



Eurobaromètre Standard 82 Automne 2014

LES HABITUDES MÉDIATIQUES DANS L'UNION EUROPÉENNE

RAPPORT

Terrain : novembre 2014

Cette étude a été commandée et coordonnée par la Commission européenne,
Direction générale Communication.

http://ec.europa.eu/public_opinion/index_fr.htm

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

Titre du projet	Eurobaromètre Standard 82 "Les habitudes médiatiques dans l'Union européenne"
Version linguistique	FR
Numéro de catalogue	NA-04-15-163-FR-N
ISBN	978-92-79-46181-1
DOI	10.2775/24935

© Union Européenne, 2015

Eurobaromètre Standard 82
Automne 2014

**Les habitudes médiatiques
dans l'Union européenne**

Étude réalisée par TNS opinion & social à la demande de
la Commission européenne, Direction générale Communication

Étude coordonnée par la Commission européenne,
Direction générale Communication
(DG COMM Unité "Stratégie, actions de
communication corporate et Eurobaromètre")

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES.....	1
INTRODUCTION.....	2
I. HABITUDES MÉDIATIQUES ET CONFIANCE DANS LES MÉDIAS	5
1. LES HABITUDES MÉDIATIQUES.....	5
2. LA CONFIANCE DANS LES MÉDIAS.....	21
II. LE NIVEAU D'INFORMATION SUR LES AFFAIRES EUROPÉENNES	33
III. LES SOURCES D'INFORMATION POUR LES AFFAIRES POLITIQUES NATIONALES ET EUROPÉENNES.....	42
1. LES AFFAIRES POLITIQUES NATIONALES	42
2. LES AFFAIRES POLITIQUES EUROPÉENNES	47
3. LA RECHERCHE ACTIVE D'INFORMATIONS SUR L'UNION EUROPÉENNE	51
4. LE TRAITEMENT DE L'UNION EUROPÉENNE PAR LES MÉDIAS	56
IV. LES RÉSEAUX SOCIAUX	74

ANNEXES

Spécifications techniques

INTRODUCTION

L'enquête Eurobaromètre Standard 82 a été conduite entre le 8 et le 17 novembre 2014¹ dans 35 pays ou territoires : les 28 Etats membres de l'Union européenne, les six pays candidats (l'ancienne République yougoslave de Macédoine, la Turquie, l'Islande, le Monténégro, la Serbie et l'Albanie²), ainsi qu'auprès de la communauté chypriote turque dans la partie du pays qui n'est pas contrôlée par le gouvernement de la République de Chypre.

Ce volume de l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2014 (EB82) analyse les habitudes médiatiques des Européens et leur rapport à l'information sur l'Union européenne, ainsi que leurs évolutions par rapport à l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2013 (EB80).

La précédente enquête (EB80) avait montré une stabilisation de la confiance accordée aux médias, après qu'elle se soit dégradée dans l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2012 (EB78). On observait également une utilisation croissante d'Internet, notamment pour s'informer sur les affaires politiques nationales et européennes, et une confirmation de la reconnaissance par une majorité d'Européens de l'utilité des réseaux sociaux, mais aussi de leurs limites. Le sentiment d'être mal informé sur l'Union européenne continuait à être partagé par une forte majorité de la population européenne.

Le présent rapport va analyser :

- Les habitudes médiatiques des Européens et la confiance accordée aux médias ;
- Le niveau d'information sur l'Union européenne ;
- Les sources d'information privilégiées sur les affaires politiques nationales et européennes ;
- La perception du traitement dont fait l'objet l'Union européenne dans les médias, en termes de quantité et d'objectivité de l'information ;
- Les opinions à l'égard des réseaux sociaux.

¹ Veuillez consulter les spécifications techniques pour connaître les dates exactes des entretiens dans chaque pays.

² C'est le premier Eurobaromètre Standard depuis l'obtention par l'Albanie du statut de pays candidat à l'adhésion à l'UE, à l'occasion du Conseil européen des 26 et 27 juin 2014.

Le rapport complet de l'enquête Eurobaromètre Standard 82 est composé de plusieurs volumes. Le premier volume présente l'état de l'opinion publique dans l'Union européenne. Trois autres volumes présentent l'opinion des Européens sur d'autres thèmes : la stratégie Europe 2020 ; la citoyenneté européenne ; et le présent volume, consacré aux habitudes médiatiques dans l'Union européenne.

L'analyse générale ainsi que les analyses sociodémographiques se basent sur les résultats au niveau de la moyenne des 28 Etats membres. Cette moyenne est pondérée afin de refléter la population de chacun des Etats membres. Les moyennes pour les années précédentes représentent les résultats obtenus dans tous les Etats membres de l'Union européenne telle qu'elle était composée au moment où l'étude a été menée. La plupart des questions traitées dans ce volume ont été posées uniquement dans les 28 Etats membres de l'UE. Certaines ont également été posées dans les pays candidats à l'adhésion à l'Union européenne et dans la communauté chypriote turque.

La méthodologie utilisée est celle des sondages Eurobaromètre de la Direction générale Communication (Unité « Stratégie, actions de communication corporate et Eurobaromètre »)³. Une note technique sur la manière de mener les interviews par les instituts du réseau de TNS opinion & social est annexée à ce rapport. Cette note indique également les intervalles de confiance⁴, qui permettent d'évaluer la précision des résultats d'un sondage, en fonction de la taille de l'échantillon interrogé par rapport à la taille totale de la population étudiée.

Les abréviations utilisées dans ce rapport et leurs correspondances sont les suivantes :

ABRÉVIATIONS			
BE	Belgique	LV	Lettonie
CZ	République tchèque	LU	Luxembourg
BG	Bulgarie	HU	Hongrie
DK	Danemark	MT	Malte
DE	Allemagne	NL	Pays-Bas
EE	Estonie	AT	Autriche
EL	Grèce	PL	Pologne
ES	Espagne	PT	Portugal
FR	France	RO	Roumanie
HR	Croatie	SI	Slovénie
IE	Irlande	SK	Slovaquie
IT	Italie	FI	Finlande
CY	République de Chypre*	SE	Suède
LT	Lituanie	UK	Royaume-Uni
CY (tcc)	Communauté chypriote turque		
TR	Turquie	ME	Monténégro
MK	Ancienne République yougoslave de Macédoine **	RS	Serbie
IS	Islande	AL	Albanie
UE28	Union européenne – moyenne pondérée pour les 28 Etats membres		
Zone euro	BE, FR, IT, LU, DE, AT, ES, PT, IE, NL, FI, EL, EE, SI, CY, MT, SK, LV	Hors zone euro	BG, CZ, DK, HR, LT, HU, PL, RO, SE, UK

* Chypre dans son ensemble est l'un des 28 Etats membres de l'Union européenne. Toutefois, l'« acquis communautaire » est suspendu dans la partie du pays qui n'est pas contrôlée par le Gouvernement de la République de Chypre. Pour des raisons pratiques, seuls les entretiens réalisés dans la partie du pays contrôlée par le Gouvernement de la République de Chypre sont repris dans la catégorie « CY » et compris dans la moyenne de l'UE28. Les entretiens réalisés dans la partie du pays non contrôlée par le Gouvernement de la République de Chypre sont repris dans la catégorie « CY(tcc) » [tcc : communauté chypriote turque]

** Abréviation provisoire ne préjugant pas de la nomenclature définitive de ce pays qui sera convenue après la conclusion de négociations actuellement en cours aux Nations unies

*** La Lituanie ne faisait pas encore partie de la zone euro au moment de la réalisation de l'enquête

* * * * *

*Nous tenons à remercier toutes les personnes interrogées à travers l'Europe
qui ont pris le temps de participer à ce sondage.*

Sans leur participation active, cette enquête n'aurait pas été possible.

³ http://ec.europa.eu/public_opinion/index_fr.htm

⁴ Les tableaux de résultats sont joints en annexe. Il convient de noter que le total des pourcentages indiqué dans les tableaux de ce rapport peut dépasser 100% dans les cas où les personnes interrogées avaient la possibilité de choisir plusieurs réponses à une question.

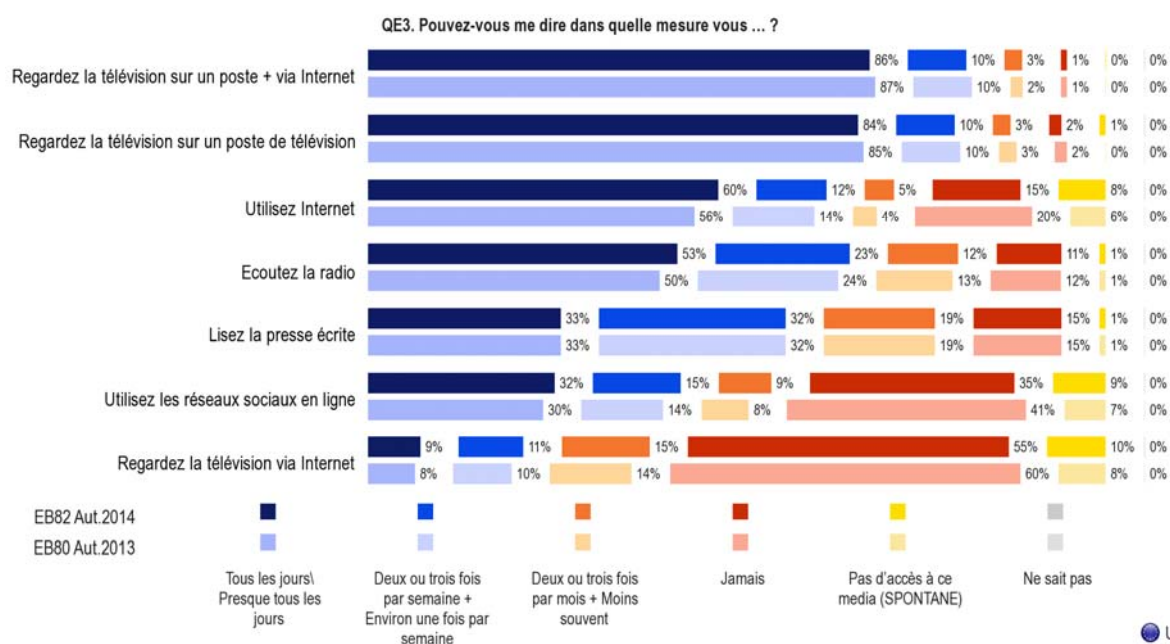
I. HABITUDES MÉDIATIQUES ET CONFIANCE DANS LES MÉDIAS

– La télévision reste le média privilégié des Européens. L'utilisation d'Internet et des réseaux sociaux continue de progresser –

1. LES HABITUDES MÉDIATIQUES

La télévision (regardée sur un poste de télévision ou sur Internet) est le média privilégié par les Européens : 86% disent la regarder tous les jours ou presque (soit une baisse d'un point de pourcentage par rapport à l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2013, EB80)⁵. Plus de neuf Européens sur dix disent la regarder au moins une fois par semaine (96%, -1).

Les Européens regardent la télévision avant tout sur un poste de télévision (94% au moins une fois par semaine, -1 point de pourcentage). Bien que beaucoup moins répandue, l'écoute de la télévision sur Internet continue de progresser : 20% des Européens regardent la télévision sur ce support au moins une fois par semaine (+2 par rapport à l'automne 2013 et +3 par rapport à l'EB78 de l'automne 2012).



Si une très nette majorité d'Européens dit regarder la télévision tous les jours ou presque, quels que soient leur sexe, leur âge, leur niveau d'éducation ou leur catégorie socioprofessionnelle, l'analyse sociodémographique fait apparaître quelques nuances selon le support sur lequel la télévision est regardée.

⁵ QE3. Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous ... ?

Ainsi, s'agissant de **l'écoute quotidienne ou quasi quotidienne de télévision sur un poste de télévision** :

- Elle est légèrement plus marquée chez les femmes (86%) que chez les hommes (83%) ;
- Elle croît avec l'âge : 72% chez les 15-24 ans, 78% chez les 25-39 ans, 83% chez les 40-54 ans et 93% chez les 55 ans et plus ;
- Elle est plus forte chez les Européens ayant arrêté leurs études à 15 ans ou plus tôt (94%), que chez ceux ayant continué leurs études jusqu'à 20 ans ou plus tard (79%) ;
- Elle est légèrement plus marquée chez les retraités (94%), les personnes au foyer (91%), les chômeurs (85%), les ouvriers (84%) et les employés (83%), que chez les travailleurs indépendants (79%) et les cadres (76%). Mais ce sont les étudiants qui disent le moins la regarder (70%) ;
- L'écoute quotidienne ou quasi-quotidienne de la télévision ne varie pas selon la situation financière du ménage (85% des Européens disant avoir le plus souvent des difficultés à payer leurs factures la regardent tous les jours ou presque, pour 84% de ceux disant n'avoir pratiquement jamais de difficultés à les payer) ;
- On note cependant une légère nuance en fonction de la classe sociale subjective d'appartenance : si 89% des Européens disant appartenir à la classe ouvrière regardent la télévision tous les jours ou presque, cette proportion est de 84% parmi les Européens disant se situer dans la classe moyenne inférieure, de 83% dans la classe moyenne, de 76% dans la classe moyenne supérieure et de 77% dans la classe supérieure.

QE3.1 Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous ... ?

Regardez la télévision sur un poste de télévision






	Tous les jours/ Presque tous les jours	Deux ou trois fois par semaine + Environ une fois par semaine	Deux ou trois fois par mois + Moins souvent	Jamais	Pas d'accès à ce média (SPONTANE)	Ne sait pas	Au moins une fois par semaine
UE28	84%	10%	3%	2%	1%	0%	94%
Sexe							
Homme	83%	11%	3%	2%	1%	0%	94%
Femme	86%	10%	1%	2%	1%	0%	96%
Age							
15-24	72%	18%	5%	4%	1%	0%	90%
25-39	78%	14%	4%	3%	1%	0%	92%
40-54	83%	11%	3%	2%	1%	0%	94%
55 +	93%	5%	1%	1%	0%	0%	98%
Age de fin d'études							
15-	94%	4%	1%	1%	0%	0%	98%
16-19	87%	9%	2%	1%	1%	0%	96%
20+	79%	14%	3%	3%	1%	0%	93%
Toujours étudiant	70%	18%	7%	5%	0%	0%	88%
Catégorie socioprofessionnelle							
Indépendants	79%	13%	3%	4%	1%	0%	92%
Cadres	76%	16%	4%	3%	1%	0%	92%
Autres employés	83%	12%	3%	1%	1%	0%	95%
Ouvriers	84%	11%	3%	2%	0%	0%	95%
Hommes/ femmes au foyer	91%	5%	2%	1%	1%	0%	96%
Chômeurs	85%	10%	2%	2%	1%	0%	95%
Retraités	94%	4%	1%	1%	0%	0%	98%
Etudiants	70%	18%	7%	5%	0%	0%	88%
Difficultés à payer ses factures							
La plupart du temps	85%	9%	4%	2%	0%	0%	94%
De temps en temps	84%	10%	3%	2%	1%	0%	94%
Pratiquement jamais/ Jamais	84%	11%	3%	2%	0%	0%	95%
Considère appartenir à							
La classe ouvrière	89%	8%	1%	2%	0%	0%	97%
La classe moyenne inférieure	84%	11%	3%	2%	0%	0%	95%
La classe moyenne	83%	11%	3%	2%	1%	0%	94%
La classe moyenne supérieure	76%	18%	3%	3%	0%	0%	94%
La classe supérieure	77%	13%	6%	1%	3%	0%	90%

S'agissant de **l'écoute de la télévision via Internet au moins une fois par semaine**, les variations entre catégories sont un peu plus marquées :

- Elle est plus importante chez les hommes (22%) que chez les femmes (17%) ;
- Les Européens âgés de 15 à 24 ans sont les plus nombreux à regarder la télévision sur Internet : 40% le font au moins une fois par semaine. L'écoute de la télévision par Internet décroît ensuite graduellement lorsque l'âge augmente : 26% des 25-39 ans, 18% des 40-54 ans, et 8% des 55 ans et plus regardent la télévision sur Internet au moins une fois par semaine ;
- Ces différences se retrouvent selon les générations : plus d'un tiers des personnes interrogées appartenant à la génération « Y » (34% des Européens nés après 1980) disent regarder la télévision sur Internet au moins une fois par semaine, pour moins d'un quart au sein de la génération « X » (22% des Européens nés entre 1965 et 1980), 11% au sein de la génération des baby-boomers (nés entre 1946 et 1964) et 5% au sein de la génération née avant 1946 ;
- L'écoute de la télévision sur Internet est nettement plus forte chez les Européens ayant continué leurs études jusqu'à 20 ans ou plus tard (26%, pour 5% de ceux ayant arrêté leurs études à 15 ans ou plus tôt) ;
- Elle est plus marquée chez les cadres (32%), que chez les travailleurs indépendants (23%), employés (21%), ouvriers (20%) et chômeurs (19%). Mais les étudiants sont ceux disant le plus regarder la télévision par Internet au moins une fois par semaine (40%) ;
- Les Européens disant n'avoir pratiquement jamais de difficultés à payer leurs factures disent également un peu plus regarder la télévision via Internet (20%) que ceux disant le plus souvent avoir des difficultés (14%).

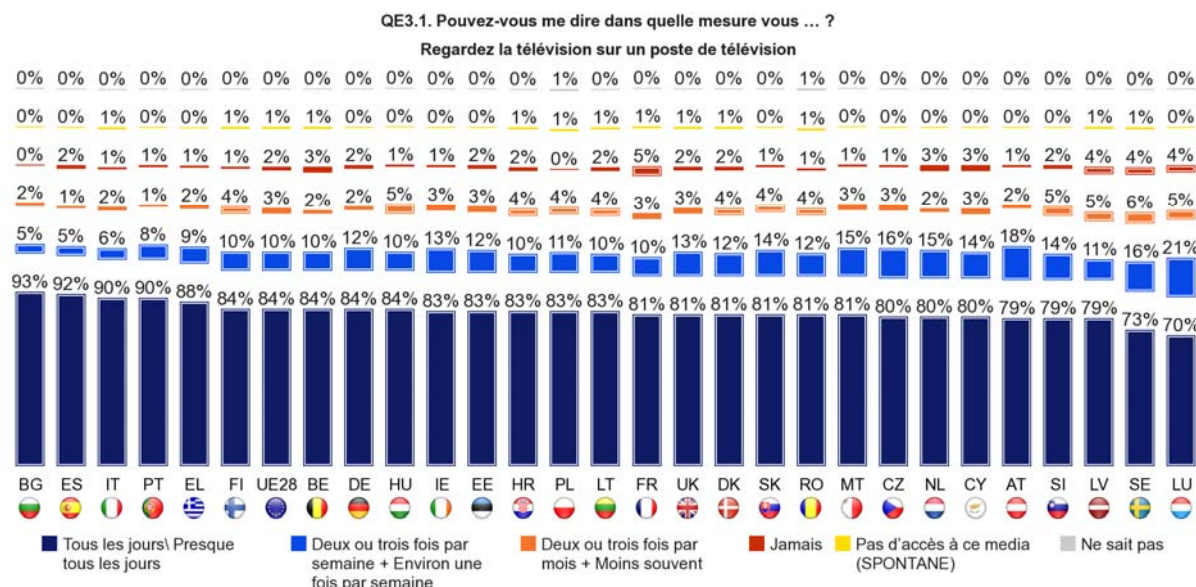
QE3.2 Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous ... ?

Regardez la télévision via Internet

	Tous les jours/ Presque tous les jours	Deux ou trois fois par semaine + Environ une fois par semaine	Deux ou trois fois par mois + Moins souvent	Jamais	Pas d'accès à ce média (SPONTANÉ)	Ne sait pas	Au moins une fois par semaine
UE28	9%	11%	15%	55%	10%	0%	20%
 Sexe							
Homme	10%	12%	17%	53%	8%	0%	22%
Femme	7%	10%	13%	58%	12%	0%	17%
 Age							
15-24	16%	24%	19%	38%	3%	0%	40%
25-39	12%	14%	21%	49%	3%	1%	26%
40-54	8%	10%	18%	58%	6%	0%	18%
55 +	4%	4%	8%	64%	20%	0%	8%
Génération							
Avant 1928	1%	1%	0%	59%	38%	1%	2%
1928 - 1945	3%	3%	4%	64%	26%	0%	6%
Total 'Avant 1946'	3%	2%	4%	64%	27%	0%	5%
1946 - 1964 "BB"	5%	6%	12%	64%	13%	0%	11%
1965 - 1980 "X"	10%	12%	19%	54%	4%	1%	22%
Après 1980 "Y"	15%	19%	20%	43%	3%	0%	34%
 Age de fin d'études							
15-	3%	2%	5%	65%	25%	0%	5%
16-19	7%	9%	14%	61%	9%	0%	16%
20+	11%	15%	21%	49%	4%	0%	26%
Toujours étudiant	17%	23%	21%	36%	3%	0%	40%
 Catégorie socioprofessionnelle							
Indépendants	10%	13%	20%	53%	4%	0%	23%
Cadres	12%	20%	24%	42%	2%	0%	32%
Autres employés	10%	11%	23%	51%	4%	1%	21%
Ouvriers	8%	12%	14%	59%	6%	1%	20%
Hommes/femmes au foyer	7%	7%	9%	62%	14%	1%	14%
Chômeurs	10%	9%	15%	57%	8%	1%	19%
Retraités	3%	4%	7%	64%	22%	0%	7%
Etudiants	17%	23%	21%	36%	3%	0%	40%
 Difficultés à payer ses factures							
La plupart du temps	8%	6%	10%	61%	15%	0%	14%
De temps en temps	9%	10%	15%	55%	10%	1%	19%
Pratiquement jamais/ Jamais	8%	12%	16%	55%	9%	0%	20%

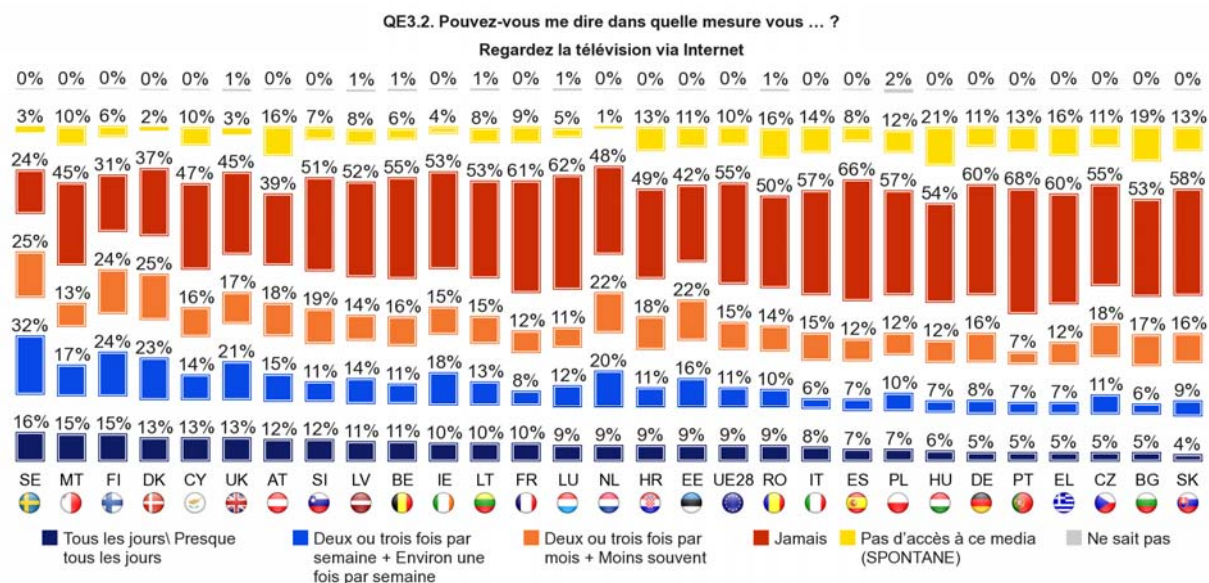
La part des personnes interrogées disant regarder la télévision *sur un poste de télévision* tous les jours ou presque est très élevée dans l'ensemble des Etats membres, mais elle varie de 70% au Luxembourg à 93% en Bulgarie.

Elle enregistre des reculs notables dans plusieurs pays par rapport à l'automne 2013 : en Croatie (83%, -8 points de pourcentage), en Roumanie (81%, -8), au Luxembourg (70%, -7), en Autriche (79%, -7) et à Malte (81%, -7).



L'écoute de la télévision *via Internet* est particulièrement forte en Suède (48% disent la regarder au moins une fois par semaine) et en Finlande (39%), mais plus en retrait en Bulgarie (11%), en Grèce (12%) et au Portugal (12%).

Elle progresse par rapport à l'automne 2013 en Autriche (27%, +12 points de pourcentage), en Croatie (20%, +11), en Slovaquie (23%, +8), à Malte (32%, +7) et au Royaume-Uni (34%, +7).



La radio est le deuxième média le plus utilisé par les Européens : 76% l'écoutent au moins une fois par semaine (+2 points de pourcentage) et, parmi eux, 53% l'écoutent tous les jours ou presque (+3). L'écoute de la radio est donc en légère progression par rapport à l'automne 2013, après avoir légèrement reculé entre l'automne 2012 et l'automne 2013.

L'analyse sociodémographique fait apparaître des différences de pratiques en fonction des catégories :

- Les hommes disent un peu plus que les femmes écouter la radio tous les jours ou presque (55% pour 52%) ;
- Les variations sont plus nettes en fonction de l'âge : seulement 38% des 15-24 ans disent écouter la radio tous les jours ou presque, pour 52% des 25-39 ans, 59% des 40-54 ans et 56% chez les 55 ans et plus ;
- Les Européens ayant continué leurs études jusqu'à 20 ans ou plus tard disent davantage écouter la radio au quotidien (61%) que les Européens ayant arrêté leurs études à 15 ans ou plus tôt (46%) ;
- La radio est plus écoutée par les cadres (67%) et les travailleurs indépendants (64%) que par les employés (58%) et les ouvriers (53%), plus encore que les personnes au foyer (42%) et les chômeurs (42%) ;
- L'écoute quotidienne de la radio apparaît enfin plus fréquente chez les Européens disant se situer dans la classe moyenne supérieure (65%), que dans la classe moyenne (57%), la classe moyenne inférieure (55%) ou la classe ouvrière (47%). Elle est de 59% dans la classe supérieure.

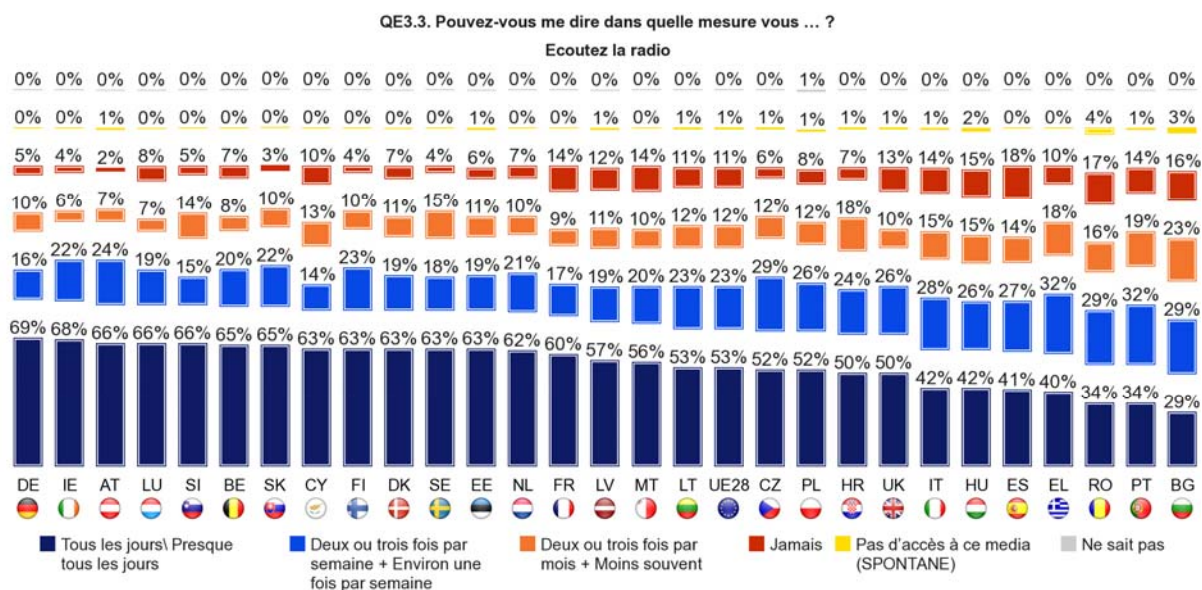
QE3.3 Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous ... ?

Ecoutez la radio

	Tous les jours/ Presque tous les jours	Deux ou trois fois par semaine + Environ une fois par semaine	Deux ou trois fois par mois + Moins souvent	Jamais	Pas d'accès à ce média (SPONTANÉ)	Ne sait pas	Au moins une fois par semaine
UE28	53%	23%	12%	11%	1%	0%	76%
Sexe							
Homme	55%	23%	12%	10%	0%	0%	78%
Femme	52%	23%	12%	12%	1%	0%	75%
Age							
15-24	38%	31%	17%	14%	0%	0%	69%
25-39	52%	26%	13%	9%	0%	0%	78%
40-54	59%	21%	12%	8%	0%	0%	80%
55 +	56%	20%	10%	13%	1%	0%	76%
Age de fin d'études							
15-	46%	22%	12%	18%	2%	0%	68%
16-19	55%	24%	12%	9%	0%	0%	79%
20+	61%	21%	11%	7%	0%	0%	82%
Toujours étudiant	37%	30%	18%	15%	0%	0%	67%
Catégorie socioprofessionnelle							
Indépendants	64%	18%	11%	6%	1%	0%	82%
Cadres	67%	20%	9%	4%	0%	0%	87%
Autres employés	58%	25%	11%	6%	0%	0%	83%
Ouvriers	53%	25%	11%	10%	1%	0%	78%
Hommes/femmes au foyer	42%	27%	14%	16%	1%	0%	69%
Chômeurs	42%	27%	17%	14%	0%	0%	69%
Retraités	55%	19%	10%	14%	2%	0%	74%
Etudiants	37%	30%	18%	15%	0%	0%	67%
Considère appartenir à							
La classe ouvrière	47%	24%	13%	15%	1%	0%	71%
La classe moyenne inférieure	55%	23%	11%	10%	1%	0%	78%
La classe moyenne	57%	23%	12%	8%	0%	0%	80%
La classe moyenne supérieure	65%	19%	10%	6%	0%	0%	84%
La classe supérieure	59%	27%	9%	5%	0%	0%	86%

L'analyse nationale montre que l'écoute de la radio varie sensiblement selon les Etats membres. Deux-tiers ou plus des personnes interrogées disent l'écouter tous les jours ou presque en Allemagne (69%), en Irlande (68%), au Luxembourg (66%), en Autriche (66%) et en Slovénie (66%). Cette pratique est nettement moins répandue en Bulgarie (29%) – pays dans lequel l'écoute de la télévision est le plus répandu –, en Roumanie (34%) et au Portugal (34%).

L'écoute quotidienne ou quasi quotidienne de la radio progresse par rapport à l'automne 2013 en Pologne (52%, +10 points de pourcentage), à Chypre (63%, +9), en Espagne (41%, +8), en Slovénie (66%, +7), en Italie (42%, +7) et en Bulgarie (29%, +7). À l'inverse, elle recule le plus fortement au Danemark (63%, -6).



Près des deux-tiers des Européens disent lire **la presse écrite** au moins une fois par semaine (65%, sans changement depuis l'automne 2013). Après avoir reculé entre l'automne 2012 et l'automne 2013 (-6 points de pourcentage), cette proportion se stabilise. Un tiers des Européens dit lire la presse tous les jours ou presque, une proportion stable elle aussi (33%, =).

L'analyse par critères sociodémographiques montre que :

- Les hommes disent davantage lire la presse écrite au moins une fois par semaine que les femmes (69% pour 62%) ;
- La lecture de la presse écrite est aussi beaucoup répandue chez les Européens âgés de 55 ans et plus (70%) que chez les 15-24 ans (51%) ;
- Elle est nettement plus marquée chez les Européens ayant continué leurs études jusqu'à 20 ans ou plus tard (73%, pour 58% chez ceux ayant arrêté leurs études à 15 ans ou plus tôt) ;
- Les cadres disent un peu plus lire la presse écrite (78% au moins une fois par semaine) que les employés (69%), les ouvriers (63%) et surtout les chômeurs (52%) et les personnes au foyer (49%) ;
- L'écart de pratique est important en fonction de la classe sociale subjective des personnes interrogées : 83% des Européens estimant appartenir à la classe moyenne supérieure disent lire la presse écrite au moins une fois par semaine, pour 70% de ceux qui pensent appartenir à la classe moyenne, 64% à la classe moyenne inférieure, et 56% à la classe ouvrière. Cette proportion est de 78% pour les Européens qui estiment faire partie de la classe supérieure.

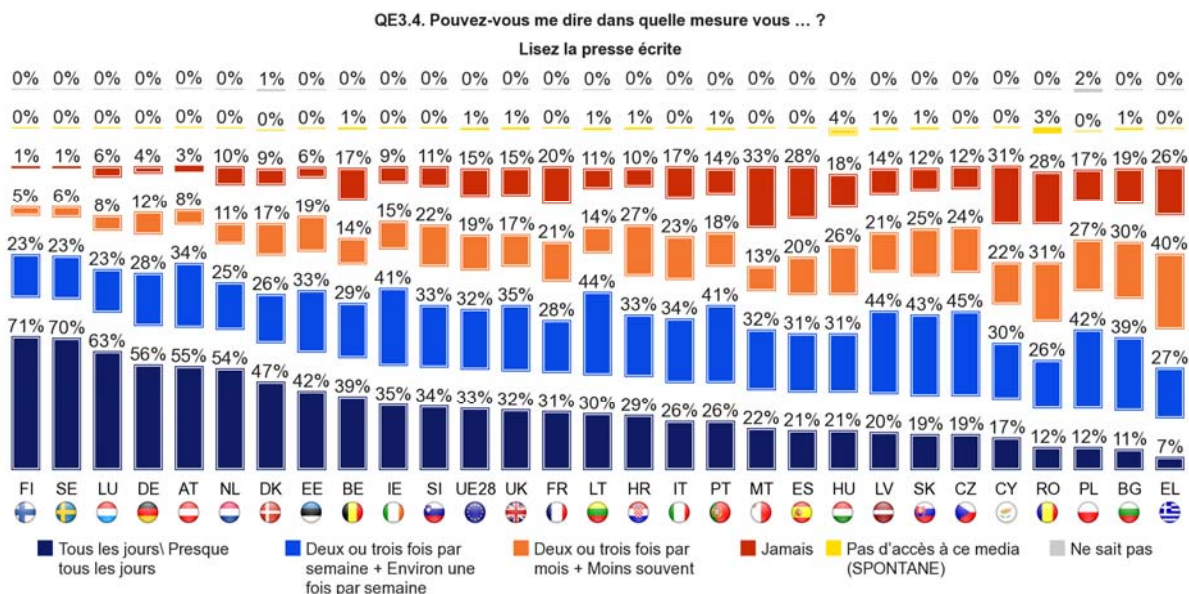
QE3.4 Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous ... ?

Lisez la presse écrite

	Tous les jours/ Presque tous les jours	Deux ou trois fois par semaine + Environ une fois par semaine	Deux ou trois fois par mois + Moins souvent	Jamais	Pas d'accès à ce média (SPONTANÉ)	Ne sait pas	Au moins une fois par semaine
UE28	33%	32%	19%	15%	1%	0%	65%
Sexe							
Homme	36%	33%	17%	14%	0%	0%	69%
Femme	30%	32%	21%	16%	1%	0%	62%
Age							
15-24	15%	36%	28%	21%	0%	0%	51%
25-39	23%	39%	24%	14%	0%	0%	62%
40-54	35%	33%	19%	12%	1%	0%	68%
55 +	44%	26%	13%	16%	1%	0%	70%
Age de fin d'études							
15-	33%	25%	17%	24%	1%	0%	58%
16-19	32%	34%	20%	14%	0%	0%	66%
20+	40%	33%	17%	10%	0%	0%	73%
Toujours étudiant	17%	35%	29%	19%	0%	0%	52%
Catégorie socioprofessionnelle							
Indépendants	40%	34%	17%	8%	1%	0%	74%
Cadres	44%	34%	15%	7%	0%	0%	78%
Autres employés	30%	39%	22%	9%	0%	0%	69%
Ouvriers	27%	36%	20%	16%	0%	1%	63%
Hommes/femmes au foyer	22%	27%	24%	26%	1%	0%	49%
Chômeurs	19%	33%	27%	21%	0%	0%	52%
Retraités	44%	25%	14%	16%	1%	0%	69%
Etudiants	17%	35%	29%	19%	0%	0%	52%
Considère appartenir à							
La classe ouvrière	25%	31%	21%	22%	1%	0%	56%
La classe moyenne inférieure	30%	34%	21%	15%	0%	0%	64%
La classe moyenne	38%	32%	19%	11%	0%	0%	70%
La classe moyenne supérieure	53%	30%	11%	6%	0%	0%	83%
La classe supérieure	44%	34%	13%	9%	0%	0%	78%

L'analyse nationale démontre de fortes différences entre pays : en Finlande (94%) et en Suède (93%), plus de neuf personnes interrogées sur dix lisent la presse écrite au moins une fois par semaine. A l'inverse, cette pratique est moins fréquente en Grèce (34%) et en Roumanie (38%).

En termes d'évolutions par rapport à l'automne 2013, on note que la lecture de la presse écrite progresse en Croatie (62% au moins une fois par semaine, +7 points de pourcentage), mais recule au Royaume-Uni (67%, -9), en Hongrie (52%, -9) et en Slovaquie (62%, -8).



Plus de sept Européens sur dix disent désormais utiliser **Internet** au moins une fois par semaine (72%). Cette proportion est en hausse de deux points de pourcentage par rapport à l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2013 (EB80) et de huit points par rapport à l'automne 2011 (EB76). La progression est un peu plus marquée pour l'utilisation quotidienne ou quasi-quotidienne d'Internet (60%, +4 points de pourcentage par rapport à l'automne 2013 et +12 par rapport à l'automne 2011). La part d'Européens disant ne jamais utiliser Internet recule (15%, -5).

L'analyse par critères sociodémographiques montre que l'utilisation quotidienne ou quasi-quotidienne d'Internet :






























- Est plus marquée chez les hommes (65%) que chez les femmes (56%) ;
- Varie très fortement en fonction de l'âge : 92% des Européens âgés de 15 à 24 ans utilisent Internet quotidiennement (ou quasi-quotidiennement), pour 80% des 25-39 ans et 65% des 40-54 ans. L'utilisation quotidienne d'Internet est moins répandue chez les 55 ans et plus (31%) ;
- Est très fortement corrélée à l'appartenance générationnelle : 87% des Européens appartenant à la génération « Y » disent utiliser Internet tous les jours ou presque, pour 72% de la génération « X », 44% des baby-boomers et 19% des Européens nés avant 1946 ;
- On note également d'importantes variations en fonction du niveau d'éducation des personnes interrogées : l'utilisation quotidienne ou quasi-quotidienne d'Internet est nettement plus fréquente chez les Européens ayant continué leurs études jusqu'à 20 ans ou plus tard (80%), que chez ceux ayant arrêté leurs études à 15 ans ou plus tôt (22%) ;

- Les cadres (86%) utilisent un peu plus Internet de manière quotidienne ou quasi-quotidienne que les employés (78%) et les travailleurs indépendants (74%), devant les chômeurs (64%), les ouvriers (61%) et les personnes au foyer (43%) ;
- L'utilisation d'Internet est également plus répandue chez les Européens disant appartenir à la classe moyenne supérieure (84% pour la réponse tous les jours ou presque), que chez ceux qui se placent dans la classe moyenne (67%), la classe moyenne inférieure (61%) ou la classe ouvrière (44%). Un peu moins des deux-tiers des Européens qui estiment faire partie de la classe supérieure disent utiliser Internet tous les jours ou presque (72%).

QE3.5 Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous ... ?

Utilisez Internet

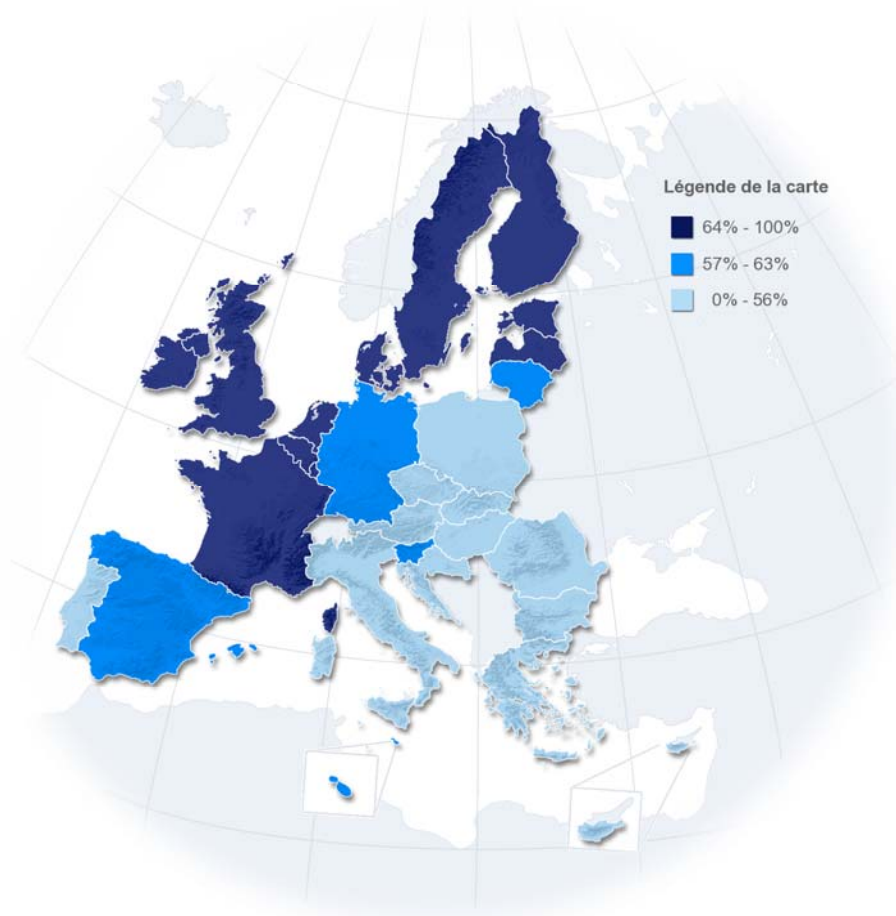
	Tous les jours/ Presque tous les jours	Deux ou trois fois par semaine + Environ une fois par semaine	Deux ou trois fois par mois + Moins souvent	Jamais	Pas d'accès à ce média (SPONTANÉ)	Ne sait pas	Au moins une fois par semaine
UE28	60%	12%	5%	15%	8%	0%	72%
Sexe							
Homme	65%	12%	4%	12%	7%	0%	77%
Femme	56%	12%	5%	17%	10%	0%	68%
Age							
15-24	92%	4%	2%	1%	1%	0%	96%
25-39	80%	12%	4%	3%	1%	0%	92%
40-54	65%	17%	5%	9%	4%	0%	82%
55 +	31%	12%	6%	32%	19%	0%	43%
Génération							
Avant 1928	6%	3%	3%	54%	34%	0%	9%
1928 - 1945	20%	8%	4%	40%	28%	0%	28%
Total 'Avant 1946'	19%	8%	4%	41%	28%	0%	27%
1946 - 1964 "BB"	44%	17%	6%	22%	11%	0%	61%
1965 - 1980 "X"	72%	15%	5%	6%	2%	0%	87%
Après 1980 "Y"	87%	8%	2%	2%	1%	0%	95%
Age de fin d'études							
15-	22%	11%	4%	39%	24%	0%	33%
16-19	55%	17%	6%	14%	8%	0%	72%
20+	80%	10%	3%	5%	2%	0%	90%
Toujours étudiant	95%	3%	2%	0%	0%	0%	98%
Catégorie socioprofessionnelle							
Indépendants	74%	13%	4%	7%	2%	0%	87%
Cadres	86%	10%	3%	1%	0%	0%	96%
Autres employés	78%	13%	4%	4%	1%	0%	91%
Ouvriers	61%	19%	6%	10%	4%	0%	80%
Hommes/ femmes au foyer	43%	12%	6%	28%	11%	0%	55%
Chômeurs	64%	12%	5%	12%	7%	0%	76%
Retraités	28%	11%	4%	34%	23%	0%	39%
Etudiants	95%	3%	2%	0%	0%	0%	98%
Considère appartenir à							
La classe ouvrière	44%	13%	5%	23%	15%	0%	57%
La classe moyenne inférieure	61%	14%	5%	13%	7%	0%	75%
La classe moyenne	67%	13%	4%	11%	5%	0%	80%
La classe moyenne supérieure	84%	7%	2%	5%	2%	0%	91%
La classe supérieure	72%	16%	4%	7%	1%	0%	88%

	NL	88%
	DK	87%
	SE	86%
	FI	74%
	UK	72%
	EE	71%
	LU	71%
	FR	69%
	IE	67%
	BE	65%
	LV	64%
	MT	60%
	UE28	60%
	SI	59%
	ES	58%
	LT	58%
	DE	57%
	CY	56%
	AT	56%
	CZ	56%
	PL	54%
	HR	52%
	SK	52%
	IT	51%
	EL	46%
	HU	45%
	BG	44%
	PT	40%
	RO	38%

Question: QE3.5. Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous ... ?

Possibilité: Utilisez Internet

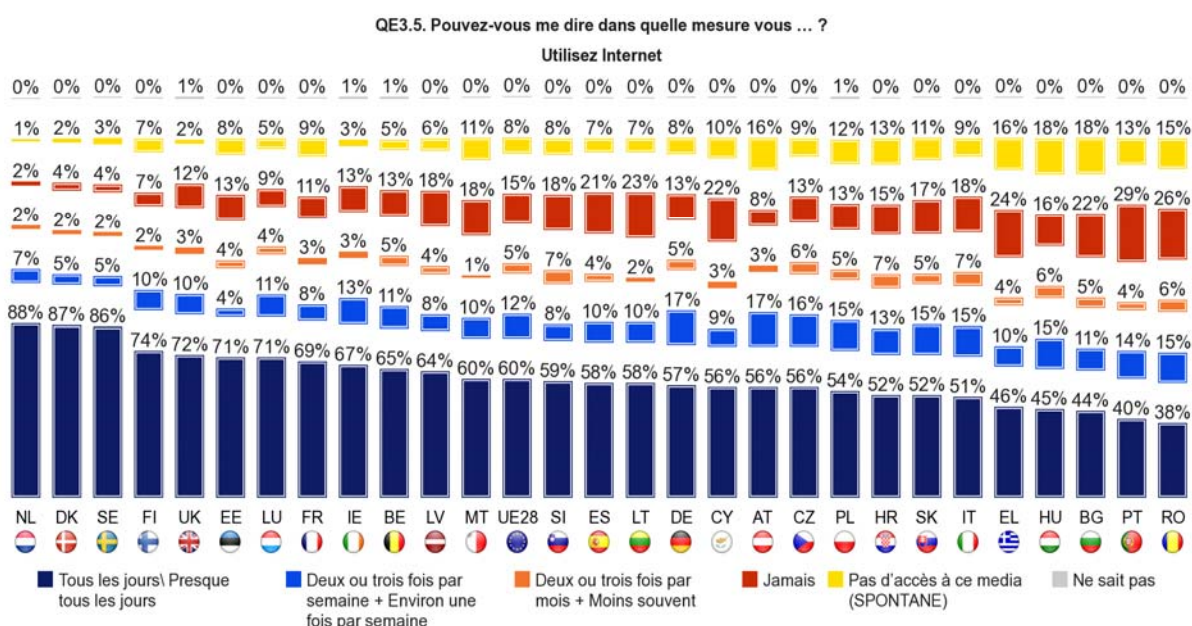
Réponses: Tous les jours\ Presque tous les jours



L'utilisation d'Internet tous les jours ou presque est la plus fréquente dans les pays du nord de l'Europe : 88% aux Pays-Bas, 87% au Danemark et 86% en Suède. On note également que l'utilisation d'Internet est inférieure à la moyenne européenne en Allemagne (57%, pour 60% pour la moyenne européenne).

La part des personnes interrogées disant utiliser Internet tous les jours ou presque est moins importante en Roumanie (38%), au Portugal (40%) et en Bulgarie (44%).

Des évolutions notables par rapport à l'automne 2013 sont à souligner : l'utilisation d'Internet tous les jours ou presque progresse nettement en Pologne (54%, +10 points de pourcentage), en Irlande (67%, +8), en Autriche (56%, +8), en République tchèque (56%, +8) et en Hongrie (45%, +8).



C'est l'utilisation des **réseaux sociaux en ligne** qui connaît la progression la plus marquante ces dernières années : 47% des Européens disent désormais les utiliser au moins une fois par semaine, soit une hausse de trois points de pourcentage par rapport à l'automne 2013 et de 12 points par rapport à l'automne 2011. Près d'un tiers des Européens disent utiliser les réseaux sociaux tous les jours ou presque (32%, +2 par rapport à l'automne 2013 et +12 par rapport à l'automne 2011).





L'analyse sociodémographique montre que les variations mesurées sur les utilisations des réseaux sociaux ne rejoignent pas strictement celles d'Internet. Ainsi :

- La part de personnes interrogées disant utiliser les réseaux sociaux tous les jours ou presque est identique chez les hommes et chez les femmes (32%) ;
- Les variations les plus marquées sont mesurées selon l'âge des personnes interrogées : les trois-quarts des Européens âgés de 15 à 24 ans utilisent les réseaux sociaux quotidiennement ou quasi-quotidiennement (75%), pour 50% des 25-39 ans, 27% des 40-54 ans et 8% des 55 ans et plus ;

- On retrouve ces différences en fonction des générations : 65% des Européens appartenant à la génération « Y » disent les utiliser tous les jours ou presque, pour 35% de la génération « X », 14% au sein des baby-boomers et 3% au sein de la génération d'avant 1946 ;
- En termes de catégories socioprofessionnelles, ce sont les employés (41%) et les chômeurs (41%) qui disent le plus utiliser les réseaux sociaux tous les jours ou presque, devant les cadres (37%) et les ouvriers (34%).

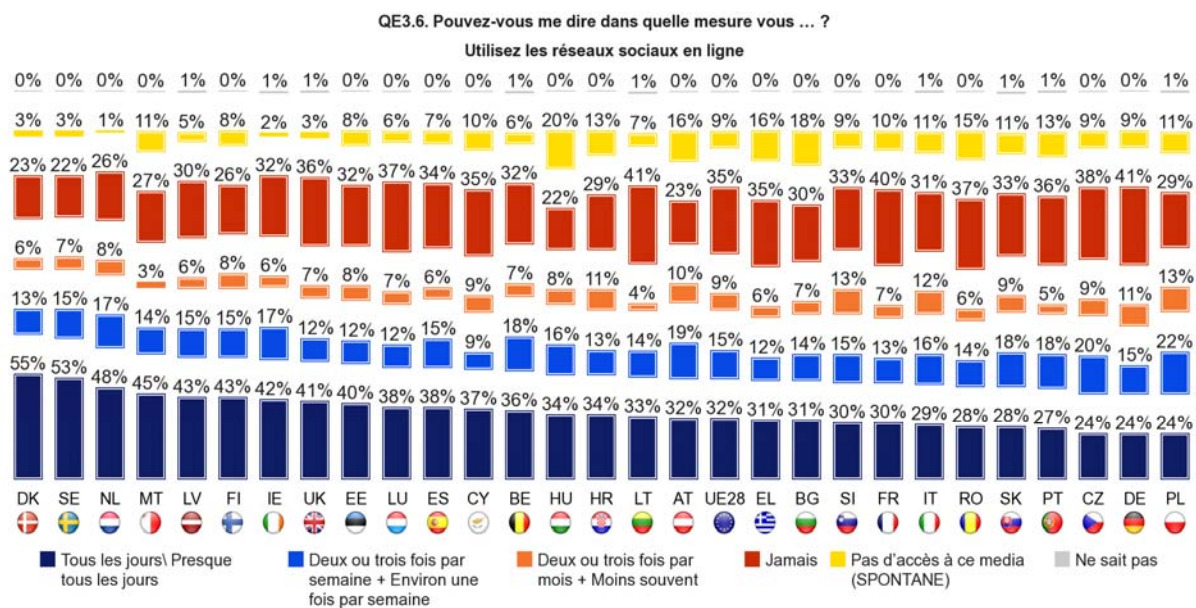
QE3.6 Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous ... ?

Utilisez les réseaux sociaux en ligne

	Tous les jours/ Presque tous les jours	Deux ou trois fois par semaine + Environ une fois par semaine	Deux ou trois fois par mois + Moins souvent	Jamais	Pas d'accès à ce média (SPONTANÉ)	Ne sait pas	Au moins une fois par semaine
UE28	32%	15%	9%	35%	9%	0%	47%
 Sexe							
Homme	32%	16%	10%	34%	7%	1%	48%
Femme	32%	14%	8%	35%	11%	0%	46%
 Age							
15-24	75%	16%	4%	4%	1%	0%	91%
25-39	50%	23%	10%	15%	2%	0%	73%
40-54	27%	20%	12%	37%	4%	0%	47%
55 +	8%	7%	7%	57%	21%	0%	15%
Génération							
Avant 1928	1%	1%	2%	60%	35%	1%	2%
1928 - 1945	3%	3%	4%	60%	30%	0%	6%
Total 'Avant 1946'	3%	3%	3%	60%	30%	1%	6%
1946 - 1964 "BB"	14%	12%	10%	52%	12%	0%	26%
1965 - 1980 "X"	35%	22%	12%	28%	3%	0%	57%
Après 1980 "Y"	65%	19%	7%	8%	1%	0%	84%
 Age de fin d'études							
15-	10%	6%	4%	54%	26%	0%	16%
16-19	28%	16%	10%	37%	8%	1%	44%
20+	38%	19%	11%	29%	3%	0%	57%
Toujours étudiant	78%	14%	3%	4%	1%	0%	92%
 Catégorie socioprofessionnelle							
Indépendants	33%	20%	13%	31%	3%	0%	53%
Cadres	37%	24%	12%	26%	1%	0%	61%
Autres employés	41%	21%	12%	24%	1%	1%	62%
Ouvriers	34%	19%	11%	31%	4%	1%	53%
Hommes/ femmes au foyer	24%	12%	8%	44%	12%	0%	36%
Chômeurs	41%	17%	10%	25%	7%	0%	58%
Retraités	7%	6%	5%	58%	24%	0%	13%
Etudiants	78%	14%	3%	4%	1%	0%	92%

L'analyse nationale démontre que les différences entre pays sont un peu moins prononcées pour l'utilisation des réseaux sociaux en ligne que pour celui d'Internet. L'utilisation quotidienne ou quasi-quotidienne est particulièrement marquée au Danemark (55%), en Suède (53%) et aux Pays-Bas (48%). Elle est moins importante en Pologne (24%), en Allemagne (24%) et en République tchèque (24%).

L'utilisation quotidienne ou quasi quotidienne des réseaux sociaux en ligne progresse sensiblement par rapport à l'automne 2013 en Autriche (32%, +11 points de pourcentage), en Bulgarie (31%, +9), en Hongrie (34%, +7) et en Roumanie (28%, +7).



2. LA CONFIANCE DANS LES MÉDIAS

- La confiance accordée aux médias remonte légèrement -

La confiance accordée par les Européens aux différents médias progresse légèrement à l'automne 2014 après avoir été stable entre les enquêtes Eurobaromètre Standard de l'automne 2012 et de l'automne 2013.

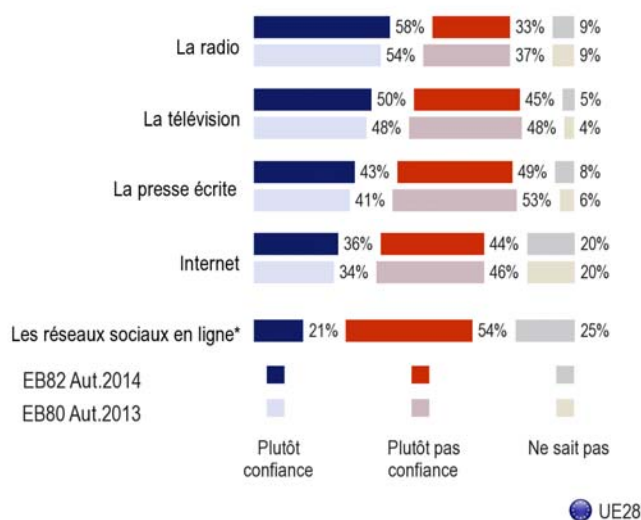
Une majorité croissante d'Européens a confiance dans **la radio** (58%, +4 points de pourcentage, contre 33% de défiance, -4)⁶. La confiance accordée à **la télévision** redevient majoritaire, alors que les avis étaient partagés à l'automne 2013 (50%, +2, contre 45%, -3).

La confiance accordée à **la presse écrite** reste minoritaire, mais enregistre une légère hausse (43%, +2 points de pourcentage, contre 49% de défiance, -4).

Internet bénéficie de la confiance d'un peu plus d'un tiers des Européens (36%), une proportion là aussi en hausse (+2 points de pourcentage, contre 44% de défiance, -2). Deux Européens sur dix n'émettent pas d'avis sur la question (20%, sans changement).

Testée pour la première fois, la confiance accordée aux **réseaux sociaux en ligne** est faible (21%, contre 54% de défiance). Un quart des Européens ne se prononce pas sur le sujet (25%).

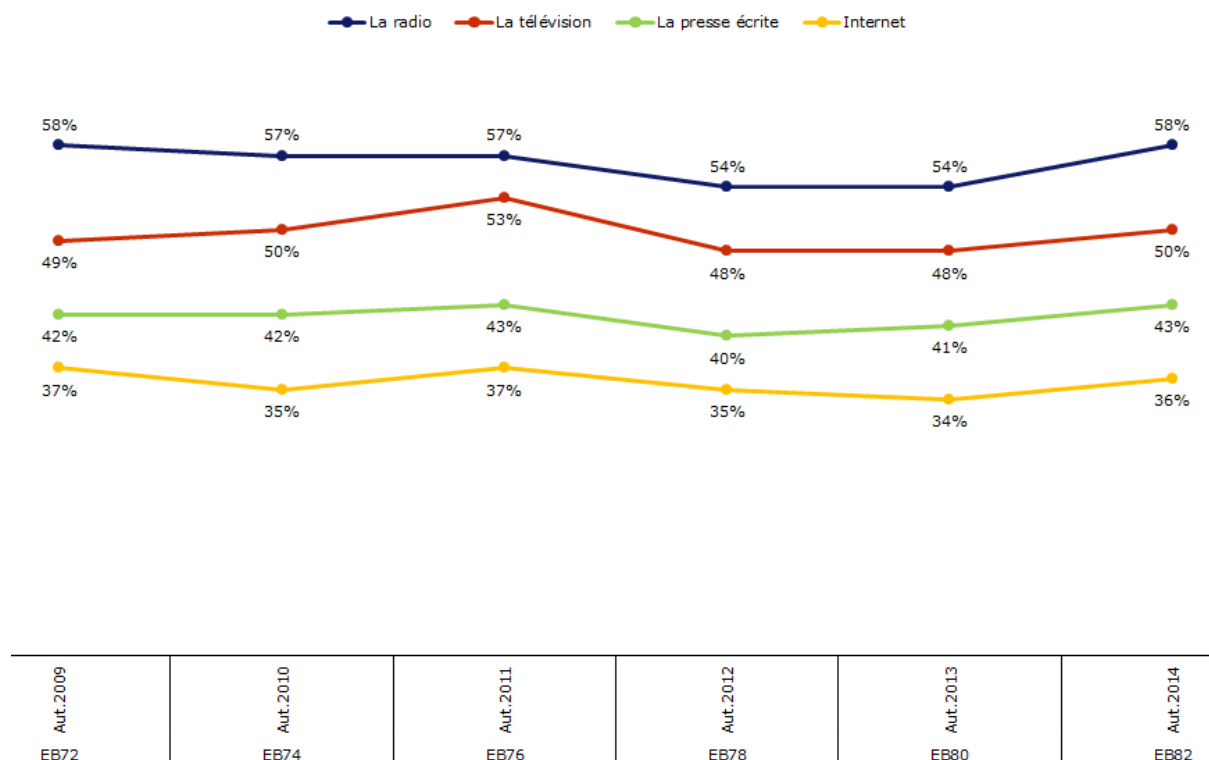
QA8a. Je voudrais maintenant vous poser une question à propos de la confiance que vous inspirent certains médias et certaines institutions. Pour chacun des médias suivants et chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en lui/elle.



*Cet item n'était pas posé dans l'EB80

⁶ QA8a. Je voudrais maintenant vous poser une question à propos de la confiance que vous inspirent certains médias et certaines institutions. Pour chacun des médias suivants et chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en lui/elle.






QA8a. (...) Pour chacun des médias suivants et chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en lui\elle.
Réponse: 'Plutôt confiance' - % UE



L'analyse par critères sociodémographiques montre que :

- La confiance accordée à **la radio**, à **la télévision** et à **la presse écrite** varie peu selon l'âge des interviewés. En revanche, la confiance accordée à **Internet** est majoritaire chez les plus jeunes, qui l'utilisent le plus (48%, contre 47% chez les 15-24 ans ; 48%, contre 45% chez les 25-39 ans), alors qu'elle est très nettement minoritaire chez les Européens âgés de 55 ans et plus (21%, contre 40%) ;
- **La télévision** est le seul média qui bénéficie d'une confiance plus forte auprès des Européens ayant arrêté leurs études à 15 ans ou plus tôt (52%) qu'auprès des Européens ayant continué leurs études jusqu'à 20 ans ou plus tard (47%). La confiance dans tous les autres médias est plus marquée auprès des Européens ayant continué leurs études le plus longtemps ;
- Les Européens disant n'avoir pratiquement jamais de difficultés à payer leurs factures déclarent une confiance plus forte dans les médias traditionnels que sont **la radio** (63%), **la télévision** (53%) ou **la presse écrite** (46%) que les Européens disant avoir la plupart du temps ce type de difficultés (respectivement 43%, 40% et 33%). L'écart est moins net quand il s'agit d'**Internet** (36% de confiance pour les Européens n'ayant pratiquement jamais de difficultés à payer leurs factures, pour 30% de ceux qui rencontrent la plupart du temps ce type de difficultés) et **des réseaux sociaux en ligne** (20%, pour 18%).

QA8a. Je voudrais maintenant vous poser une question à propos de la confiance que vous inspirent certains médias et certaines institutions. Pour chacun des médias suivants et chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en lui/elle.
Réponse: 'Plutôt confiance'

	La radio	La télévision	La presse écrite	Internet	Les réseaux sociaux en ligne
UE28	58%	50%	43%	36%	21%
 Sexe					
Homme	58%	48%	44%	40%	23%
Femme	59%	52%	42%	32%	18%
 Age					
15-24	60%	51%	44%	48%	32%
25-39	58%	47%	44%	48%	29%
40-54	60%	51%	45%	39%	21%
55 +	57%	53%	41%	21%	10%
 Age de fin d'études					
15-	53%	52%	38%	18%	9%
16-19	58%	52%	42%	36%	21%
20+	62%	47%	48%	43%	24%
Toujours étudiant	62%	49%	47%	50%	33%
 Catégorie socioprofessionnelle					
Indépendants	59%	45%	45%	45%	28%
Cadres	64%	49%	49%	43%	23%
Autres employés	64%	52%	49%	48%	27%
Ouvriers	57%	50%	42%	39%	23%
Hommes/femmes au foyer	58%	53%	42%	29%	17%
Chômeurs	52%	47%	38%	37%	25%
Retraités	56%	53%	40%	19%	9%
Étudiants	62%	49%	47%	50%	33%
 Difficultés à payer ses factures					
La plupart du temps	43%	40%	33%	30%	18%
De temps en temps	55%	48%	42%	37%	24%
Pratiquement jamais/ Jamais	63%	53%	46%	36%	20%

L'analyse de la confiance accordée aux différents médias en fonction de leur utilisation montre que :

QA8. Je voudrais maintenant vous poser une question à propos de la confiance que vous inspirent certains médias et certaines institutions. Pour chacun des médias suivants et chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en lui/elle.

La radio			
	Plutôt confiance	Plutôt pas confiance	Ne sait pas
UE28	58%	33%	9%

Écoute la radio			
Au moins une fois par semaine	64%	31%	6%
Deux ou trois fois par mois / Moins souvent	49%	38%	13%
Jamais	33%	44%	23%

La télévision			
	Plutôt confiance	Plutôt pas confiance	Ne sait pas
UE28	50%	45%	5%

Regarde la télévision			
Au moins une fois par semaine	51%	44%	5%
Deux ou trois fois par mois / Moins souvent	34%	58%	8%
Jamais	15%	67%	18%

La presse écrite			
	Plutôt confiance	Plutôt pas confiance	Ne sait pas
UE28	43%	49%	8%

Lise la presse			
Au moins une fois par semaine	49%	46%	5%
Deux ou trois fois par mois / Moins souvent	38%	53%	9%
Jamais	25%	60%	15%

Internet			
	Plutôt confiance	Plutôt pas confiance	Ne sait pas
UE28	36%	44%	20%

Utilise Internet			
Au moins une fois par semaine	45%	47%	8%
Deux ou trois fois par mois / Moins souvent	27%	51%	22%
Jamais	9%	33%	58%

Les réseaux sociaux en ligne			
	Plutôt confiance	Plutôt pas confiance	Ne sait pas
UE28	21%	54%	25%

Utilise les réseaux sociaux en ligne			
Au moins une fois par semaine	32%	60%	8%
Deux ou trois fois par mois / Moins souvent	26%	59%	15%
Jamais	7%	46%	47%





































- Les personnes interrogées qui utilisent le plus les différents médias ont aussi tendance à leur faire plus confiance que la moyenne des Européens : c'est le cas pour **la radio** (64% de ceux qui disent l'utiliser au moins une fois par semaine lui font confiance, pour 58% en moyenne), **la télévision** (51%, pour 50%) et **la presse écrite** (49%, pour 43% en moyenne) ;
- Pour ces trois médias, la défiance est plus prononcée auprès des personnes interrogées utilisant ces médias deux ou trois fois par mois ou moins souvent, ou jamais : c'est vrai pour **la radio** (avec respectivement 38% et 44% de « plutôt pas confiance », pour 33% de moyenne européenne) ; **la télévision** (58% et 67%, pour 45%) ; et **la presse écrite** (53% et 60%, pour 49%) ;
- S'agissant d'**Internet** et des **réseaux sociaux en ligne**, comme pour les autres médias, la confiance est plus marquée auprès de ceux qui les utilisent le plus. Mais ces derniers sont également plus nombreux que la moyenne à *ne pas leur faire confiance* : 45% des Européens utilisant **Internet** au moins une fois par semaine lui font confiance, pour 36% en moyenne, contre 47% qui n'ont « plutôt pas confiance » (pour 44% en moyenne). De la même manière, 32% de ceux qui utilisent **les réseaux sociaux en ligne** leur font confiance, pour 21% en moyenne, contre 60% « plutôt pas confiance » (pour 54% en moyenne).

L'analyse nationale permet de montrer que la confiance accordée à **la radio** est majoritaire dans 24 Etats membres sur 28 (contre 21 dans l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2013). Elle est particulièrement marquée dans les pays du Nord de l'Europe : en Finlande (82%), en Suède (82%), au Danemark (74%) et aux Pays-Bas (74%), pays dans lesquels environ deux tiers des personnes interrogées disent écouter la radio au quotidien. A l'inverse, elle est minoritaire en Croatie (38%, contre 55%), en Grèce (40%, contre 59%), en Hongrie (43%, contre 50%) et à Chypre (44%, contre 48%).

La confiance accordée à la radio progresse sensiblement en Italie (54%, +15 points de pourcentage), en Slovaquie (50%, +15, après une chute de 15 points entre l'automne 2012 et l'automne 2013) et au Portugal (63%, +10). Elle se dégrade sensiblement en Autriche tout en restant majoritaire (66%, -11).

QA8a.2 Je voudrais maintenant vous poser une question à propos de la confiance que vous inspirent certains médias et certaines institutions. Pour chacun des médias suivants et chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en lui/elle.

La radio

	Plutôt confiance	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Plutôt pas confiance	Diff. Aut.2014- Aut.2013
 UE28	58%	+4	33%	-4
 IT	54%	+15	32%	-16
 SI	50%	+15	43%	-10
 PT	63%	+10	31%	-9
 EL	40%	+8	59%	-6
 NL	74%	+8	18%	-6
 ES	49%	+7	41%	-7
 LT	57%	+5	33%	-5
 CZ	66%	+4	28%	-5
 IE	63%	+4	31%	-3
 PL	61%	+4	26%	-6
 RO	54%	+4	37%	-6
 DE	67%	+3	27%	-3
 SE	82%	+3	13%	-4
 DK	74%	+2	19%	-3
 EE	69%	+1	19%	-6
 SK	66%	+1	29%	-2
 FI	82%	+1	12%	-3
 BG	45%	=	38%	-2
 LV	61%	=	25%	-5
 LU	62%	=	29%	-2
 MT	42%	=	38%	-3
 BE	66%	-1	30%	-1
 UK	54%	-1	38%	+4
 FR	55%	-2	38%	+2
 CY	44%	-2	48%	-2
 HU	43%	-4	50%	+2
 HR	38%	-5	55%	+3
 AT	66%	-11	30%	+12
 CY (tcc)	62%	-1	32%	+3
 IS	82%	+3	15%	-4
 TR	26%	+1	61%	-8
 MK	28%	=	53%	-1
 ME	45%	=	41%	-2
 RS	33%	-3	45%	-1
 AL	38%	*NP	43%	*NP

* NP= Non Posée : cette question n'était pas posée dans ce pays lors de l'enquête précédente

La confiance accordée à **la télévision** est majoritaire dans 22 Etats membres (contre 21 à l'automne 2013). Les pays dans lesquels la confiance est la plus élevée sont les mêmes que pour la radio : la Finlande (79%), la Suède (70%) et le Danemark (68%), auxquels s'ajoute l'Estonie (69%). Elle est également minoritaire dans les quatre mêmes Etats membres que pour la radio : en Grèce (21%, contre 79%), en Croatie (41%, contre 55%), à Chypre (42%, contre 54%) et en Hongrie (46%, contre 51%), auxquels s'ajoutent l'Espagne (33%, contre 63%) et la France (34%, contre 62%).

La confiance accordée à la télévision progresse fortement et devient majoritaire en Slovaquie (50%, +18 points de pourcentage, après un recul de 19 points à l'automne 2013) et en Italie (49%, +9). Elle recule, comme pour les autres médias traditionnels, en Autriche, tout en restant majoritaire (64%, -10).

QA8a.3 Je voudrais maintenant vous poser une question à propos de la confiance que vous inspirent certains médias et certaines institutions. Pour chacun des médias suivants et chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en lui/elle.

La télévision

	Plutôt confiance	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Plutôt pas confiance	Diff. Aut.2014- Aut.2013
UE28	50%	+2	45%	-3
SI	50%	+18	46%	-9
IT	49%	+9	43%	-9
EL	21%	+6	79%	-5
PT	63%	+6	35%	-6
DE	60%	+4	36%	-4
DK	68%	+3	29%	-4
IE	57%	+3	39%	-2
ES	33%	+3	63%	-3
PL	56%	+3	34%	-5
FI	79%	+3	17%	-5
SE	70%	+3	26%	-4
LV	62%	+2	32%	-3
UK	50%	+2	46%	-1
CZ	61%	+1	37%	-2
EE	69%	+1	21%	-7
LT	50%	+1	46%	+1
NL	62%	+1	34%	-2
LU	52%	=	40%	=
RO	53%	=	43%	-2
SK	59%	=	38%	-1
BE	61%	-1	36%	-1
BG	61%	-3	35%	+2
FR	34%	-3	62%	+2
HR	41%	-3	55%	+2
CY	42%	-3	54%	=
MT	47%	-3	42%	+1
HU	46%	-4	51%	+3
AT	64%	-10	33%	+10
CY (tcc)	63%	+1	32%	-1
TR	42%	+13	54%	-12
ME	59%	+7	37%	-5
IS	78%	+3	20%	-3
RS	47%	+1	48%	-1
MK	43%	=	55%	+3
AL	68%	*NP	28%	*NP

* NP= Non Posée : cette question n'était pas posée dans ce pays lors de l'enquête précédente

La confiance accordée à **la presse écrite** est majoritaire dans 13 Etats membres (comme à l'automne 2013).

Elle est particulièrement marquée en Finlande (69%) et aux Pays-Bas (66%), pays dans lesquels l'utilisation de la presse écrite est très fréquente, mais aussi au Portugal (60%). En Suède, où la fréquence de lecture de la presse écrite est très élevée (93% au moins une fois par semaine), la confiance qui lui est accordée est minoritaire (48% contre 49%).

La confiance accordée à la presse écrite est la plus faible au Royaume-Uni (23%) mais aussi en Grèce (31%).

Par rapport à l'Eurobaromètre Standard de l'automne 2013, la confiance dans la presse écrite remonte fortement en Slovaquie (41%, +18 points de pourcentage, après -19 entre l'automne 2012 et l'automne 2013), en Italie (50%, +16) et au Portugal (60%, +10). A l'inverse, elle recule nettement en Autriche (53%, -11).

QA8a.1 Je voudrais maintenant vous poser une question à propos de la confiance que vous inspirent certains médias et certaines institutions. Pour chacun des médias suivants et chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en lui/elle.

La presse écrite

	Plutôt confiance	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Plutôt pas confiance	Diff. Aut.2014- Aut.2013
UE28	43%	+2	49%	-4
SI	41%	+18	53%	-17
IT	50%	+16	42%	-14
PT	60%	+10	35%	-11
EL	31%	+8	67%	-7
CZ	54%	+6	41%	-8
ES	37%	+6	55%	-6
LT	46%	+6	46%	-8
NL	66%	+5	30%	-6
UK	23%	+4	73%	-5
DE	47%	+1	45%	-4
FI	69%	+1	28%	-2
DK	52%	=	43%	-1
HR	33%	=	62%	-1
CY	36%	=	53%	-3
LU	56%	=	36%	-3
EE	54%	-1	33%	-8
IE	34%	-1	59%	=
SK	53%	-1	41%	-2
SE	48%	-1	49%	+1
BE	56%	-2	39%	-1
BG	33%	-2	53%	+1
PL	46%	-2	39%	-2
RO	37%	-2	52%	-1
LV	41%	-5	43%	-2
HU	33%	-5	60%	+2
MT	32%	-5	47%	=
FR	45%	-7	49%	+5
AT	53%	-11	43%	+12
CY (tcc)	66%	+4	30%	-2
TR	28%	-1	67%	=
MK	27%	-3	59%	+3
IS	57%	-3	40%	+1
ME	39%	-5	54%	+5
RS	29%	-7	61%	+7
AL	49%	*NP	43%	*NP

* NP= Non Posée : cette question n'était pas posée dans ce pays lors de l'enquête précédente

La confiance accordée à **Internet** est majoritaire dans 16 Etats membres (contre 13 à l'automne 2013). Elle est particulièrement marquée en République tchèque (54%) et en Finlande (51%). A l'inverse, elle est la plus faible en France (27%, contre 55%), en Allemagne (27%, contre 51%), en Suède (29%, contre 58%) et au Royaume-Uni (29%, contre 56%).

Comme pour les autres médias, la confiance a surtout progressé en Slovaquie (44%, +13 points de pourcentage) et en Italie (46%, +11), mais aussi, dans une moindre mesure, en Grèce (46%, +8) et au Portugal (39%, +8). A l'inverse, la confiance accordée à Internet recule nettement au Danemark (42%, -9).

QA8a.4 Je voudrais maintenant vous poser une question à propos de la confiance que vous inspirent certains médias et certaines institutions. Pour chacun des médias suivants et chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en lui/elle.

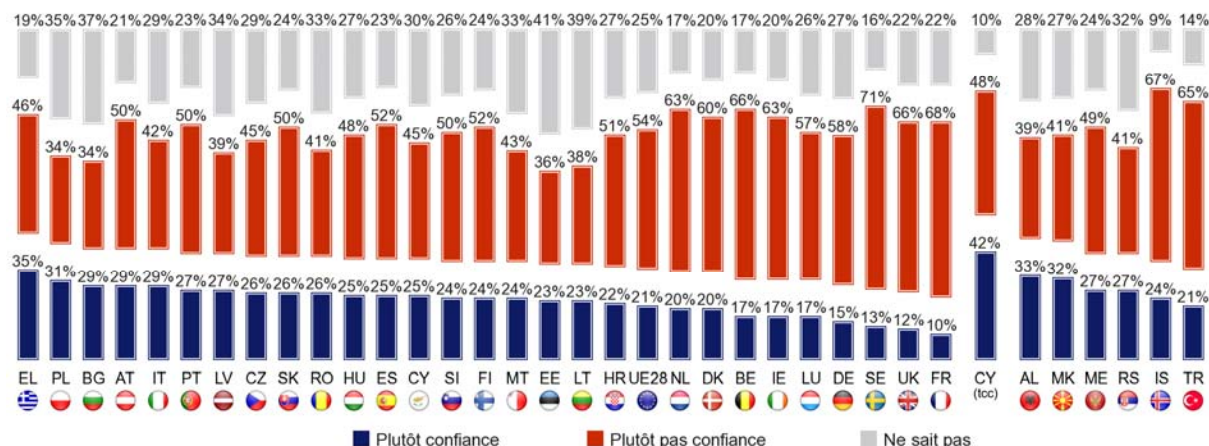
	Plutôt confiance	Diff. Aut.2014-Aut.2013	Plutôt pas confiance	Diff. Aut.2014-Aut.2013
UE28	36%	+2	44%	-2
SI	44%	+13	34%	-28
IT	46%	+11	32%	-12
EL	46%	+8	38%	-8
PT	39%	+8	39%	-3
FI	51%	+7	32%	-9
ES	33%	+5	47%	+1
RO	39%	+4	33%	-3
LU	37%	+3	44%	-2
LT	40%	+2	31%	-1
NL	44%	+2	43%	-4
HR	35%	+1	44%	-1
MT	40%	+1	30%	-4
PL	46%	+1	26%	-7
UK	29%	+1	56%	+1
DE	27%	=	51%	-1
EE	46%	=	22%	-11
CZ	54%	-1	29%	-2
IE	30%	-1	54%	=
SK	47%	-2	33%	-2
SE	29%	-2	58%	-2
BG	39%	-3	29%	+1
FR	27%	-3	55%	+2
CY	38%	-3	35%	+1
HU	39%	-3	38%	-1
AT	41%	-3	42%	+2
BE	34%	-4	53%	=
LV	42%	-4	32%	-2
DK	42%	-9	44%	+6
CY (tcc)	51%	=	40%	+5
TR	34%	+5	54%	-8
MK	42%	+1	34%	=
IS	43%	-2	48%	+1
RS	39%	-3	32%	-2
ME	44%	-5	35%	-4
AL	44%	*NP	31%	*NP

* NP= Non Posée : cette question n'était pas posée dans ce pays lors de l'enquête précédente

La confiance accordée aux **réseaux sociaux en ligne**, testée pour la première fois dans cette enquête, est minoritaire dans l'ensemble des Etats membres. Elle est légèrement plus importante en Grèce (35%) – où la confiance dans la télévision, la radio et la presse écrite est toujours en deçà de la moyenne européenne – et en Pologne (31%). La défiance est particulièrement marquée en Suède (71%), en France (68%), en Belgique (66%) et au Royaume-Uni (66%).

QA8a.5. Je voudrais maintenant vous poser une question à propos de la confiance que vous inspirent certains médias et certaines institutions. Pour chacun des médias suivants et chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en lui/elle.

Les réseaux sociaux en ligne

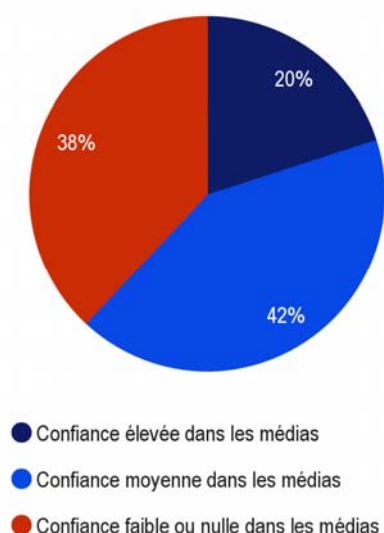


Dans les pays candidats :

- Les personnes interrogées **en Islande** témoignent d'une confiance majoritaire dans la radio (82%, contre 15%), la télévision (78%, contre 20%) et la presse écrite (57%, contre 40%). La confiance devient cependant minoritaire lorsqu'on parle d'Internet (43%, contre 48%) et des réseaux sociaux (24%, contre 67%). La confiance dans les cinq médias testés est cependant supérieure à celle de la moyenne européenne ;
- A l'inverse, dans **l'ancienne République yougoslave de Macédoine** et en **Serbie**, Internet est le seul média à emporter une confiance majoritaire (respectivement 42% contre 34% de défiance, et 39% contre 32%). La confiance dans la radio (respectivement 28% contre 53% de défiance, et 33% contre 45%), dans la télévision (43% contre 55% de défiance, et 47% contre 48%), dans la presse écrite (27% contre 59% de défiance, et 29% contre 61%) et dans les réseaux sociaux en ligne (32% contre 41% de défiance, et 27% contre 41%) sont minoritaires ;
- Internet bénéficie aussi d'une confiance majoritaire au **Monténégro** (44%, contre 35%), comme la télévision (59%, contre 37%) et la radio (45%, contre 41%) ; c'est l'inverse pour la presse écrite (39%, contre 54%) et les réseaux sociaux en ligne (27%, contre 49%) ;
- En **Turquie**, la défiance l'emporte quel que soit le média, dans des proportions variant de 54% pour la télévision et Internet à 67% pour la presse écrite ;
- En **Albanie**, où l'enquête était réalisée pour la première fois, la confiance est nettement majoritaire dans la télévision (68%, contre 28% de défiance), mais elle l'est aussi à l'égard de la presse écrite (49%, contre 43%) et d'Internet (44%, contre 31%). La défiance l'emporte à l'inverse en ce qui concerne la radio (38%, contre 43% de défiance) et les réseaux sociaux en ligne (33%, contre 39%).

Un indice de confiance dans les médias a été construit à partir de la confiance dans chacun des cinq médias analysés (télévision, radio, presse écrite, Internet et réseaux sociaux)⁷. **Une courte majorité d'Européens témoigne alors d'une confiance moyenne dans les médias (42%)**. L'indice de confiance est élevé pour un cinquième des Européens (20%), et à l'inverse **faible ou nul pour près de quatre personnes interrogées sur dix (38%)**.

C5. Indice de confiance dans les médias



UE28

L'analyse nationale montre des variations importantes entre pays : c'est en Finlande que l'indice de confiance dans les médias est le plus fort : 38% des personnes interrogées ont un indice de confiance dans les médias élevé. Près d'un tiers des personnes interrogées témoignent également d'un indice de confiance élevé dans les médias en République tchèque (32%), en Estonie (32%) et au Portugal (32%). La proportion de personnes interrogées ayant un indice de confiance élevé dans les médias est la plus faible en France (11%) et au Royaume-Uni (12%). Elle n'est majoritaire dans aucun des 28 Etats membres.

Dans 16 Etats membres, une majorité de personnes interrogées ont une confiance moyenne dans les médias. C'est particulièrement le cas en Suède (60%), aux Pays-Bas (52%) et en Allemagne (50%).

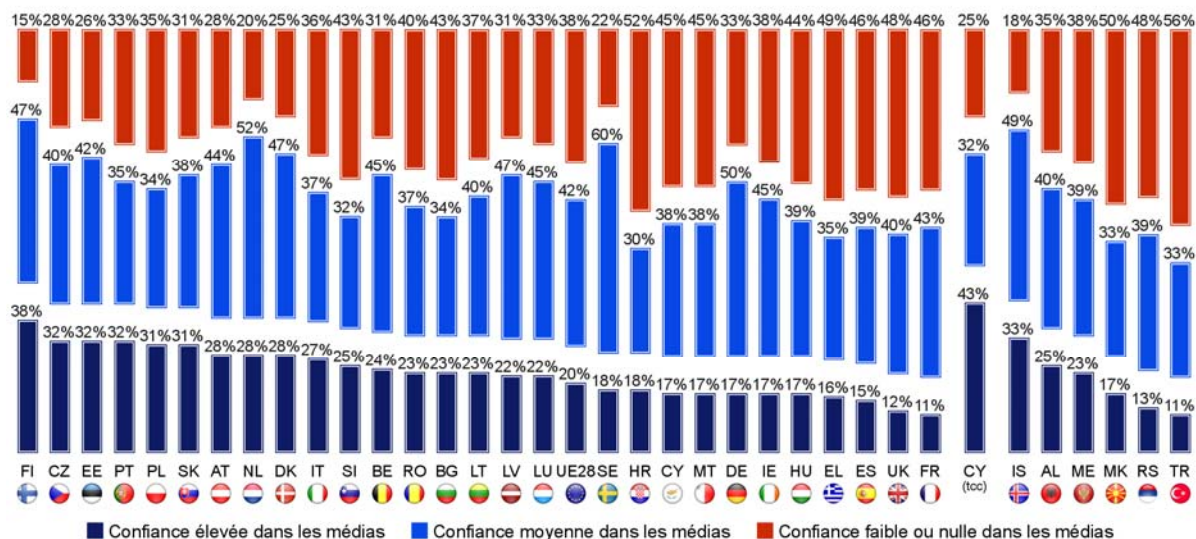
⁷ Pour chacun des cinq médias pour lesquels la confiance était testée dans la QA8 (télévision, radio, presse écrite, Internet, réseaux sociaux), a été attribué un score de 1 point à la réponse « plutôt confiance » et un score de 0 aux réponses « plutôt pas confiance » et « ne sait pas ». Chaque personne interrogée obtient alors un indice de confiance dans les médias compris entre 0 et 5. Un score de 0 à 1 correspond à une confiance nulle ou faible dans les médias, un score de 2 à 3 une confiance moyenne dans les médias et un score de 4 à 5 une confiance élevée dans les médias.

Enfin, dans 12 Etats membres, la part de personnes interrogées témoignant d'une confiance faible ou nulle dans les médias l'emporte. Elle est particulièrement élevée en Croatie (52%), en Grèce (49%) et au Royaume-Uni (48%). Cette proportion de la population ayant une confiance faible ou nulle dans les médias est également majoritaire en Espagne (46%), en France (46%), à Chypre (45%), à Malte (45%), en Hongrie (44%), en Slovénie (43%), en Bulgarie (43%), en Roumanie (40%) et en Pologne (35%).

Dans les pays candidats, l'indice de confiance moyenne dans les médias l'emporte en Islande (49%), en Albanie (40%) et au Monténégro (39%). En Islande, un tiers des personnes interrogées témoignent d'un indice de confiance élevé dans les médias (33%). En Turquie (56%), dans l'ancienne République yougoslave de Macédoine (50%) et en Serbie (48%), c'est l'indice de confiance faible ou nul qui domine.

Enfin, les personnes interrogées dans la communauté chypriote turque se démarquent : une majorité d'entre elles ont ainsi un indice de confiance élevé dans les médias (43%).





C5. Indice de confiance dans les médias



L'analyse par critères sociodémographiques montre que :

- **La confiance moyenne dans les médias** domine quel que soit le sexe, l'âge et le niveau de diplôme des personnes interrogées. Plus d'un quart des Européens âgés de 15 à 39 ans témoignent cependant d'un indice élevé de confiance dans les médias, pour seulement 12% des Européens âgés de 55 ans et plus ;
- Cet indice moyen de confiance dans les médias domine également chez les travailleurs indépendants (40%), les cadres (44%) et les employés (40%). Mais c'est l'indice de confiance faible ou nul qui est majoritaire chez les ouvriers (39%), les personnes au foyer (42%) et les chômeurs (41%) ;
- Cet indice de confiance faible ou nul est également majoritaire chez les Européens disant avoir « la plupart du temps » ou « le plus souvent » des difficultés à payer leurs factures (53% et 40%), quand les Européens disant n'avoir « pratiquement jamais » de difficultés à payer leurs factures témoignent majoritairement d'une confiance moyenne dans les médias (44%) ;
- Les Européens disant faire plutôt confiance à l'Union européenne témoignent majoritairement d'une confiance moyenne dans les médias (45%). En revanche, la moitié des personnes interrogées disant ne pas faire confiance à l'UE ont un indice de confiance faible ou nul dans les médias (50%).

C5 - Indice de confiance dans les médias

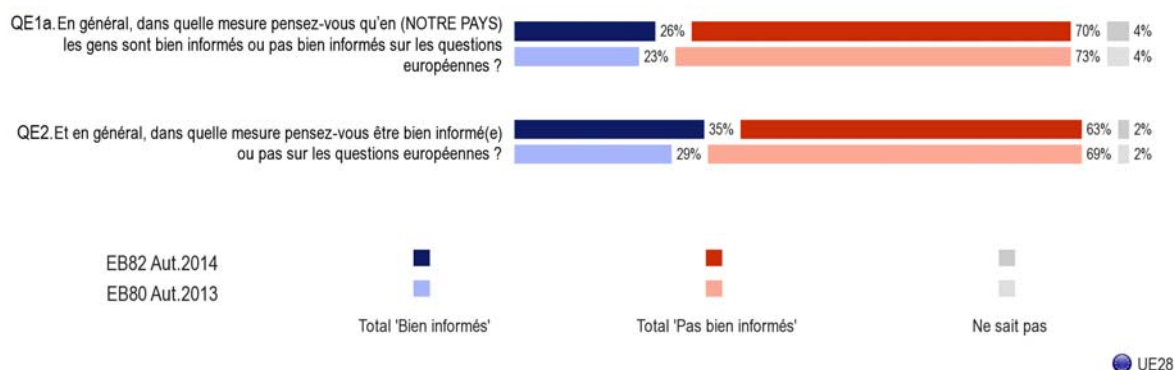
	Confiance élevée dans les médias	Confiance moyenne dans les médias	Confiance faible ou nulle dans les médias
UE28	20%	42%	38%
 Sexe			
Homme	21%	42%	37%
Femme	19%	42%	39%
 Age			
15-24	26%	41%	33%
25-39	27%	36%	37%
40-54	22%	42%	36%
55 +	12%	45%	43%
 Age de fin d'études			
15-	10%	43%	47%
16-19	20%	41%	39%
20+	23%	42%	35%
Tjs étudiant	26%	44%	30%
Catégorie socioprofessionnelle			
Indépendants	24%	40%	36%
Cadres directeurs	23%	44%	33%
Autres employés	28%	40%	32%
Ouvriers	23%	38%	39%
Femmes/ hommes au foyer	20%	38%	42%
Chômeurs	20%	39%	41%
Retraités	11%	45%	44%
Etudiants	26%	44%	30%
 Difficultés à payer ses factures			
La plupart du temps	16%	31%	53%
De temps en temps	21%	39%	40%
Pratiquement jamais/ Jamais	21%	44%	35%
Confiance UE			
Plutôt confiance	34%	45%	21%
Plutôt pas confiance	11%	39%	50%

II. LE NIVEAU D'INFORMATION SUR LES AFFAIRES EUROPÉENNES

- Le sentiment d'être bien informé sur les questions européennes progresse mais reste nettement minoritaire -

Une majorité d'Européens juge que, dans leur pays, les gens sont mal informés sur les questions européennes (70%)⁸. Cette proportion est en recul de trois points de pourcentage par rapport à l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2013 (EB80) et de cinq par rapport à celle de l'automne 2012 (EB78). Désormais un peu plus d'un quart des Européens pensent que, dans leur pays, les gens sont bien informés sur les questions européennes (26%, +3 points de pourcentage).

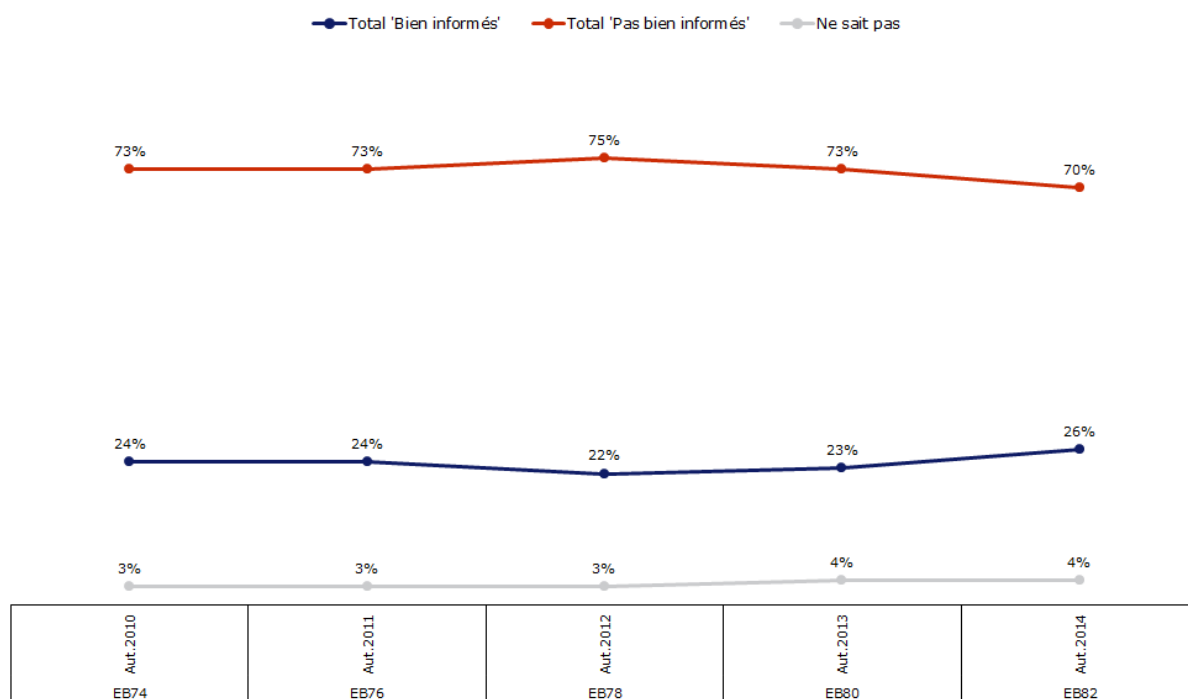
Les opinions des Européens sont un peu plus positives s'agissant de leur propre niveau d'information sur les questions européennes, et celles-ci progressent de manière sensible : désormais plus d'un tiers des Européens se disent bien informés sur les questions européennes (35%, +6 points de pourcentage, contre 63%, -6)⁹.



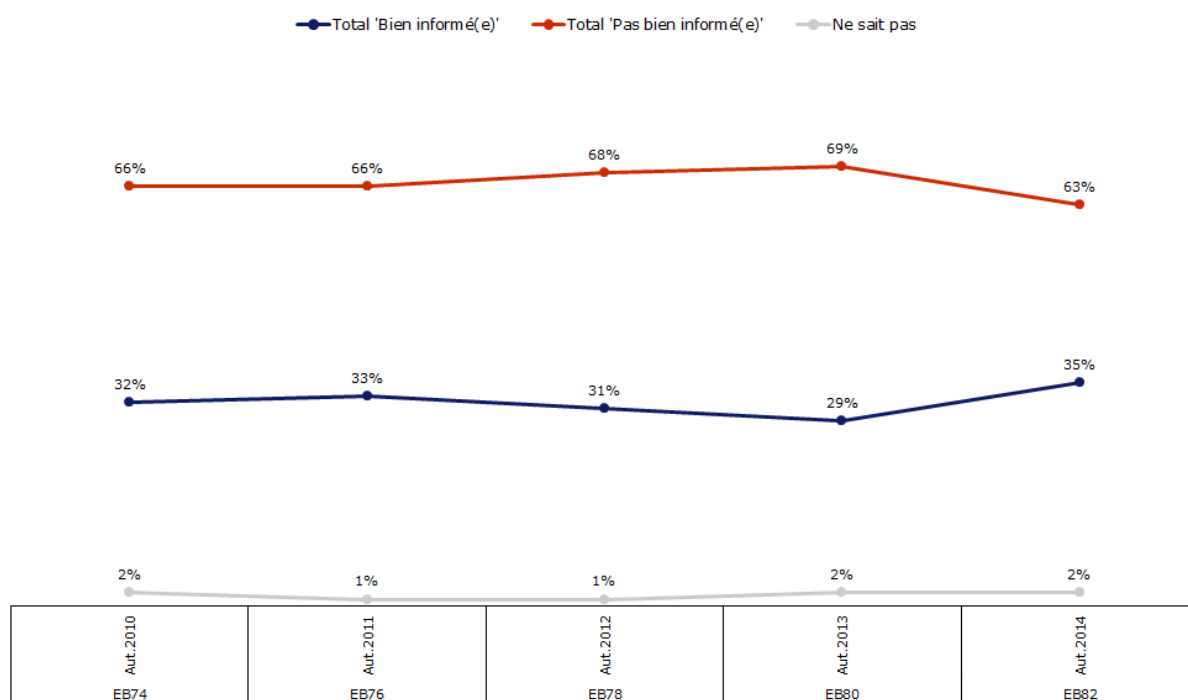
⁸ QE1a. En général, dans quelle mesure pensez-vous qu'en (NOTRE PAYS) les gens sont bien informés ou pas bien informés sur les questions européennes ?

⁹ QE2. Et en général, dans quelle mesure pensez-vous être bien informé(e) ou pas sur les questions européennes ?

QE1a. En général, dans quelle mesure pensez-vous qu'en (NOTRE PAYS) les gens sont bien informés ou pas bien informés sur les questions européennes ? - % UE



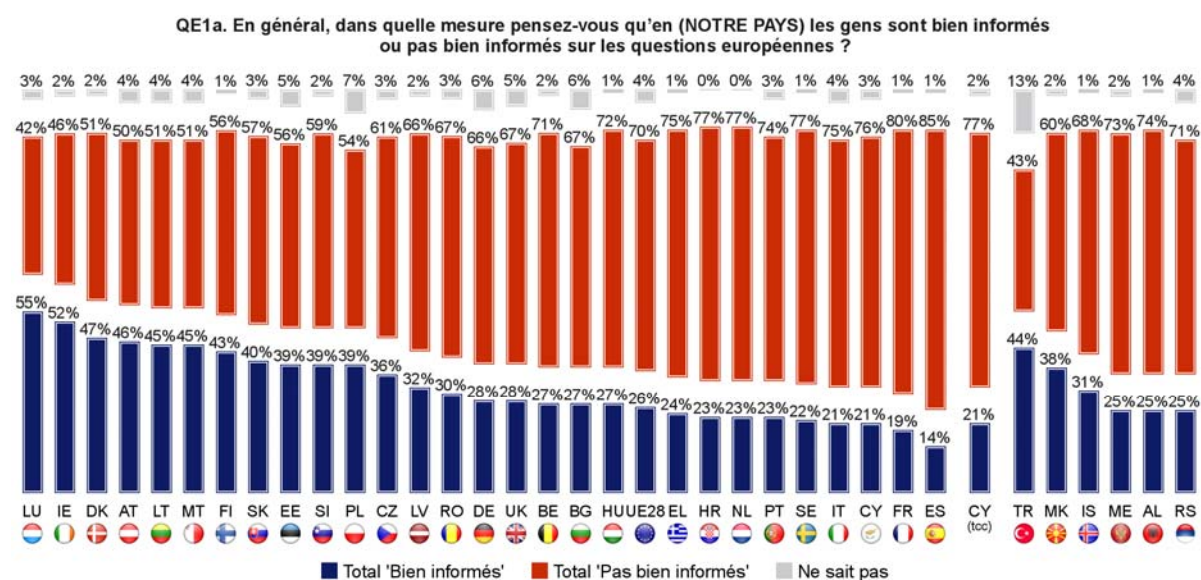
QE2. Et en général, dans quelle mesure pensez-vous être bien informé(e) ou pas sur les questions européennes ? - % UE






































L'analyse nationale révèle que le sentiment que, dans le pays, les gens sont mal informés sur les questions européennes est majoritaire dans la quasi-totalité des Etats membres à l'exception du Luxembourg (55% jugent les gens bien informés dans le pays, contre 42%) et de l'Irlande (52%, contre 46%).

Les plus critiques sur le niveau d'information de leurs concitoyens sont les personnes interrogées en Espagne (85% « mal informés ») et en France (80%).

Tout en restant minoritaire, le sentiment d'un bon niveau d'information *dans le pays* sur les questions européennes progresse en Bulgarie (27%, +13 points de pourcentage), en République tchèque (36%, +10) et au Portugal (23%, +10). Au total, cette opinion est en hausse dans 23 pays. Elle est stable en Finlande (43%) et aux Pays-Bas (23%), et elle ne régresse que faiblement en Suède (22%, -2), en Belgique (27%, -2) et en Allemagne (28%, -2).



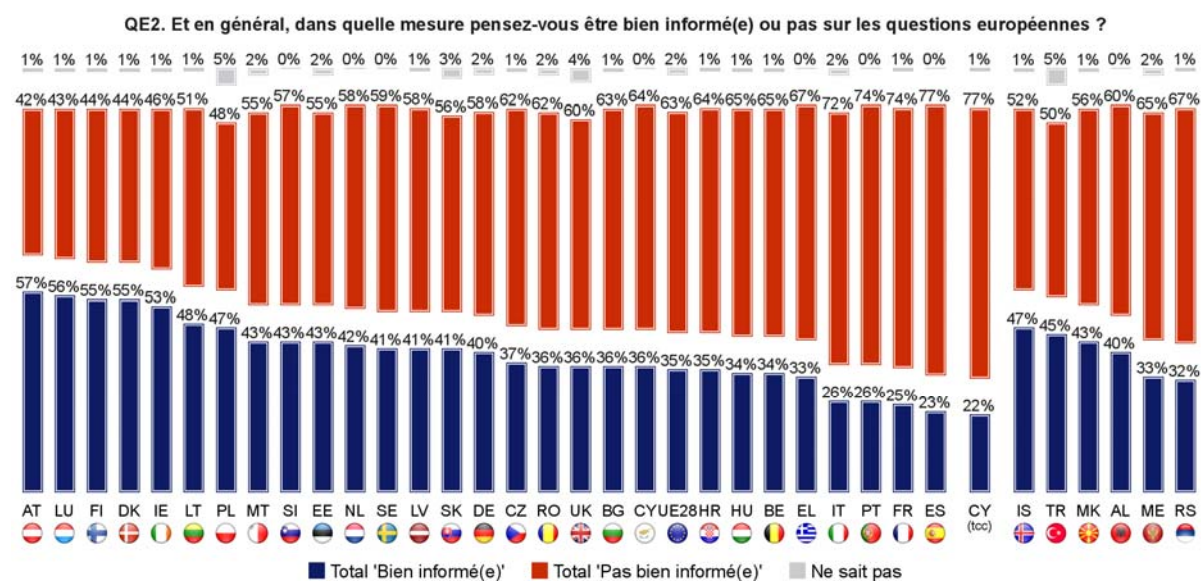
QE1a. En général, dans quelle mesure pensez-vous qu'en (NOTRE PAYS) les gens sont bien informés ou pas bien informés sur les questions européennes ?

		Total 'Bien informés'	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Total 'Pas bien informés'	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Ne sait pas	Diff. Aut.2014- Aut.2013
	UE28	26%	+3	70%	-3	4%	=
	BG	27%	+13	67%	-10	6%	-3
	CZ	36%	+10	61%	-10	3%	=
	PT	23%	+10	74%	-10	3%	=
	IE	52%	+9	46%	-7	2%	-2
	RO	30%	+9	67%	-6	3%	-3
	SK	40%	+8	57%	-9	3%	+1
	UK	28%	+8	67%	-9	5%	+1
	AT	46%	+7	50%	-9	4%	+2
	PL	39%	+7	54%	-3	7%	-4
	EE	39%	+7	56%	-9	5%	+2
	LV	32%	+7	66%	-7	2%	=
	SI	39%	+6	59%	-5	2%	-1
	HR	23%	+6	77%	-4	0%	-2
	FR	19%	+6	80%	-5	1%	-1
	LU	55%	+5	42%	-5	3%	=
	HU	27%	+5	72%	-5	1%	=
	CY	21%	+5	76%	-5	3%	=
	DK	47%	+4	51%	-5	2%	+1
	LT	45%	+4	51%	-5	4%	+1
	IT	21%	+4	75%	-3	4%	-1
	ES	14%	+4	85%	-1	1%	-3
	EL	24%	+2	75%	-2	1%	=
	MT	45%	+1	51%	+1	4%	-2
	FI	43%	=	56%	=	1%	=
	NL	23%	=	77%	+1	0%	-1
	DE	28%	-2	66%	+1	6%	+1
	BE	27%	-2	71%	=	2%	+2
	SE	22%	-2	77%	+2	1%	=
	CY (tcc)	21%	-8	77%	+15	2%	-7
	MK	38%	+10	60%	-6	2%	-4
	RS	25%	+3	71%	-1	4%	-2
	IS	31%	+1	68%	-1	1%	=
	ME	25%	-2	73%	+4	2%	-2
	TR	44%	-8	43%	+4	13%	+4
	AL	25%	NP*	74%	NP*	1%	NP*




































* NP= Non Posée : cette question n'était pas posée dans ce pays lors de l'enquête précédente

Le sentiment d'être *personnellement* bien informé sur les questions européennes est lui majoritaire dans cinq Etats membres : on retrouve l'Autriche (57%, contre 42%) et le Luxembourg (56% pour le total « bien informés », contre 43%), auxquels s'ajoutent le Danemark (55%, contre 44%), la Finlande (55%, contre 44%) et l'Irlande (53%, contre 46%). Le sentiment d'être personnellement mal informé est particulièrement marqué en Espagne (77%), en France (74%) et au Portugal (74%).

Ce sentiment d'information progresse de manière spectaculaire en Bulgarie (36%, +15 points de pourcentage), en Autriche (57%, +13), mais aussi en République tchèque (37%, +10). Au total, cette opinion est en hausse dans 26 Etats membres. Elle est stable en Suède (41%), et ne recule qu'à Malte (43%, -2).



QE2. Et en général, dans quelle mesure pensez-vous être bien informé(e) ou pas sur les questions européennes ?

		Total 'Bien informé(e)'	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Total 'Pas bien informé(e)'	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Ne sait pas	Diff. Aut.2014- Aut.2013
	UE28	35%	+6	63%	-6	2%	=
	BG	36%	+15	63%	-12	1%	-3
	AT	57%	+13	42%	-14	1%	+1
	CZ	37%	+10	62%	-9	1%	-1
	RO	36%	+9	62%	-9	2%	=
	IE	53%	+8	46%	-5	1%	-3
	LV	41%	+8	58%	-8	1%	=
	HR	35%	+8	64%	-8	1%	=
	DK	55%	+7	44%	-7	1%	=
	FI	55%	+7	44%	-8	1%	+1
	LT	48%	+7	51%	-6	1%	-1
	EE	43%	+7	55%	-9	2%	+2
	NL	42%	+7	58%	-7	0%	=
	SK	41%	+7	56%	-8	3%	+1
	UK	36%	+7	60%	-9	4%	+2
	CY	36%	+7	64%	-7	0%	=
	FR	25%	+7	74%	-6	1%	-1
	PL	47%	+6	48%	-2	5%	-4
	SI	43%	+6	57%	-5	0%	-1
	HU	34%	+5	65%	-6	1%	+1
	PT	26%	+5	74%	-3	0%	-2
	ES	23%	+5	77%	-4	0%	-1
	LU	56%	+4	43%	-4	1%	=
	EL	33%	+4	67%	-4	0%	=
	IT	26%	+3	72%	-3	2%	=
	DE	40%	+2	58%	-3	2%	+1
	BE	34%	+2	65%	-3	1%	+1
	SE	41%	=	59%	=	0%	=
	MT	43%	-2	55%	+2	2%	=
	CY (tcc)	22%	-11	77%	+15	1%	-4
	MK	43%	+4	56%	-3	1%	-1
	IS	47%	+3	52%	-4	1%	+1
	ME	33%	-1	65%	+1	2%	=
	RS	32%	-1	67%	+3	1%	-2
	TR	45%	-13	50%	+15	5%	-2
	AL	40%	NP*	60%	NP*	0%	NP*

* NP= Non Posée : cette question n'était pas posée dans ce pays lors de l'enquête précédente

L'analyse par critères sociodémographiques montre que :












- Le sentiment d'être *personnellement* mal informé sur les questions européennes est beaucoup plus prononcé chez les femmes (69%) que chez les hommes (57%) ;
- Il est majoritaire quel que soit l'âge de la personne interrogée, sans nuance marquante selon les classes d'âge ;
- Le sentiment d'être mal informé sur les questions européennes est majoritaire mais légèrement moins prononcé chez les baby-boomers (62%), et les personnes interrogées appartenant aux générations « X » (63% des Européens nés entre 1980) et « Y » (62% des Européens nés après 1980), que chez celles nées avant 1946 (68%) ;
- Il est particulièrement fort chez les personnes ayant arrêté leurs études à 15 ans ou plus tôt (77%), mais il est aussi majoritaire chez les Européens ayant continué leurs études jusqu'à 20 ans ou plus tard (52%) ;
- Les cadres sont les seuls à se dire majoritairement *bien informés* sur les questions européennes (51% pour le total « bien informés » contre 48%, pour 44% contre 55% chez les travailleurs indépendants, 38% contre 60% chez les employés et 31% contre 66% chez les ouvriers) ;
- Les plus fortes différences apparaissent en fonction de la classe sociale subjective : le sentiment d'être bien informé sur les questions européennes est minoritaire parmi les personnes interrogées considérant appartenir à la classe ouvrière (26% contre 72%), la classe moyenne inférieure (33% contre 65%) et la classe moyenne (39% contre 59%). En revanche, cette opinion est majoritaire parmi les personnes considérant faire partie des classes moyenne supérieure (53% contre 45%) et supérieure (60% contre 40%) ;
- On note enfin qu'une majorité de personnes interrogées qui considèrent que leur voix compte dans l'UE se sentent bien informés sur les questions européennes (51% contre 48%), tandis que cette opinion est très minoritaire parmi ceux qui ont le sentiment que leur voix ne compte pas dans l'UE (24% contre 74%).

QE2 Et en général, dans quelle mesure pensez-vous être bien informé(e) ou pas sur les questions européennes ?












	Total 'Bien informé(e)'	Total 'Pas bien informé(e)'	Ne sait pas
UE28	35%	63%	2%
Sexe			
Homme	42%	57%	1%
Femme	29%	69%	2%
Age			
15-24	35%	63%	2%
25-39	36%	62%	2%
40-54	37%	61%	2%
55 +	33%	65%	2%
Génération			
Avant 1928	25%	73%	2%
1928 - 1945	30%	68%	2%
Total 'Avant 1946'	30%	68%	2%
1946 - 1964 "BB"	36%	62%	2%
1965 - 1980 "X"	35%	63%	2%
Après 1980 "Y"	36%	62%	2%
Age de fin d'études			
15-	21%	77%	2%
16-19	33%	65%	2%
20+	46%	52%	2%
Toujours étudiant	38%	60%	2%
Catégorie socioprofessionnelle			
Indépendants	44%	55%	1%
Cadres	51%	48%	1%
Autres employés	38%	60%	2%
Ouvriers	31%	66%	3%
Hommes/ femmes au foyer	21%	77%	2%
Chômeurs	28%	71%	1%
Retraités	33%	65%	2%
Etudiants	38%	60%	2%
Considère appartenir à			
La classe ouvrière	26%	72%	2%
La classe moyenne inférieure	33%	65%	2%
La classe moyenne	39%	59%	2%
La classe moyenne supérieure	53%	45%	2%
La classe supérieure	60%	40%	0%
Mon voix compte dans l'UE			
D'accord	51%	48%	1%
Pas d'accord	24%	74%	2%

Les tableaux suivants font apparaître les résultats par critères sociodémographiques dans l'ensemble de l'Union européenne (UE28) en moyenne, dans les six plus grands pays de l'UE, ainsi que dans des pays bénéficiant ou ayant bénéficié de l'aide de l'Union européenne pour faire face à la crise financière et économique.

QE2. Et en général, dans quelle mesure pensez-vous être bien informé(e) ou pas sur les questions européennes ?
Réponse: Total 'Bien informé(e)'

	 EU28	 DE	 ES	 FR	 IT	 PL	 UK	 EL	 PT	 IE	 CY
TOTAL	35%	40%	23%	25%	26%	47%	36%	33%	26%	53%	36%
Sexe											
Homme	42%	47%	30%	32%	34%	53%	45%	40%	31%	61%	43%
Femme	29%	35%	16%	18%	19%	42%	27%	27%	22%	46%	28%
Age											
15-24	35%	40%	21%	28%	23%	51%	34%	31%	37%	49%	38%
25-39	36%	38%	26%	21%	36%	53%	34%	40%	33%	54%	33%
40-54	37%	40%	24%	28%	28%	49%	39%	38%	25%	55%	37%
55 +	33%	43%	20%	23%	21%	39%	35%	26%	18%	52%	36%
Age de fin d'études											
15-	21%	34%	13%	15%	9%	23%	31%	18%	15%	39%	19%
16-19	33%	33%	24%	23%	30%	41%	32%	35%	32%	48%	32%
20+	46%	59%	37%	29%	41%	57%	43%	49%	52%	68%	46%
Toujours étudiant	38%	38%	27%	30%	26%	59%	40%	24%	40%	55%	38%
Catégorie socioprofessionnelle											
Indépendants	44%	45%	36%	40%	38%	49%	48%	48%	31%	57%	32%
Cadres	51%	51%	66%	33%	51%	69%	46%	67%	53%	66%	58%
Autres employés	38%	35%	33%	19%	37%	56%	32%	38%	39%	70%	42%
Ouvriers	31%	35%	24%	19%	27%	41%	31%	33%	18%	51%	33%
Hommes/femmes au foyer	21%	25%	7%	16%	10%	53%	31%	23%	11%	41%	8%
Chômeurs	28%	35%	16%	30%	18%	35%	30%	33%	23%	41%	24%
Retraités	33%	45%	20%	23%	18%	36%	35%	24%	16%	50%	40%
Etudiants	38%	38%	27%	30%	26%	59%	40%	24%	40%	55%	38%

QE2. Et en général, dans quelle mesure pensez-vous être bien informé(e) ou pas sur les questions européennes ?
Réponse: Total 'Pas bien informé(e)'

	 UE28	 DE	 ES	 FR	 IT	 PL	 UK	 EL	 PT	 IE	 CY
Total	63%	58%	77%	74%	72%	48%	60%	67%	74%	46%	64%
Sexe											
Homme	57%	52%	70%	67%	64%	42%	53%	60%	69%	39%	57%
Femme	69%	63%	84%	81%	79%	53%	68%	73%	77%	52%	72%
Age											
15-24	63%	58%	79%	71%	77%	43%	62%	69%	63%	48%	62%
25-39	62%	61%	74%	78%	62%	43%	61%	60%	66%	45%	67%
40-54	61%	58%	76%	71%	70%	45%	57%	62%	74%	45%	63%
55 +	65%	55%	80%	76%	76%	57%	62%	74%	82%	47%	64%
Age de fin d'études											
15-	77%	63%	87%	85%	89%	72%	64%	82%	85%	60%	81%
16-19	65%	65%	76%	75%	69%	55%	64%	65%	67%	51%	68%
20+	52%	39%	63%	71%	56%	38%	54%	51%	47%	32%	54%
Toujours étudiant	60%	59%	73%	70%	73%	33%	57%	76%	60%	44%	62%
Catégorie socioprofessionnelle											
Indépendants	55%	55%	64%	60%	60%	47%	50%	52%	67%	43%	68%
Cadres	48%	48%	34%	67%	49%	29%	53%	31%	45%	34%	42%
Autres employés	60%	64%	67%	81%	62%	37%	66%	62%	61%	30%	58%
Ouvriers	66%	63%	76%	79%	68%	54%	61%	67%	81%	47%	67%
Hommes/femmes au foyer	77%	68%	92%	84%	90%	40%	63%	77%	89%	58%	92%
Chômeurs	71%	65%	84%	70%	82%	60%	64%	67%	77%	58%	76%
Retraités	65%	53%	80%	76%	79%	60%	62%	76%	84%	49%	60%
Etudiants	60%	59%	73%	70%	73%	33%	57%	76%	60%	44%	62%

III. LES SOURCES D'INFORMATION POUR LES AFFAIRES POLITIQUES NATIONALES ET EUROPÉENNES

- La télévision reste la première source d'information sur les affaires politiques ;
Internet continue de progresser -

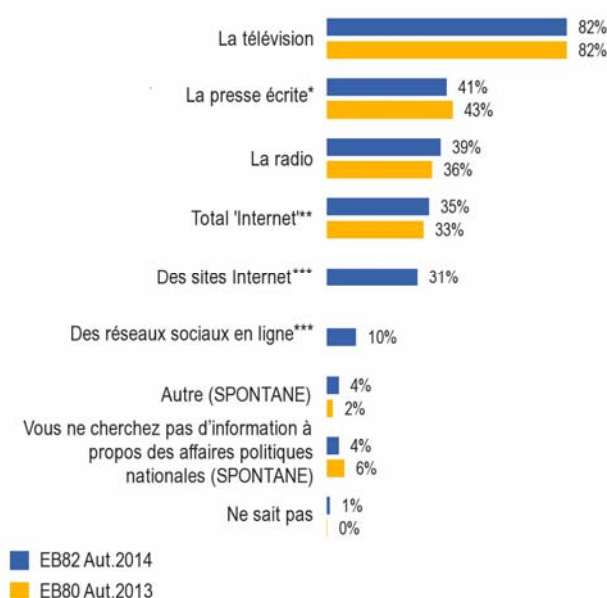
1. LES AFFAIRES POLITIQUES NATIONALES

La télévision est de loin le média privilégié par les Européens pour s'informer sur les affaires politiques nationales (82%), un résultat stable par rapport à l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2013 (EB80)¹⁰.

La presse écrite, un peu moins citée que précédemment (41%, -2 points de pourcentage) et la radio, qui progresse (39%, +3 points) sont en deuxième et troisième position.

Internet arrive en quatrième position des sources d'information privilégiées (citée par 35% des personnes interrogées), après une progression de deux points de pourcentage par rapport à l'automne 2013. Dans les enquêtes précédentes, quatre items étaient proposées aux personnes interrogées : la télévision, la presse, la radio, et Internet. Dans cette nouvelle enquête, on a fait la distinction entre d'une part, les sites Internet (31%) et d'autre part, les réseaux sociaux en ligne (10%). Ces deux items ont ensuite été agrégés ensemble pour constituer le total « Internet », qui est comparé avec l'item « Internet » posé dans les enquêtes précédentes¹¹.

QE4T. Quelle est votre principale source d'information à propos des affaires politiques nationales ?



Plusieurs réponses possibles

*Dans les enquêtes précédentes : la presse

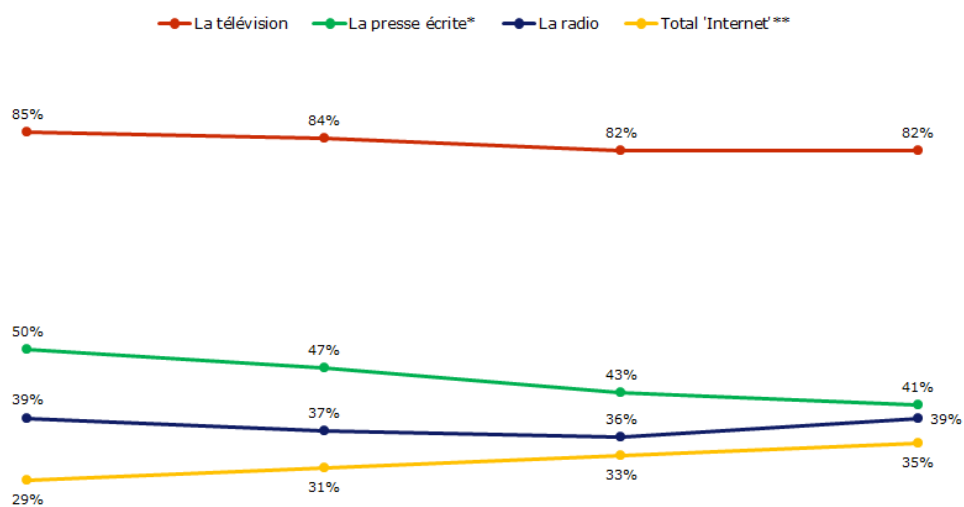
** Total Internet : agrégation des deux nouveaux items

(***) « Des sites Internet » et « Des réseaux sociaux en ligne »

¹⁰ QE4. Quelle est votre principale source d'information à propos des affaires politiques nationales ? Premièrement ? Et ensuite ?

¹¹ Cette agrégation n'est pas une somme : les personnes interrogées ont pu donner les deux réponses « des sites Internet » et « des réseaux sociaux en ligne ». Elles ne sont alors comptées qu'une seule fois dans l'agrégation total « Internet », dont le score de 35% est donc inférieur à la somme des réponses « des sites Internet » (31%) et « des réseaux sociaux en ligne » (10%).

QE4T. Quelle est votre principale source d'information à propos
des affaires politiques nationales ? - % UE



Aut. 2011 EB76	Aut. 2012 EB78	Aut. 2013 EB80	Aut. 2014 EB82
-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

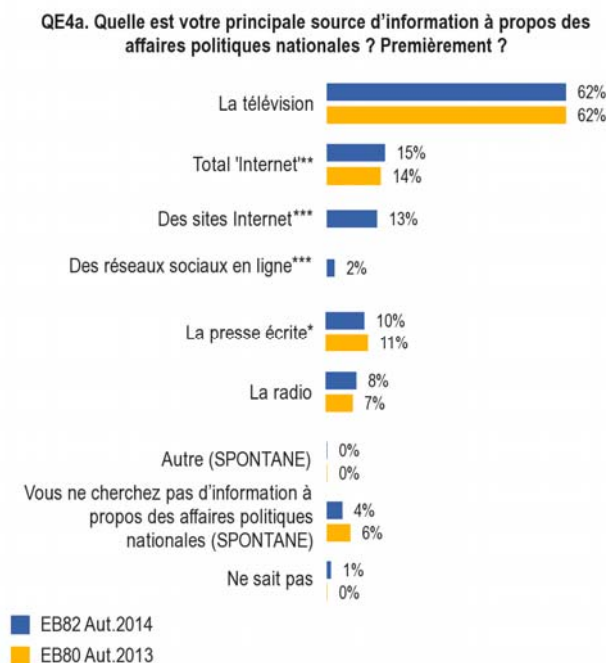
Plusieurs réponses possibles

*Dans les enquêtes précédentes : la presse

** Total Internet : agrégation des deux nouveaux items

(***) « Des sites Internet » et « Des réseaux sociaux en ligne »

Lorsqu'on s'intéresse non plus au total des réponses mais à la première réponse citée, on voit que la télévision arrive largement en tête (62%, sans changement), mais aussi qu'**Internet se place alors en deuxième position** (15%, +1 point de pourcentage), devant la presse écrite (10%, -1) et la radio (8%, +1).



*Dans les enquêtes précédentes : la presse

** Total Internet : somme des deux nouveaux items

(***) « Des sites Internet » et « Des réseaux sociaux en ligne »

Une analyse nationale sur le total des réponses citées montre que **la télévision** arrive en tête des sources d'information privilégiées par les Européens pour s'informer sur les affaires politiques nationales dans tous les Etats membres, à l'exception du Luxembourg, où c'est la presse écrite qui est davantage mentionnée (61%, pour 54% pour la télévision). C'est en Bulgarie (92%), en Roumanie (89%) et en Croatie (87%) que la télévision emporte le plus de citations.

En plus du Luxembourg, où elle arrive en tête, **la presse écrite** est également fortement citée par les personnes interrogées en Autriche (68%) et en Finlande (66%). En revanche, moins d'un quart des personnes interrogées placent la presse écrite dans leurs sources principales d'information à Malte (23%) et en Roumanie (24%).

La radio est citée par plus d'une personne interrogée sur deux en Slovaquie (57%), en Irlande (54%) et en Autriche (52%). Elle apparaît très en retrait en Italie (23%) et au Portugal (25%).

Les sites Internet sont cités comme sources d'information privilégiées pour s'informer sur les affaires politiques nationales par plus d'une personne interrogée sur deux en Estonie (56%), en Lettonie (52%) et aux Pays-Bas (51%). Ils arrivent en deuxième position des sources d'information privilégiées pour les affaires politiques nationales, après la télévision, dans neuf Etats membres : en Estonie (56%), en Lettonie (52%), en Lituanie (50%), en République tchèque (49%), en Pologne (45%), en Hongrie (43%), en Croatie (40%), en Grèce (38%) et à Chypre (38%). Les sites Internet sont beaucoup moins cités par les personnes interrogées au Portugal (13%), en Allemagne (20%) et en Roumanie (21%).





Les réseaux sociaux en ligne comme source d'information sur les affaires politiques nationales sont cités par près d'un quart des personnes interrogées à Malte (24%) et en Suède (22%). C'est en France (7%) et au Luxembourg qu'ils sont le moins évoqués (7%).

L'analyse par critères sociodémographiques révèle un certain nombre de variations :

- Les femmes sont un peu plus nombreuses que les hommes à utiliser la télévision pour s'informer sur les affaires politiques nationales. En revanche, elles sont moins nombreuses à utiliser la presse écrite (38% pour 43% des hommes), et surtout les sites Internet (26% pour 35%) ;
- La télévision arrive en tête dans toutes les catégories d'âges, mais son utilisation comme source d'information sur les affaires politiques nationales croît avec l'âge des personnes interrogées : ce média est cité par 69% des 15-24 ans, 77% des 25-39 ans, 83% des 40-54 ans et 89% des personnes âgées de 55 ans et plus. Symétriquement, les jeunes sont plus nombreux à citer les sites Internet et les réseaux sociaux (respectivement 49% et 28%), dont l'utilisation diminue avec l'âge : 46% et 17% pour les 25-39 ans ; 33% et 8% pour les 40-54 ans et 12% et 2% pour les 55 ans et plus ;
- On retrouve les mêmes tendances concernant les générations : les Européens appartenant à la génération « Y » citent fortement les sites Internet parmi leurs sources d'information sur les affaires politiques nationales (49%) ainsi que les réseaux sociaux (24%, pour 10% en moyenne). Les sites Internet sont la quatrième source d'information sur les affaires politiques nationales pour la génération « X » (38%), mais juste derrière la presse écrite et la radio (39% pour les deux média). La presse écrite est mentionnée par au moins la moitié des baby-boomers (50%) et les personnes nées avant 1946 (52%) ;
- Les Européens ayant continué leurs études jusqu'à l'âge de 20 ans et plus tard (44%) et surtout les étudiants (55%) citent bien plus que la moyenne les sites Internet (31% en moyenne) ;

- Les sites Internet sont la deuxième source d'information pour les affaires politiques nationales chez les cadres (47%, à égalité avec la presse écrite), tandis que ce média est moins utilisé par les chômeurs (32%), les ouvriers (31%), et surtout les personnes au foyer (17%). Les chômeurs utilisent plus les réseaux sociaux en ligne que l'ensemble des Européens (16% pour 10% en moyenne) ;
- Les variations en fonction de la classe sociale à laquelle les personnes interrogées pensent appartenir sont assez marquées. Au sein de la classe supérieure, les sites Internet arrivent en deuxième position des sources d'information identifiées sur les affaires politiques nationales (51%, derrière la télévision, 79%) Les sites Internet sont moins cités dans les autres classes sociales subjectives d'appartenance, et notamment dans la classe ouvrière (20%, au quatrième rang, derrière la télévision (85%), la radio (39%) et la presse écrite (35%)).

QE4T - Quelle est votre principale source d'information à propos des affaires politiques nationales ? TOTAL (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)

	La télévision	La presse écrite	La Radio	Des sites Internet	Des réseaux sociaux en ligne	Autre (SPONTANE)	Vous ne cherchez pas d'information à propos des affaires politiques nationales (SPONTANE)	Ne sait pas
UE28	82%	41%	39%	31%	10%	4%	4%	1%
 Sexe								
Homme	80%	43%	39%	35%	11%	3%	4%	1%
Femme	83%	38%	38%	26%	10%	4%	5%	1%
 Age								
15-24	69%	25%	22%	49%	28%	3%	8%	1%
25-39	77%	31%	35%	46%	17%	4%	4%	1%
40-54	83%	43%	43%	33%	8%	4%	3%	1%
55 +	89%	52%	44%	12%	2%	3%	4%	1%
Génération								
Avant 1928	90%	41%	38%	2%	0%	6%	3%	3%
1928 - 1945	89%	52%	43%	6%	1%	3%	5%	1%
Total 'Avant 1946'	89%	52%	43%	6%	1%	3%	5%	1%
1946 - 1964 "BB"	87%	50%	45%	20%	4%	4%	3%	1%
1965 - 1980 "X"	81%	39%	39%	38%	10%	3%	4%	1%
Après 1980 "Y"	72%	27%	29%	49%	24%	4%	6%	1%
 Age de fin d'études								
15-	88%	41%	39%	7%	3%	5%	7%	1%
16-19	86%	42%	41%	26%	9%	3%	4%	1%
20+	78%	45%	42%	44%	12%	3%	2%	1%
Toujours étudiant	64%	24%	20%	55%	30%	4%	9%	1%
 Catégorie socioprofessionnelle								
Indépendants	77%	49%	41%	43%	9%	3%	2%	0%
Cadres	76%	47%	44%	47%	11%	1%	1%	1%
Autres employés	81%	41%	39%	41%	12%	2%	4%	0%
Ouvriers	83%	38%	40%	31%	10%	4%	4%	1%
Hommes/ femmes au foyer	83%	31%	38%	17%	8%	5%	9%	1%
Chômeurs	82%	29%	31%	32%	16%	6%	6%	1%
Retraités	90%	51%	44%	11%	2%	4%	4%	1%
Etudiants	64%	24%	20%	55%	30%	4%	9%	1%
Considère appartenir à								
La classe ouvrière	85%	35%	39%	20%	9%	5%	6%	1%
La classe moyenne inférieure	81%	38%	40%	31%	11%	4%	5%	1%
La classe moyenne	82%	46%	39%	36%	12%	3%	3%	1%
La classe moyenne supérieure	74%	57%	39%	47%	12%	2%	1%	0%
La classe supérieure	79%	39%	34%	51%	6%	3%	3%	0%

2. LES AFFAIRES POLITIQUES EUROPÉENNES

Amenés à citer leurs sources privilégiées pour s'informer sur les affaires politiques européennes¹², les Européens formulent des réponses proches de celles données sur leurs sources préférées à propos des affaires politiques nationales : la télévision arrive très nettement en tête (77%, +2 points de pourcentage), devant la presse écrite (39%, -1), la radio (34%, +3) et Internet (32%, +3)¹³.



Plusieurs réponses possibles

*Dans les enquêtes précédentes : la presse

** Total Internet : agrégation des deux nouveaux items

***) « Des sites Internet » et « Des réseaux sociaux en ligne »

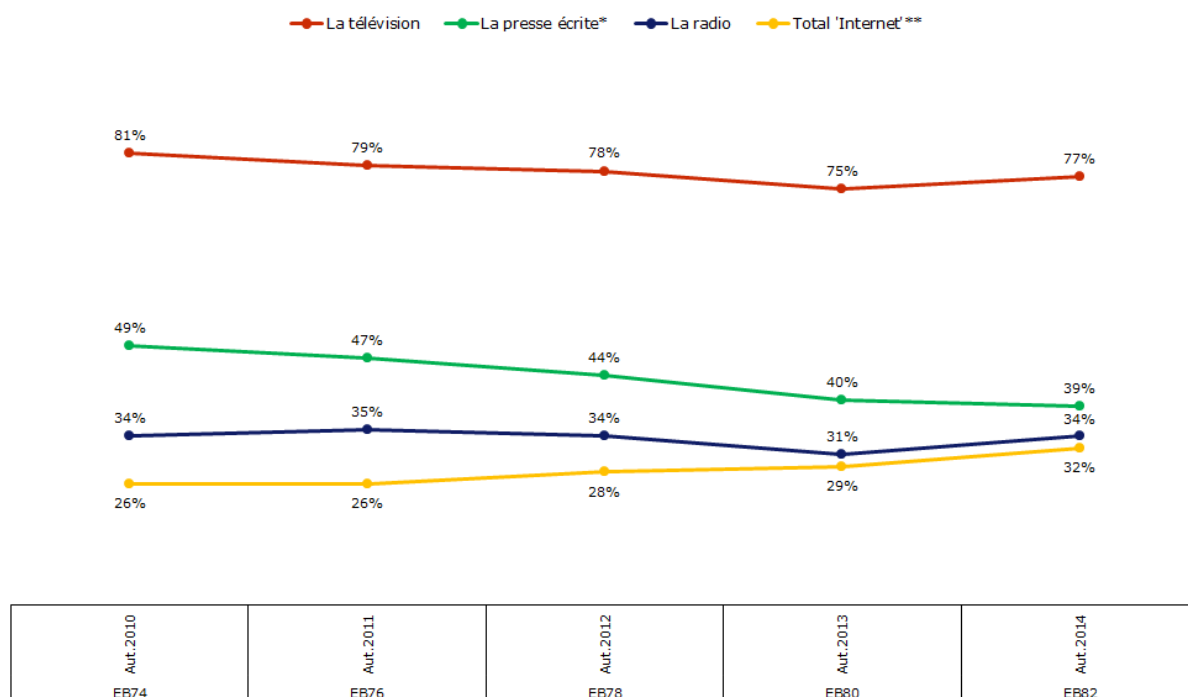
L'analyse nationale démontre que la télévision arrive cette fois-ci en tête des sources d'information privilégiées dans tous les Etats membres, y compris au Luxembourg (64%, pour 59% pour la presse écrite).

Une majorité absolue des personnes interrogées mentionne les sites Internet en Estonie (52%), tandis que les réseaux sociaux en ligne sont particulièrement cités à Malte (21%) et en Grèce (19%).

¹² QE5. Quelle est votre principale source d'information à propos des affaires politiques européennes ? Premièrement ? Et ensuite?

¹³ Ce « total Internet » est constitué de l'agrégat des réponses « des sites Internet » et « des réseaux sociaux en ligne ». Comme expliqué précédemment, cette agrégation n'est pas une somme : les personnes interrogées ont pu donner ces deux réponses. **Elles ne sont alors comptées qu'une seule fois dans l'agrégation « total Internet »**, dont le score de 32% est donc inférieur à la somme des réponses « des sites Internet » (28%) et « des réseaux sociaux en ligne » (9%).

QE5T. Quelle est votre principale source d'information à propos des affaires politiques européennes ?
- % UE



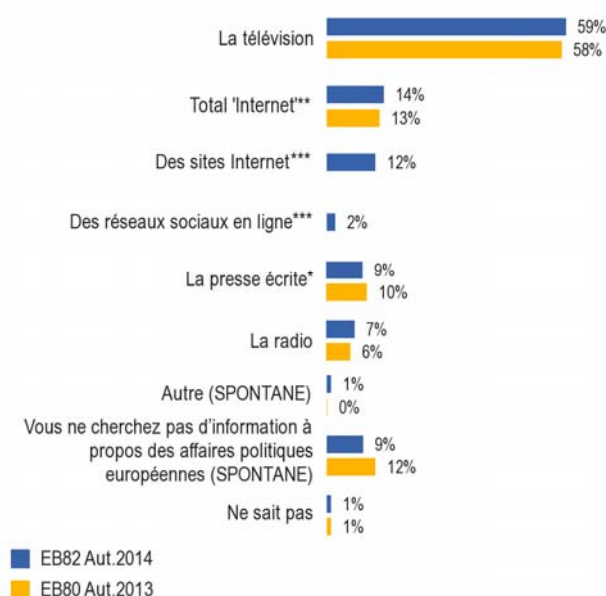
Plusieurs réponses possibles

* Dans les enquêtes précédentes : la presse

** Total Internet : agrégation des deux nouveaux items

Lorsqu'on s'intéresse à la première réponse citée, la télévision est très clairement en tête (59%, +1 point de pourcentage), devant Internet (14%, +1). La presse écrite est en troisième position (9%, -1) devant la radio (7%, +1).

QE5a. Quelle est votre principale source d'information à propos des affaires politiques européennes ? Premièrement ?



* Dans les enquêtes précédentes : la presse

** Total Internet : somme des deux nouveaux items

(***) « Des sites Internet » et « Des réseaux sociaux en ligne »

L'analyse par critères sociodémographiques montre que les principales différences entre catégories rejoignent celles observées pour les sources d'information privilégiées pour obtenir de l'information sur les affaires politiques nationales :

- La télévision est le média le plus utilisé pour obtenir de l'information sur les affaires politiques européennes dans toutes les catégories d'âge, mais les 55 ans et plus sont les nombreux à la mentionner (83%) ; ces derniers citent également la presse écrite (48%) et la radio (40%) plus que la moyenne. A l'inverse, ils sont les moins nombreux à mentionner les sites Internet (11%) et les réseaux sociaux en ligne (2%), ces deux sources d'information étant nettement plus citées par les Européens âgés de 15 à 24 ans (44% et 22% respectivement) ;
- Les Européens appartenant à la génération « Y » citent fortement les sites Internet parmi leurs sources d'information sur les affaires politiques européennes (44%) ainsi que les réseaux sociaux (20%, pour 9% en moyenne). Les sites Internet sont également la troisième source d'information pour la génération « X » (36%), mais les réseaux sociaux en ligne sont moins cités (8%). Au sein des générations plus âgées, les sites Internet sont en retrait par rapport aux médias traditionnels que sont la télévision, la presse écrite et la radio ;
- Les Européens ayant continué leurs études jusqu'à l'âge de 20 ans et plus tard citent également bien plus que la moyenne les sites Internet (42%, pour 6% chez les Européens ayant arrêté leurs études à l'âge de 15 ans ou plus tôt) ;
- Les réponses des Européens varient également en fonction de la classe sociale à laquelle ils pensent appartenir. Au sein de la classe supérieure, les sites Internet arrivent en deuxième position des sources d'information identifiées sur les affaires politiques européennes (49%, après la télévision, 75%). Dans la classe moyenne supérieure, les sites Internet (43%) sont devancés par la télévision (75%) et la presse écrite (53%). Dans les autres classes sociales subjectives d'appartenance, les sites Internet sont moins cités que les médias traditionnels, télévision, presse écrite et radio. Dans la classe ouvrière, les sites Internet ne sont cités qu'à hauteur de 18%.

QE5T Quelle est votre principale source d'information à propos des affaires politiques européennes ?

	La télévision	La presse écrite	La radio	Des sites Internet	Des réseaux sociaux en ligne	Autre (SPONTANE)	Vous ne cherchez pas d'information à propos des affaires politiques européennes (SPONTANE)	Ne sait pas
UE28	77%	39%	34%	28%	9%	4%	9%	2%
Sexe								
Homme	76%	41%	35%	32%	9%	3%	7%	1%
Femme	77%	37%	34%	24%	8%	4%	11%	2%
Age								
15-24	65%	24%	20%	44%	22%	4%	14%	2%
25-39	72%	30%	30%	43%	14%	4%	9%	2%
40-54	79%	42%	38%	30%	7%	4%	7%	1%
55 +	83%	48%	40%	11%	2%	4%	9%	1%
Génération								
Avant 1928	81%	39%	35%	3%	0%	7%	9%	5%
1928 - 1945	82%	49%	38%	6%	0%	3%	12%	1%
Total 'Avant 1946'	82%	49%	38%	5%	0%	3%	12%	2%
1946 - 1964 "BB"	82%	47%	40%	18%	3%	4%	7%	1%
1965 - 1980 "X"	77%	38%	35%	36%	8%	4%	8%	2%
Après 1980 "Y"	68%	26%	25%	44%	20%	4%	11%	2%
Age de fin d'études								
15-	79%	37%	35%	6%	2%	5%	14%	2%
16-19	81%	40%	37%	24%	8%	3%	9%	2%
20+	75%	44%	37%	42%	10%	3%	4%	1%
Toujours étudiant	63%	24%	18%	48%	23%	5%	12%	2%
Catégorie socioprofessionnelle								
Indépendants	75%	47%	38%	39%	9%	4%	5%	1%
Cadres	75%	45%	37%	45%	9%	2%	2%	2%
Autres employés	76%	40%	35%	39%	10%	2%	8%	1%
Ouvriers	78%	36%	35%	28%	9%	4%	9%	2%
Hommes/ femmes au foyer	72%	29%	35%	16%	7%	5%	17%	2%
Chômeurs	73%	26%	29%	30%	14%	5%	13%	1%
Retraités	84%	48%	39%	10%	2%	4%	9%	1%
Etudiants	63%	24%	18%	48%	23%	5%	12%	2%
Considère appartenir à								
La classe ouvrière	76%	32%	34%	18%	7%	5%	13%	2%
La classe moyenne inférieure	77%	36%	36%	27%	9%	4%	9%	1%
La classe moyenne	79%	45%	35%	34%	10%	3%	6%	1%
La classe moyenne supérieure	75%	53%	34%	43%	10%	2%	3%	1%
La classe supérieure	75%	42%	33%	49%	9%	3%	5%	0%

3. LA RECHERCHE ACTIVE D'INFORMATIONS SUR L'UNION EUROPÉENNE

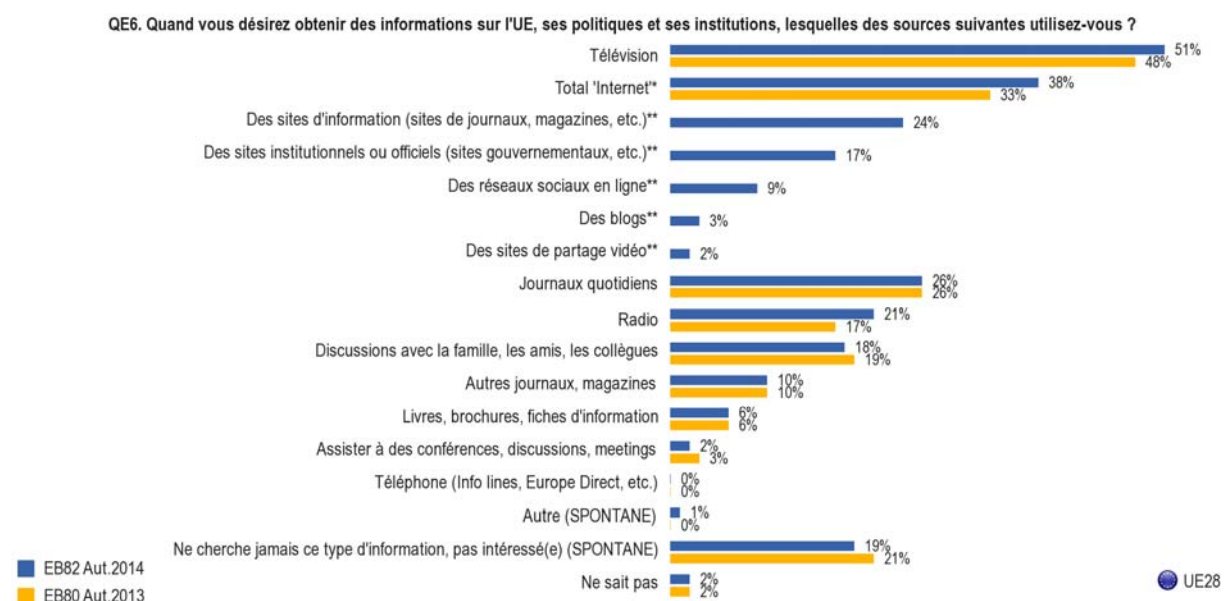
Amenés à qualifier **leurs sources privilégiées pour rechercher de l'information sur l'Union européenne**, les Européens distinguent nettement une fois encore la **télévision** (51%), dont les citations sont en hausse de trois points de pourcentage par rapport à l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2013 (EB80)¹⁴.

Internet arrive en deuxième position, avec une hausse plus sensible encore des citations (38%, +5 points de pourcentage)¹⁵, devant la **presse quotidienne** (26%, sans changement).

La **radio** est également une source davantage citée (21%, +4 points de pourcentage) ; elle devance désormais **les discussions avec la famille, les proches et les collègues** (18%, -1) qui passent de la quatrième à la cinquième place mais continuent cependant d'occuper une place importante dans la recherche d'information sur l'Union européenne.

Viennent ensuite les « **autres journaux et magazines** » (10%, sans changement), devant les **livres et brochures** (6%, =) et les **conférences** (2%, -1 point de pourcentage).

La part d'Européens disant *spontanément* ne jamais rechercher d'informations sur l'Union européenne est de 19% (-2 points de pourcentage par rapport à l'automne 2013).



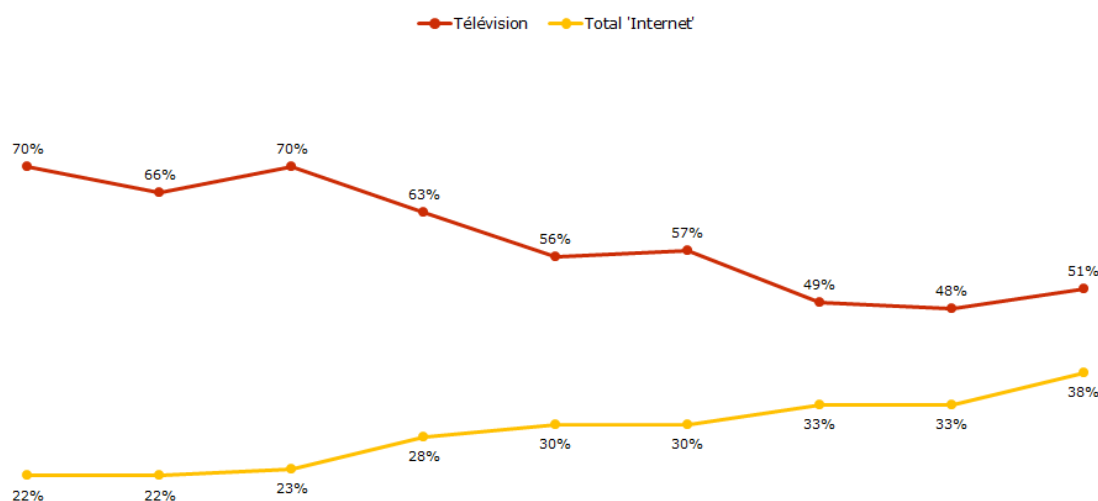
* Total Internet : agrégation des cinq nouveaux items

(**) « Des sites d'information », « Des sites institutionnels ou officiels », « Des réseaux sociaux en ligne », « Des blogs » et « Des sites de partage vidéo »

¹⁴ QE6. Quand vous désirez obtenir des informations sur l'UE, ses politiques et ses institutions, lesquelles des sources suivantes utilisez-vous ?

¹⁵ Dans cette enquête, le total « Internet » est constitué de l'agrégation des items suivants : des sites d'information (sites de journaux, magazines, etc.) ; des sites institutionnels ou officiels (sites gouvernementaux, etc.) des réseaux sociaux en ligne ; des blogs ; des sites de partage vidéo. Dans l'enquête précédente, il n'y avait qu'un seul item « Internet ».

QE6. Quand vous désirez obtenir des informations sur l'UE, ses politiques et ses institutions, lesquelles des sources suivantes utilisez-vous ? - % UE



Pr. 2005	Aut. 2005	Pr. 2006	Pr. 2007	Aut. 2010	Aut. 2011	Aut. 2012	Aut. 2013	Aut. 2014
EB63	EB64	EB65	EB67	EB74	EB76	EB78	EB80	EB82

Si l'on s'intéresse **au détail des réponses constituant le total « Internet »**¹⁶, les sites d'information (24%) arrivent en troisième position de la hiérarchie des sources privilégiées pour rechercher de l'information sur l'UE, ses politiques et ses institutions après la télévision et les journaux quotidiens. Mais les sites institutionnels sont également en bonne place (au 6^{ème} rang de la hiérarchie, avec 17% de citations). Viennent ensuite les réseaux sociaux en ligne, cités par 9% des Européens, les blogs (3%) et les sites de partage vidéo (2%).

L'analyse nationale montre certaines variations entre Etats membres. Cependant, **la télévision** arrive en tête des sources privilégiées pour rechercher de l'information sur l'Union européenne, ses politiques et ses institutions dans tous les Etats membres à l'exception de la **Suède**, où c'est la presse quotidienne qui arrive en tête (43% pour 39% pour la télévision).

Les sites Internet d'information sont aussi très fortement cités en Suède (40%), au Danemark (37%), aux Pays-Bas (37%), au Luxembourg (34%) et en Finlande (34%).

La radio est, quant à elle, fortement citée au Luxembourg (34%), en Autriche (32%), en Allemagne (30%) et en Irlande (30%).

Les discussions avec les proches pour s'informer sur l'Union européenne arrivent en deuxième position après la télévision en Grèce (44%) et au Danemark (38%).

¹⁶ Le « total Internet » est constitué de l'agrégat des réponses « des sites institutionnels ou officiels (sites gouvernementaux, etc.) », « des sites d'information (sites de journaux, magazines, etc.) » « des réseaux sociaux en ligne », « des blogs » et « des sites de partage vidéo ». Comme expliqué précédemment, cette agrégation n'est pas une somme : les personnes interrogées ont pu donner plusieurs réponses possibles, et donc plusieurs de ces cinq réponses. **Elles ne sont alors comptées qu'une seule fois dans l'agrégation « total Internet »**, dont le score est donc inférieur à la somme des cinq réponses agrégées dans le total.

Les sites Internet institutionnels ou officiels sont, comme pour les sites d'informations, plus cités aux Pays-Bas (45%), en Finlande (34%), en Suède (34%) et au Luxembourg (29%) que dans l'ensemble de l'Union européenne (17%).

Les réseaux sociaux en ligne sont eux plus utilisés pour rechercher de l'information sur l'Union européenne à Chypre (25%), en Grèce (19%), en Lettonie (18%), en Estonie (18%), au Danemark (17%) et en Autriche (17%).

La part des personnes interrogées disant *spontanément* ne **jamais chercher d'informations sur l'Union européenne** est particulièrement marquée au Royaume-Uni (31%), mais également en Lituanie (26%), en Espagne (26%) et au Portugal (25%).

Dans les **pays candidats** :

- **La télévision** arrive en tête des sources privilégiées pour rechercher de l'information sur l'Union européenne, ses politiques et ses institutions dans cinq pays candidats : l'Albanie (73%), la Turquie (73%), la Serbie (61%), l'ancienne République yougoslave de Macédoine (61%) et le Monténégro (59%). En Islande, les personnes interrogées mentionnent d'abord les discussions avec la famille, les amis ou les collègues (48%, pour 46% pour la télévision) ;
- En Albanie, **la presse quotidienne** est également fortement citée (41%, pour 26% en moyenne dans l'UE) ;
- **En Islande**, les sites Internet d'information (44%) et les sites Internet institutionnels ou officiels (39%) sont bien plus cités que la moyenne (respectivement 24% et 17% dans l'UE) ;
- **Les réseaux sociaux en ligne** sont eux fortement cités dans l'ancienne République yougoslave de Macédoine (24% pour 9% en moyenne) ;
- En Turquie, 19% des personnes interrogées disent *spontanément* ne **jamais chercher d'information sur l'Union européenne, ses politiques et ses institutions**. Cette proportion est identique à celle enregistrée dans l'UE. Dans tous les autres pays candidats, cette proportion est inférieure à celle de la moyenne européenne.

L'analyse par critères sociodémographiques montre des variations entre catégories similaires à celles précédemment observées sur l'utilisation des médias par les citoyens de l'Union européenne :

- **La télévision** arrive en tête des sources privilégiées pour rechercher de l'information sur l'Union européenne, ses politiques et ses institutions, mentionnée par plus la moitié des hommes (51%) et des femmes (50%). Les hommes sont plus nombreux à citer la plupart des médias proposés, et notamment les journaux quotidiens (29% pour 23% des femmes) et les sites d'information (28% pour 21%). Les femmes sont un peu plus nombreuses à citer les discussions entre amis (19% pour 17% des hommes) ;
- Les Européens âgés de 55 ans et plus privilégient les médias traditionnels pour rechercher de l'information sur l'UE, ses politiques et ses institutions : ils sont plus nombreux que la moyenne à citer **la télévision** (59%), mais également **les journaux quotidiens** (32%) et **la radio** (26%). Les citations de ces médias diminuent avec l'âge des personnes interrogées, et les jeunes de 15 à 24 ans mentionnent plus fortement que l'ensemble des Européens **les sites d'information** (35%), **les sites institutionnels et officiels** (22%) et **les réseaux sociaux en ligne** (21%) ;
- On retrouve ces tendances en analysant les différences générationnelles : les personnes nées avant 1946 et les baby-boomers sont plus nombreuses que la moyenne à citer la télévision (respectivement 57% et 58%), les journaux quotidiens (32% et 31%) et la radio (26% et 26%), alors que celles des générations « X » (nées entre 1965 et 1980), et « Y » (nées après 1980), citent davantage les sites d'informations (respectivement 30% et 35%), les sites institutionnels (22% et 23%) et les réseaux sociaux (10% et 19%) ;
- Les personnes ayant arrêté leurs études à 15 ans ou plus tôt sont plus nombreuses à mentionner la télévision (56%) que celles ayant continué leurs études jusqu'à l'âge de 20 ans ou plus tard (48%). A l'inverse, elles n'utilisent que très peu les sites d'information (6%) et les sites institutionnels (4%), et plus du quart d'entre elles déclarent *spontanément* ne jamais rechercher ce type d'information (29%) ;
- Les cadres utilisent presque autant les sites d'information (42%) que la télévision (45%) pour rechercher de l'information sur les l'UE. Une proportion importante de personnes au foyer (28%) et de chômeurs (23%) répond *spontanément* ne jamais rechercher ce type d'information ;
- Plus du tiers des personnes qui considèrent appartenir à la classe moyenne supérieure mentionnent les sites d'information (39%) et les sites institutionnels (34%). Ces personnes utilisent également les journaux quotidiens (37%) plus que la moyenne des Européens. A l'inverse, celles qui se situent dans la classe ouvrière citent l'ensemble des sources d'information moins que la moyenne.

QE6 Quand vous désirez obtenir des informations sur l'UE, ses politiques et ses institutions, lesquelles des sources suivantes utilisez-vous ?

	La télévision	Les journaux quotidiens	Les sites Internet d'information (les sites des journaux, magazines, etc.)	La radio	Des discussions avec la famille, les amis, les collègues	Les sites Internet institutionnels et officiels (les sites gouvernementaux, etc.)	D'autres journaux, magazines	Des réseaux sociaux en ligne	Des livres, brochures, fiches d'information	Ne cherche jamais ce type d'information, pas intéressé(e) (SPONTANÉ)
UE28	51%	26%	24%	21%	18%	17%	10%	9%	6%	19%
Sexe										
Homme	51%	29%	28%	23%	17%	19%	10%	10%	6%	16%
Femme	50%	23%	21%	20%	19%	15%	9%	8%	6%	22%
Age										
15-24	40%	17%	35%	12%	21%	22%	8%	21%	5%	19%
25-39	45%	21%	34%	18%	21%	23%	8%	14%	5%	16%
40-54	50%	27%	26%	23%	18%	21%	10%	8%	7%	17%
55 +	59%	32%	12%	26%	16%	8%	11%	2%	6%	22%
Génération										
Avant 1928	53%	23%	2%	21%	12%	3%	2%	0%	4%	30%
1928 - 1945	57%	32%	7%	26%	14%	5%	10%	1%	5%	26%
Total 'Avant 1946'	57%	32%	6%	26%	14%	4%	10%	1%	5%	26%
1946 - 1964 "BB"	58%	31%	18%	26%	18%	13%	11%	4%	7%	19%
1965 - 1980 "X"	49%	25%	30%	20%	18%	22%	10%	10%	6%	17%
Après 1980 "Y"	42%	19%	35%	15%	21%	23%	8%	19%	5%	17%
Age de fin d'études										
15-	56%	24%	6%	21%	13%	4%	6%	3%	2%	29%
16-19	54%	27%	20%	23%	18%	13%	9%	8%	5%	20%
20+	48%	30%	37%	23%	21%	28%	13%	10%	9%	10%
Toujours étudiant	39%	20%	38%	12%	23%	26%	9%	23%	6%	17%
Catégorie socioprofessionnelle										
Indépendants	47%	30%	34%	23%	20%	29%	13%	10%	7%	11%
Cadres	45%	32%	42%	23%	21%	31%	14%	11%	10%	9%
Autres employés	50%	28%	31%	23%	21%	21%	10%	11%	6%	16%
Ouvriers	52%	23%	22%	21%	17%	15%	8%	10%	4%	21%
Hommes/ femmes au foyer	46%	16%	14%	17%	16%	11%	5%	7%	3%	28%
Chômeurs	48%	16%	23%	16%	18%	15%	5%	12%	4%	23%
Retraités	60%	32%	10%	26%	16%	7%	11%	2%	6%	22%
Etudiants	39%	20%	38%	12%	23%	26%	9%	23%	6%	17%
Considère appartenir à										
La classe ouvrière	50%	19%	15%	20%	14%	9%	6%	7%	3%	28%
La classe moyenne inférieure	48%	24%	24%	21%	16%	17%	9%	9%	5%	20%
La classe moyenne	55%	32%	29%	24%	21%	21%	12%	11%	7%	12%
La classe moyenne supérieure	47%	37%	39%	21%	27%	34%	17%	11%	12%	8%
La classe supérieure	56%	38%	39%	34%	18%	16%	14%	10%	4%	12%

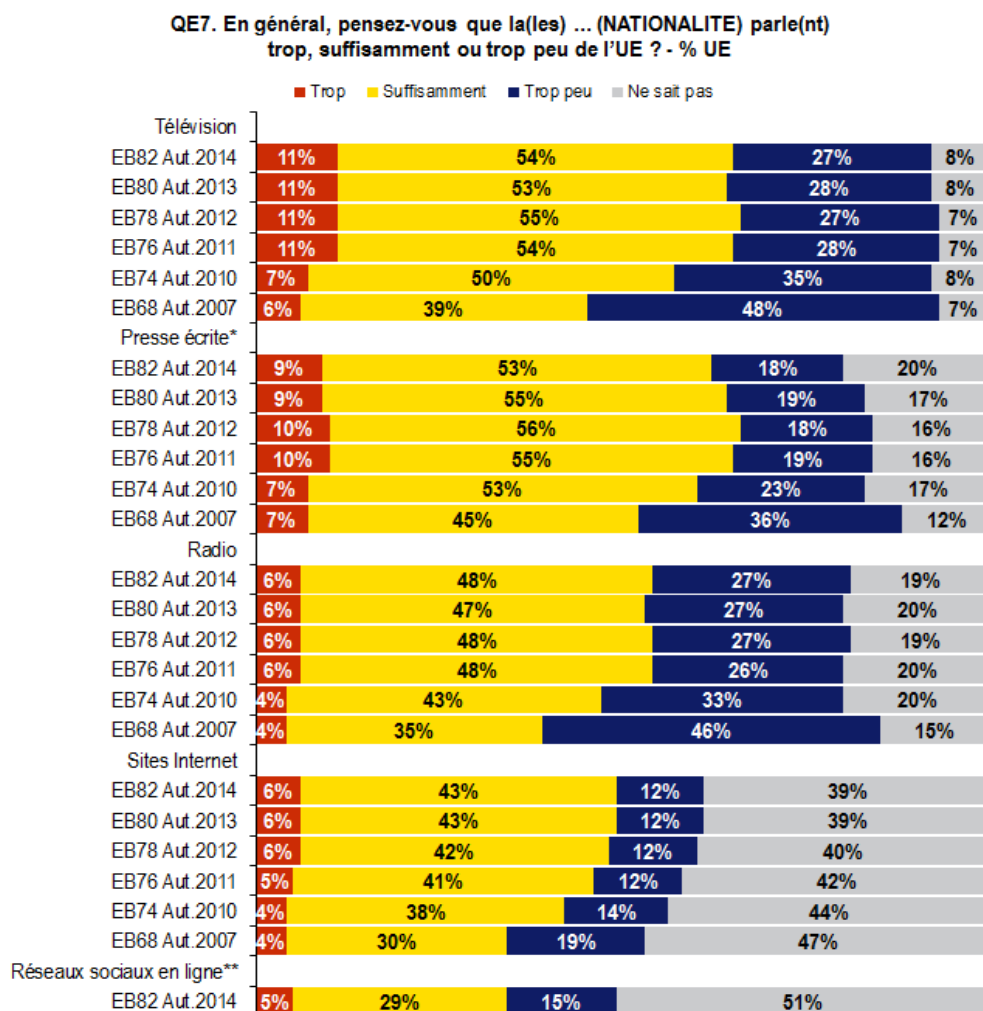
Items cités par plus de 5% des personnes interrogées

4. LE TRAITEMENT DE L'UNION EUROPÉENNE PAR LES MÉDIAS

- Le traitement médiatique de l'Union européenne est jugé objectif -

Le sentiment que les médias parlent « suffisamment » de l'Union européenne est majoritaire et est plutôt stable par rapport à l'automne 2013. C'est vrai pour la **télévision** (54% de réponses « suffisamment », +1 point de pourcentage, contre 27% « trop peu », -1, et 11% « trop », sans changement), la **presse écrite** (53%, -2 ; 18%, -1 ; 9%, =), la **radio** (48, +1 ; 27%, = ; 6%, =) et les **sites Internet** (43%, = ; 12%, = ; 6%, =)¹⁷. Même si elle a diminué depuis l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2007 (EB68), la part d'Européens qui ne se prononcent pas en ce qui concerne les sites Internet reste très importante (39%, sans changement depuis l'automne 2013, - 8 depuis l'automne 2007).

Ce sentiment que l'Union européenne est suffisamment abordée domine également s'agissant des **réseaux sociaux en ligne** (suffisamment 29% / trop peu 15% / trop 5%). Mais plus d'un Européen sur deux ne s'exprime pas sur cette question (51%).



* Dans les enquêtes précédentes : la presse

** Nouvel item

¹⁷ QE7. En général, pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) trop, suffisamment ou trop peu de l'UE ??

Une analyse sur le plus long terme montre que le sentiment que les médias ne parlent « pas assez » de l'Union européenne a fortement baissé depuis l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2007 (EB68). C'est vrai pour la télévision (de 48% à l'automne 2007 à 27%), la presse écrite (de 36% à 18%), la radio (de 46% à 27%) et les sites Internet (de 19% à 12%).






























L'analyse nationale montre que le sentiment que les médias parlent **suffisamment** de l'Union européenne est le plus développé en Estonie (75% pour la télévision ; 67% pour la presse écrite ; 66% pour la radio ; 61% pour les sites Internet et 40% pour les réseaux sociaux en ligne). De fortes proportions de réponses « suffisamment » sur les cinq médias testés sont également observées en Finlande et en Slovaquie.

Le sentiment que les médias ne parlent pas assez de l'Union européenne est le plus répandu en France (42% pour la télévision ; 24% pour la presse écrite ; 39% pour la radio ; 18% pour les sites Internet et 20% pour les réseaux sociaux en ligne). Les réponses « pas assez » sont également supérieures à la moyenne en Suède et en Croatie.

C'est en Grèce que **le sentiment que l'on parle trop de l'Union européenne** est le plus marqué (40% pour la télévision, 27% pour la presse écrite, 22% pour la radio, 9% pour Internet et 8% pour les réseaux sociaux en ligne). Ce sentiment a d'ailleurs progressé depuis l'enquête Eurobaromètre de l'automne 2013, et ce pour tous les médias analysés : (+4 points de pourcentage pour la télévision ; +5 pour la presse écrite ; +6 pour la radio et +1 pour Internet).






























QE7.1. En général, pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) trop, suffisamment ou trop peu de l'UE ?

Télévision

		Trop	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Suffisam- ment	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Trop peu	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Ne sait pas	Diff. Aut.2014- Aut.2013
	UE28	11%	=	54%	+1	27%	-1	8%	=
	BG	24%	+7	60%	-3	11%	-3	5%	-1
	HR	16%	+7	48%	-3	32%	-4	4%	=
	EL	40%	+4	32%	-2	25%	-1	3%	-1
	FI	8%	+4	73%	-3	12%	-3	7%	+2
	DK	8%	+4	55%	-1	32%	-4	5%	+1
	SK	15%	+3	69%	-3	12%	-1	4%	+1
	AT	15%	+3	61%	-6	17%	-2	7%	+5
	UK	15%	+3	43%	-4	30%	=	12%	+1
	CZ	12%	+3	67%	+3	15%	-6	6%	=
	LV	8%	+2	64%	=	19%	=	9%	-2
	CY	21%	+1	41%	+3	28%	-5	10%	+1
	HU	15%	+1	67%	-1	13%	=	5%	=
	FR	8%	+1	41%	+4	42%	-5	9%	=
	BE	7%	+1	62%	+1	26%	-4	5%	+2
	DE	5%	+1	62%	+3	24%	-4	9%	=
	LU	4%	+1	42%	+2	23%	-12	31%	+9
	SI	17%	=	55%	-3	18%	-1	10%	+4
	PL	9%	=	61%	-5	21%	+6	9%	-1
	LT	5%	=	70%	+4	19%	-2	6%	-2
	IT	13%	-1	54%	-2	28%	+3	5%	=
	NL	4%	-1	45%	+2	40%	-4	11%	+3
	EE	3%	-1	75%	+5	13%	-6	9%	+2
	SE	2%	-1	53%	=	34%	-3	11%	+4
	ES	15%	-2	51%	+1	26%	=	8%	+1
	MT	14%	-2	51%	+2	25%	+1	10%	-1
	IE	12%	-2	54%	-5	23%	+4	11%	+3
	PT	14%	-4	61%	+8	18%	-2	7%	-2
	RO	16%	-5	50%	+2	23%	=	11%	+3

QE7.3. En général, pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) trop,
suffisamment ou trop peu de l'UE ?






























Presse écrite*

		Trop	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Suffisam- ment	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Trop peu	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Ne sait pas	Diff. Aut.2014- Aut.2013
	UE28	9%	=	53%	-2	18%	-1	20%	+3
	EL	27%	+5	41%	-2	19%	-1	13%	-2
	SI	16%	+4	54%	-5	15%	=	15%	+1
	HR	10%	+4	47%	-1	31%	+1	12%	-4
	FI	7%	+4	75%	-6	10%	-2	8%	+4
	UK	19%	+3	43%	-3	18%	-2	20%	+2
	BG	14%	+3	51%	=	10%	-1	25%	-2
	LT	4%	+2	67%	-1	13%	-3	16%	+2
	DK	4%	+2	55%	-4	21%	-6	20%	+8
	SK	12%	+1	63%	-7	11%	=	14%	+6
	CZ	12%	+1	60%	=	11%	-5	17%	+4
	BE	8%	+1	62%	-5	16%	-4	14%	+8
	FR	5%	+1	47%	+2	24%	-5	24%	+2
	DE	4%	+1	69%	+3	13%	-4	14%	=
	ES	14%	=	44%	=	17%	+1	25%	-1
	AT	13%	=	63%	-6	15%	+1	9%	+5
	CY	13%	=	36%	-1	19%	+3	32%	-2
	LU	5%	=	64%	-3	10%	-4	21%	+7
	LV	5%	=	56%	-7	12%	-2	27%	+9
	EE	3%	=	67%	-6	13%	+1	17%	+5
	IT	9%	-1	54%	-2	21%	=	16%	+3
	NL	3%	-1	57%	=	20%	-4	20%	+5
	HU	10%	-2	53%	-8	12%	+3	25%	+7
	PL	6%	-2	52%	-10	18%	+6	24%	+6
	SE	3%	-2	54%	=	32%	-2	11%	+4
	PT	9%	-3	53%	+5	16%	-1	22%	-1
	MT	9%	-3	47%	+1	15%	=	29%	+2
	IE	9%	-4	59%	-2	16%	+1	16%	+5
	RO	9%	-6	39%	+2	17%	-2	35%	+6

*Dans l'enquête précédente : la presse






























QE7.2. En général, pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) trop,
suffisamment ou trop peu de l'UE ?

Radio

		Trop	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Suffisam- ment	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Trop peu	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Ne sait pas	Diff. Aut.2014- Aut.2013
	UE28	6%	=	48%	+1	27%	=	19%	-1
	EL	22%	+6	45%	=	24%	-3	9%	-3
	SI	14%	+3	53%	-4	19%	=	14%	+1
	BG	11%	+3	49%	-1	13%	+1	27%	-3
	HR	9%	+3	44%	-1	34%	-1	13%	-1
	UK	8%	+2	43%	=	28%	+1	21%	-3
	FI	4%	+2	64%	-2	15%	=	17%	=
	FR	4%	+2	35%	=	39%	-2	22%	=
	AT	9%	+1	63%	-1	20%	-1	8%	+1
	DK	3%	+1	47%	-5	30%	=	20%	+4
	ES	12%	=	45%	+3	20%	+1	23%	-4
	MT	10%	=	42%	+2	24%	+3	24%	-5
	SK	9%	=	69%	+1	15%	-2	7%	+1
	PT	8%	=	46%	+2	24%	=	22%	-2
	CZ	6%	=	62%	+6	18%	-7	14%	+1
	LV	4%	=	55%	-5	21%	+4	20%	+1
	LT	3%	=	62%	-1	17%	+2	18%	-1
	EE	2%	=	66%	=	14%	-3	18%	+3
	DE	2%	=	57%	+6	25%	-4	16%	-2
	NL	2%	=	33%	-4	35%	+1	30%	+3
	SE	1%	=	44%	-2	31%	-3	24%	+5
	HU	7%	-1	59%	-3	14%	=	20%	+4
	IT	6%	-1	40%	-3	34%	+4	20%	=
	PL	5%	-1	55%	-9	22%	+8	18%	+2
	BE	4%	-1	55%	-1	30%	-2	11%	+4
	LU	2%	-1	46%	+1	21%	-9	31%	+9
	CY	9%	-2	35%	+4	29%	-2	27%	=
	IE	6%	-5	58%	-2	22%	+3	14%	+4
	RO	6%	-5	48%	+5	20%	-2	26%	+2






























QE7.4. En général, pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) trop, suffisamment ou trop peu de l'UE ?

Sites Internet

		Trop	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Suffisam- ment	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Trop peu	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Ne sait pas	Diff. Aut.2014- Aut.2013
	UE28	6%	=	43%	=	12%	=	39%	=
	CY	15%	+7	31%	=	12%	+5	42%	-12
	UK	10%	+5	42%	-1	13%	-1	35%	-3
	LT	5%	+3	53%	-7	5%	-1	37%	+5
	SI	10%	+2	48%	-4	9%	-1	33%	+3
	DK	3%	+2	43%	-12	16%	+1	38%	+9
	EL	9%	+1	51%	+3	9%	+1	31%	-5
	HR	7%	+1	44%	-1	19%	+2	30%	-2
	SK	7%	+1	53%	-4	6%	+1	34%	+2
	BG	6%	+1	41%	+10	6%	=	47%	-11
	BE	5%	+1	49%	-7	16%	-2	30%	+8
	LV	5%	+1	58%	-4	7%	-1	30%	+4
	DE	4%	+1	47%	+2	6%	-3	43%	=
	FR	4%	+1	36%	+1	18%	-5	42%	+3
	LU	4%	+1	38%	-1	9%	-3	49%	+3
	NL	3%	+1	43%	=	13%	-3	41%	+2
	SE	2%	+1	40%	-2	18%	-1	40%	+2
	ES	15%	=	30%	=	14%	+3	41%	-3
	CZ	7%	=	55%	-1	9%	=	29%	+1
	RO	7%	=	34%	+5	8%	+1	51%	-6
	IT	6%	=	44%	+1	13%	-2	37%	+1
	FI	2%	=	57%	-4	8%	-1	33%	+5
	PL	5%	-1	53%	-5	9%	+2	33%	+4
	PT	5%	-1	37%	+5	11%	=	47%	-4
	EE	3%	-1	61%	-3	7%	+1	29%	+3
	IE	7%	-2	44%	-4	13%	+2	36%	+4
	AT	7%	-2	51%	+1	9%	+1	33%	=
	HU	6%	-2	47%	=	8%	+3	39%	-1
	MT	6%	-2	47%	+10	12%	+1	35%	-9

QE7.5. En général, pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) trop, suffisamment ou trop peu de l'UE ?

Réseaux sociaux en ligne*





		Trop	Suffisamment	Trop peu	Ne sait pas
	UE28	5%	29%	15%	51%
	BE	4%	33%	22%	41%
	BG	5%	34%	9%	52%
	CZ	5%	34%	12%	49%
	DK	4%	30%	16%	50%
	DE	3%	28%	8%	61%
	EE	2%	40%	9%	49%
	IE	7%	37%	15%	41%
	EL	8%	44%	13%	35%
	ES	9%	27%	19%	45%
	FR	3%	18%	20%	59%
	HR	6%	34%	21%	39%
	IT	4%	29%	19%	48%
	CY	9%	29%	15%	47%
	LV	5%	47%	7%	41%
	LT	4%	37%	8%	51%
	LU	4%	18%	11%	67%
	HU	7%	39%	10%	44%
	MT	6%	38%	16%	40%
	NL	4%	19%	21%	56%
	AT	6%	40%	11%	43%
	PL	3%	40%	10%	47%
	PT	4%	31%	15%	50%
	RO	6%	29%	10%	55%
	SI	8%	40%	10%	42%
	SK	5%	45%	8%	42%
	FI	2%	38%	12%	48%
	SE	3%	23%	24%	50%
	UK	9%	26%	17%	48%

* *Nouvel item*

L'analyse par critère sociodémographiques montre que :

- En ce qui concerne la télévision, la radio et la presse écrite, les Européens âgés de 55 ans et plus sont plus nombreux que les plus jeunes à considérer que ces médias parlent suffisamment de l'Union européenne : c'est le cas pour la télévision (56% de réponse « suffisamment », pour 49% des 15-24 ans), la radio (48%, pour 42%) et la presse écrite (54%, pour 51%). Au sujet des **sites Internet** et **des réseaux sociaux en ligne**, le sentiment des plus jeunes reste majoritairement que l'on y parle suffisamment de l'Union européenne. Cette réponse est moins répandue parmi les Européens les plus âgés, notamment parce qu'ils sont plus nombreux à répondre « ne sait pas » ;
- **Les Européens ayant étudié le plus longtemps ont plus tendance**, quel que soit le média, **à dire qu'on ne parle pas suffisamment de l'Union européenne** dans les médias. Les Européens ayant arrêté leurs études à 15 ans ou plus tôt sont un peu plus nombreux à trouver que la télévision et la radio parlent trop de l'Union européenne, mais la différence avec la moyenne européenne est très faible. En revanche, ils sont plus nombreux à répondre « ne sait pas », et ce pour tous les médias testés, les plus forts taux étant mesurés pour les réseaux sociaux (77% de « ne sait pas », pour 51% de la moyenne européenne) et pour les sites Internet (71%, pour 39%).

QE7 En général, pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) trop, suffisamment ou trop peu de l'UE ?

	La télévision			Presse écrite			La radio			Des sites Internet			Des réseaux sociaux en ligne		
	Trop	Suffisamment	Trop peu	Trop	Suffisamment	Trop peu	Trop	Suffisamment	Trop peu	Trop	Suffisamment	Trop peu	Trop	Suffisamment	Trop peu
UE28	11%	54%	27%	9%	53%	18%	6%	48%	27%	6%	43%	12%	5%	29%	15%
 Sexe															
Homme	12%	54%	27%	10%	55%	19%	7%	50%	27%	7%	47%	12%	6%	30%	16%
Femme	11%	53%	27%	9%	51%	17%	6%	46%	26%	6%	39%	11%	4%	27%	15%
 Age															
15-24	12%	49%	28%	10%	51%	19%	5%	42%	30%	12%	55%	18%	9%	44%	28%
25-39	12%	51%	29%	11%	51%	20%	7%	47%	30%	8%	58%	15%	7%	43%	21%
40-54	11%	54%	27%	10%	55%	18%	6%	50%	28%	6%	48%	13%	5%	30%	14%
55 +	10%	56%	26%	8%	54%	16%	6%	48%	23%	3%	25%	7%	2%	13%	7%
 Age de fin d'études															
15-	14%	55%	21%	9%	47%	14%	8%	45%	19%	4%	19%	6%	3%	13%	7%
16-19	11%	56%	26%	10%	55%	17%	6%	50%	27%	7%	43%	11%	5%	29%	14%
20+	9%	51%	32%	8%	57%	21%	6%	48%	31%	6%	54%	14%	5%	33%	18%
Toujours étudiant	10%	50%	28%	8%	53%	19%	4%	40%	32%	11%	57%	18%	8%	45%	28%
 Catégorie socioprofessionnelle															
Indépendants	11%	52%	30%	11%	56%	21%	7%	47%	35%	6%	56%	13%	4%	34%	20%
Cadres	8%	53%	32%	9%	58%	21%	5%	50%	33%	7%	58%	15%	5%	34%	20%
Autres employés	10%	55%	29%	9%	58%	19%	6%	52%	29%	7%	56%	14%	5%	38%	18%
Ouvriers	13%	54%	25%	11%	54%	17%	7%	50%	25%	8%	46%	13%	6%	33%	15%
Hommes/ femmes au foyer	12%	51%	26%	9%	43%	16%	6%	43%	23%	4%	33%	10%	4%	23%	13%
Chômeurs	15%	48%	28%	12%	45%	18%	9%	42%	26%	10%	44%	13%	8%	34%	17%
Retraités	10%	57%	25%	7%	54%	16%	5%	48%	23%	3%	22%	6%	2%	12%	6%
Etudiants	10%	50%	28%	8%	53%	19%	4%	40%	32%	11%	57%	18%	8%	45%	28%

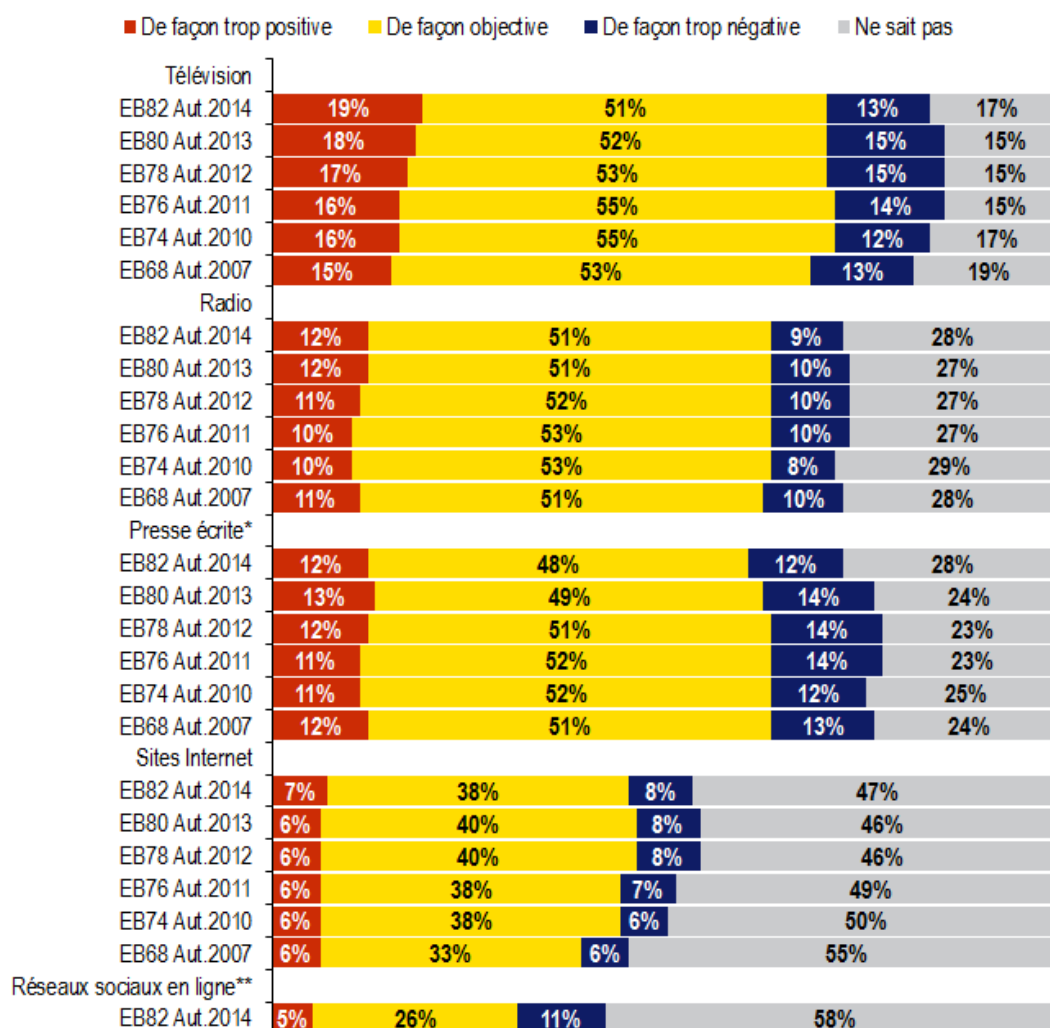
Amenés à qualifier **la tonalité** avec laquelle les médias traitent de l'Union européenne, **une majorité stable d'Européens qualifie le traitement médiatique d'objectif**, que ce soit à la télévision (51%, -1 point de pourcentage), à la radio (51%, sans changement) ou dans la presse écrite (48%, -1)¹⁸. S'agissant d'Internet, le sentiment qui domine est aussi celui d'un traitement objectif (38%, -2), mais 47% des Européens ne se prononcent pas. Le mécanisme est le même pour les réseaux sociaux (26% parlent d'un traitement objectif, majorité relative des opinions exprimées, mais 58% des Européens ne se prononcent pas).

Quelques nuances sont à noter :

- Pour **la télévision** et **la radio**, le sentiment que les médias parlent trop positivement de l'Union européenne l'emporte sur le sentiment qu'ils en parlent trop négativement (19% contre 13% pour la télévision, 12% contre 9% pour la radio) ;
- Les avis sont plus partagés pour **la presse écrite** (12% contre 12%) et **les sites Internet** (7% contre 8%) ;
- S'agissant **des réseaux sociaux en ligne**, le sentiment que l'Union européenne est traitée trop négativement l'emporte (11%) sur le sentiment qu'elle bénéficierait d'un traitement trop positif (5%).

¹⁸ QE8. Pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) de l'UE de façon trop positive, de façon objective ou de façon trop négative ?

QE8. Pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) de l'UE de façon trop positive, de façon objective ou de façon trop négative ? - % UE



* Dans les enquêtes précédentes : la presse

** Nouvel item

La Finlande est le pays dans lequel le sentiment que l'Union européenne fait l'objet d'un traitement médiatique objectif est le plus important (68% pour la télévision ; 67% pour la radio ; 70% pour la presse écrite ; 54% pour les sites Internet et 37% pour les réseaux sociaux en ligne). Les réponses « de façon objective » sont supérieures à la moyenne européenne en Slovaquie et en République tchèque.

Les reproches à l'égard d'un traitement médiatique de l'Union européenne qui serait trop positif sont au-dessus de la moyenne en Grèce pour tous les médias analysés (57% pour la télévision ; 34% pour la radio ; 35% pour la presse écrite ; 12% pour les sites Internet et 11% pour les réseaux sociaux en ligne). Sur ces deux derniers médias, le sentiment majoritaire est celui d'un traitement objectif (respectivement 51% et 45%).





























En Croatie, le sentiment d'un traitement trop positif de l'UE reste au-dessus de la moyenne, mais il recule fortement, après avoir déjà sensiblement reculé entre l'automne 2012 et l'automne 2013 (30%, -13 points de pourcentage pour la télévision ; 20%, -13 pour la radio ; 21%, -10 pour la presse écrite ; 13%, -8 pour les sites Internet et 10% pour les réseaux sociaux en ligne).

Le sentiment que l'UE fait l'objet d'un traitement médiatique trop négatif est lui le plus souvent au-dessus de la moyenne au Royaume-Uni (29% pour la télévision ; 19% pour la radio ; 30% pour la presse écrite ; 15% pour les sites Internet ; 19% pour les réseaux sociaux en ligne) et en France (25% ; 17% ; 16% ; 14% ; 11%).

Une analyse nationale détaillée montre que :

Dans 27 Etats membres, une majorité de personnes interrogées considère que **la télévision** parle de l'UE de façon objective, dans des proportions variant de 68% en Finlande (+1 point de pourcentage depuis l'automne 2013), à 39% en France (+1). La Grèce est l'unique exception, la majorité des personnes interrogées considérant que la télévision parle de l'UE de manière trop positive (57%, +12). La deuxième mesure la plus importante de cette réponse « de façon trop positive » est enregistrée en Croatie (30%, -13), malgré une forte baisse. Rappelons que la Croatie n'était pas encore un Etat membre lors de l'enquête précédente.






























QE8.1. Pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) de l'UE de façon trop positive, de façon objective ou de façon trop négative ?
Télévision

		De façon trop positive	Diff. Aut.2014-Aut.2013	De façon objective	Diff. Aut.2014-Aut.2013	De façon trop négative	Diff. Aut.2014-Aut.2013	Ne sait pas	Diff. Aut.2014-Aut.2013
	UE28	19%	+1	51%	-1	13%	-2	17%	+2
	EL	57%	+12	22%	=	17%	-10	4%	-2
	IT	25%	+5	46%	-5	11%	-3	18%	+3
	MT	24%	+4	53%	+1	5%	=	18%	-5
	SK	25%	+3	62%	-3	5%	-2	8%	+2
	LT	23%	+3	60%	-4	5%	+2	12%	-1
	PL	20%	+3	64%	-1	3%	=	13%	-2
	AT	25%	+2	59%	-12	9%	+5	7%	+5
	IE	16%	+2	57%	-7	10%	-1	17%	+6
	UK	13%	+2	42%	-2	29%	+4	16%	-4
	BG	26%	+1	58%	=	4%	=	12%	-1
	CZ	20%	+1	64%	-3	5%	=	11%	+2
	LV	22%	=	59%	=	5%	+1	14%	-1
	ES	20%	=	43%	+3	14%	-6	23%	+3
	NL	19%	=	48%	+1	22%	=	11%	-1
	DE	17%	=	58%	-2	6%	+1	19%	+1
	RO	17%	=	57%	-3	8%	-1	18%	+4
	SE	17%	=	58%	+3	8%	-10	17%	+7
	CY	21%	-1	51%	+1	12%	-1	16%	+1
	DK	18%	-1	61%	-1	13%	=	8%	+2
	FR	14%	-1	39%	+1	25%	-2	22%	+2
	HU	16%	-2	58%	-3	15%	+3	11%	+2
	LU	12%	-2	46%	-7	8%	-1	34%	+10
	PT	12%	-2	61%	+7	13%	-5	14%	=
	EE	16%	-4	66%	+2	2%	-2	16%	+4
	FI	15%	-4	68%	+1	4%	-2	13%	+5
	BE	13%	-5	64%	-4	13%	+3	10%	+6
	SI	15%	-6	59%	+3	11%	=	15%	+3
	HR	30%	-13	53%	+5	8%	+5	9%	+3

La radio est considérée comme parlant objectivement de l'UE par une majorité de personnes interrogées dans tous les Etats membres, dans des proportions s'échelonnant de 67% en Finlande (+2 points de pourcentage) à 40% en France (+1). Les personnes interrogées en Grèce sont les plus nombreuses à considérer que la radio de leur pays parle de l'UE de façon trop positive (34%, +7). La réponse « de façon trop négative » reste sous la barre des 20% dans tous les Etats membres. L'évolution la plus forte est mesurée en Croatie : la réponse « de façon trop positive » recule de 13 points (20%).






























QE8.2. Pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) de l'UE de façon trop positive, de façon objective ou de façon trop négative ?

Radio

		De façon trop positive	Diff. Aut.2014- Aut.2013	De façon objective	Diff. Aut.2014- Aut.2013	De façon trop négative	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Ne sait pas	Diff. Aut.2014- Aut.2013
	UE28	12%	=	51%	=	9%	-1	28%	+1
	EL	34%	+7	44%	=	11%	-4	11%	-3
	MT	18%	+6	47%	+2	3%	-2	32%	-6
	SK	21%	+4	65%	-7	4%	+1	10%	+2
	LT	17%	+3	55%	-6	3%	+1	25%	+2
	IT	14%	+3	45%	-3	9%	-2	32%	+2
	AT	20%	+2	63%	-7	7%	+3	10%	+2
	ES	13%	+2	44%	+4	9%	-4	34%	-2
	BG	16%	+1	48%	=	4%	+2	32%	-3
	IE	14%	+1	57%	-5	10%	-2	19%	+6
	SE	11%	+1	52%	-1	6%	-6	31%	+6
	UK	8%	+1	45%	+1	19%	+4	28%	-6
	CY	14%	=	46%	+3	8%	-2	32%	-1
	DE	12%	=	57%	=	4%	=	27%	=
	HU	11%	=	53%	-6	10%	+2	26%	+4
	FR	9%	=	40%	+1	17%	-3	34%	+2
	NL	9%	=	46%	=	13%	=	32%	=
	PL	13%	-1	63%	+1	2%	-1	22%	+1
	EE	12%	-1	62%	-1	2%	-1	24%	+3
	RO	10%	-1	54%	=	5%	-1	31%	+2
	LV	15%	-2	56%	=	5%	+2	24%	=
	CZ	13%	-2	66%	=	3%	=	18%	+2
	SI	13%	-2	57%	-2	10%	+1	20%	+3
	LU	10%	-2	47%	-7	6%	-2	37%	+11
	DK	10%	-3	59%	-3	8%	=	23%	+6
	FI	8%	-3	67%	+2	4%	=	21%	+1
	PT	6%	-3	56%	+7	8%	-4	30%	=
	BE	10%	-4	64%	-5	11%	+3	15%	+6
	HR	20%	-13	54%	+5	8%	+5	18%	+3

Le sentiment que **la presse écrite** parle de l'UE de manière objective est également majoritaire dans tous les Etats membres : ce sentiment est le plus développé en Finlande (70%, +1 point de pourcentage), et le moins répandu au Royaume-Uni (34%, +1), où 30% (sans changement) considère que la presse parle de l'UE de manière « trop négative ». La réponse « trop positive » est la plus répandue en Grèce (35%, +3). Comme pour les autres médias, la réponse « de façon trop positive » chute fortement en Croatie (21%, -10), tandis qu'en Suède, c'est la réponse « de façon trop négative » qui recule fortement (13%, -11).






























QE8.3. Pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) de l'UE de façon trop positive, de façon objective ou de façon trop négative ?
Presse écrite*

		De façon trop positive	Diff. Aut.2014- Aut.2013	De façon objective	Diff. Aut.2014- Aut.2013	De façon trop négative	Diff. Aut.2014- Aut.2013	Ne sait pas	Diff. Aut.2014- Aut.2013
	UE28	12%	-1	48%	-1	12%	-2	28%	+4
	SK	21%	+4	58%	-7	5%	-4	16%	+7
	EL	35%	+3	37%	+1	13%	-4	15%	=
	AT	21%	+3	58%	-8	11%	=	10%	+5
	DE	13%	+2	57%	-3	7%	=	23%	+1
	LT	17%	+1	55%	-6	5%	+2	23%	+3
	IT	16%	+1	45%	-2	12%	-3	27%	+4
	IE	14%	+1	53%	-4	12%	-3	21%	+6
	ES	11%	+1	42%	=	9%	-5	38%	+4
	BG	17%	=	43%	-6	7%	+5	33%	+1
	CY	13%	=	42%	+1	10%	+1	35%	-2
	PL	13%	=	54%	-7	5%	+1	28%	+6
	UK	9%	=	34%	+1	30%	=	27%	-1
	MT	14%	-1	45%	+1	4%	-2	37%	+2
	SE	13%	-1	54%	+6	13%	-11	20%	+6
	NL	10%	-1	52%	=	16%	-2	22%	+3
	RO	9%	-1	46%	-2	7%	-2	38%	+5
	SI	14%	-2	56%	+2	9%	-2	21%	+2
	DK	12%	-2	55%	-3	12%	-3	21%	+8
	HU	11%	-2	47%	-8	12%	+2	30%	+8
	FR	8%	-2	40%	+1	16%	-2	36%	+3
	CZ	12%	-3	60%	-4	7%	+2	21%	+5
	FI	11%	-3	70%	+1	7%	-2	12%	+4
	PT	6%	-3	54%	+6	11%	-3	29%	=
	EE	12%	-4	60%	-2	4%	-1	24%	+7
	LV	14%	-5	49%	-4	6%	+2	31%	+7
	BE	10%	-6	60%	-6	11%	+1	19%	+11
	LU	8%	-6	56%	-5	10%	+2	26%	+9
	HR	21%	-10	51%	+5	11%	+7	17%	-2

*Dans les enquêtes précédentes : la presse






























Près d'une personne sur deux répond ne pas savoir comment **les sites Internet** parlent de l'UE (47%, +1 point de pourcentage). C'est la réponse la plus citée dans 12 Etats membres. Dans 14 autres pays, l'opinion majoritaire est que les sites Internet parlent de l'UE « de façon objective ». En Hongrie et à Malte, les deux réponses sont citées par la même proportion de personnes interrogées (respectivement 42% et 41%). L'item « de façon objective » chute sensiblement au Danemark (43%, -13) et en Belgique (45%, -8). A l'inverse, il progresse fortement en Bulgarie (39%, +8). En Croatie, la réponse « de manière trop positive » recule de huit points (13%).

QE8.4. Pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) de l'UE de façon trop positive, de façon objective ou de façon trop négative ?
Sites Internet

		De façon trop positive	Diff. Aut.2014-Aut.2013	De façon objective	Diff. Aut.2014-Aut.2013	De façon trop négative	Diff. Aut.2014-Aut.2013	Ne sait pas	Diff. Aut.2014-Aut.2013
	UE28	7%	+1	38%	-2	8%	=	47%	+1
	EL	12%	+3	51%	+4	5%	-1	32%	-6
	CY	8%	+3	38%	+4	9%	+3	45%	-10
	MT	14%	+2	41%	+4	4%	=	41%	-6
	SK	9%	+2	50%	-3	4%	-1	37%	+2
	ES	8%	+2	31%	-2	8%	-1	53%	+1
	RO	6%	+2	35%	+1	4%	=	55%	-3
	LT	10%	+1	45%	-6	3%	+1	42%	+4
	NL	9%	+1	35%	-3	10%	=	46%	+2
	PL	9%	+1	49%	-6	4%	=	38%	+5
	SE	8%	+1	33%	-2	9%	-4	50%	+5
	DE	6%	+1	34%	-3	5%	+1	55%	+1
	UK	5%	+1	36%	+1	15%	+4	44%	-6
	AT	9%	=	50%	+2	6%	=	35%	-2
	CZ	8%	=	53%	-3	5%	+1	34%	+2
	DK	8%	=	43%	-13	8%	+2	41%	+11
	BG	6%	=	39%	+8	4%	+3	51%	-11
	IT	6%	=	40%	-1	9%	-2	45%	+3
	FI	5%	=	54%	-2	5%	-1	36%	+3
	EE	8%	-1	51%	-5	4%	-1	37%	+7
	IE	7%	-1	45%	-2	9%	=	39%	+3
	PT	4%	-1	38%	+7	7%	-2	51%	-4
	HU	5%	-2	42%	-2	11%	+4	42%	=
	FR	4%	-2	28%	-3	14%	=	54%	+5
	BE	8%	-3	45%	-8	10%	-1	37%	+12
	LU	4%	-3	31%	-3	11%	+5	54%	+1
	LV	11%	-4	46%	-4	7%	+2	36%	+6
	SI	8%	-4	46%	-2	8%	+1	38%	+5
	HR	13%	-8	44%	=	8%	+6	35%	+2

Dans 27 Etats membres, une large majorité de personnes interrogées ne sait pas comment **les réseaux sociaux** en ligne parlent de l'UE. La Grèce est la seule exception, avec 45% qui estiment qu'ils parlent de l'UE de manière objective. Lorsqu'on s'intéresse uniquement aux réponses exprimées¹⁹, la réponse « de façon objective » est majoritaire dans 26 Etats membres. Les deux exceptions sont les Pays-Bas (21% des personnes interrogées considèrent que les réseaux sociaux en ligne parlent de l'UE « de façon trop négative », contre 5% « de façon trop positive », et 13% « de façon objective »), et la Suède (20% « de façon trop négative », contre 3% « de façon trop positive », et 17% « de façon objective »).

QE8.5. Pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) de l'UE de façon trop positive, de façon objective ou de façon trop négative ?
Réseaux sociaux en ligne*

		De façon trop positive	De façon objective	De façon trop négative	Ne sait pas
	UE28	5%	26%	11%	58%
	BE	5%	30%	17%	48%
	BG	6%	33%	6%	55%
	CZ	4%	32%	11%	53%
	DK	5%	32%	12%	51%
	DE	4%	19%	8%	69%
	EE	6%	32%	7%	55%
	IE	7%	39%	9%	45%
	EL	11%	45%	8%	36%
	ES	6%	25%	11%	58%
	FR	3%	15%	11%	71%
	HR	10%	38%	9%	43%
	IT	5%	29%	11%	55%
	CY	7%	31%	10%	52%
	LV	8%	38%	8%	46%
	LT	7%	33%	5%	55%
	LU	2%	14%	13%	71%
	HU	4%	36%	13%	47%
	MT	12%	38%	5%	45%
	NL	5%	13%	21%	61%
	AT	7%	39%	9%	45%
	PL	6%	39%	5%	50%
	PT	4%	31%	11%	54%
	RO	5%	32%	4%	59%
	SI	5%	39%	8%	48%
	SK	8%	41%	7%	44%
	FI	2%	37%	11%	50%
	SE	3%	17%	20%	60%
	UK	3%	23%	19%	55%





* Nouvel item

¹⁹ Réponse différente de « ne sait pas ».

L'analyse par critères sociodémographiques ne fait pas apparaître d'importants écarts de réponses sur cette question.

QE8 Pensez-vous que la(les) ... (NATIONALITE) parle(nt) de l'UE de façon trop positive, de façon objective ou de façon trop négative ?

Réponse: De façon objective

	La télévision	La radio	La presse écrite*	Les sites Internet	Les réseaux sociaux en ligne**
UE28	51%	51%	48%	38%	26%
 Sexe					
Homme	51%	52%	49%	41%	27%
Femme	51%	50%	46%	34%	25%
 Age					
15-24	52%	50%	47%	52%	40%
25-39	49%	53%	49%	52%	38%
40-54	51%	53%	49%	42%	27%
55 +	51%	48%	46%	21%	12%
 Age de fin d'études					
15-	48%	43%	41%	17%	12%
16-19	54%	53%	49%	38%	27%
20+	49%	54%	51%	46%	29%
Toujours étudiant	49%	48%	47%	51%	38%
 Catégorie socioprofessionnelle					
Indépendants	45%	52%	48%	46%	29%
Cadres	51%	56%	54%	52%	32%
Autres employés	54%	58%	54%	51%	36%
Ouvriers	53%	54%	49%	42%	30%
Hommes/ femmes au foyer	46%	45%	40%	27%	22%
Chômeurs	47%	44%	41%	39%	30%
Retraités	52%	47%	46%	18%	11%
Etudiants	49%	48%	47%	51%	38%

**Dans l'enquête précédente : la presse

** Nouvel item

IV. LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Une majorité d'Européens reconnaît une utilité politique aux réseaux sociaux -

Un Européen sur deux dit être en accord avec différentes affirmations positives concernant les réseaux sociaux, une proportion en légère baisse par rapport à l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2013 :

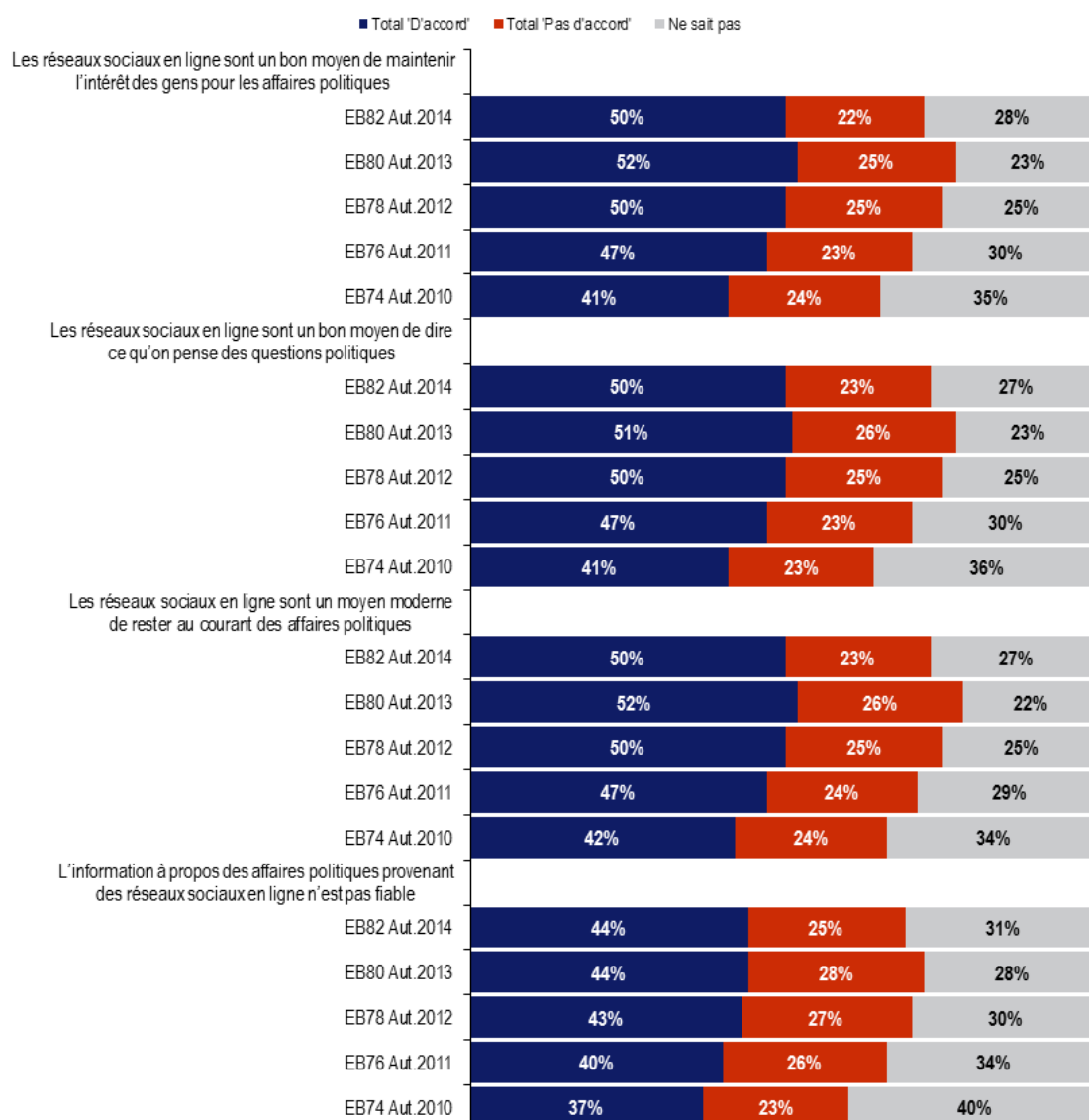
- « Les réseaux sociaux en ligne sont un moyen moderne de rester au courant des affaires politiques » (50%, -2 points de pourcentage, contre 23%, -3) ;
- Ils sont « un bon moyen de maintenir l'intérêt des gens pour les affaires politiques » (50%, -2 points de pourcentage, contre 22%, -3) ;
- Ils sont « un bon moyen de dire ce qu'on pense des questions politiques » (50%, -1 point de pourcentage, contre 23%, -3)²⁰.

Une majorité relative, stable par rapport à l'automne 2013, adhère également à une proposition négative sur les réseaux sociaux : « L'information à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux en ligne n'est pas fiable » (44%, sans changement, contre 25%, -3).

Sur toutes ces dimensions, on note qu'environ un quart des Européens ne prennent pas position. Rappelons que même si l'utilisation des réseaux sociaux progresse dans l'Union européenne, seuls 47% des Européens disent les utiliser au moins une fois par semaine.

²⁰ QE9. Que vous participiez ou non aux réseaux sociaux en ligne (sites de réseaux sociaux, blogs, sites de partage de vidéos), pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des propositions suivantes.

QE9. Que vous participiez ou non aux réseaux sociaux en ligne (sites de réseaux sociaux, blogs, sites de partage de vidéos), pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des propositions suivantes.



En termes d'évolutions depuis l'enquête Eurobaromètre Standard de l'automne 2013, l'indice d'accord²¹ progresse sur les quatre dimensions testées : en effet, les réponses « pas d'accord » reculent plus fortement que les réponses « d'accord ». Cet indice d'accord est en hausse de trois points pour la dimension négative : « l'information à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux en ligne n'est pas fiable ». Il progresse de deux points pour « les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de dire ce qu'on pense des questions politiques », et d'un point pour « les réseaux sociaux en ligne sont un moyen moderne de rester au courant des affaires politiques » et « les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de maintenir l'intérêt des gens pour les affaires politiques ».






























L'incertitude sur ces questions a augmenté depuis l'automne 2013 : la réponse « ne sait pas » est en hausse pour les quatre dimensions testées.

²¹ Différence entre les proportions de réponses « d'accord » et « pas d'accord »

Une analyse des résultats par pays montre que les opinions positives sur l'utilité politique des réseaux sociaux sont majoritaires dans tous les Etats membres.

Les pays dans lesquels ces affirmations positives sont les plus soutenues sont la Suède (82% sur le fait qu'ils maintiennent un intérêt pour la politique / 68% sur le fait qu'ils permettent de donner son avis / 68% sur le fait qu'ils permettent de rester au courant des affaires politiques), la Lettonie (62% / 64% / 67%), Malte (68% / 64% / 70%) et le Danemark (68% / 59% / 67%).

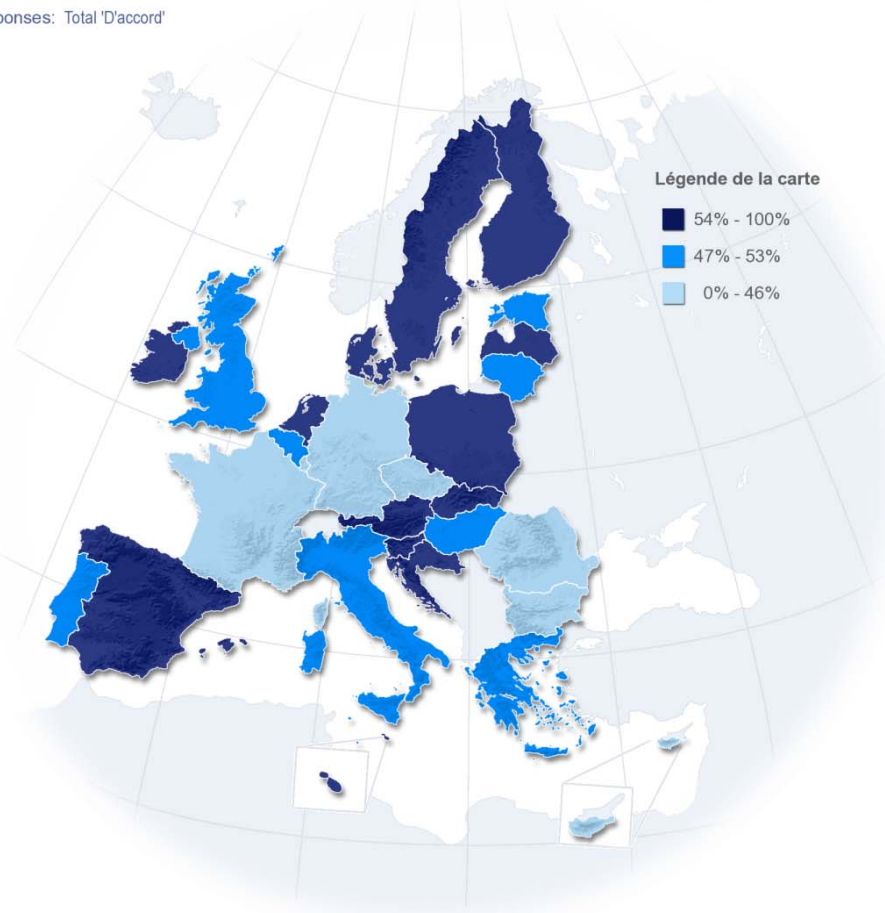
Les pays dans lesquels l'accord avec ces affirmations est plus en retrait ne sont pas nécessairement plus critiques que la moyenne européenne sur les réseaux sociaux, mais s'expriment moins sur la question (taux de « ne sait pas » plus important). C'est notamment le cas de la Roumanie et du Portugal.

	SE	82%
	NL	73%
	DK	68%
	MT	68%
	FI	65%
	LV	62%
	IE	60%
	ES	58%
	AT	58%
	PL	57%
	SI	56%
	HR	55%
	SK	54%
	UK	52%
	EL	52%
	EE	52%
	BE	51%
	LT	51%
	UE28	50%
	IT	49%
	PT	49%
	HU	47%
	RO	45%
	BG	44%
	CY	44%
	CZ	43%
	DE	42%
	FR	38%
	LU	37%






























Question: QE9.3. Que vous participiez ou non aux réseaux sociaux en ligne (sites de réseaux sociaux, blogs, sites de partage de vidéos), pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des propositions suivantes.

Possibilité: Les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de maintenir l'intérêt des gens pour les affaires politiques

Réponses: Total 'D'accord'



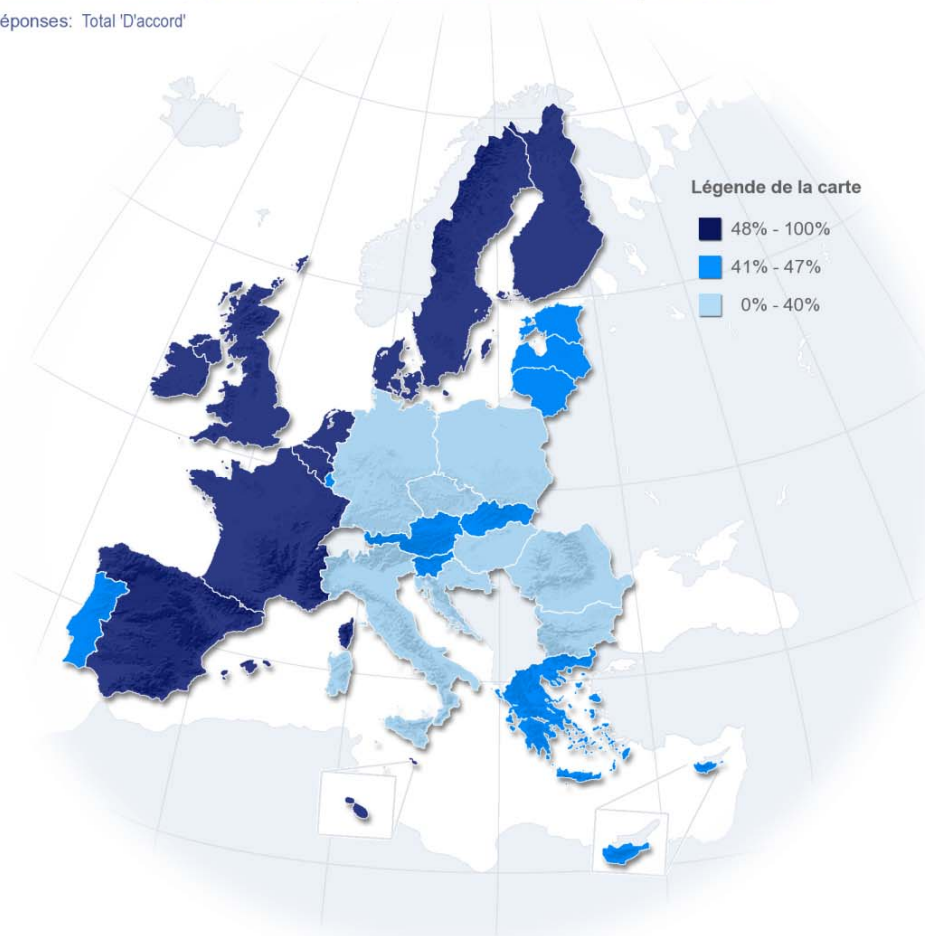
La critique sur le manque de fiabilité des informations politiques sur les réseaux sociaux en ligne est majoritaire dans l'ensemble des Etats membres et emporte une adhésion élevée dans ceux où l'affirmation de leur utilité politique est la plus forte : c'est en effet le cas en Suède (65%), au Danemark (56%) et à Malte (55%), où l'utilisation des réseaux sociaux est plus fréquente et les opinions par conséquent plus construites à leur égard.

	SE	65%
	DK	56%
	MT	55%
	FI	52%
	FR	51%
	NL	51%
	IE	51%
	BE	51%
	UK	49%
	ES	49%
	SI	47%
	AT	47%
	LV	46%
	LT	45%
	LU	44%
	PT	44%
	UE28	44%
	CY	43%
	EL	42%
	EE	42%
	SK	42%
	PL	40%
	RO	38%
	HR	38%
	IT	38%
	HU	37%
	CZ	36%
	DE	35%
	BG	31%

Question: QE9.2. Que vous participiez ou non aux réseaux sociaux en ligne (sites de réseaux sociaux, blogs, sites de partage de vidéos), pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des propositions suivantes.

Possibilité: L'information à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux en ligne n'est pas fiable






























Réponses: Total 'D'accord'



En terme d'évolutions, on note que :

- L'idée que **les réseaux sociaux permettent de maintenir l'intérêt des gens pour les affaires politiques** recule de manière importante au Luxembourg (37%, -12 points de pourcentage), en République tchèque (43%, -8) et en Allemagne (42%, -7) ;
- Le fait que **les réseaux sociaux sont un bon moyen de dire ce qu'on pense des questions politiques** convainc un peu moins qu'à l'automne 2013 en Espagne (55%, -7 points de pourcentage), mais il progresse à l'inverse de manière sensible au Portugal (49%, +8) ;
- L'affirmation selon laquelle **les réseaux sociaux sont un bon moyen de rester au courant des affaires politiques** connaît un recul dans plusieurs Etats membres : les baisses les plus nettes sont observées en Roumanie (47%, -8 points de pourcentage), en Allemagne (39%, -7), en Estonie (49%, -7), en Espagne (57%, -7), en France (41%, -7) et à Chypre (58%, -7). Cette opinion progresse à l'inverse fortement à Malte (70%, +9) ;
- Enfin, la critique sur **le manque de fiabilité des informations politiques sur les réseaux sociaux** progresse le plus au Portugal (44%, +12 points de pourcentage) et en Grèce (42%, +9), mais enregistre des reculs plus importants au Luxembourg (44%, -11) et en Slovaquie (47%, -8).

QE9 Que vous participiez ou non aux réseaux sociaux en ligne (sites de réseaux sociaux, blogs, sites de partage de vidéos), pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des propositions suivantes.

		Les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de maintenir l'intérêt des gens pour les affaires politiques				Les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de dire ce qu'on pense des questions politiques				Les réseaux sociaux en ligne sont un moyen moderne de rester au courant des affaires politiques				L'information à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux en ligne n'est pas fiable			
		Total 'D'accord'	Diff. Aut.2014-Aut.2013	Total 'Pas d'accord'	Diff. Aut.2014-Aut.2013	Total 'D'accord'	Diff. Aut.2014-Aut.2013	Total 'Pas d'accord'	Diff. Aut.2014-Aut.2013	Total 'D'accord'	Diff. Aut.2014-Aut.2013	Total 'Pas d'accord'	Diff. Aut.2014-Aut.2013	Total 'D'accord'	Diff. Aut.2014-Aut.2013	Total 'Pas d'accord'	Diff. Aut.2014-Aut.2013
	UE28	50%	-2	22%	-3	50%	-1	23%	-3	50%	-2	23%	-3	44%	=	25%	-3
	BE	51%	-1	31%	-5	52%	+2	31%	-7	51%	+1	34%	-4	51%	-6	30%	+1
	BG	44%	-1	22%	+5	52%	=	13%	+3	55%	-3	13%	+3	31%	+6	33%	=
	CZ	43%	-8	31%	+1	53%	-1	22%	-4	50%	-4	25%	-1	36%	-3	33%	-4
	DK	68%	-5	17%	=	59%	-6	27%	+2	67%	-2	19%	-2	56%	+1	25%	-6
	DE	42%	-7	25%	+1	41%	-2	24%	-5	39%	-7	25%	-2	35%	-2	23%	-6
	EE	52%	-5	15%	-5	55%	-3	14%	-5	49%	-7	20%	-1	42%	-1	22%	-9
	IE	60%	+3	18%	-2	55%	=	21%	-1	59%	=	19%	=	51%	-2	24%	+3
	EL	52%	-2	32%	+5	58%	-2	25%	+4	64%	-1	21%	+4	42%	+9	36%	-6
	ES	58%	-3	19%	-2	55%	-7	22%	+3	57%	-7	20%	+2	49%	-1	24%	-1
	FR	38%	-3	33%	-5	48%	-5	25%	-3	41%	-7	31%	-2	51%	-6	18%	-3
	HR	55%	-1	15%	-2	50%	-1	19%	-3	56%	=	14%	-4	38%	-3	29%	-1
	IT	49%	+5	23%	-6	52%	+6	22%	-7	51%	+4	22%	-7	38%	+5	30%	-7
	CY	44%	-3	26%	-1	55%	-4	15%	-1	58%	-7	13%	=	43%	+6	21%	-4
	LV	62%	+2	15%	-6	64%	+1	13%	-5	67%	=	12%	-2	46%	+6	28%	-9
	LT	51%	+3	16%	-5	52%	+4	15%	-5	53%	+2	16%	-2	45%	+4	18%	-6
	LU	37%	-12	33%	+2	45%	-6	26%	-3	41%	-4	30%	-5	44%	-11	24%	+1
	HU	47%	=	27%	-3	50%	-4	23%	+1	49%	-2	25%	-1	37%	-5	33%	+3
	MT	68%	+7	8%	-4	64%	+4	13%	=	70%	+9	7%	-7	55%	+8	19%	-1
	NL	73%	+4	15%	-6	51%	=	37%	-3	60%	=	30%	-2	51%	+2	30%	-5
	AT	58%	=	22%	-2	58%	-3	22%	+1	60%	+2	19%	-4	47%	+7	28%	-8
	PL	57%	+4	12%	-5	55%	+3	13%	-4	56%	+4	14%	-4	40%	+2	24%	-4
	PT	49%	+8	19%	-3	49%	+8	19%	-2	49%	+6	19%	-2	44%	+12	20%	-5
	RO	45%	-4	15%	-3	47%	-4	15%	-1	47%	-8	15%	+1	38%	=	23%	-3
	SI	56%	-2	18%	-8	56%	-3	17%	-8	59%	-2	16%	-8	47%	-8	26%	-2
	SK	54%	-5	23%	-2	60%	-2	18%	-5	60%	-2	19%	-4	42%	+1	35%	-5
	FI	65%	-3	14%	-1	61%	-4	19%	+1	61%	-4	19%	+1	52%	-3	26%	+1
	SE	82%	-1	9%	-1	68%	-2	21%	-2	68%	-3	21%	-1	65%	+2	20%	-8
	UK	52%	-1	20%	-4	43%	-2	29%	-3	47%	=	26%	-4	49%	-3	22%	+1

L'analyse par critères sociodémographiques rejoint les clivages mesurés sur les utilisations des réseaux sociaux :

- Les catégories de population les plus utilisatrices, à savoir les jeunes, la génération « Y », les personnes ayant étudié le plus longtemps, les employés, les chômeurs et les cadres, soulignent plus que la moyenne les atouts des réseaux sociaux, mais aussi leurs limites en terme de fiabilité ;
- Les catégories de population qui les utilisent moins, à savoir les Européens âgés de 55 ans et plus, la génération née avant 1946, ceux ayant arrêté leurs études le plus tôt et les ouvriers, leur reconnaissent moins d'utilité, mais elles les critiquent aussi moins. Leur opinion est moins construite à l'égard des réseaux sociaux, et ils sont plus nombreux à ne pas répondre aux différentes questions (taux de « ne sait pas » élevés).

QE9 Que vous participiez ou non aux réseaux sociaux en ligne (sites de réseaux sociaux, blogs, sites de partage de vidéos), pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des propositions suivantes.

	Les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de maintenir l'intérêt des gens pour les affaires politiques		Les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de dire ce qu'on pense des questions politiques		Les réseaux sociaux en ligne sont un moyen moderne de rester au courant des affaires politiques		L'information à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux en ligne n'est pas fiable	
	Total 'D'accord'	Total 'Pas d'accord'	Total 'D'accord'	Total 'Pas d'accord'	Total 'D'accord'	Total 'Pas d'accord'	Total 'D'accord'	Total 'Pas d'accord'
UE28	50%	22%	50%	23%	50%	23%	44%	25%
Sexe								
Homme	52%	23%	53%	23%	52%	24%	46%	26%
Femme	48%	22%	47%	23%	48%	22%	42%	23%
Age								
15-24	67%	24%	66%	26%	69%	24%	56%	32%
25-39	64%	24%	63%	25%	62%	25%	53%	31%
40-54	54%	24%	54%	24%	53%	25%	47%	26%
55 +	31%	20%	32%	19%	32%	20%	31%	17%
Génération								
Avant 1928	12%	12%	13%	10%	15%	9%	11%	8%
1928 - 1945	23%	17%	24%	16%	24%	17%	22%	14%
Total 'Avant 1946'	23%	16%	23%	16%	24%	16%	22%	14%
1946 - 1964 "BB"	41%	22%	41%	23%	42%	22%	38%	21%
1965 - 1980 "X"	59%	23%	58%	25%	57%	25%	50%	28%
Après 1980 "Y"	67%	23%	65%	26%	65%	26%	55%	32%
Age de fin d'études								
15-	27%	19%	28%	18%	29%	18%	25%	17%
16-19	50%	23%	49%	24%	51%	23%	43%	25%
20+	61%	22%	59%	24%	56%	26%	53%	27%
Toujours étudiant	70%	23%	69%	25%	70%	23%	55%	34%
Catégorie socioprofessionnelle								
Indépendants	60%	21%	59%	23%	58%	25%	52%	28%
Cadres	63%	24%	60%	28%	58%	29%	57%	27%
Autres employés	61%	24%	59%	25%	58%	27%	51%	29%
Ouvriers	52%	26%	54%	24%	53%	25%	45%	28%
Hommes/ femmes au foyer	44%	23%	42%	25%	46%	21%	38%	24%
Chômeurs	56%	21%	55%	23%	56%	21%	48%	24%
Retraités	28%	19%	29%	18%	30%	18%	28%	16%
Etudiants	70%	23%	69%	25%	70%	23%	55%	34%
Utilise les réseaux sociaux en ligne								
Tous les jours ou presque	72%	22%	70%	25%	71%	23%	56%	35%
Entre 1 et 3 fois par semaine	67%	24%	67%	24%	64%	28%	55%	31%
Moins souvent	58%	25%	56%	27%	55%	28%	50%	28%
Jamais	27%	21%	28%	20%	28%	21%	29%	15%
Au moins une fois par semaine	71%	22%	69%	25%	69%	25%	55%	34%

Les Européens utilisant les réseaux sociaux au moins une fois par semaine reconnaissent bien plus fortement leurs apports politiques que la moyenne européenne que l'on parle de leur capacité à maintenir l'intérêt pour les affaires politiques (71% pour 50% en moyenne), du fait qu'il s'agit d'un moyen moderne pour rester au courant des affaires politiques (69% pour 50% en moyenne) ou qu'ils permettent de dire ce que l'on pense des questions politiques (69% pour 50% en moyenne). Amenés à juger de la fiabilité de l'information politique sur les réseaux sociaux, ces utilisateurs réguliers (au moins une fois par semaine) sont plus nombreux à être d'accord avec le fait qu'ils manquent de fiabilité (55% pour 44% en moyenne), mais ils sont également plus nombreux à ne pas être d'accord avec cette idée (34% pour 25% en moyenne) : l'indice d'accord²² est donc pratiquement le même chez les utilisateurs réguliers (+21) que dans l'ensemble de la population (+19).

Dans les pays où leur usage est le plus fréquent, le soutien aux apports politiques des réseaux sociaux en ligne est encore plus marqué auprès de ceux qui les utilisent au moins une fois par semaine. C'est le cas au Danemark (80% des utilisateurs réguliers estiment qu'ils permettent de maintenir un intérêt pour la politique, 75% qu'ils permettent de rester au courant des affaires politiques et 68% de dire ce que l'on pense des questions politiques), mais également en Suède (respectivement 91% ; 77% ; 77%) et aux Pays-Bas (82% ; 66% ; 56%). Cependant, **les critiques sur le manque de fiabilité des informations à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux sont également plus prononcées chez les utilisateurs réguliers** que dans la moyenne nationale en Suède (indice d'accord de +50, pour +45 dans la moyenne du pays) et au Danemark (+35, pour +31). En revanche, ce n'est pas le cas aux Pays-Bas : l'indice d'accord avec la proposition selon laquelle « l'information à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux en ligne n'est pas fiable » est un peu inférieur chez les utilisateurs réguliers que dans la moyenne nationale (+17, pour +21).

Dans les pays où l'usage des réseaux sociaux est le plus en retrait, on retrouve un net soutien porté à leurs apports politiques auprès de ceux les utilisant au moins une fois par semaine : c'est le cas en République tchèque (61% pour le fait que les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de maintenir l'intérêt des gens pour les affaires politiques ; 69% pour estimer qu'ils sont un moyen moderne de rester au courant des affaires politiques, et 74% pour considérer qu'ils sont un bon moyen de dire ce qu'on pense des questions politiques) ; en Pologne (76% ; 75% ; 74%) ; et en Allemagne (67% ; 64% ; 68%). **Dans ces pays, les critiques sur le manque de fiabilité des informations politiques provenant des réseaux sociaux en ligne sont moins marquées chez les utilisateurs réguliers que dans l'ensemble de la population** : l'indice d'accord avec la proposition selon laquelle ces informations ne sont pas fiables est plus faible en Pologne (+11, pour +16 dans la moyenne nationale), en Allemagne (+10 pour +12), et surtout en république tchèque, où cet indice d'accord est négatif chez les utilisateurs réguliers (-6, pour +3).

²² Différence entre le total « d'accord » et le total « pas d'accord »

QE9 Que vous participiez ou non aux réseaux sociaux en ligne (sites de réseaux sociaux, blogs, sites de partage de vidéos), pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des propositions suivantes.

9.3 Les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de maintenir l'intérêt des gens pour les affaires politiques					9.4 Les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de dire ce qu'on pense des questions politiques				9.1 Les réseaux sociaux en ligne sont un moyen moderne de rester au courant des affaires politiques				9.2 L'information à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux en ligne n'est pas fiable			
	Total 'D'accord'	Total 'D'accord' (au moins une fois par semaine)	Total 'Pas d'accord'	Total 'Pas d'accord' (au moins une fois par semaine)	Total 'D'accord'	Total 'D'accord' (au moins une fois par semaine)	Total 'Pas d'accord'	Total 'Pas d'accord' (au moins une fois par semaine)	Total 'D'accord'	Total 'D'accord' (au moins une fois par semaine)	Total 'Pas d'accord'	Total 'Pas d'accord' (au moins une fois par semaine)	Total 'D'accord'	Total 'D'accord' (au moins une fois par semaine)	Total 'Pas d'accord'	Total 'Pas d'accord' (au moins une fois par semaine)
UE28	50%	71%	22%	22%	50%	69%	23%	25%	50%	69%	23%	25%	44%	55%	25%	34%
BE	51%	62%	31%	33%	52%	63%	31%	34%	51%	63%	34%	35%	51%	59%	30%	36%
BG	44%	69%	22%	25%	52%	80%	13%	15%	55%	82%	13%	14%	31%	36%	33%	55%
CZ	43%	36%	31%	55%	53%	74%	22%	22%	50%	69%	25%	27%	36%	43%	33%	49%
DK	68%	80%	17%	13%	59%	68%	27%	27%	67%	75%	19%	20%	56%	93%	25%	28%
DE	42%	14%	25%	11%	41%	17%	24%	8%	39%	16%	25%	8%	35%	12%	23%	8%
EE	52%	74%	15%	18%	55%	77%	14%	17%	49%	69%	20%	25%	42%	58%	22%	30%
IE	60%	74%	18%	18%	55%	70%	21%	21%	59%	74%	19%	19%	51%	62%	24%	27%
EL	52%	74%	32%	26%	58%	81%	25%	18%	64%	88%	21%	12%	42%	49%	36%	48%
ES	58%	77%	19%	17%	55%	72%	22%	22%	57%	74%	20%	20%	49%	56%	24%	34%
FR	38%	55%	33%	36%	48%	66%	25%	28%	41%	54%	31%	38%	51%	66%	18%	25%
HR	55%	79%	15%	16%	50%	71%	19%	23%	56%	80%	14%	15%	38%	53%	29%	40%
IT	49%	69%	23%	23%	52%	71%	22%	22%	51%	70%	22%	23%	38%	52%	30%	36%
CY	44%	63%	26%	31%	55%	72%	15%	23%	58%	76%	13%	19%	43%	57%	21%	33%
LV	62%	77%	15%	18%	64%	79%	13%	17%	67%	81%	12%	15%	46%	54%	28%	38%
LT	51%	74%	16%	20%	52%	72%	15%	22%	53%	73%	16%	21%	45%	63%	18%	28%
LU	37%	50%	33%	38%	45%	59%	26%	32%	41%	58%	30%	33%	44%	54%	24%	33%
HU	47%	65%	27%	32%	50%	71%	23%	24%	49%	71%	25%	25%	37%	53%	33%	40%
MT	68%	86%	8%	9%	64%	81%	13%	16%	70%	89%	7%	7%	55%	68%	19%	25%
NL	73%	82%	15%	13%	51%	56%	37%	40%	60%	66%	30%	30%	51%	53%	30%	36%
AT	58%	80%	22%	17%	58%	79%	22%	17%	60%	81%	19%	15%	47%	54%	28%	37%
PL	57%	76%	12%	14%	55%	74%	13%	16%	56%	75%	14%	16%	40%	46%	24%	35%
PT	49%	77%	19%	19%	49%	78%	19%	19%	49%	77%	19%	19%	44%	68%	20%	26%
RO	45%	68%	15%	19%	47%	70%	15%	17%	47%	71%	15%	18%	38%	56%	23%	32%
SI	56%	70%	18%	23%	56%	73%	17%	20%	59%	74%	16%	21%	47%	59%	26%	34%
SK	54%	72%	23%	22%	60%	79%	18%	16%	60%	76%	19%	19%	42%	49%	35%	45%
FI	65%	78%	14%	17%	61%	73%	19%	22%	61%	76%	19%	19%	52%	59%	26%	35%
SE	82%	91%	9%	7%	68%	77%	21%	21%	68%	77%	21%	21%	65%	72%	20%	22%
UK	52%	71%	20%	19%	43%	59%	29%	31%	47%	65%	26%	26%	49%	61%	22%	27%

EUROBAROMÈTRE STANDARD 82

L'opinion publique dans l'Union européenne

SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

Entre le 8 et le 17 novembre 2014, TNS opinion & social, un consortium créé entre TNS political & social, TNS UK et TNS opinion, a réalisé la vague EB82.3 de l'enquête EUROBAROMÈTRE à la demande de la COMMISSION EUROPÉENNE, direction générale Communication, unité « Stratégie, actions de communication corporate et Eurobaromètre ».

La vague EUROBAROMÈTRE 82.3 est l'enquête EUROBAROMÈTRE STANDARD 82 et couvre la population de 15 ans et plus ayant la nationalité d'un des 28 États membres de l'Union européenne et résidant dans un des États membres de l'Union européenne.

L'enquête EUROBAROMETRE STANDARD 82 a été conduite également dans les six pays candidats (la Turquie, l'ancienne République yougoslave de Macédoine, l'Islande, le Monténégro, la Serbie et l'Albanie) et en Communauté chypriote turque. Dans ces pays, l'étude a couvert la population nationale et les citoyens de tous les États membres résidant dans ces pays et ayant une maîtrise de la langue nationale suffisante pour répondre au questionnaire.

Le principe d'échantillonnage appliqué dans tous les États participant à cette étude est une sélection aléatoire (probabiliste) à phases multiples. Dans chaque pays, divers points de chute ont été tirés avec une probabilité proportionnelle à la taille de la population (afin de couvrir la totalité du pays) et à la densité de la population.

A cette fin, ces points de chute ont été tirés systématiquement dans chacune des "unités régionales administratives", après avoir été stratifiés par unité individuelle et par type de région. Ils représentent ainsi l'ensemble du territoire des pays participant à l'étude, selon les EUROSTAT-NUTS II (ou équivalent) et selon la distribution de la population habitant dans le pays en termes de zones métropolitaines, urbaines et rurales. Dans chacun des points de chute sélectionnés, une adresse de départ a été tirée de manière aléatoire. D'autres adresses (chaque Nième adresse) ont ensuite été sélectionnées par une procédure de "random route" à partir de l'adresse initiale. Dans chaque ménage, le répondant a été tiré aléatoirement (suivant la règle du "plus proche anniversaire"). Toutes les interviews ont été réalisées en face à face chez les répondants et dans la langue nationale appropriée. En ce qui concerne la technique de collecte de données, le système CAPI (*Computer Assisted Personal Interview*) a été utilisé dans tous les pays où cela était possible.

Dans chaque pays, l'échantillon a été comparé à l'univers. La description de l'univers se base sur les données de population EUROSTAT ou provenant des Instituts nationaux de Statistique. Pour tous les pays couverts par l'étude, une procédure de pondération nationale a été réalisée (utilisant des pondérations marginales et croisées), sur base de cette description de l'univers. Dans tous les pays le sexe, l'âge, les régions et la taille de l'agglomération ont été introduits dans la procédure d'itération. Pour la pondération internationale (i.e. les moyennes UE), TNS Opinion & Social recourt aux chiffres officiels de population, publiés par EUROSTAT ou les instituts nationaux de Statistique. Les chiffres complets de la population, introduits dans cette procédure de post-pondération, sont indiqués ci-dessous.

Il importe de rappeler aux lecteurs que les résultats d'un sondage sont des estimations dont l'exactitude, toutes choses égales par ailleurs, dépend de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé. Pour des échantillons d'environ 1.000 interviews, le pourcentage réel oscille dans les intervalles de confiance suivants :

**Marges statistiques dues au processus d'échantillonnage
(au niveau de confiance de 95%)**

tailles d'échantillon en lignes

résultats observés en colonnes

	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	
	95%	90%	85%	80%	75%	70%	65%	60%	55%	50%	
N=50	6,0	8,3	9,9	11,1	12,0	12,7	13,2	13,6	13,8	13,9	N=50
N=500	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4	N=500
N=1000	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1	N=1000
N=1500	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5	N=1500
N=2000	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,2	N=2000
N=3000	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8	N=3000
N=4000	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	N=4000
N=5000	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	N=5000
N=6000	0,6	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	N=6000
N=7000	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	N=7000
N=7500	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	N=7500
N=8000	0,5	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	N=8000
N=9000	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	N=9000
N=10000	0,4	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	N=10000
N=11000	0,4	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	N=11000
N=12000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	N=12000
N=13000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	N=13000
N=14000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	N=14000
N=15000	0,3	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	N=15000
	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	
	95%	90%	85%	80%	75%	70%	65%	60%	55%	50%	

ABR.	PAYS	INSTITUTS	N° INTERVIEWS	DATES TERRAIN		POPULATION 15+	PROPORTION UE28
BE	Belgique	TNS Dimarso	1.001	8/11/14	17/11/14	9.263.570	2,18%
BG	Bulgarie	TNS BBSS	1.006	8/11/14	17/11/14	6.294.563	1,48%
CZ	Rép. Tchèque	TNS Aisa	1.055	8/11/14	17/11/14	8.955.829	2,11%
DK	Danemark	TNS Gallup DK	1.004	8/11/14	17/11/14	4.625.032	1,09%
DE	Allemagne	TNS Infratest	1.610	8/11/14	17/11/14	71.283.580	16,79%
EE	Estonie	TNS Emor	1.002	8/11/14	17/11/14	1.113.355	0,26%
IE	Irlande	Behaviour & Attitudes	1.002	8/11/14	17/11/14	3.586.829	0,84%
EL	Grèce	TNS ICAP	1.009	8/11/14	17/11/14	8.791.499	2,07%
ES	Espagne	TNS Spain	1.055	8/11/14	17/11/14	39.506.853	9,31%
FR	France	TNS Sofres	1.012	8/11/14	17/11/14	51.668.700	12,17%
HR	Croatie	HENDAL	1.027	8/11/14	17/11/14	3.625.601	0,85%
IT	Italie	TNS Italia	1.016	8/11/14	17/11/14	51.336.889	12,09%
CY	Rép. de Chypre	CYMAR	500	8/11/14	17/11/14	724.084	0,17%
LV	Lettonie	TNS Latvia	1.003	8/11/14	17/11/14	1.731.509	0,41%
LT	Lituanie	TNS LT	1.002	8/11/14	17/11/14	2.535.329	0,60%
LU	Luxembourg	TNS ILReS	507	8/11/14	17/11/14	445.806	0,11%
HU	Hongrie	TNS Hoffmann	1.061	8/11/14	17/11/14	8.477.933	2,00%
MT	Malte	MISCO	506	8/11/14	17/11/14	360.045	0,08%
NL	Pays-Bas	TNS NIPO	1.010	8/11/14	17/11/14	13.901.653	3,27%
AT	Autriche	ipr Umfrageforschung	1.032	8/11/14	17/11/14	7.232.497	1,70%
PL	Pologne	TNS Polska	1.033	8/11/14	17/11/14	32.736.685	7,71%
PT	Portugal	TNS Portugal	1.005	8/11/14	17/11/14	8.512.269	2,01%
RO	Roumanie	TNS CSOP	1.018	8/11/14	17/11/14	16.880.465	3,98%
SI	Slovénie	RM PLUS	1.046	8/11/14	17/11/14	1.760.726	0,41%
SK	Slovaquie	TNS Slovakia	1.037	8/11/14	17/11/14	4.580.260	1,08%
FI	Finlande	TNS Gallup Oy	1.002	8/11/14	17/11/14	4.511.446	1,06%
SE	Suède	TNS Sifo	1.023	8/11/14	17/11/14	7.944.034	1,87%
UK	Royaume-Uni	TNS UK	1.317	8/11/14	17/11/14	52.104.731	12,27%
TOTAL UE28			27.901	8/11/14	17/11/14	424.491.772	100%*

* Il convient de noter que le total des pourcentages indiqué dans ce tableau peut dépasser 100% en raison des arrondis

CY(tcc)	Comm. chypriote turque	KADEM	500	8/11/14	17/11/14	143.226
TR	Turquie	TNS Piar	1.087	8/11/14	17/11/14	54.844.406
MK	Anc. Rép. yougoslave de Macédoine	TNS BRIMA	1.057	8/11/14	14/11/14	1.678.404
IS	Islande	Capacent	500	8/11/14	17/11/14	252.277
ME	Monténégro	TNS Medium Gallup	536	10/11/14	16/11/14	492.265
RS	Serbie	TNS Medium Gallup	1.017	10/11/14	17/11/14	6.409.693
AL	Albanie	TNS BBSS	1.064	8/11/14	17/11/14	2.221.572
TOTAL			32.598	8/11/14	17/11/14	490.533.615