

EUROBAROMETRE 74

AUTOMNE 2010

L'INFORMATION SUR LES QUESTIONS POLITIQUES
EUROPEENNES

RAPPORT

Terrain : Novembre 2010

Publication : Février 2011

Eurobaromètre Standard 74

Automne 2010

L'INFORMATION SUR LES QUESTIONS POLITIQUES EUROPEENNES

Etude réalisée par TNS Opinion & Social à la
demande de la Commission européenne –
Direction générale Communication

Coordonnée par la Commission européenne -
Direction générale Communication

TNS Opinion & Social
Avenue Herrmann Debroux, 40
1160 Bruxelles
Belgique

TABLE DES MATIERES

| | |
|---|-----------|
| PRESENTATION | 4 |
| 1. LE NIVEAU D'INFORMATION SUR LES QUESTIONS POLITIQUES EUROPEENNES..... | 7 |
| 2. LA CONFIANCE DANS LES MEDIAS..... | 10 |
| 3. L'UTILISATION DES MEDIAS | 12 |
| 3.1 L'utilisation des médias en général | 12 |
| 3.2 Les médias vecteurs de l'information sur les affaires politiques européennes..... | 17 |
| 3.3 Les médias privilégiés pour chercher de l'information sur l'Union européenne..... | 18 |
| 4. LE TRAITEMENT DE L'UNION EUROPEENNE PAR LES MEDIAS..... | 20 |
| 4.1 La quantité d'informations sur l'Union européenne..... | 20 |
| 4.2 L'objectivité du traitement de l'information sur l'Union européenne... | 22 |
| 5. LES RESEAUX SOCIAUX | 23 |
| SPECIFICATIONS TECHNIQUES | 25 |

PRESENTATION

Cette enquête Eurobaromètre (EB74) de l'automne 2010¹ permet de faire un point détaillé sur les pratiques médiatiques des Européens, en constante évolution, notamment en raison de la place croissante occupée par les versions en ligne des journaux et des magazines, et les réseaux sociaux.

Dans cette enquête, les Européens sont d'abord interrogés sur le niveau d'information en ce qui concerne les questions politiques européennes, tant à l'échelle de leur pays qu'au niveau individuel. Ensuite, la confiance des Européens dans les médias et l'utilisation qu'ils en font – notamment en ce qui concerne l'information ayant trait à l'Union européenne – sont analysées. Cette enquête Eurobaromètre s'intéresse également au jugement porté par les Européens sur la quantité et l'objectivité du traitement de l'Union européenne par les médias. Enfin, une dernière partie porte plus spécifiquement sur les réseaux sociaux, comme outil de communication politique : sont-ils, pour les Européens, un moyen crédible et efficace de faire de la politique ?

Le rapport complet de l'Eurobaromètre standard 74 de l'automne 2010 est composé de plusieurs volumes. Le premier volume analyse les résultats des indicateurs historiques de l'Eurobaromètre standard. Trois autres volumes présentent l'état de l'opinion publique européenne sur : la crise financière et économique ; la stratégie Europe 2020 ; l'information sur les questions politiques européennes. Le présent volume est consacré à ce dernier sujet.

L'analyse générale ainsi que les analyses sociodémographiques se basent sur les résultats au niveau de la moyenne des 27 Etats membres. Cette moyenne est pondérée afin de refléter la population réelle de chacun des Etats membres. Les moyennes pour les années précédentes représentent les résultats obtenus dans tous les Etats membres de l'Union telle qu'elle était composée au moment où l'étude a été menée.

* * *

¹ Enquête réalisée entre la mi-novembre et le début du mois de décembre 2010. Veuillez consulter les spécifications techniques pour les dates exactes des interviews sur le terrain dans chaque pays.

La méthodologie employée est celle des sondages Eurobaromètre de la Direction Générale Communication (Unité « Recherche et Speechwriting »). Une note technique relative aux interviews réalisées par les instituts membres du réseau TNS Opinion & Social est jointe en annexe de ce rapport. Elle mentionne également les modalités d'interview de même que les intervalles de confiance².

Le site Internet de l'Eurobaromètre peut être consulté à l'adresse suivante :

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

Nous aimerions profiter de l'occasion pour remercier tous les personnes interrogées à travers l'Europe qui ont consacré du temps à ce sondage.

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

² 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 le répondant a la possibilité de choisir plusieurs réponses à une question.

Dans ce rapport, les pays sont désignés par leur abréviation officielle. Les abréviations utilisées dans ce rapport et leurs correspondances sont les suivantes :

ABREVIATIONS

| | |
|----------|---|
| UE27 | Union européenne - 27 Etats membres |
| NSP | Ne sait pas / Pas de réponse |
| BE | Belgique |
| BG | Bulgarie |
| CZ | République tchèque |
| DK | Danemark |
| DE | Allemagne |
| EE | Estonie |
| EL | Grèce |
| ES | Espagne |
| FR | France |
| IE | Irlande |
| IT | Italie |
| CY | République de Chypre* |
| CY (tcc) | Zone non contrôlée par le gouvernement de la République de Chypre |
| LT | Lituanie |
| LV | Lettonie |
| LU | Luxembourg |
| HU | Hongrie |
| MT | Malte |
| NL | Pays-Bas |
| AT | Autriche |
| PL | Pologne |
| PT | Portugal |
| RO | Roumanie |
| SI | Slovénie |
| SK | Slovaquie |
| FI | Finlande |
| SE | Suède |
| UK | Royaume-Uni |
| HR | Croatie |
| TR | Turquie |
| MK | Ancienne République yougoslave de Macédoine** |
| IS | Islande |

* Chypre dans son ensemble est l'un des 27 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'UE27. 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 : *Turkish Cypriot Community - communauté chypriote turque*].

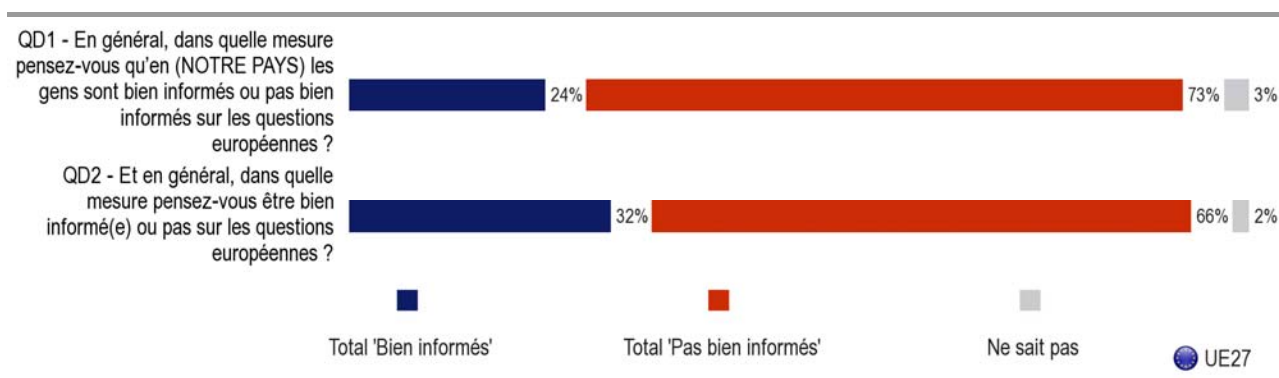
** Abréviation provisoire ne préjugant pas la nomenclature définitive de ce pays, qui sera convenue après la conclusion de négociations actuellement en cours aux Nations unies.

1. LE NIVEAU D'INFORMATION SUR LES QUESTIONS POLITIQUES EUROPEENNES

- Le sentiment d'être mal informé sur les questions politiques européennes domine largement au sein de l'opinion publique -

Les Européens attestent d'un sentiment de mauvaise information sur les questions politiques européennes, tant à l'échelle de leur pays qu'au niveau individuel. Ainsi, près de trois quarts des Européens (73%) considèrent que *les citoyens de leur pays* sont mal informés sur les questions européennes, contre 24% qui jugent à l'inverse qu'ils sont bien informés³.

A la seule exception du Luxembourg où 55% des répondants estiment que les habitants de leur pays sont bien informés sur les questions européennes, le constat d'une mauvaise information de la population sur ces sujets concerne une majorité absolue de répondants dans tous les pays de l'Union. Il est le plus massif en Espagne (85%), à Chypre (85%), en France (81%), en Grèce (81%), aux Pays-Bas (81%) et en Suède (80%). Il est sensiblement moins marqué que la moyenne européenne en Slovaquie (54%) et à Malte (50%).



Au niveau individuel, deux tiers des Européens (66%) avouent être mal informés sur les questions européennes, contre 32% qui se déclarent à l'inverse bien informés⁴.

Il n'y a qu'au Luxembourg (56% contre 43%) et en Slovaquie (50% contre 49%) qu'une majorité de personnes interrogées se disent bien informées sur les enjeux européens. Le sentiment d'une mauvaise information l'emporte dans tous les autres pays avec cependant une ampleur qui varie fortement, de 51% en Irlande et 53% en Slovaquie, à 73% en France, 74% à Chypre, 77% au Portugal et 80% en Espagne.

³ QD1. En général, dans quelle mesure pensez-vous que dans votre pays les gens sont bien informés ou pas bien informés sur les questions européennes ?

⁴ QD2. Et en général, dans quelle mesure pensez-vous être bien informé(e) ou pas sur les questions européennes ?

Ce sentiment d'une mauvaise information peut fournir une explication au fait que 46% des Européens disent aujourd'hui ne pas comprendre le fonctionnement de l'UE ou que 42% se trompent au moins une fois sur trois questions simples concernant l'Union européenne (le nombre de ses membres, le mode d'élection du Parlement et la non-appartenance de la Suisse)⁵.

Le sentiment personnel d'une mauvaise information sur les enjeux européens est fortement déterminé par les variables sociales et éducatives. S'il est majoritaire dans toutes les catégories de la population, il est toutefois bien plus marqué au sein des couches les plus modestes et les moins diplômées. Ainsi, 56% des personnes ayant poursuivi leurs études après 19 ans, 53% de ceux qui se classent en haut de l'échelle sociale et 51% des cadres avouent se sentir mal informés sur les questions européennes par rapport à 77% de ceux qui ont arrêté leurs études avant 16 ans, 78% de ceux qui se classent en bas de l'échelle sociale et 71% des ouvriers.

⁵ Voir la partie sur l'UE et ses citoyens dans le premier volume de l'Eurobaromètre de l'automne 2010 (EB74).

QD1 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' | Total 'Pas bien informés' | Ne sait pas |
|---|-----------------------|---------------------------|-------------|
| UE27 | 24% | 73% | 3% |
| Sexe du répondant | | | |
| Homme | 25% | 72% | 3% |
| Femme | 20% | 76% | 4% |
| Age | | | |
| 15-24 | 22% | 74% | 4% |
| 25-39 | 23% | 74% | 3% |
| 40-54 | 25% | 72% | 3% |
| 55 + | 23% | 73% | 4% |
| Age de fin d'études | | | |
| 15- | 20% | 75% | 5% |
| 16-19 | 24% | 73% | 3% |
| 20+ | 24% | 73% | 3% |
| Toujours étudiant | 24% | 73% | 3% |
| Echelle d'occupation du répondant | | | |
| Indépendants | 27% | 69% | 4% |
| Cadres | 26% | 72% | 2% |
| Autres employés | 26% | 72% | 2% |
| Ouvriers | 22% | 75% | 3% |
| Hommes/ femmes au foyer | 17% | 79% | 4% |
| Chômeurs | 19% | 78% | 3% |
| Retraités | 24% | 72% | 4% |
| Etudiants | 24% | 73% | 3% |
| Difficultés à payer ses factures | | | |
| La plupart du temps | 15% | 80% | 5% |
| De temps en temps | 22% | 75% | 3% |
| Pratiquement jamais | 25% | 72% | 3% |
| Autopositionnement sur l'échelle sociale | | | |
| Bas (1-4) | 16% | 80% | 4% |
| Moyen (5-6) | 24% | 73% | 3% |
| Haut (7-10) | 31% | 67% | 2% |

QD2 Et en général, dans quelle mesure pensez-vous être bien informé(e) ou pas sur les questions européennes ?

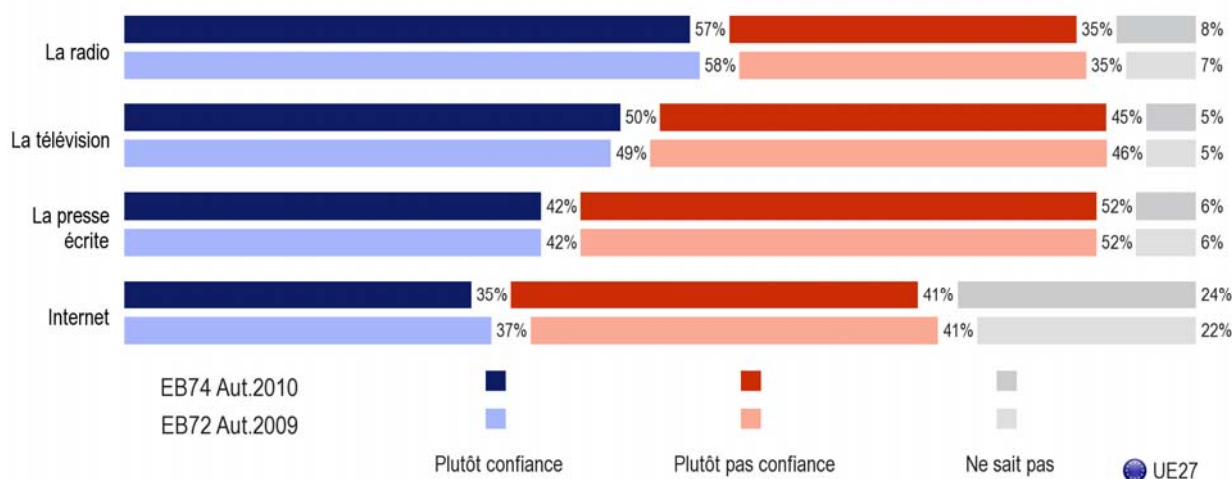
| | Total 'Bien informé(e)' | Total 'Pas bien informé(e)' | Ne sait pas |
|---|-------------------------|-----------------------------|-------------|
| UE27 | 32% | 66% | 2% |
| Sexe du répondant | | | |
| Homme | 40% | 59% | 1% |
| Femme | 26% | 72% | 2% |
| Age | | | |
| 15-24 | 28% | 70% | 2% |
| 25-39 | 33% | 65% | 2% |
| 40-54 | 34% | 64% | 2% |
| 55 + | 33% | 65% | 2% |
| Age de fin d'études | | | |
| 15- | 21% | 77% | 2% |
| 16-19 | 32% | 66% | 2% |
| 20+ | 43% | 56% | 1% |
| Toujours étudiant | 32% | 66% | 2% |
| Echelle d'occupation du répondant | | | |
| Indépendants | 40% | 58% | 2% |
| Cadres | 48% | 51% | 1% |
| Autres employés | 36% | 62% | 2% |
| Ouvriers | 28% | 71% | 1% |
| Hommes/ femmes au foyer | 20% | 78% | 2% |
| Chômeurs | 23% | 76% | 1% |
| Retraités | 34% | 64% | 2% |
| Etudiants | 32% | 66% | 2% |
| Difficultés à payer ses factures | | | |
| La plupart du temps | 20% | 78% | 2% |
| De temps en temps | 27% | 71% | 2% |
| Pratiquement jamais | 38% | 61% | 1% |
| Autopositionnement sur l'échelle sociale | | | |
| Bas (1-4) | 21% | 78% | 1% |
| Moyen (5-6) | 32% | 66% | 2% |
| Haut (7-10) | 46% | 53% | 1% |

2. LA CONFIANCE DANS LES MEDIAS

- La confiance des Européens dans les médias reste relativement fragile et limitée -

Par rapport à la dernière mesure de l'automne 2009 (EB72), on n'observe aucune évolution significative dans la confiance portée généralement aux médias par les Européens. La radio reste le média suscitant la confiance la plus élevée. Une petite majorité absolue (50%) se dégage pour faire confiance à la télévision. La défiance l'emporte en revanche pour Internet (mais un quart des Européens ne se prononcent pas) et la presse écrite. La défiance concerne au moins un Européen sur trois pour la radio, près d'un sur deux pour la télévision et plus d'un sur deux pour la presse écrite : une proportion importante de l'opinion européenne doute aujourd'hui des médias⁶.

QA12a. Je voudrais maintenant vous poser une question à propos de la confiance que vous inspirent certaines institutions. Pour chacune des institutions suivantes, pourriez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en elle.



⁶ QA12a. Pour chacune des institutions suivantes, pouvez-vous me dire si vous avez plutôt confiance ou plutôt pas confiance en elle ? La presse écrite/La radio/La télévision/Internet.

57% des Européens déclarent faire plutôt confiance à la radio, alors que 35% se montrent défiants et que 8% n'expriment pas d'avis. Ce rapport reste inchangé par rapport à l'automne 2009. La Grèce est le seul pays de l'Union où la défiance à l'égard de ce média l'emporte (61%). Partout ailleurs, la confiance domine, avec les niveaux les plus élevés en Suède (78%), Slovaquie (77%) et Finlande (76%). Elle est toutefois sensiblement inférieure à la moyenne européenne en Espagne (47% contre 42% de défiance).

Le rapport confiance-défiance est plus partagé pour la télévision. 50% des Européens font confiance à ce média, contre 45%, 5% étant sans opinion. Ce rapport était de 49% - 46% à l'automne 2009.

La confiance l'emporte dans 23 pays avec cependant des différences d'ampleur notables, de 50% à Malte et en Pologne à 71% en Finlande et en République tchèque. Quatre Etats membres se démarquent de la tendance moyenne européenne puisqu'en Grèce (78%), en France (63%), en Espagne (56%) et en Italie (52%) la défiance est majoritaire.

Internet suscite une majorité relative de défiance au sein de l'opinion européenne. 41% des répondants disent ne pas faire confiance à ce média, contre 35%. Le média Internet suscite encore, et bien plus que les autres, un taux élevé de sans opinion (24%). Ceci peut sans doute s'expliquer, à la fois par le taux de connexion à ce média (une minorité importante des Européens n'a toujours pas accès à Internet), mais également par la multitude de sources diffusant sur la Toile (professionnels de l'information, blogueurs, etc...). Par rapport à l'automne 2009, la confiance perd deux points alors que la défiance est stable. La confiance en Internet comme source d'information est la plus faible au Royaume-Uni (27%), en France (29%), en Espagne (30%) et en Allemagne (30%). Elle est la plus élevée en Slovaquie (57%), en République tchèque (55%) et au Danemark (52%).

Enfin, **la presse écrite suscite une forte défiance au sein de l'opinion européenne**, dans des proportions exactement similaires à celles de l'automne 2009. 52% des répondants disent ainsi ne pas lui faire confiance, contre 42%, 6% n'exprimant pas d'opinion. La défiance l'emporte dans 16 pays de l'Union, avec ses pics au Royaume-Uni (79%) et en Grèce (71%). La confiance l'emporte dans 10 pays, avec ses plus hauts niveaux aux Pays-Bas (65%), en Autriche (59%), en Slovaquie (59%) et en Belgique (59%). Le rapport est enfin totalement équilibré en France (48% dans les deux cas).

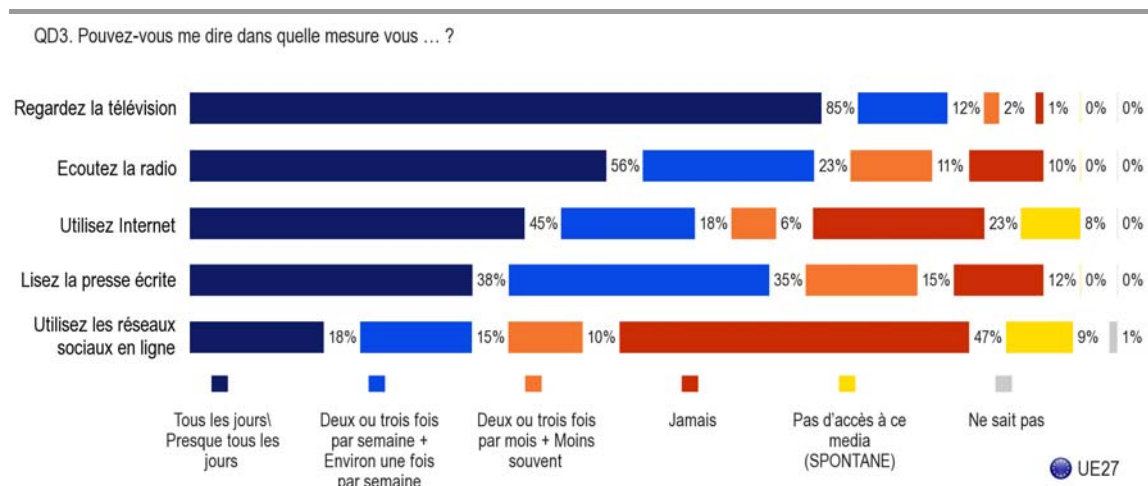
3. L'UTILISATION DES MEDIAS

*- La télévision demeure le seul média de masse en Europe ;
les réseaux sociaux restent l'apanage des jeunes -*

Cette enquête Eurobaromètre montre clairement que la télévision demeure le principal média de masse en Europe, celui avec lequel les Européens ont la plus grande fréquence de contact, qui est le plus utilisé comme source d'information et qui leur est le plus familier. Elle relativise également l'influence des réseaux sociaux en ligne sur l'opinion publique.

3.1 L'utilisation des médias en général

La fréquence d'utilisation des différents médias montre que **la télévision** reste, et de loin, le média privilégié des Européens⁷.



⁷ QD3. Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous (regardez la télévision/écoutez la radio/lisez la presse écrite/utilisez Internet/utilisez les réseaux sociaux en ligne) tous les jours ou presque, deux ou trois fois par semaine, environ une fois par semaine, deux ou trois fois par mois, moins souvent ou jamais ?

85% déclarent ainsi la regarder tous les jours et 97% au moins une fois par semaine. C'est donc la quasi-totalité de la population européenne qui regarde la télévision.

| QD3 Pouvez-vous me dire dans quelle mesure vous ... ? | | | | | | | | | |
|---|--|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------------|--------|------------------------------|-------------|-------------------------------|
| Regardez la 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 media (SP.) | Ne sait pas | Au moins une fois par semaine |
| UE27 | 85% | 10% | 2% | 1% | 1% | 1% | 0% | 0% | 97% |
| Age | | | | | | | | | |
| 15-24 | 78% | 14% | 3% | 1% | 2% | 2% | 0% | 0% | 95% |
| 25-39 | 81% | 12% | 3% | 1% | 2% | 1% | 0% | 0% | 96% |
| 40-54 | 84% | 11% | 2% | 1% | 1% | 1% | 0% | 0% | 97% |
| 55 + | 92% | 5% | 1% | 0% | 1% | 1% | 0% | 0% | 98% |
| Age de fin d'études | | | | | | | | | |
| 15- | 92% | 5% | 1% | 0% | 1% | 1% | 0% | 0% | 98% |
| 16-19 | 87% | 9% | 2% | 0% | 1% | 1% | 0% | 0% | 98% |
| 20+ | 81% | 12% | 3% | 1% | 1% | 2% | 0% | 0% | 96% |
| Toujours étudiant | 73% | 17% | 5% | 1% | 2% | 2% | 0% | 0% | 95% |

Avec la télévision, la radio est le seul média à être utilisé chaque jour par plus d'un Européen sur deux : 56% des Européens disent écouter **la radio** tous les jours et 79% au moins une fois par semaine.

| QD3 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 media (SP.) | Ne sait pas | Au moins une fois par semaine |
| UE27 | 56% | 16% | 7% | 3% | 8% | 10% | 0% | 0% | 79% |
| Age | | | | | | | | | |
| 15-24 | 48% | 21% | 9% | 3% | 9% | 10% | 0% | 0% | 78% |
| 25-39 | 57% | 19% | 8% | 2% | 7% | 7% | 0% | 0% | 84% |
| 40-54 | 60% | 15% | 7% | 3% | 7% | 8% | 0% | 0% | 82% |
| 55 + | 55% | 13% | 6% | 2% | 9% | 14% | 1% | 0% | 74% |
| Age de fin d'études | | | | | | | | | |
| 15- | 46% | 14% | 7% | 3% | 11% | 17% | 1% | 1% | 67% |
| 16-19 | 58% | 17% | 7% | 2% | 8% | 8% | 0% | 0% | 82% |
| 20+ | 63% | 15% | 6% | 3% | 6% | 7% | 0% | 0% | 84% |
| Toujours étudiant | 47% | 21% | 11% | 3% | 8% | 10% | 0% | 0% | 79% |

La pratique quotidienne d'**Internet** concerne 45% des Européens et son usage au moins hebdomadaire 63%.



| QD3 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 media (SP.) | Ne sait pas | Au moins une fois par semaine |
| UE27 | 45% | 13% | 5% | 2% | 4% | 23% | 8% | 0% | 63% |
| Age | | | | | | | | | |
| 15-24 | 75% | 12% | 4% | 2% | 2% | 4% | 1% | 0% | 91% |
| 25-39 | 63% | 15% | 5% | 2% | 4% | 8% | 3% | 0% | 83% |
| 40-54 | 45% | 17% | 7% | 2% | 5% | 18% | 6% | 0% | 69% |
| 55 + | 20% | 9% | 4% | 1% | 4% | 44% | 17% | 1% | 33% |
| Age de fin d'études | | | | | | | | | |
| 15- | 13% | 8% | 3% | 1% | 3% | 51% | 20% | 1% | 24% |
| 16-19 | 42% | 16% | 6% | 2% | 5% | 21% | 8% | 0% | 64% |
| 20+ | 65% | 13% | 4% | 2% | 4% | 9% | 3% | 0% | 82% |
| Toujours étudiant | 85% | 9% | 3% | 1% | 1% | 0% | 1% | 0% | 97% |

38% des Européens lisent **la presse écrite** tous les jours mais 73% la lisent au moins une fois par semaine. La crise de la presse quotidienne explique le premier chiffre ; la bonne tenue de la presse magazine éclaire le second.

| QD3 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 media (SP.) | Ne sait pas | Au moins une fois par semaine |
| UE27 | 38% | 20% | 15% | 5% | 10% | 12% | 0% | 0% | 73% |
| Age | | | | | | | | | |
| 15-24 | 22% | 23% | 20% | 7% | 13% | 15% | 0% | 0% | 65% |
| 25-39 | 32% | 24% | 16% | 6% | 12% | 9% | 0% | 1% | 72% |
| 40-54 | 40% | 20% | 16% | 5% | 9% | 10% | 0% | 0% | 76% |
| 55 + | 47% | 14% | 12% | 4% | 8% | 15% | 0% | 0% | 73% |
| Age de fin d'études | | | | | | | | | |
| 15- | 34% | 13% | 13% | 5% | 12% | 22% | 1% | 0% | 60% |
| 16-19 | 37% | 21% | 16% | 6% | 10% | 10% | 0% | 0% | 74% |
| 20+ | 47% | 20% | 14% | 4% | 8% | 6% | 0% | 1% | 81% |
| Toujours étudiant | 24% | 25% | 19% | 7% | 13% | 12% | 0% | 0% | 68% |

On le voit donc, des taux de confiance limités et fragiles n'empêchent pas pour autant un large usage des médias. On peut ainsi par exemple tout à la fois affirmer sa défiance à l'égard de la télévision et la regarder tous les jours.

Enfin, l'utilisation des **réseaux sociaux en ligne** ne concerne qu'une minorité d'Européens : 18% les utilisent tous les jours et 33% au moins une fois par semaine. Si l'on cumule ceux qui n'utilisent jamais les réseaux sociaux (47%) et ceux qui n'y ont pas accès (9%), ce sont donc au total 56% des Européens qui restent totalement à l'écart de la pratique des réseaux sociaux en ligne. Pratique minoritaire au sein de la population européenne, la fréquentation des réseaux sociaux semble en revanche s'être installée comme une pratique commune et solidement ancrée au sein de la jeunesse européenne : en effet, deux tiers des 15-24 ans disent utiliser ces réseaux au moins une fois par semaine ; c'est même 50% des 15-24 ans qui utilisent les réseaux sociaux quotidiennement. Cela concerne particulièrement les jeunes en Suède (88%), au Danemark (79%), à Malte (73%), en Espagne (72%) et aux Pays-Bas (70%). Les 15-24 ans sont la seule catégorie sociodémographique parmi laquelle la fréquentation régulière des réseaux sociaux est majoritaire.

| QD3 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 media (SP.) | Ne sait pas | Au moins une fois par semaine |
| UE27 | 18% | 9% | 6% | 3% | 7% | 47% | 9% | 1% | 33% |
|  Age | | | | | | | | | |
| 15-24 | 50% | 16% | 8% | 3% | 6% | 15% | 2% | 0% | 74% |
| 25-39 | 26% | 15% | 8% | 5% | 10% | 32% | 3% | 1% | 49% |
| 40-54 | 11% | 9% | 6% | 4% | 10% | 53% | 6% | 1% | 26% |
| 55 + | 3% | 3% | 2% | 1% | 5% | 66% | 19% | 1% | 8% |
|  Age de fin d'études | | | | | | | | | |
| 15- | 4% | 3% | 2% | 1% | 3% | 66% | 20% | 1% | 9% |
| 16-19 | 16% | 9% | 6% | 3% | 9% | 48% | 8% | 1% | 31% |
| 20+ | 20% | 12% | 8% | 4% | 10% | 41% | 4% | 1% | 40% |
| Toujours étudiant | 58% | 17% | 6% | 3% | 5% | 10% | 1% | 0% | 81% |

Cette question d'utilisation des différents médias montre donc que le recours aux médias dits traditionnels l'emporte encore sur Internet au sein de la population européenne. Si la pratique d'Internet a dépassé quantitativement la lecture *quotidienne* de la presse, elle reste encore toutefois moins fréquente que l'écoute de la radio et de la télévision. Cela s'explique par le fait que **l'usage d'Internet reste très inégal en fonction de l'âge et de la position sociale des individus** (91% des jeunes âgés de 15 à 24 ans utilisent Internet au moins une fois par semaine, pour 83% des 25-39, 69% des 40-54 et 33% des 55 ans et plus ; ces proportions sont respectivement de 78% pour ceux qui se placent dans le haut de l'échelle sociale, et 49% de ceux qui sont en bas), **alors que l'utilisation de la télévision et de la radio suscite des comportements bien plus homogènes**. Internet s'impose comme un média de masse pour les jeunes générations et les catégories supérieures, pas pour les générations plus âgées et les classes populaires. 75% des 15-24 ans et 63% des 25-39 ans l'utilisent tous les jours, pour seulement 20% des 55 ans et plus. L'usage quotidien d'Internet concerne 85% des étudiants et 65% des personnes à haut niveau de diplôme, mais seulement 13% de celles à faible niveau de qualification.

- Un quart des Européens n'utilisent que rarement les médias -

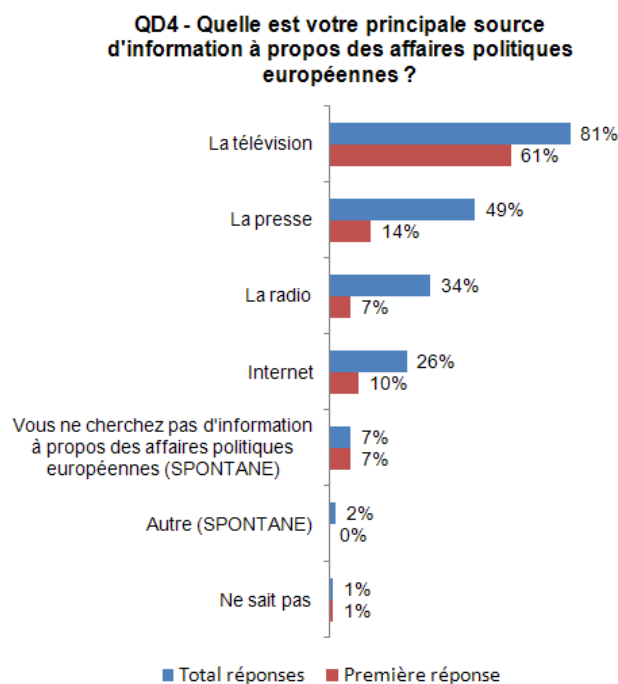
A partir des réponses sur l'utilisation de ces différents médias, il a été possible de construire un indice d'utilisation des médias afin de mieux cerner l'exposition de l'opinion européenne⁸. Un tiers des Européens (33%) ont un indice d'utilisation très élevé, 43% un indice élevé, 21% un indice faible et 3% un indice très faible. En résumé, un quart de l'opinion européenne reste à l'écart des principaux médias. Cette proportion est toutefois plus importante dans cinq pays de l'Union : au Portugal (49%), en Roumanie (49%), en Grèce (47%), en Bulgarie (42%) et en Espagne (37%).

L'indice d'utilisation des médias varie fortement avec la position sociale des individus. Il est logiquement d'autant plus élevé qu'on est diplômé, qu'on se place en haut de la stratification sociale et qu'on est intéressé par l'actualité.

⁸Indice d'utilisation des médias - Pour construire cet indice, nous attribuons aux réponses aux questions QD3.1-5 des points : "Tous les jours" (code '1')=3p, "Entre 1 et 3 fois par semaine" (code '2-3')=2p, "Moins souvent" (code '4-5')=1p, "Jamais" (code '6-7')=0. Ensuite, nous établissons l'indice d'utilisation de médias ainsi : Très élevé (++)= 12-15p, Elevé(+)= 8-11p, Faible(-)= 4-7p, Très faible/Aucun(--)= 0-3p.

3.2 Les médias vecteurs de l'information sur les affaires politiques européennes

- La télévision constitue, de très loin, le vecteur d'information principal sur les affaires européennes -



Appelés à dire quelle est leur *première* source d'information sur les affaires européennes, 61% des Européens citent la télévision, très loin devant la presse (14%), Internet (10%) et la radio (7%). Cette hiérarchie vaut pour tous les pays de l'Union. Les actualités télévisées restent donc le principal moyen d'information des citoyens européens sur l'Europe⁹.

Une fois le choix de la source principale effectué, les répondants pouvaient ensuite citer d'autres choix comme moyens d'information sur les affaires européennes. L'agrégation des réponses confirme d'une part, la suprématie incontestable de la télévision et d'autre part, la résistance des médias

traditionnels face à Internet. Avec au total 81% de citations, la télévision devance ainsi la presse (49%), la radio (34%) et Internet (26%).

La domination de la télévision comme source d'information principale sur les affaires européennes est écrasante dans tous les pays de l'Union. La presse s'impose cependant comme une source d'information majeure en Finlande (79%), en Suède (69%), en Autriche (66%), au Luxembourg (64%), aux Pays-Bas (62%), en Allemagne (62%) et en Italie (54%).

La radio en tant que source d'information sur les affaires politiques européennes, n'est citée par une majorité absolue de répondants dans aucun pays de l'Union : le taux de citation le plus élevé s'élève à 46%, en Belgique, en Slovaquie et en Estonie.

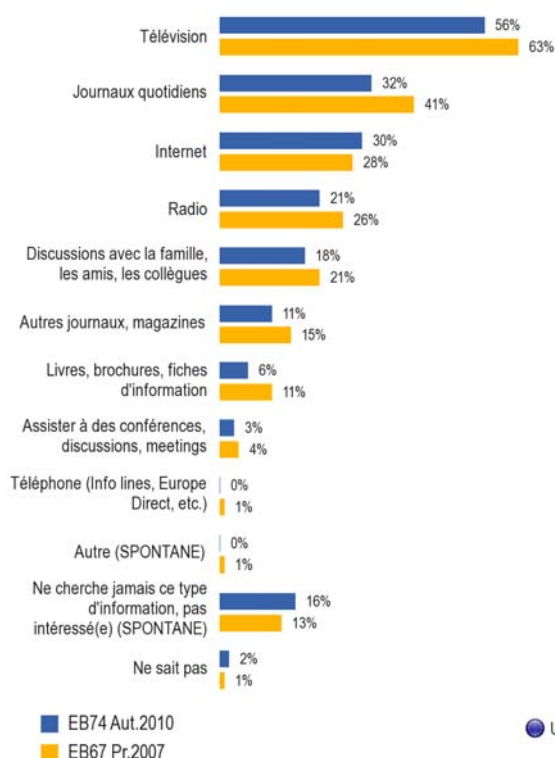
Enfin, le recours à Internet en la matière est le plus fort en Lettonie (46%) et en Estonie (45%).

⁹ QD4. Quelle est votre principale source d'information à propos des affaires politiques européennes ? En premier ? Et ensuite ?

3.3 Les médias privilégiés pour chercher de l'information sur l'Union européenne

Invités ensuite à dire quelles sources ils utilisent lorsqu'ils cherchent à obtenir des informations sur l'UE¹⁰, ses politiques et ses institutions - cette question, présupposant à la différence de la précédente, une démarche volontaire d'obtention de renseignements - 56% des Européens citent encore la télévision, alors même qu'elle se situe davantage dans une logique de réception passive que dans celle d'une quête active de recherche d'informations. **La télévision est en tout cas le seul média à recueillir une majorité absolue de citations.**

QD5. Quand vous désirez obtenir des informations sur l'Union européenne, ses politiques et ses institutions, lesquelles des sources suivantes utilisez-vous ?



absolue de citations.

Avec 32% de citations, les journaux quotidiens sont mentionnés comme la deuxième source utilisée pour chercher des informations sur l'Union, suivis de près par Internet (30%), et devant la radio (21%), les discussions avec des proches (18%), les magazines (11%). Les livres, brochures et fiches d'information (6%) et la participation à des conférences ou des colloques (3%) restent des moyens d'information assez marginaux. Même dans une démarche active de recherche d'information, et alors qu'il est à l'évidence le média le plus approprié à cela, Internet est relégué derrière la télévision, mais il passe cependant devant la radio. On notera également que ce n'est pas vers les médias dans lesquels on a le plus confiance (la radio arrivait en tête de la hiérarchie sur la question de confiance)

qu'on se tourne le plus pour chercher de l'information sur l'UE.

Le recours aux médias traditionnels comme source privilégiée d'information sur l'UE est toutefois en recul depuis le printemps 2007 (EB67), date de la dernière mesure de référence. Le recours à la presse quotidienne comme source d'information privilégiée est en chute de 9 points, le recours à la télévision est en recul de 7 points, et le recours à la radio en baisse de 5 points. Dans le même temps, Internet est le seul média à connaître une augmentation au cours de ces trois années (+2 points), même si cette hausse reste très modérée.

¹⁰ QD5. Quand vous désirez obtenir des informations sur l'Union européenne, ses politiques et ses institutions, lesquelles des sources suivantes utilisez-vous ? (plusieurs réponses possibles)

L'analyse des résultats par pays révèle un certain nombre de différences : la télévision arrive en tête dans la quasi totalité des pays de l'Union, aux exceptions de la Finlande (56%), de la Suède (52%), des Pays-Bas (51%) et de l'Estonie (49%), où Internet est cité en premier lieu. Internet est également bien plus cité qu'en moyenne au Danemark (52%). Il y a donc une particularité des opinions des pays nordiques à utiliser Internet bien plus qu'ailleurs en Europe comme moyen de s'informer sur l'Union et ses politiques. La presse quotidienne est un vecteur d'information plus important que pour la moyenne des Européens en Autriche (59%), en Allemagne (47%), au Luxembourg (45%) et aux Pays-Bas (45%).

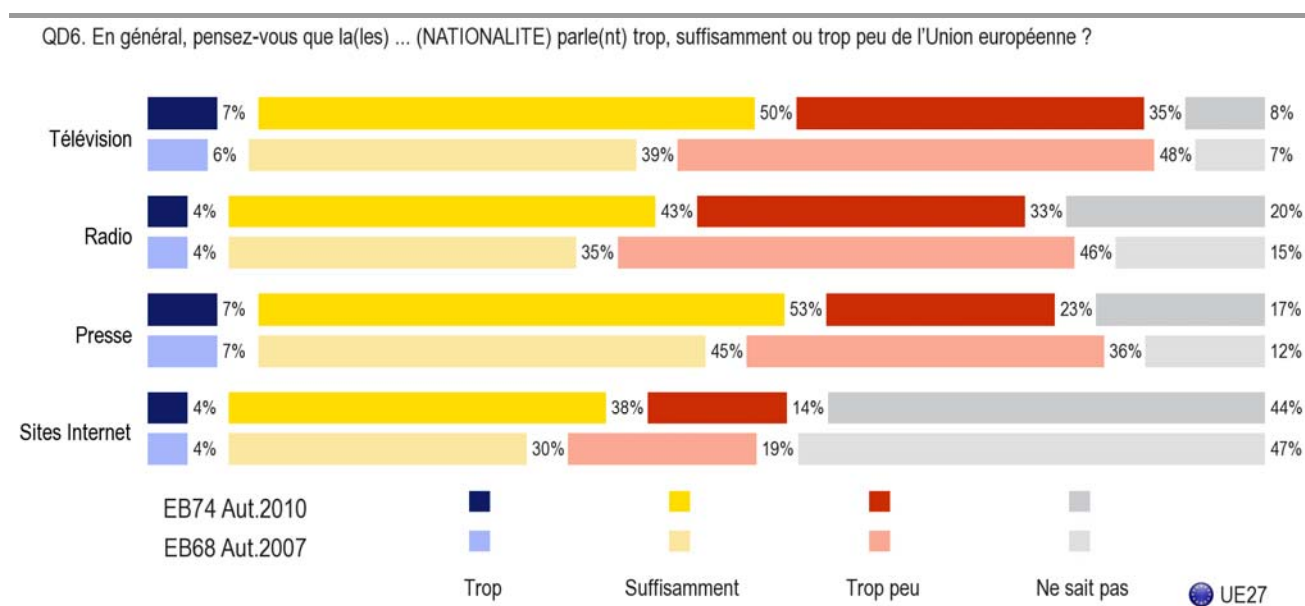
Si la télévision reste donc le média de masse, il existe toutefois des différences nationales dans l'utilisation des médias.

Ces disparités sont également sociales et générationnelles. La différence en fonction de l'âge est massive sur cette question : télévision et Internet (respectivement 47% et 48% de citations) font jeu égal comme source de recherche d'informations sur l'Union auprès des 15-24 ans, alors que la télévision écrase internet (62% contre 13%) auprès des 55 ans et plus. Le recours aux médias dépend également de la profession. Internet est ainsi un vecteur bien plus utilisé par les catégories socioprofessionnelles supérieures que par les catégories modestes : 57% des cadres disent ainsi y avoir recours afin de chercher de l'information sur l'UE, pour seulement 30% des ouvriers et 11% des retraités.

4. LE TRAITEMENT DE L'UNION EUROPEENNE PAR LES MEDIAS

4.1 La quantité d'informations sur l'Union européenne

Si les Européens ont très majoritairement le sentiment d'être mal informés sur l'Union, ils jugent cependant l'information dispensée par les différents médias « suffisante ». Quel que soit le support médiatique considéré, des minorités importantes considèrent qu'il y a trop peu d'informations concernant l'UE¹¹.



50% des répondants estiment que **la télévision** dans leur pays parle suffisamment de l'Union européenne, 35% jugeant qu'elle en parle trop peu, 7% qu'elle en parle trop et 8% n'expriment pas d'opinion.

La quantité d'informations sur l'UE donnée par **les radios nationales** est jugée suffisante par 43% des citoyens européens, insuffisante par 33% et excessive par 4%. 20% ne se prononcent pas.

En ce qui concerne **la presse**, 53% considèrent qu'elle parle assez de l'Union, 23% qu'elle n'en parle pas assez et 7% qu'elle en parle trop. 17% n'émettent pas d'avis.

Enfin, la quantité d'informations sur l'UE qu'on peut trouver sur **Internet** apparaît suffisante pour 38% des répondants, insuffisante pour 14% et trop importante pour 4%. Le taux de sans opinion, 44%, est très élevé sur cette question.

¹¹ QD6. En général, pensez-vous que (la télévision/la radio/la presse écrite/les sites internet) parlent trop, suffisamment ou trop peu de l'Union européenne ?

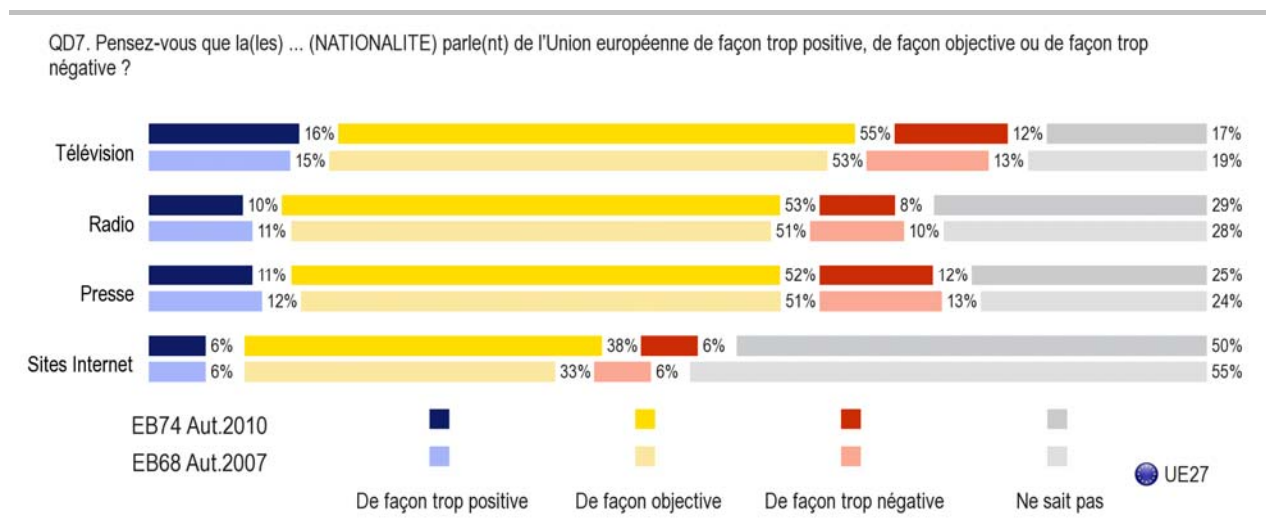
Les personnes interrogées qui sont les plus diplômées et les leaders d'opinion sont plus nombreux que la moyenne européenne à souhaiter qu'on parle davantage de l'Union européenne dans les médias : c'est surtout vrai en ce qui concerne la télévision (43% pour les personnes ayant continué leurs études jusqu'à 20 ans ou au-delà, 43% pour les leaders d'opinion ++, pour 35% de l'ensemble des Européens), et la radio (38%, 41%, pour 33%), un peu moins à propos de la presse (28%, 28%, pour 23%) ou d'Internet (17%, 15%, pour 14%).

Les évolutions de cet indicateur par rapport à l'EB68 de l'automne 2007 sont significatives. Pour tous les types de médias considérés, la proportion d'Européens jugeant l'information sur les sujets européens suffisante est en forte progression : le gain est ainsi de 11 points pour la télévision, et de 8 points pour la radio, la presse et Internet. Dans le même temps, les pourcentages d'Européens jugeant cette information insuffisante sont en nette régression. Ainsi, alors qu'il y a trois ans, une majorité relative des Européens estimaient que la télévision et la radio ne parlaient pas assez des affaires européennes, une majorité juge aujourd'hui qu'elles en parlent assez. Ce changement notable s'explique sans doute par la médiatisation des enjeux européens ces dernières années (notamment le Traité de Lisbonne, les élections européennes de 2009 et l'intervention de l'Union face à la crise économique et financière).

Sur cette question, cinq pays, la France, l'Italie, les Pays-Bas, le Danemark et la Suède se distinguent en jugeant à chaque fois de manière nettement supérieure à la moyenne européenne que l'information sur l'UE est insuffisante. On l'illustrera par les résultats concernant la télévision, mais cette tendance vaut pour tous les médias testés. Des proportions importantes de personnes interrogées en France (52%), aux Pays-Bas (50%), au Danemark (43%), en Italie et en Suède (41% dans les deux pays) jugent l'information européenne dispensée par la télévision insuffisante. Il semble donc que la demande d'information européenne soit sensiblement plus forte au sein de ces pays.

4.2 L'objectivité du traitement de l'information sur l'Union européenne

L'information délivrée par les médias nationaux sur l'Union paraît objective pour une majorité d'Européens¹². 55% des répondants font ainsi ce constat pour la télévision, alors que 16% jugent qu'elle parle de l'Union de façon trop positive et 12% de façon trop négative, 53% pour la radio (pour 10% de façon trop positive et 8% de façon trop négative) et 52% pour la presse écrite (pour 11% de façon trop positive et 12% de façon trop négative).



L'opinion grecque est la seule à se distinguer dans cette appréciation en considérant de manière nettement supérieure à la moyenne européenne que ces trois médias parlent trop positivement de l'Union. Ainsi, par exemple, 38% des personnes interrogées en Grèce jugent que la télévision parle de manière trop positive de l'Union européenne.

Près de quatre Européens sur dix (38%) considèrent que les sites Internet parlent objectivement de l'Union, 6% estimant qu'ils en parlent trop positivement et 6% également trop négativement. Le taux de « sans réponse » est très élevé sur cette question et atteint 50%. Ceci peut s'expliquer notamment par les résultats vus plus haut : en effet, une majorité d'Européens n'utilisent pas le web pour s'informer sur l'UE et ne peuvent donc pas exprimer un avis. De plus, on peut également émettre l'hypothèse que la diversité et l'hétérogénéité de l'information proposée par Internet (en fonction des sites considérés) rend sans doute difficile la formulation d'une opinion sur son impartialité.

On n'observe, dans cette appréciation de l'objectivité des médias, aucune évolution significative par rapport à l'Eurobaromètre de l'automne 2007.

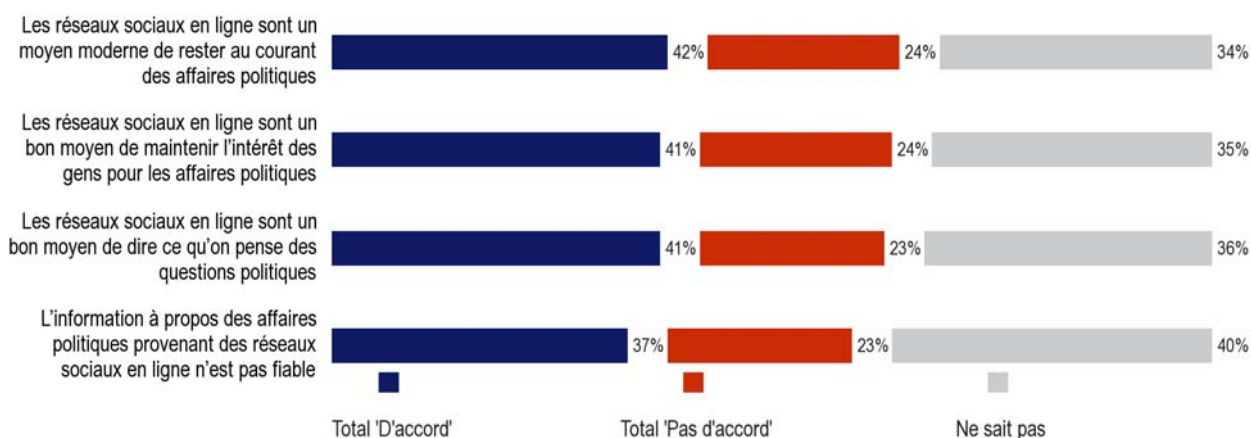
¹² QD7. Pensez-vous que (la télévision/la radio/la presse écrite/les sites internet) parle(nt) de l'Union européenne de façon trop positive, de façon objective ou de façon trop négative ?

5. LES RESEAUX SOCIAUX

Enfin, cette enquête permet enfin de dresser un **état des lieux de l'opinion européenne à l'égard des réseaux sociaux en ligne**. On a vu précédemment que cette pratique ne concernait encore qu'une minorité d'Européens, un tiers environ, deux tiers restant encore largement à l'écart de leur fréquentation. Cela explique les taux élevés de sans opinion (entre 34% et 40%) constatés sur cette question d'image des réseaux sociaux.

Ces précisions apportées, les réseaux sociaux bénéficient plutôt d'une bonne image et sont considérés, en tout cas par ceux qui les connaissent et les pratiquent, comme des moyens intéressants d'information et d'expression politiques¹³.

QD8. En pensant aux réseaux sociaux en ligne (sites de réseaux sociaux, sites de partage de vidéos et blogs), 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 affirmations suivantes.



UE27

Plus de quatre Européens sur dix (42%) considèrent que « les réseaux sociaux en ligne sont un moyen moderne de rester au courant des affaires politiques », 24% sont en désaccord avec cette idée et 34% sans opinion. Les répondants des pays nordiques (63% en Suède, 59% en Finlande et 55% au Danemark), de la Lettonie (58%), de la Grèce (57%) et de la Slovaquie (56%) sont les plus convaincus de la modernité de ces réseaux comme moyen d'information politique.

¹³ QD8.1. En pensant aux réseaux sociaux en ligne (sites de réseaux sociaux, sites de partage de vidéos et blogs), 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 du tout chacune des affirmations suivantes. 1. Les réseaux sociaux en ligne sont un moyen moderne de rester au courant des affaires politiques. 2. L'information à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux en ligne n'est pas fiable. 3. L'information à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux en ligne n'est pas fiable. 4. Les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de dire ce qu'on pense des questions politiques.

Ils sont 41% à partager l'idée selon laquelle « les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de maintenir l'intérêt des gens pour les affaires politiques », 24% émettant un avis opposé et 35% restant sans opinion. Cette idée est partagée le plus largement au sein des mêmes pays que ceux précédemment cités.

Les Européens sont également 41% à s'accorder sur le fait que « les réseaux sociaux en ligne sont un bon moyen de dire ce qu'on pense des questions politiques », 23% étant d'une opinion opposée et 36% ne se prononçant pas. Et c'est toujours au sein des pays nordiques, en Grèce, en Lettonie et en Slovaquie que la vision des réseaux sociaux comme bon moyen d'expression citoyenne est la plus largement partagée par l'opinion.

Ceux qui utilisent ces réseaux sociaux sont logiquement bien plus convaincus de leur intérêt que la moyenne de l'opinion européenne. Ainsi, 66% de ceux qui vont sur les réseaux sociaux au moins une fois par semaine considèrent qu'ils sont un bon moyen de se tenir au courant de l'actualité politique. Et 67% également estiment qu'ils constituent un outil pertinent pour s'exprimer et donner son avis sur cette actualité.

En résumé, un peu plus de quatre Européens sur dix sont aujourd'hui convaincus par l'intérêt politique des réseaux sociaux en ligne. Cette proportion est sensiblement plus forte dans six pays, parmi lesquels figurent les pays nordiques qui font un usage d'Internet supérieur à la moyenne européenne.

La nature de l'information dispensée par les réseaux sociaux reste toutefois sujette à caution et fait que les réseaux sociaux ne sont pas vus actuellement comme un média neutre et objectif. **37% des Européens jugent ainsi que « l'information à propos des affaires politiques provenant des réseaux sociaux n'est pas fiable »,** 23% ne remettant pas en revanche en cause cette fiabilité et 40% n'exprimant pas d'opinion. Les opinions des pays qui avaient la vision la plus positive des réseaux sociaux partagent ce constat sur le manque de fiabilité des informations qu'on y trouve. Tout comme les utilisateurs les plus assidus des réseaux : 53% de ceux qui s'y retrouvent au moins une fois par semaine pointent le manque de fiabilité de l'information.

Plus que la profession, la situation économique personnelle ou le niveau d'éducation (même si ce dernier joue un rôle), le clivage structurant des représentations sur les réseaux sociaux est le clivage d'âge. La vision positive de ces réseaux décroît ainsi linéairement avec l'âge : 59% des 15-24 ans, 53% des 25-39 ans, 43% des 40-54 ans et 26% des 55 ans et plus considèrent par exemple les réseaux sociaux en ligne comme un bon moyen de se tenir au courant de l'actualité. On trouve une dernière illustration de ce fossé générationnel dans le fait que 60% des 15-24 ans voient dans les réseaux sociaux un bon moyen d'exprimer leur avis, pour seulement 23% des 55 ans et plus.

SPECIFICATIONS TECHNIQUES

Entre le 11 novembre et le 1^{er} décembre 2010, TNS Opinion & Social, un consortium créé entre TNS plc et TNS opinion, a réalisé la vague 74.2 de l'EUROBAROMETRE à la demande de la COMMISSION EUROPEENNE, Direction générale Communication, unité « Recherche et Speechwriting ».

L'EUROBAROMETRE 74.2 est un « EUROBAROMETRE STANDARD » et couvre la population de 15 ans et plus ayant la nationalité d'un des Etats membres de l'Union européenne et résidant dans un des Etats membres de l'Union européenne. L'EUROBAROMETRE STANDARD 74 a été conduit également dans les quatre pays candidats (la Croatie, la Turquie, l'ancienne République yougoslave de Macédoine et l'Islande) et en Communauté chypriote turque. Dans ces pays, l'étude a couvert la population nationale et les citoyens de tous les Etats 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 Etats 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.

| ABR. | PAYS | INSTITUTS | N° ENQUETES | DATES | | POPULATION 15+ |
|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------------|----------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| | | | | D'INTERVIEWS | | |
| BE | Belgique | TNS Dimarso | 1.003 | 11/11/2010 | 01/12/2010 | 8.866.411 |
| BG | Bulgarie | TNS BBSS | 1.000 | 12/11/2010 | 22/11/2010 | 6.584.957 |
| CZ | Rép. tchèque | TNS Aisa | 1.024 | 12/11/2010 | 25/11/2010 | 8.987.535 |
| DK | Danemark | TNS Gallup DK | 1.049 | 11/11/2010 | 27/11/2010 | 4.533.420 |
| DE | Allemagne | TNS Infratest | 1.609 | 12/11/2010 | 28/11/2010 | 64.545.601 |
| EE | Estonie | Emor | 1.000 | 12/11/2010 | 29/11/2010 | 916.000 |
| IE | Irlande | MRBI | 1.007 | 11/11/2010 | 25/11/2010 | 3.375.399 |
| EL | Grèce | TNS ICAP | 1.000 | 11/11/2010 | 25/11/2010 | 8.693.566 |
| ES | Espagne | TNS Demoscopia | 1.001 | 15/11/2010 | 28/11/2010 | 39.035.867 |
| FR | France | TNS Sofres | 1.036 | 12/11/2010 | 29/11/2010 | 47.620.942 |
| IT | Italie | TNS Infratest | 1.019 | 12/11/2010 | 24/11/2010 | 51.252.247 |
| CY | Rép. de Chypre | Synovate | 504 | 11/11/2010 | 28/11/2010 | 651.400 |
| LV | Lettonie | TNS Latvia | 1.003 | 12/11/2010 | 28/11/2010 | 1.448.719 |
| LT | Lituanie | TNS Gallup Lithuania | 1.005 | 12/11/2010 | 28/11/2010 | 2.849.359 |
| LU | Luxembourg | TNS ILReS | 513 | 11/11/2010 | 27/11/2010 | 404.907 |
| HU | Hongrie | TNS Hungary | 1.031 | 12/11/2010 | 28/11/2010 | 8.320.614 |
| MT | Malte | MISCO | 500 | 12/11/2010 | 27/11/2010 | 335.476 |
| NL | Pays-Bas | TNS NIPO | 1.040 | 12/11/2010 | 27/11/2010 | 13.288.200 |
| AT | Autriche | Österreichisches Gallup- Institut | 1.000 | 11/11/2010 | 28/11/2010 | 6.973.277 |
| PL | Pologne | TNS OBOP | 1.000 | 12/11/2010 | 28/11/2010 | 32.306.436 |
| PT | Portugal | TNS EUROTESTE | 1.018 | 19/11/2010 | 29/11/2010 | 8.080.915 |
| RO | Roumanie | TNS CSOP | 1.001 | 12/11/2010 | 25/11/2010 | 18.246.731 |
| SI | Slovénie | RM PLUS | 1.004 | 11/11/2010 | 28/11/2010 | 1.748.308 |
| SK | Slovaquie | TNS AISA SK | 1.031 | 12/11/2010 | 28/11/2010 | 4.549.954 |
| FI | Finlande | TNS Gallup Oy | 1.005 | 11/11/2010 | 29/11/2010 | 4.412.321 |
| SE | Suède | TNS GALLUP | 1.020 | 12/11/2010 | 30/11/2010 | 7.723.931 |
| UK | Royaume-Uni | TNS UK | 1.300 | 12/11/2010 | 30/11/2010 | 51.081.866 |
| TOTAL UE27 | | | 26.723 | 11/11/2010 | 01/12/2010 | 406.834.359 |
| IS | Islande | Capacent | 501 | 12/11/2010 | 29/11/2010 | 252.277 |
| CY(tcc) | Communauté chypriote turque | Kadem | 500 | 12/11/2010 | 28/11/2010 | 143.226 |
| HR | Croatie | Puls | 1.000 | 12/11/2010 | 28/11/2010 | 3.749.400 |
| TR | Turquie | TNS PIAR | 1.000 | 11/11/2010 | 29/11/2010 | 52.728.513 |
| MK | Ancienne Rép. De Macédoine | TNS Brima | 1.056 | 13/11/2010 | 21/11/2010 | 1.678.404 |
| TOTAL | | | 30.780 | 11/11/2010 | 01/12/2010 | 465.386.179 |

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 (c'est-à-dire 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-dessus.

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 :

| Pourcentages observés | 10% ou 90% | 20% ou 80% | 30% ou 70% | 40% ou 60% | 50% |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Limites de confiance | ± 1.9 points | ± 2.5 points | ± 2.7 points | ± 3.0 points | ± 3.1 points |