



Observatoire des politiques publiques : Les Français et l'organisation territoriale

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




20 octobre 2017

acteurspublics

1 | La méthodologie



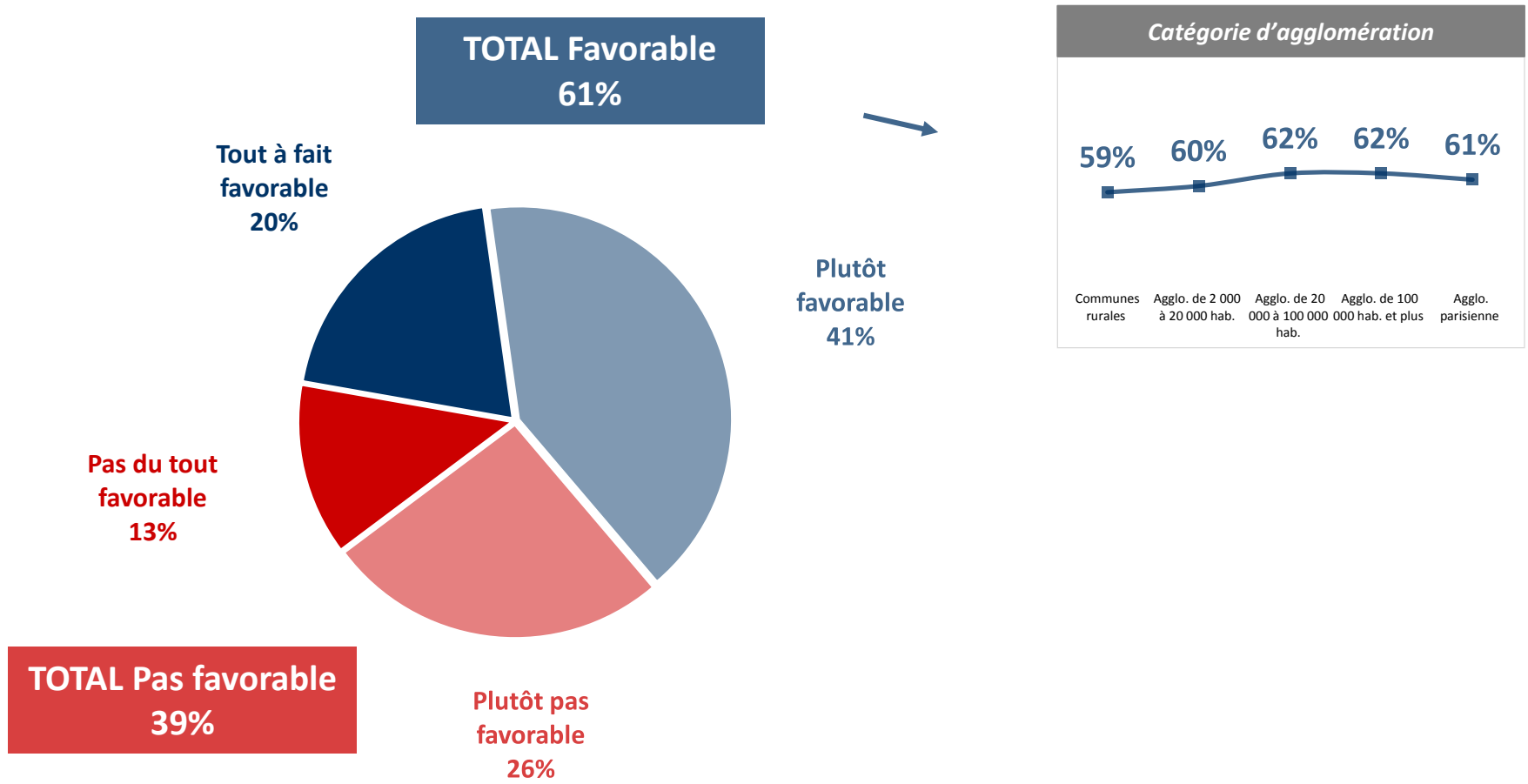
Etude réalisée par l'Ifop pour Acteurs Publics

Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
		
L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 1 006 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.	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.	Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 13 au 16 octobre 2017.

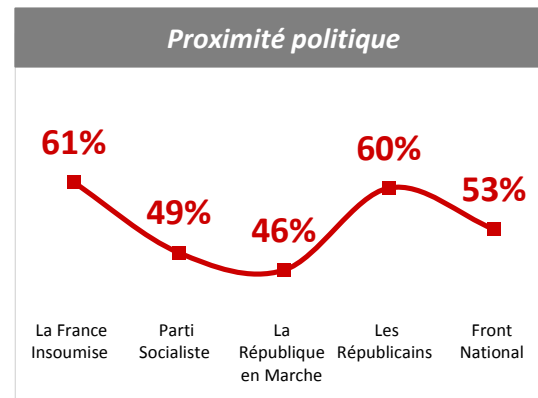
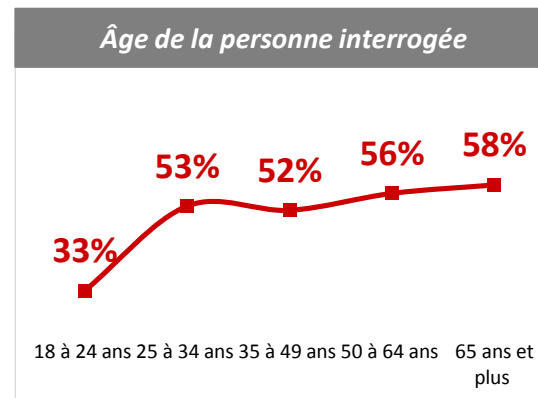
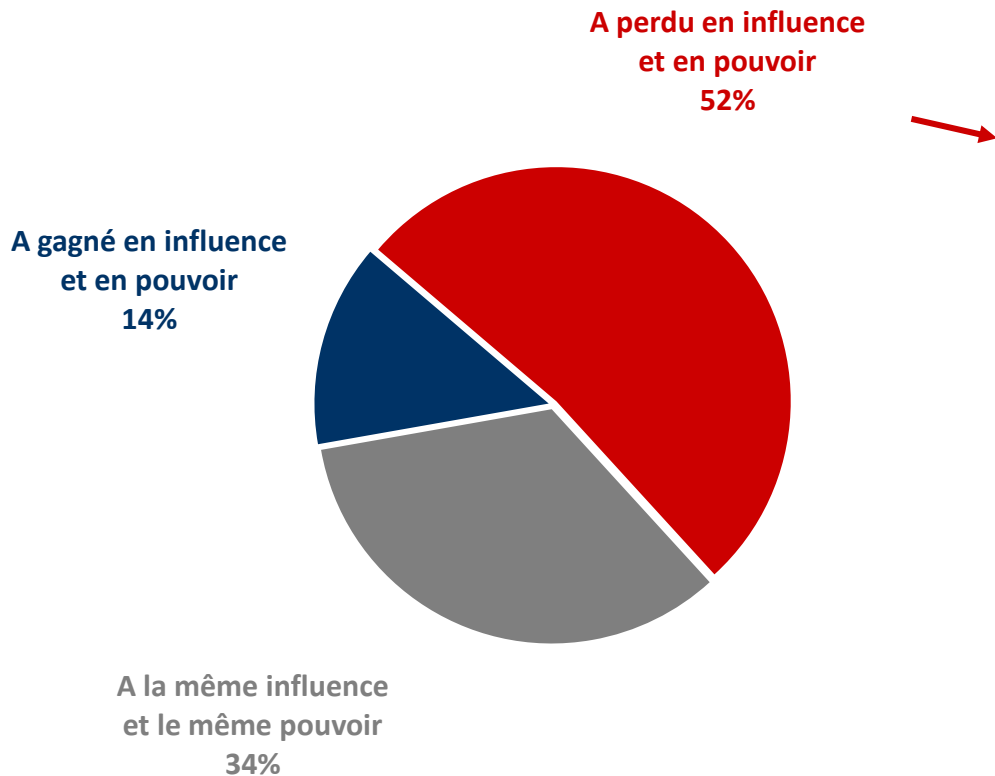
2 | Les résultats de l'étude



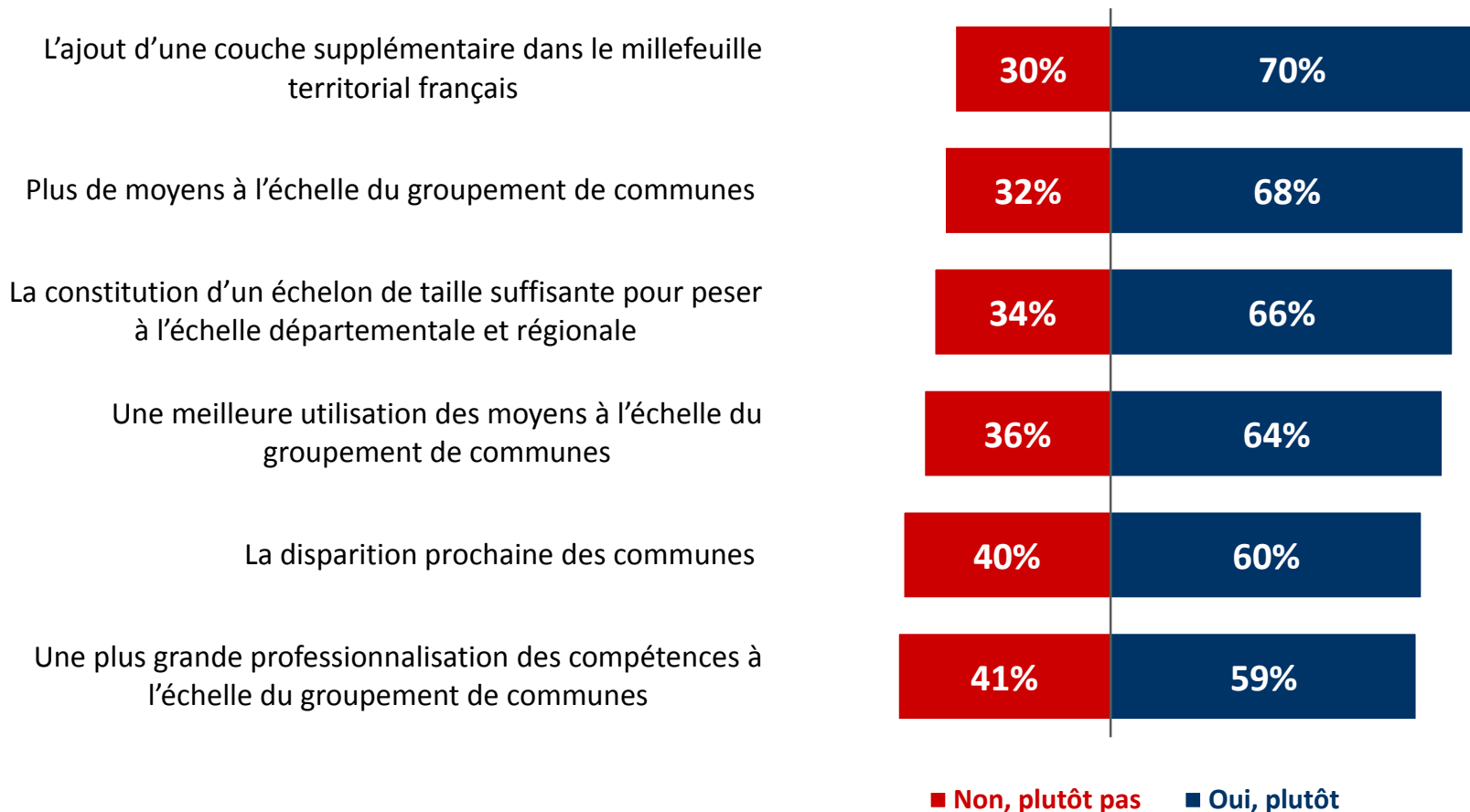
QUESTION : Vous personnellement, seriez-vous favorable ou pas favorable à ce que votre commune appartienne à un groupement de communes plus important ou intercommunalité (communauté de communes, communautés d'agglomération, communauté urbaine ou métropole) et lui transfère une partie de ses compétences ?



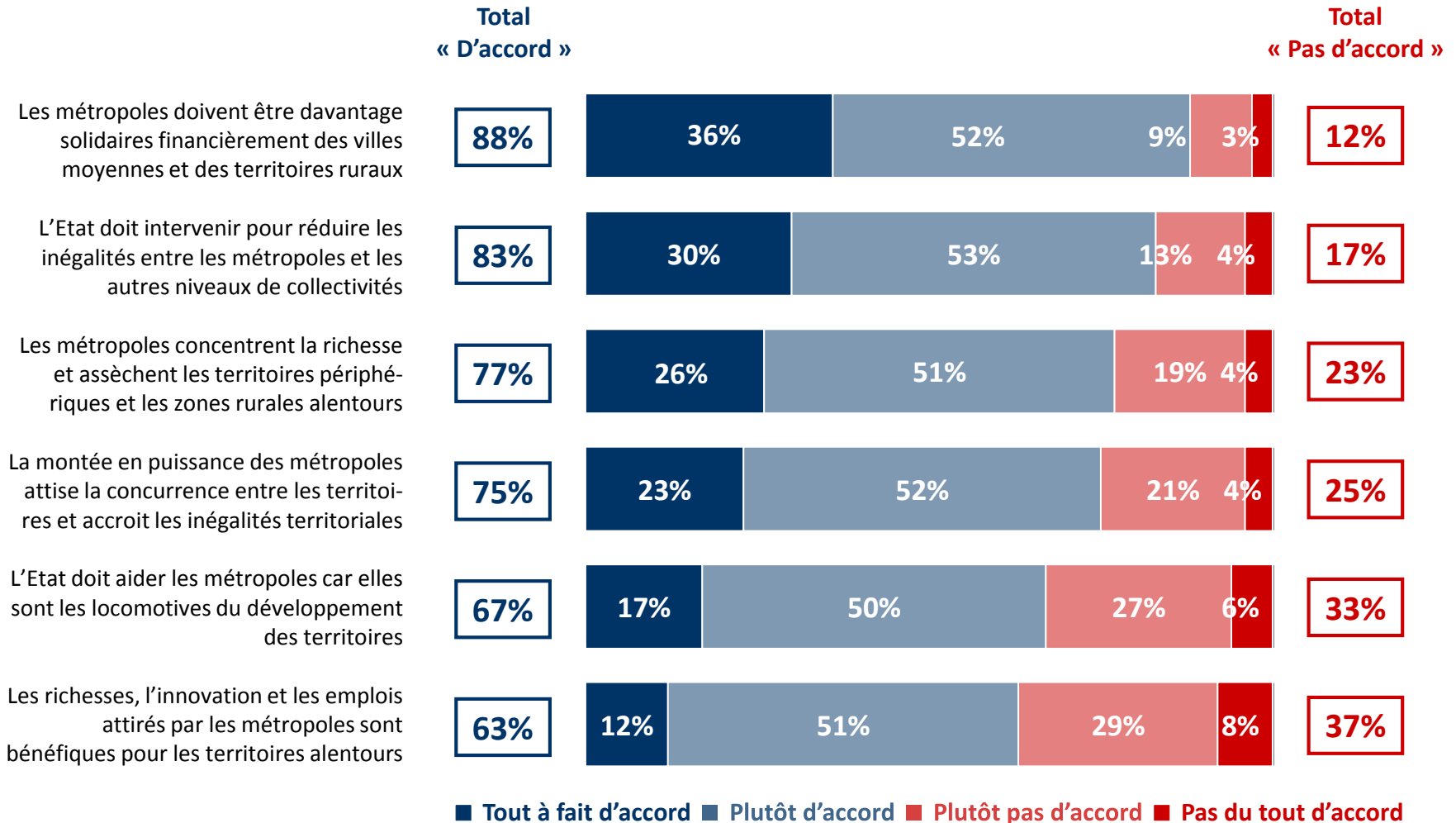
QUESTION : Diriez-vous qu'au cours de ces dernières années la commune incarnée par le maire a gagné en influence et en pouvoir, perdu en influence et en pouvoir ou a la même influence et le même pouvoir ?



QUESTION : La montée en puissance de certains groupements de communes appelés intercommunalités sous forme de communautés de communes, communautés d'agglomération, communautés urbaines ou métropoles signifie-t-il selon vous... ?



QUESTION : Les récentes lois qui ont revu le périmètre et les compétences des collectivités territoriales ont consacré la montée en puissance des métropoles. Vous personnellement, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



3 | Les principaux enseignements



Encouragées par les différents pouvoirs à se mettre en place à l'échelle nationale, les métropoles sont des établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) à fiscalité propre créés par la loi de réforme des collectivités territoriales de 2010, et dont les pouvoirs ont été renforcés par loi de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles. Il s'agit de la forme la plus intégrée d'intercommunalités et il en existera 19 en France au 1^{er} janvier 2018.

Acteurs Publics a souhaité s'intéresser à l'essor de ces métropoles, et plus généralement à celui des structures intercommunales, et à cerner les représentations que s'en fait la population, sachant qu'elles concurrencent d'autres échelons territoriaux, à commencer par les communes auxquelles les citoyens sont très attachés. Le sondage réalisé par l'Ifop dans cette perspective montre que les Français accueillent d'un œil plutôt bienveillant le changement initié par ces groupements de communes, mais commencent déjà à identifier certains effets négatifs qu'il convient d'appréhender.

Les Français ont bien conscience des bénéfices qu'ils peuvent retirer des groupements de communes...

Bien qu'ils concurrencent mécaniquement d'autres territoires comme les communes ou les départements auxquels ils ont démontré leur attachement, les Français portent un regard positif sur les groupements de communes ou intercommunalités. A l'heure où la couverture du territoire par les intercommunalités est achevée, 61% des personnes interrogées déclarent être favorables à ce que leurs communes se joignent à d'autres et transfèrent leurs compétences à une « suprastructure », tandis que 39% se montrent opposées. L'adhésion à l'appartenance de sa commune à une intercommunalité est même majoritaire quelle que soit la taille de l'unité urbaine de résidence : 59% des habitants des communes rurales y sont favorables contre 62% des personnes résidant dans des agglomérations de 100 000 habitants et plus ou 61% de celles de l'agglomération parisienne, pourtant moins fragilisées par le manque de moyens municipaux.

...alors que leur développement pourrait conduire à une disparition prochaine des communes.

Les Français constatent dès lors une perte d'influence et de pouvoir de leur commune. Une courte majorité d'entre eux (52%) l'évoquent, tandis que 34% parlent plutôt d'une influence et d'un pouvoir comparables. A une nette majorité (60%), ils vont même jusqu'à pronostiquer une disparition prochaine des communes, avec lesquelles ils ont pourtant développé un lien fort, s'accommendant des bénéfices qu'ils pourraient en retirer. Près de deux tiers des personnes interrogées déclarent notamment que la montée en puissance des groupements de communes ou intercommunalités signifie davantage de moyens (68%) ou une meilleure utilisation des moyens (64%) à l'échelle de la structure intercommunale. Notons toutefois que la plus grande professionnalisation des compétences, bien que perçue de manière majoritaire (59%), est la conséquence qui suscite le moins d'adhésion.

Les personnes interrogées pointent toutefois certains effets pervers du développement des intercommunalités et encouragent à ne pas oublier les territoires périphériques et ruraux.

Alors que les pouvoirs publics y ont accordé beaucoup d'importance ces dernières années comme en témoigne le projet de développement de la métropole du Grand Paris, les métropoles suscitent des inquiétudes parmi les Français. Les personnes interrogées projettent et relient aux métropoles les difficultés rencontrées par les territoires ruraux notamment, et attendent une intervention publique pour y pallier. 88% d'entre elles déclarent ainsi que les métropoles devraient être davantage solidaires financièrement des villes moyennes et des territoires ruraux, tandis que 77% considèrent qu'elles concentrent la richesse et assèchent les territoires périphériques et les zones rurales alentours. Dans ce contexte, 83% attendent une intervention de l'Etat pour « corriger » cette situation et réduire les inégalités entre les métropoles et les autres niveaux de collectivités. Enfin, il est à noter que le fait que les richesses, l'innovation et les emplois attirés par les métropoles soient bénéfiques pour les territoires alentours est souligné par 63% des Français. Mais il s'agit toutefois du registre sur lequel ils sont le plus partagés.

Esteban Pratiel

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



iOS - iPhone & iPad



Androïd



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...