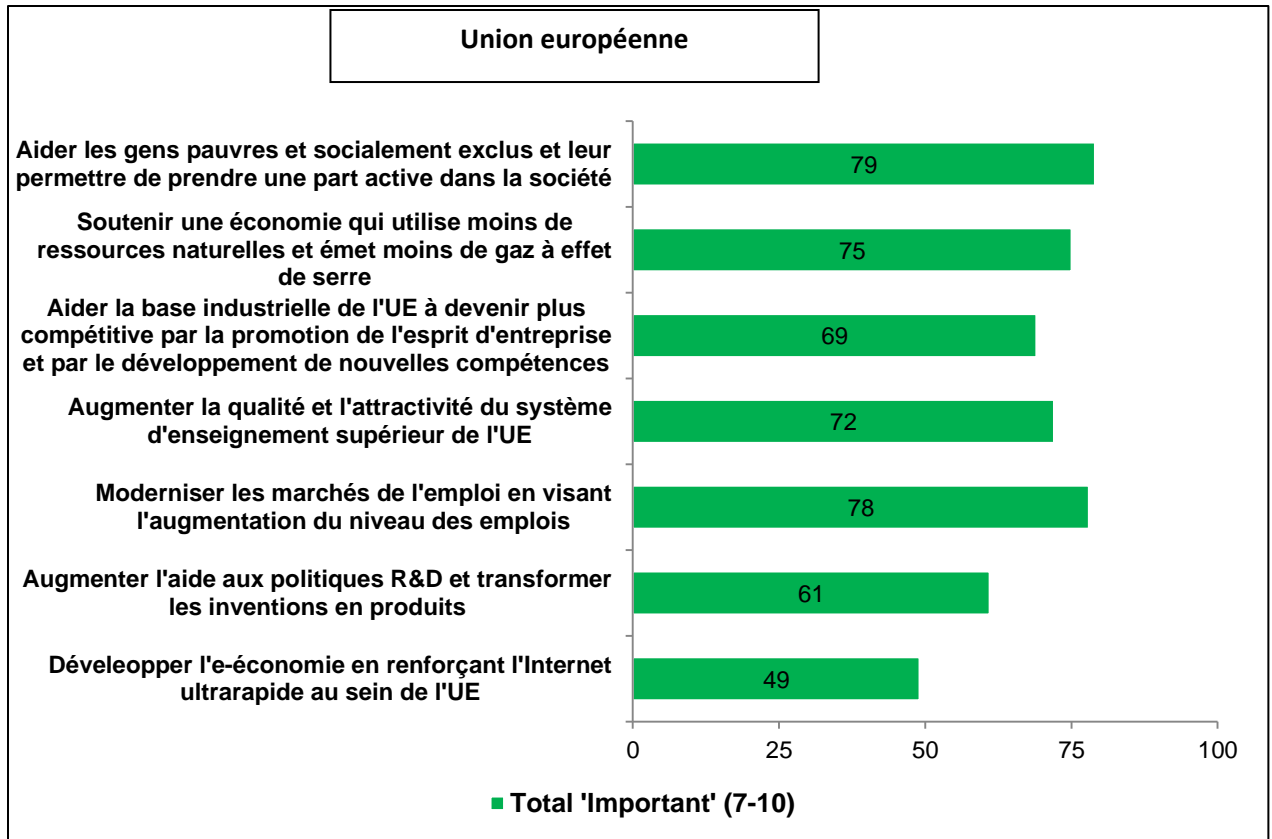
Les initiatives suivantes ont été prises par l'Union européenne dans le cadre de la stratégie appelée EUROPE 2020 pour que l'UE sorte de la crise financière et économique actuelle et se prépare à la prochaine décennie. En soumettant les initiatives aux citoyens du Luxembourg, nous avons obtenu les résultats suivants en termes d'importance accordée.



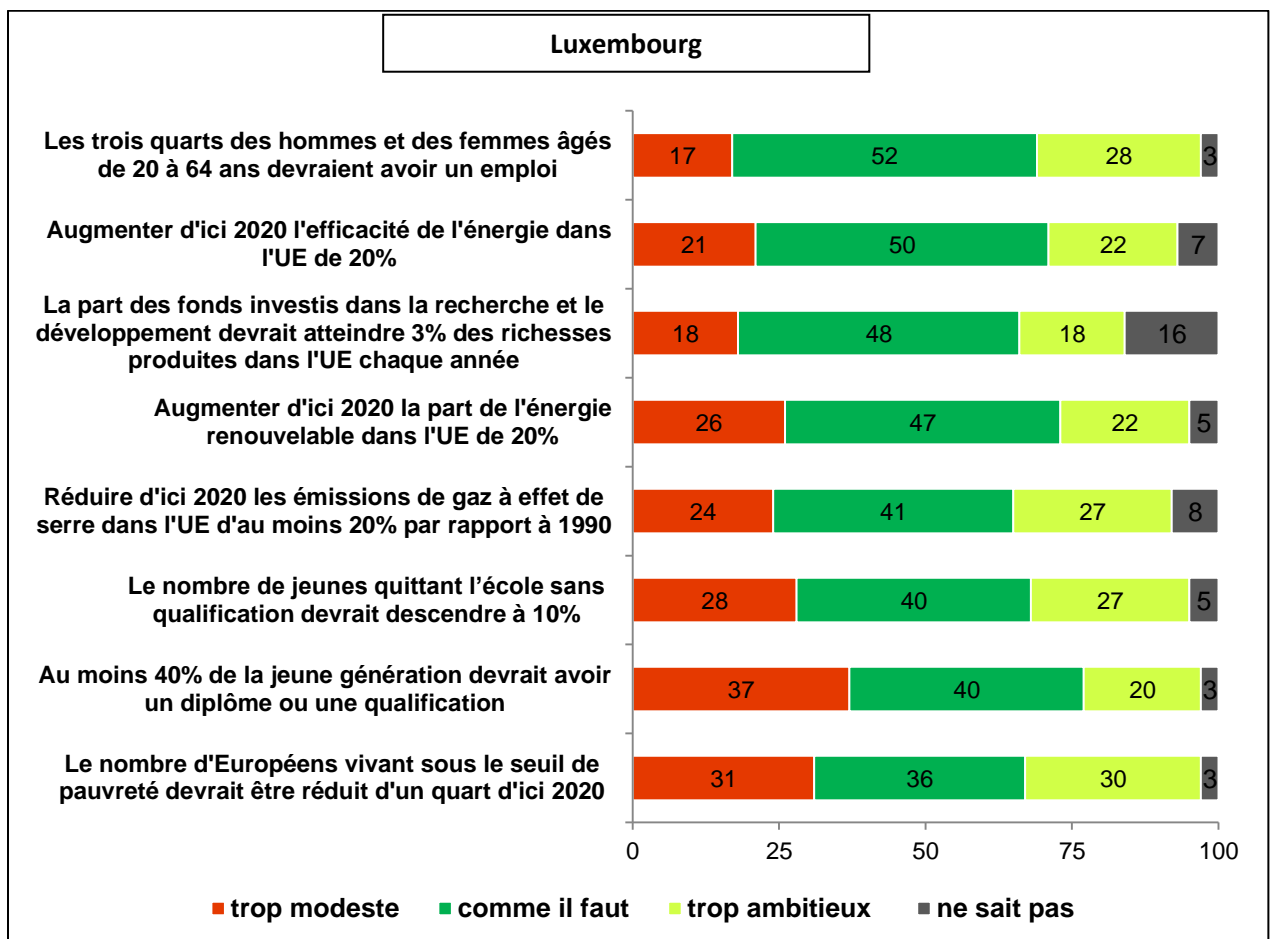
Le combat contre la pauvreté figure en tête lorsqu'on demande aux résidents du Luxembourg quelle est l'initiative européenne la plus importante avec un écart significatif de 9 points par rapport à la seconde. L'efficacité énergétique et l'émission des gaz à effet de serre viennent en deuxième lieu au même niveau que l'aide à la base industrielle pour augmenter sa compétitivité. Le souci de la qualité de l'enseignement supérieur et de la moderniser du marché sont du même ordre de grandeur quant à l'importance accordée.

Des 7 initiatives, il y en a deux qui sont sensiblement moins importantes aux yeux des citoyens au Luxembourg (sans être négligeables pour autant) : recherche & développement et innovation, ainsi que le développement de l'internet ultrarapide. A ce dernier constat, il faut noter qu'au Luxembourg le taux de pénétration d'internet et les vitesses d'accès sont dans le peloton de tête et que le plus grand développement a déjà eu lieu.

Comparant les résultats du Luxembourg à ceux de l'ensemble de l'UE, il n'y a pas de grandes différences. Le trio des priorités au niveau européen est le combat contre la pauvreté, la modernisation des marchés de l'emploi et l'efficacité énergétique.



**2. Les objectifs à atteindre**



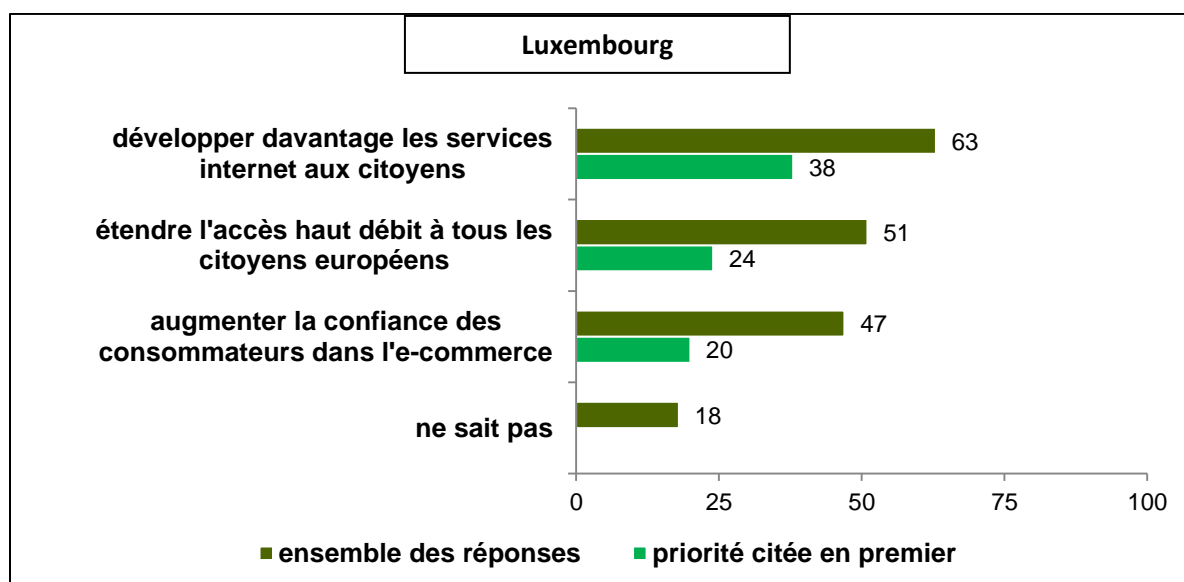
Quant aux objectifs de la stratégie EUROPE 2020 nous remarquons qu'entre 17% et 37% des citoyens sont d'avis que les objectifs formulés ne vont pas assez loin et revendiquent donc indirectement davantage d'ambition sur le plan communautaire ; 18% à 30% sont d'avis contraire et estiment que les objectifs sont trop élevés.

L'emploi, aussi bien des hommes que des femmes, est à la première place des objectifs soutenus, 52% partagent l'objectif communautaire, alors que pour 17% il est trop modeste et pour 28% trop ambitieux. Le plus grand nombre d'insatisfaits avec les objectifs européens sont observés pour les objectifs liés à la formation professionnelle et la qualification des jeunes (respectivement 28% et 37%) souhaitent revoir ces objectifs à la hausse.

Augmenter l'efficacité énergétique et la part de l'énergie renouvelable sont également partagées par le moitié des interrogés, mais il faut souligner que l'objectif affiché de 20% d'augmentation et de de parts de marché sont des objectifs trop modestes pour 21%, respectivement 26%.

Finalement 37% estiment que l'obtention par 40% des jeunes d'un diplôme ou d'une qualification est un objectif trop peu ambitieux.

### 3. La priorité de l'UE en ce qui concerne internet

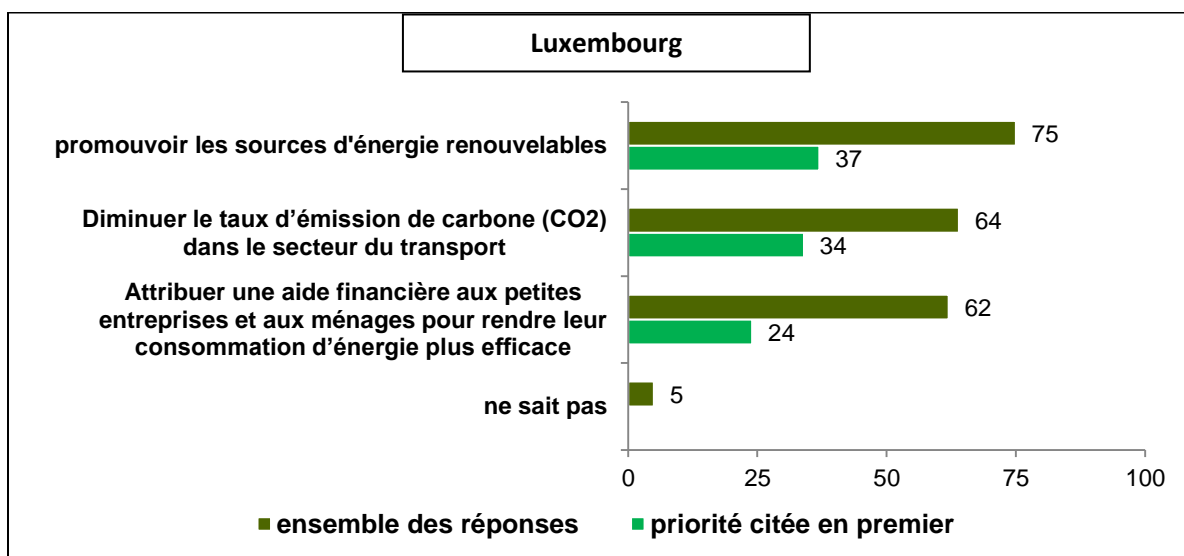


Quelles sont les priorités de développement en matière d'internet ?

Les citoyens du Luxembourg sont 63% à revendiquer le développement des services internet (p.ex. e-gouvernement, santé en ligne) aux citoyens, ce qui dépasse significativement la moyenne de l'UE qui est de 53%. L'extension de l'accès haut débit généralisé vient en second lieu (LU 51%, UE 50%). Il faut remarquer que l'augmentation de la confiance dans l'e-commerce ne vient qu'en troisième position (LU 47%, UE 50%) et que donc la question de la confiance est plutôt accessoire.

Il est intéressant de noter qu'au Luxembourg 93% des moins de 24 ans (96% des étudiants) s'expriment sur la question de la priorité de l'UE en ce qui concerne internet et seulement 68% de 55 ans et plus.

#### 4. La priorité de l'UE en ce qui concerne l'énergie



Quelles sont les priorités en ce qui concerne la problématique de l'énergie ? La promotion des énergies renouvelables est clairement la priorité en ce qui concerne l'énergie (LU 75%, UE 73%). Les générations de 25 à 54 ans sont 80% à plaider la cause des énergies renouvelables. Le taux de non-réponse est particulièrement bas avec 5% pour cette question. La diminution du CO2 et les aides financières aux PME et aux particuliers occupent la seconde et la troisième place avec des taux élevés qui approchent les deux tiers.



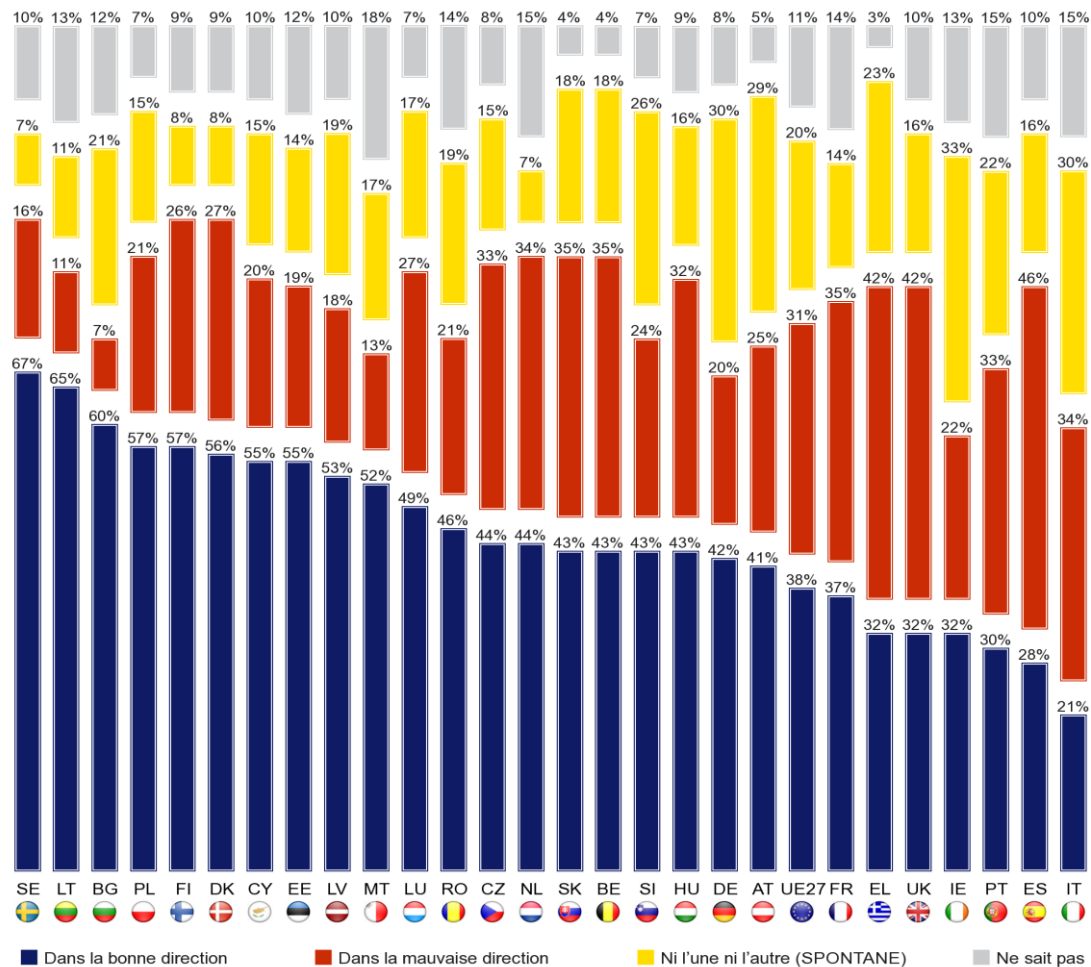
## II. L'Europe et la sortie de la crise

### 1. Direction prise par l'Union européenne

Après avoir présenté aux personnes interrogées les objectifs prioritaires et initiatives européennes dans le cadre de la stratégie EUROPE 2020, on leur a demandé si la direction pour sortir de la crise et faire face aux nouveaux défis mondiaux est la bonne ou non. Au Luxembourg près de la moitié (49%) pensent que la direction choisie est la bonne et un quart (27%) sont d'un avis contraire, le quart restant ne s'exprimant pas. Les moins de 25 ans sont les plus confiants (62%), les moins enthousiastes (32%) étant ceux qui ont le niveau de qualification le plus faible.

L'analyse par pays montre des écarts de perception très importants. La fourchette des avis positifs s'étend de 21% en Italie à 67% en Suède. Avec l'Italie, la péninsule ibérique, Espagne (28%) et Portugal (30%), les îles britanniques, Royaume Unie (32%) et Irlande (32%) et la Grèce (32%) ont les plus faibles taux positifs. Les pays scandinaves sont en tête, Suède (67%), Finlande (57%) et Danemark (56%), accompagnés de la Lettonie (65%), de la Bulgarie (60%) et de la Pologne (57%). Le Luxembourg se place ainsi au centre du rang par pays.

QB10. Après avoir entendu parler des priorités de l'UE, pensez-vous que l'UE va dans la bonne direction ou dans la mauvaise direction pour sortir de la crise et faire face aux nouveaux défis mondiaux ?



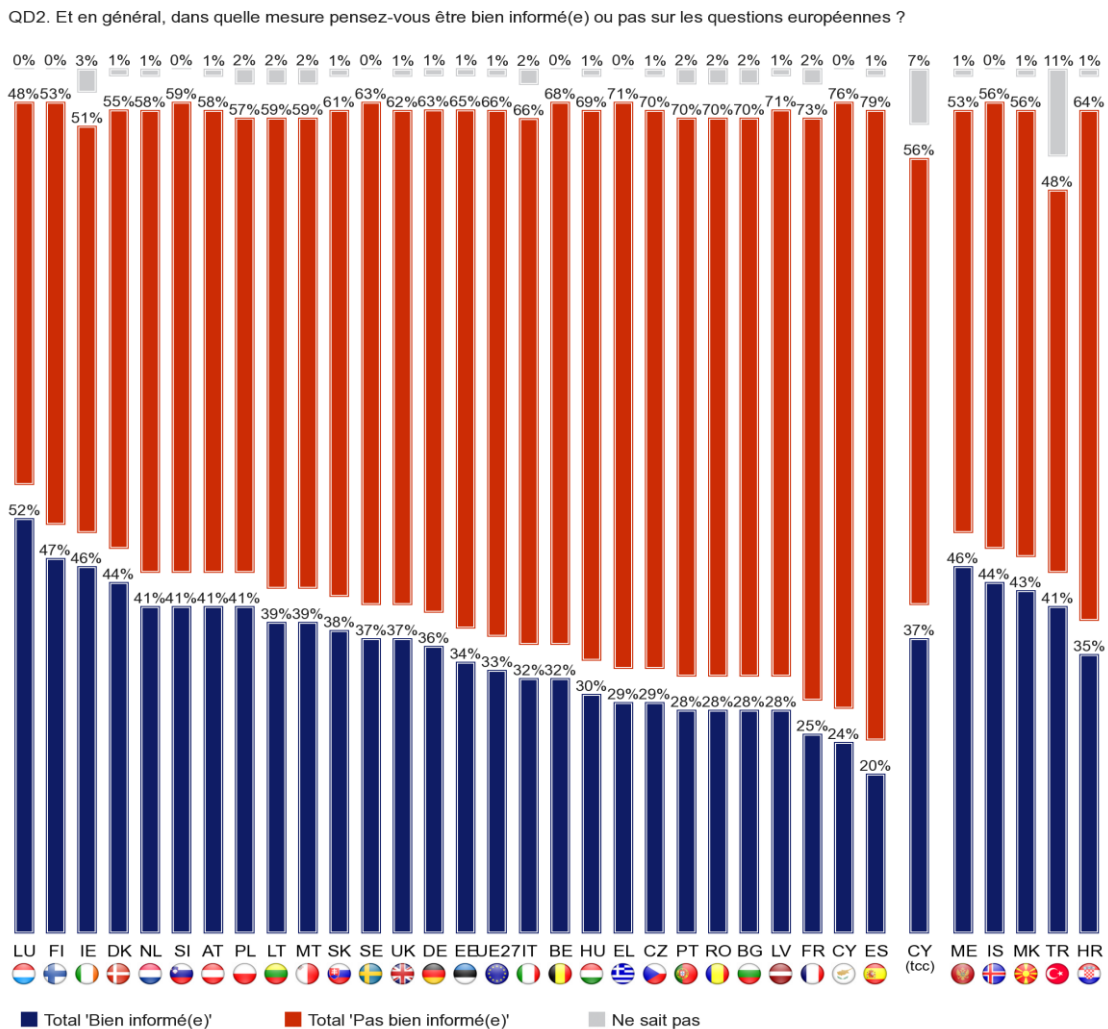
### III. Modes et degré d'information sur les questions européennes

#### 1. Degré d'information

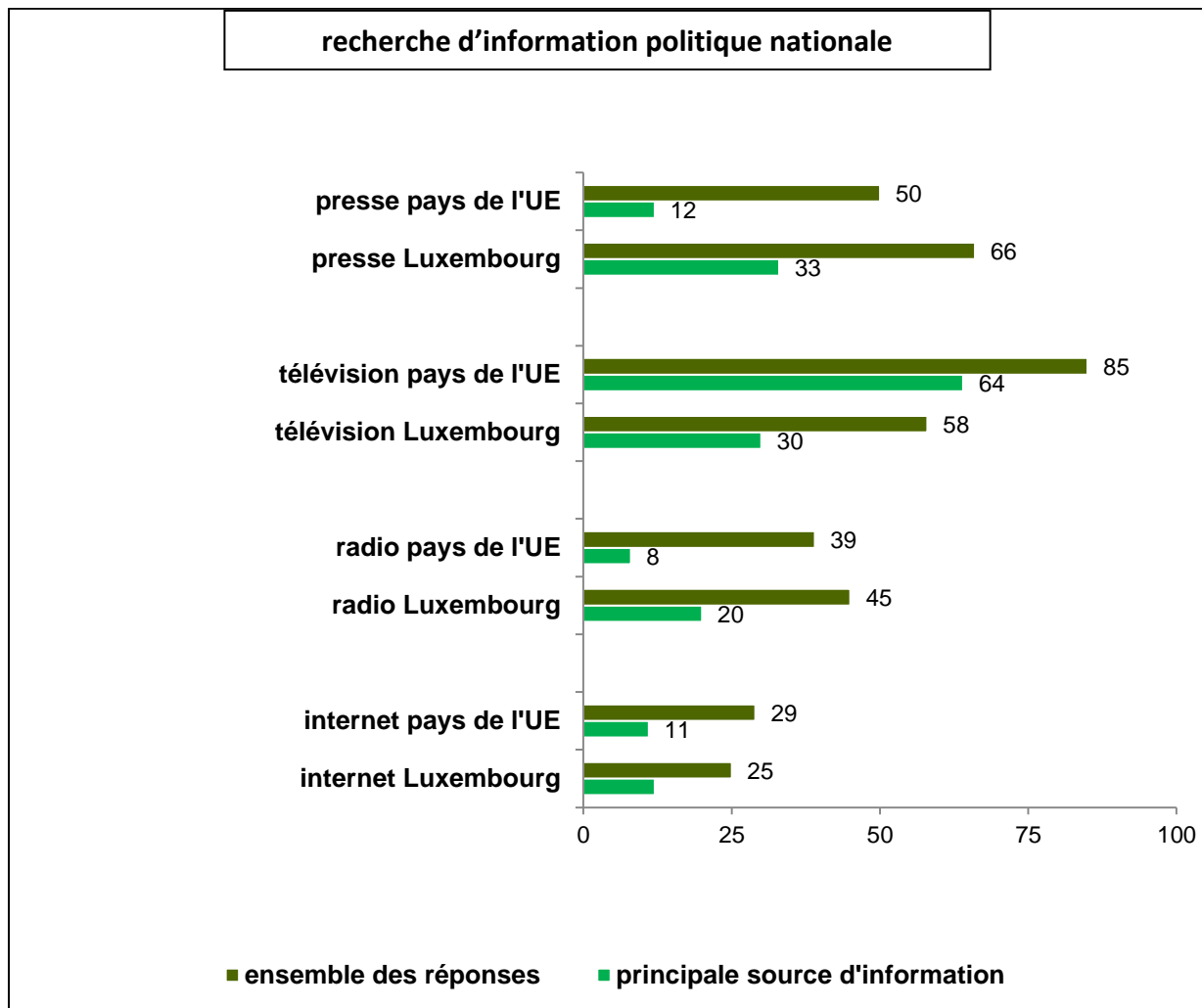
L'opinion publique au Grand-Duché du Luxembourg s'estime la mieux au courant des affaires européennes avec 52% d'opinions positives sur le sentiment d'information général au niveau du pays et 48% d'opinions négatives.

Avec ce taux le Luxembourg est le seul pays de l'UE où plus de la moitié des sondés s'estime 'bien informé' sur les affaires européennes"; pour tous les autres pays les 'pas bien informés' dominent nettement (53% à 79% selon les pays, avec 66% en valeur moyenne de l'UE).

Il est intéressant de constater que les pays candidats comme le Monténégro, l'Islande, l'Ancienne République yougoslave de Macédoine et la Turquie obtiennent des taux de 'bien informés' de 41% à 46% et dépassent ainsi nombre de pays membres actuels de l'Union européenne. Il n'y a qu'en Croatie, pays qui va vraisemblablement adhérer à l'Union en 2012 que le résultat correspond à la moyenne de l'UE.



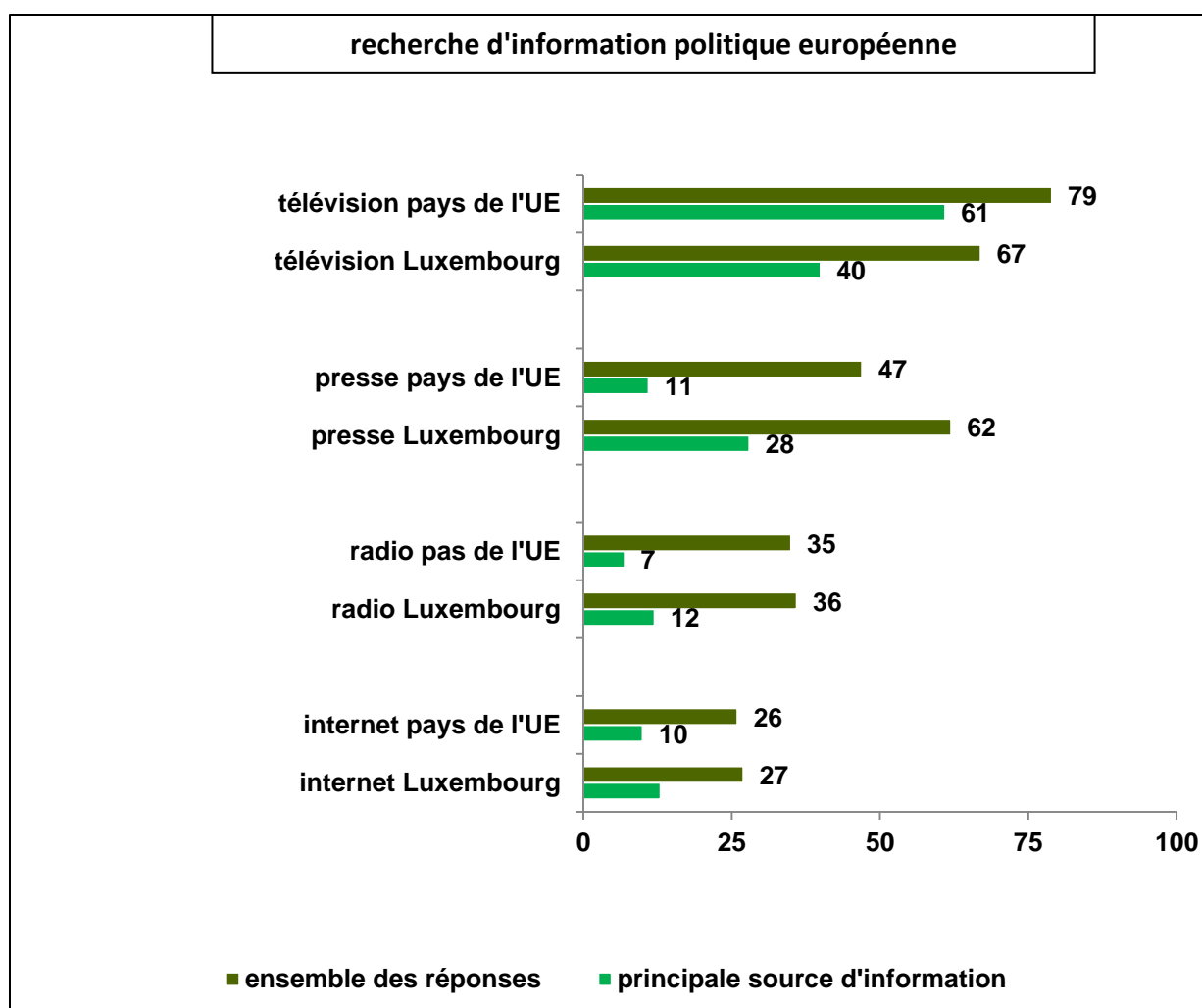
## 2. Principales sources d'information sur les affaires politiques nationales et européennes



Au Luxembourg nous observons la particularité que la presse devance la télévision en matière d'information politique nationale ; 6 quotidiens, dont 2 gratuits, paraissent au Luxembourg d'une part et de l'autre il n'existe qu'un seul journal télévisé national.

Au niveau de l'UE la télévision devance par contre très fortement la presse. Au Luxembourg, comme en moyenne dans l'Union, la radio se positionne à la troisième place, devant l'Internet qui est une source d'information pour une personne sur quatre.

En analysant de plus près le rôle d'internet au Luxembourg on constate que pour les 15-24 ans internet est la première source d'information (47%), devant la presse (44%) et la télévision (41%), la radio ne venant qu'à la quatrième place avec 32%. Un bouleversement profond des modes d'information se dessine donc.



Concernant la recherche d'information politique européenne, la télévision domine au Luxembourg comme dans l'UE en général devant la presse et la radio.

En regardant l'importance au Luxembourg de l'internet pour cette question, nous constatons le résultat par âge suivant : 15-24 ans – 46%, 25-39 ans – 35%, 40-54 ans – 27%, 55 ans et plus – 9%. Ces chiffres illustrent vivement l'importance croissante d'internet en matière d'information européenne pour les catégories d'âge plus jeunes.

### 3. La place de l'Union européenne dans les médias nationaux

La presse est perçue comme le médium qui informe le mieux sur l'Europe ; 63% affirment que l'information est à sa juste mesure (UE, 55%). Par contre un tiers des citoyens du Luxembourg revendiquent une meilleure couverture des affaires européennes à la radio et à la télévision, ils sont un quart au sein de l'ensemble de l'UE.

Une personne sur deux ne sait pas donner de réponse sur internet en matière de source d'information, c'est le reflet du degré d'utilisation de ce médium par groupe d'âge ; en effet au Luxembourg 47% des 15-24 ans trouvent suffisamment d'information européenne sur internet et seulement 30% ne savent pas donner d'avis.

