

Entretien avec Jorge de Oliveira e Sousa



Eurobaromètre, heureux trentenaire

L'Eurobaromètre souffle ses 30 bougies. L'occasion pour la Commission en direct de lancer un coup de projecteur au cœur d'une des plus grosses machines à sondage du globe ! Interview du patron, Jorge de Oliveira e Sousa (J.O.S., actuel directeur général de la DG Presse), d'un système d'enquête à l'échelle européenne unique au monde.

Concrètement, quels sont les différents types de sondages réalisés ?

J.O.S. : L'EB se présente sous trois formes. L'EB « standard » reprend les mêmes questions depuis la nuit des temps afin de pouvoir décrire une tendance, une évolution (ex. : « *D'une façon générale, pensez-vous que le fait pour notre pays de faire partie de l'Union européenne est une bonne chose, une mauvaise chose ou une chose ni bonne ni mauvaise ?* »). Au cours du dernier sondage de ce genre, nous avons interviewé 16 216 personnes dans l'UE15. Celles-ci sont choisies de manière aléatoire. En général, nous travaillons sur un échantillon de plus ou moins mille personnes par pays que nous interrogeons en face-à-face. Nous réalisons aussi des études ad hoc à la demande des DG concernées (Eurobaromètre spécial en face-à-face et Eurobaromètre Flash par téléphone, qui peuvent éventuellement porter sur des groupes cibles spécifiques : agriculteurs, enseignants, entreprises, ...). Enfin, les études qualitatives permettent d'analyser l'opinion plus en profondeur à travers de petits groupes de discussion.

De quelles manières les résultats des sondages effectués peuvent-ils être exploités par les politiques, les citoyens, les médias ... ? En d'autres mots, à quoi l'EB sert-il ?

J.O.S. : Je crois que la grande valeur ajoutée de l'EB, c'est d'abord sa couverture géographique — c'est le seul sondage qui est réalisé dans les 25 pays de l'UE sur les affaires européennes — et sa continuité dans le temps. Alors, de quelle manière peut-il être utilisé ? Tout d'abord, la Commission peut s'en servir comme une photo de l'opinion publique sur un certain nombre de questions d'ordre général ou sectoriel. Bien entendu on devrait pouvoir exploiter cet outil de manière encore plus fine dans le cadre du processus décisionnel. Par ailleurs, c'est aussi un élément important de feed-back sur ce qui touche le plus les citoyens. A quoi l'opinion publique réagit-elle et de quelle manière ? Les médias en font également un grand usage. J'ai été agréablement surpris, en prenant mes fonctions de DG il y a un an et demi, de voir

de quelle notoriété jouit l'EB dans les médias européens de premier ordre. Les chercheurs exploitent aussi énormément nos résultats. Pour donner un exemple très concret de l'utilité de l'EB, il est intéressant d'observer le dernier sondage Flash que nous avons réalisé. Celui-ci était centré sur la thématique de la faible participation lors des dernières élections européennes. L'EB a révélé que la faible mobilisation des électeurs s'explique moins par un manque d'information sur les questions européennes que par une désaffection envers la politique en général. L'EB permet donc de détecter les tendances lourdes qui ne sont pas toujours les plus évidentes.

Sur trente ans, comment l'EB a-t-il évolué ?

J.O.S. : Le premier EB concernait six pays. Maintenant, les membres de l'Union sont 25 et les pays candidats sont également couverts par les enquêtes. Les moyens ont également augmenté, ce qui a permis de développer l'outil. Toutefois, afin de pouvoir suivre les tendances dans la durée, il s'agit de modifier certaines questions posées dans l'EB standard le moins souvent possible. Mais il nous est aussi possible d'adapter l'EB à l'actualité (questions sur l'euro ou sur les élargissements successifs, politique étrangère et de sécurité commune, projet de Constitution...). L'EB nous offre maintenant à la fois la profondeur historique, une vision globale et une capacité de zoom sur l'état des opinions publiques dans l'ensemble de l'Union et de certains de ses voisins.