



Observatoire des politiques publiques : Les Français et les fonds européens

Sondage Ifop pour Acteurs Publics

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi / Esteban Pratviel

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44 / 01 72 34 94 19

prenom.nom@ifop.com

Août 2017

acteurspublics

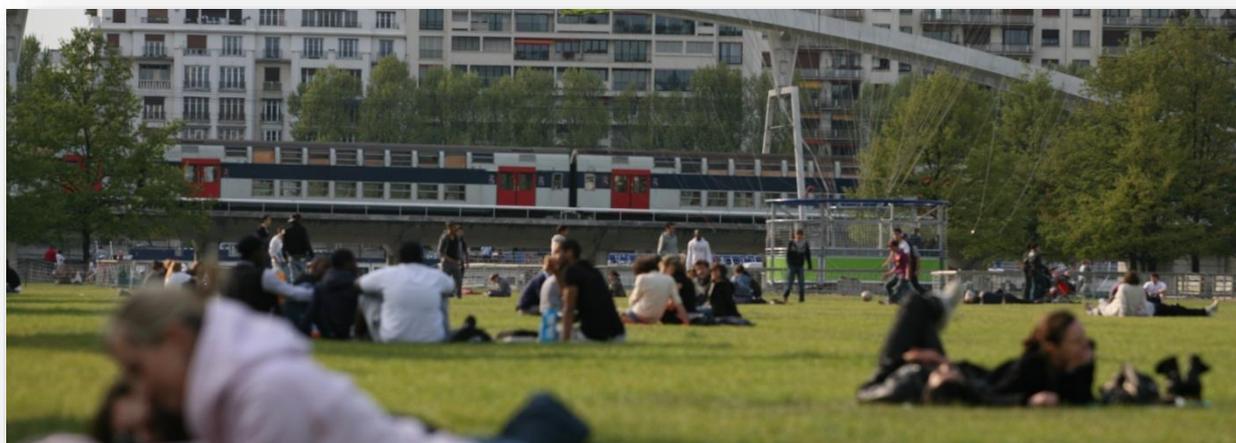
1 | La méthodologie



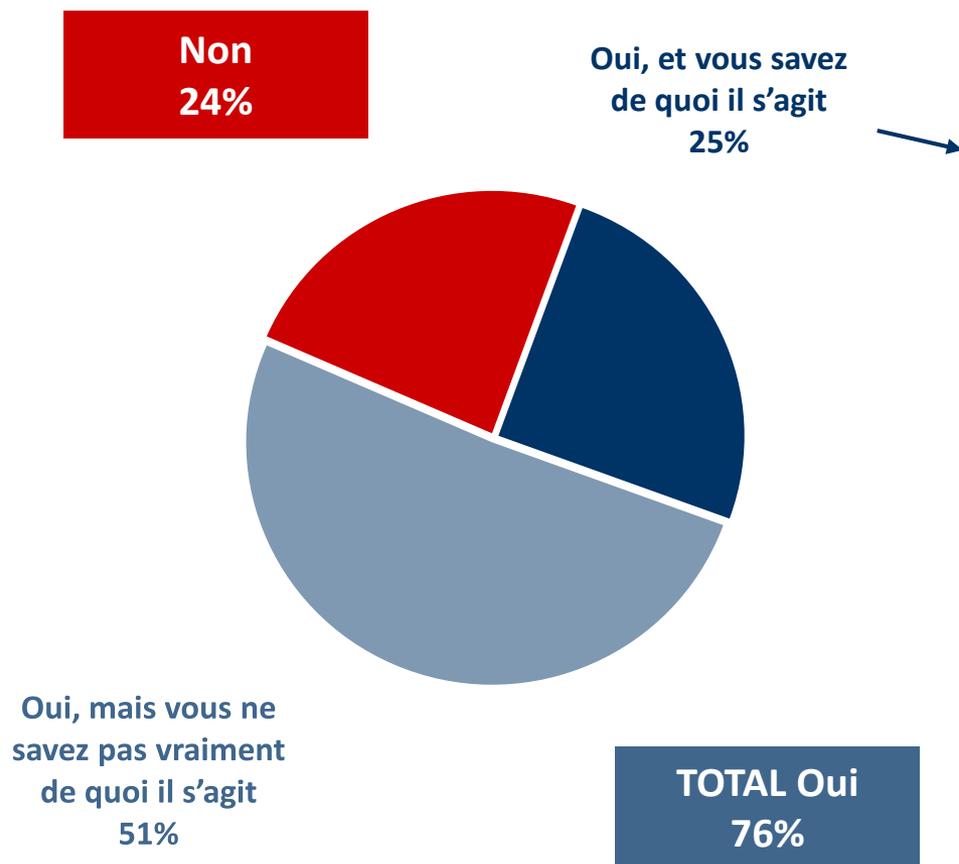
Etude réalisée par l'Ifop pour Acteurs Publics

Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
		
<p>L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 995 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.</p>	<p>La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.</p>	<p>Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 7 au 9 août 2017.</p>

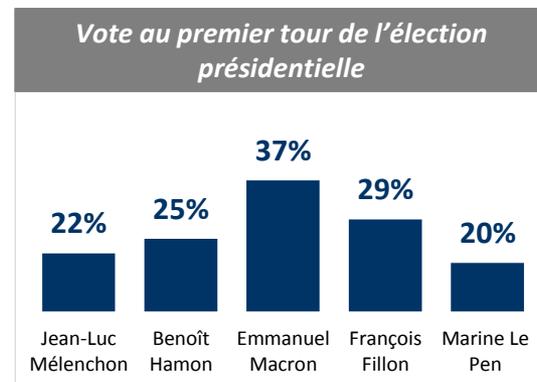
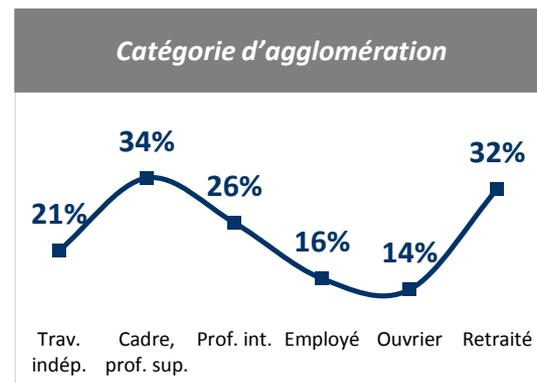
2 | Les résultats de l'étude



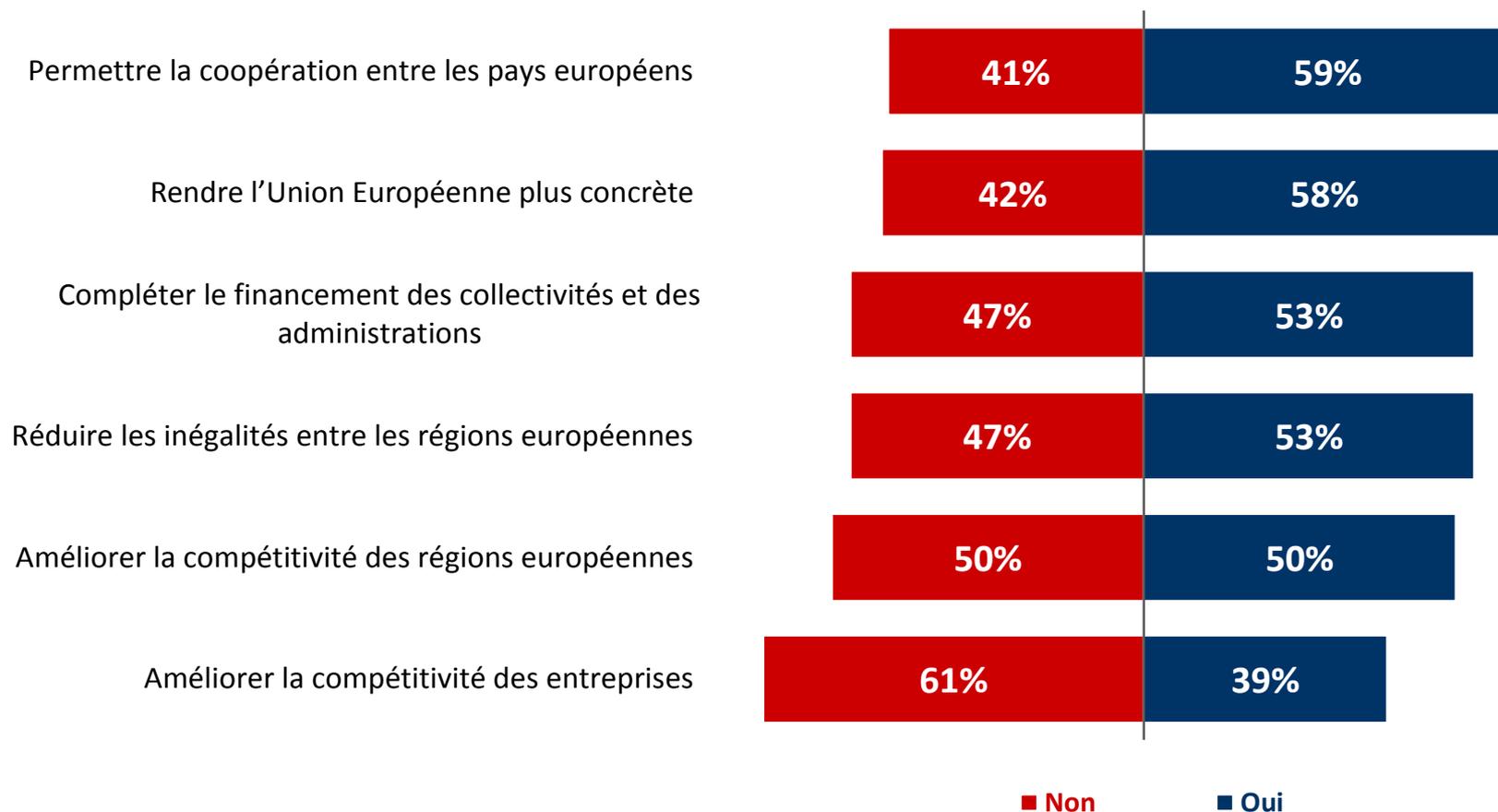
QUESTION : L'Union Européenne subventionne, via les fonds européens, un certain nombre d'actions et de projets dans les pays membres. Avez-vous déjà entendu parler de ces fonds européens ?



% Réponses « Oui, et vous savez de quoi il s'agit »

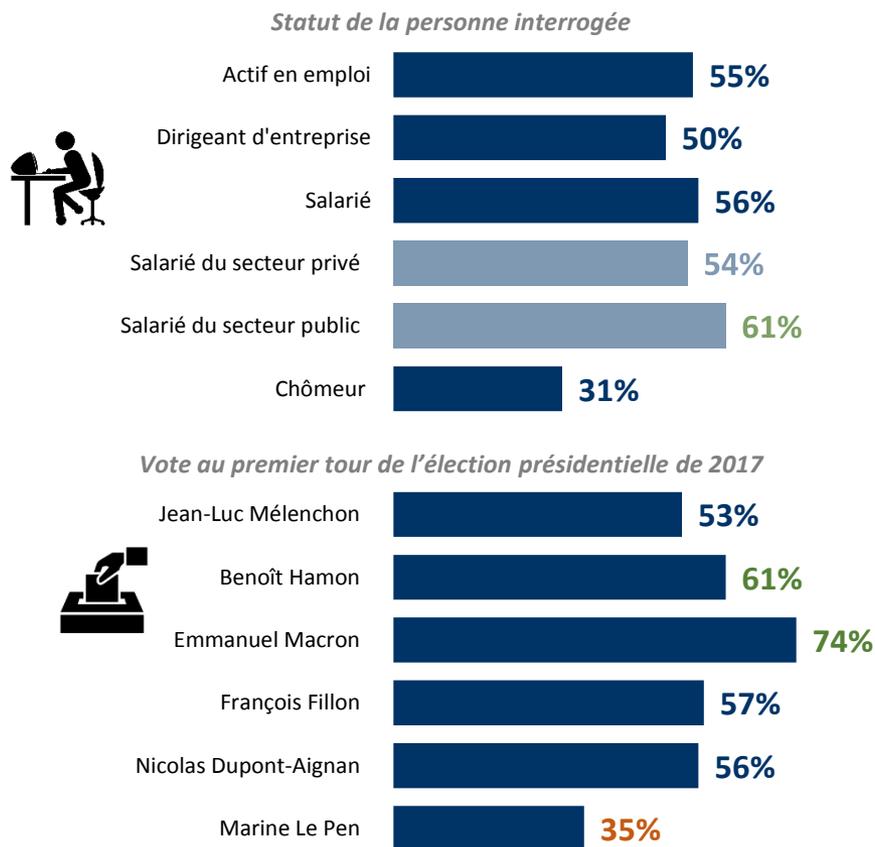
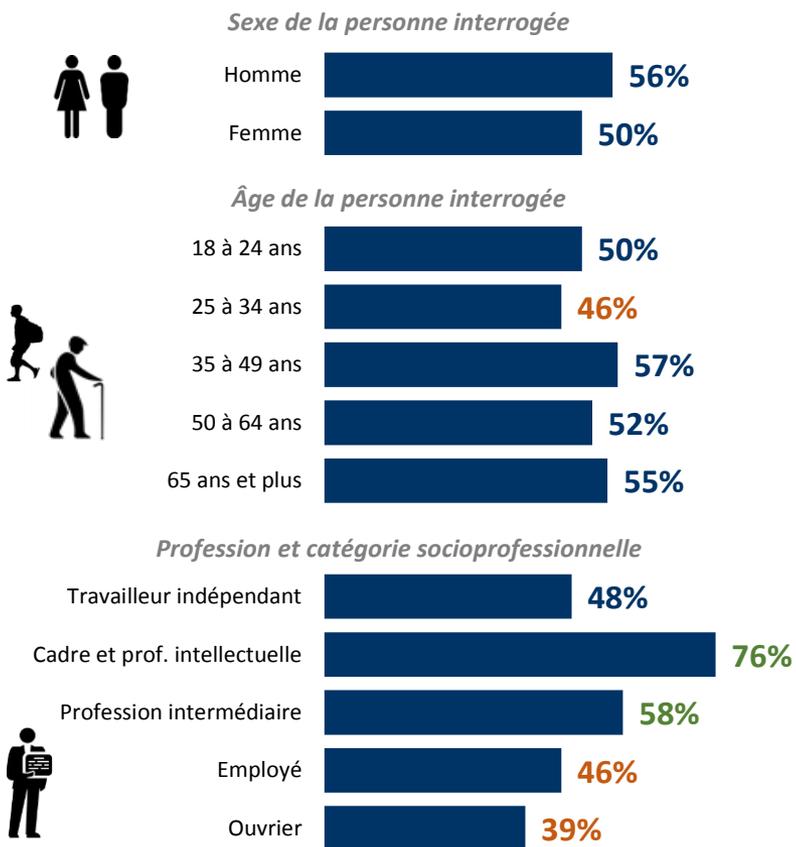


QUESTION : Selon vous, allouer des financements européens aux pays membres permet-il de... ?

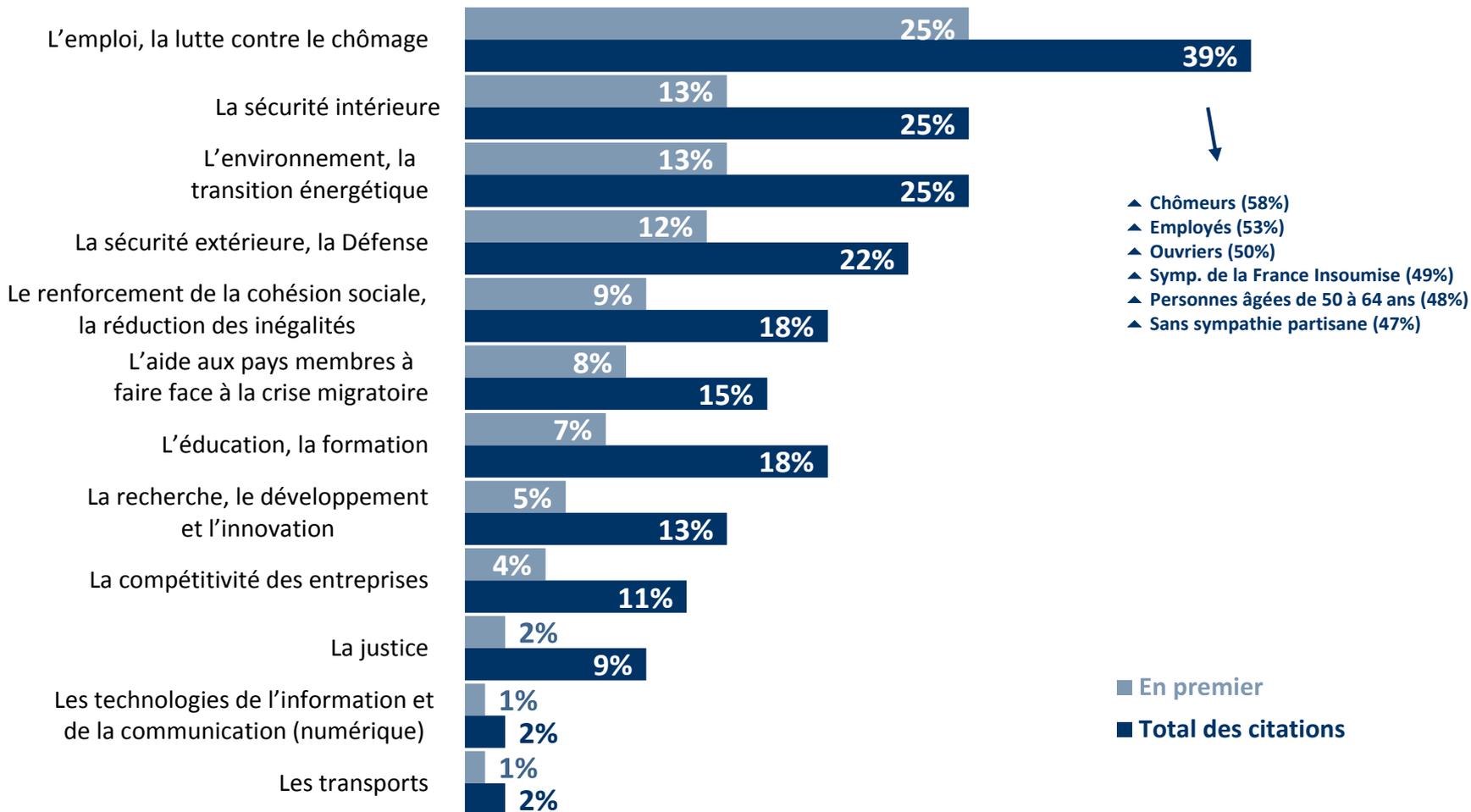


QUESTION : Selon vous, allouer des financements européens aux pays membres permet-il de réduire les inégalités entre les régions européennes ?

% Réponses « Oui » - Moyenne : 53%

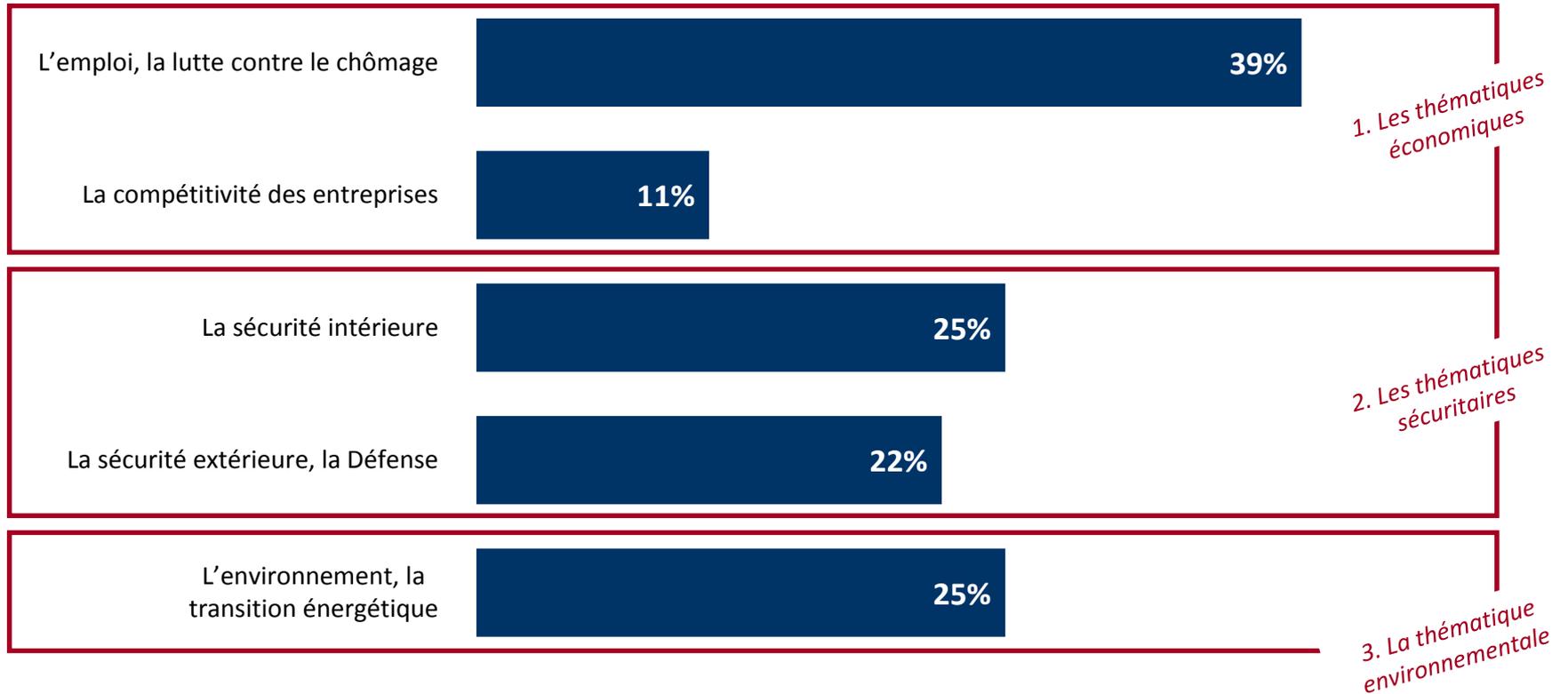


QUESTION : Et selon vous, dans quels domaines le budget de l'Union européenne devrait-il être utilisé en priorité à l'avenir ? En premier ? En second ?



QUESTION : Et selon vous, dans quels domaines le budget de l'Union européenne devrait-il être utilisé en priorité à l'avenir ? En premier ? En second ?

% Total des citations



3 | Les principaux enseignements



Les Français ont depuis plusieurs années un rapport ambivalent avec l'Union Européenne, entre attachement à l'appartenance de son pays à l'organisation et scepticisme à l'égard de son fonctionnement et de son action. La dernière vague de l'Eurobaromètre réalisée en avril 2017 fait toutefois état d'une amélioration des sentiments vis-à-vis de l'Union Européenne. 53% des personnes interrogées à cette occasion déclaraient notamment que l'appartenance de la France à l'institution était une bonne chose (+5 par rapport à 2016).

La satisfaction relative à l'égard de l'appartenance à l'Union européenne, en parallèle de l'expression d'un certain nombre de critiques adressées à son fonctionnement et à son action, peut paraître paradoxale. Mais cet état semble lié au manque de visibilité de son action et par conséquent de ses effets, pourtant présumés bénéfiques. Les fonds européens font partie de cette action peu visible ou méconnue du grand public. Consistant en l'octroi de crédits alloués aux Etats-membres pour le financement de projets régionaux, ils visent trois objectifs principaux : la réduction des écarts de richesse et de développement entre les régions européennes, l'accompagnement et l'harmonisation des mutations de l'espace rural et le développement de la pêche et de l'aquaculture tout en préservant la ressource et la biodiversité marine. Le sondage Ifop pour Acteurs Publics et EY s'est justement focalisé sur la question des fonds européens. Il en ressort une profonde méconnaissance de ces dispositifs d'action européenne et le souhait qu'ils soient consacrés en priorité à l'emploi et à la lutte contre le chômage.

Trois quarts des Français ont entendu parler des fonds européens, mais seul un quart sait de quoi il s'agit.

L'analyse des résultats du sondage met en évidence une méconnaissance des moyens alloués par l'Union Européenne pour le financement de projets concrets. Certes, près de trois quarts des personnes interrogées déclarent avoir déjà entendu parler des fonds européens, soit une très large majorité (76%). **Mais de manière plus détaillée, seuls 25% savent vraiment en quoi les fonds européens consistent, tandis que 51% en ont entendu parler mais ne savent pas vraiment de quoi il s'agit. Enfin, 24% n'ont jamais soupçonné leur existence.**

De fortes disparités apparaissent cependant. **La question fait en effet l'objet d'un important clivage socioculturel qui fragmente la population française.** Les cadres et professions intellectuelles supérieures (34% de réponses « oui, et vous savez de quoi il s'agit ») et les retraités (32%) savent plus précisément ce à quoi renvoient les fonds européens que les employés (16%) et les ouvriers (14%), tandis que les sympathisants du Parti Socialiste (34%) et de La République en Marche (34%) en sont plus familiers que les partisans du Front National (22%).

La réduction des inégalités entre les régions est reconnue par un Français sur deux comme l'une des visées des fonds européens.

Au-delà de l'indicateur de notoriété, les finalités des fonds européens sont peu identifiées par les Français. Pour près de 60% d'entre eux, l'allocation de financements européens aux pays membres permet de rendre l'Union Européenne plus concrète (58%), ce que l'on peut considérer comme l'une de ses finalités, et de favoriser la coopération entre les pays européens (59%). **La moitié des personnes interrogées reconnaissent parallèlement les prérogatives des fonds européens visant à réduire les inégalités entre les régions européennes (53%) et à améliorer leur compétitivité (50%).** En revanche, l'amélioration de la compétitivité des entreprises ne fait pas partie (à juste titre) de leurs objectifs pour 61% des répondants. Ce panorama permet de confirmer le manque de visibilité de l'action de l'Union Européenne, malgré l'allocation de 960 milliards d'euros pour la période 2014-2020 à travers les fonds européens.

Les fonds européens devraient être principalement consacrés à l'emploi et à la lutte contre le chômage.

Dans une conjoncture où la demande perdure à un niveau élevé sur le marché du travail, **l'emploi et la lutte contre le chômage (39% de citations au total) apparaît comme le domaine dans lequel le budget de l'Union Européenne devrait être utilisé en priorité à l'avenir**, appuyé par les segments les plus précaires (58% de citations chez les chômeurs, 52% parmi les personnes appartenant aux catégories socioprofessionnelles les plus modestes).

Il devance alors de manière assez nette l'environnement, la transition énergétique (25%), la sécurité intérieure (25%) et la sécurité extérieure, la Défense (22%), tandis que la compétitivité des entreprises (11%), la justice (9%), les technologies de l'information et de la communication ou le numérique (2%) et les transports (2%) figurent en fin de classement. Cette prédominance des thématiques économiques et sécuritaires n'est pas sans rappeler la hiérarchie des préoccupations nationales des Français. Elle montre dès lors l'intériorisation de la nécessité d'une institution supranationale et la volonté de s'inscrire dans une action commune avec ses partenaires.

Esteban Pratviel

Chef de groupe au Département Opinion et Stratégies d'Entreprises de l'Ifop



iOS - iPhone & iPad

Android



www.ifop.com



[@ifopopinion](https://twitter.com/ifopopinion)



[Ifop Opinion](https://www.facebook.com/ifopopinion)

A propos du Groupe Ifop :

Précurseur sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing depuis 75 ans, l'Ifop est aujourd'hui l'un des leaders de son secteur. Structuré autour de 6 expertises (Opinion & Stratégies d'Entreprise, Consumer & Beauty, Services, Médias & Numérique, Santé et Luxe), l'Ifop crée de la valeur pour ses clients en sécurisant la qualité de l'information recueillie et en lui donnant du sens et de la perspective. Il les accompagne dans la définition et le pilotage de leur stratégie d'entreprise en leur fournissant une vision opérationnelle et prospective qui leur permet d'anticiper les mutations sociétales et les tendances des marchés. C'est aussi dans cet esprit pionnier que l'Ifop développe de nouvelles expertises transversales (Planning Stratégique, Grandes Enquêtes). Entreprise proche de ses clients, l'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses cinq implantations : Paris, Buenos Aires, Shanghai et Hong-Kong. Il réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros et emploie plus de 200 collaborateurs.

Présent lors de toutes les campagnes présidentielles et municipales de la Cinquième République, l'Ifop est reconnu comme un acteur majeur dans le domaine électoral et de l'analyse de l'opinion.

A propos du Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'usagers, d'épargnants, d'internautes...