



Baromètre sur l'image de l'Allemagne en France

Les principaux enseignements de l'édition 2020

L'image de l'Allemagne s'améliore et atteint son plus haut niveau depuis 2012

91% des Français indiquent désormais avoir une bonne image de l'Allemagne, soit une hausse de 7 points par rapport à 2018. Dans le détail, le pays bénéficie d'une bonne image dans toutes les strates de la société française, quel que soit le sexe de la personne interrogée, son âge, sa catégorie socio-professionnelle ou sa région d'habitation. Pour autant, si l'Allemagne ne suscite que très peu de jugements négatifs (9%), la portion de Français ayant une très bonne image du pays reste elle aussi très congrue (12%). De la même manière, moins d'un Français sur dix indique beaucoup aimer l'Allemagne, contre 45% qui affirment l'aimer « assez », 38% déclarant l'aimer « un peu » et 8% « pas du tout ». La « côte d'amour » de l'Allemagne, ne progressant quant à elle pas de manière significative par rapport à 2018.

L'Allemagne suscite de plus en plus de sentiments positifs, et notamment du respect

L'enquête réalisée en 2020 met également en exergue une hausse des occurrences positives associées au pays : 82% des sondés attribuent ainsi un adjectif positif pour qualifier le sentiment qui leur vient à l'esprit quand ils pensent à l'Allemagne, soit une hausse significative de 8 points par rapport à 2018. Dans le détail, c'est surtout du respect que suscite le pays (37%, + 6 points) et de la sympathie (34%, + 2 points). La méfiance demeure le premier qualificatif négatif le plus cité par 10% des répondants, avec néanmoins un reflux de 4 points par rapport à 2018. Relevons que si les 18-24 ans se montrent un peu moins prompts à attribuer un qualificatif positif que leurs aînés, ils sont néanmoins plus nombreux qu'en 2018 à choisir un de ces termes.

Largement perçue comme une puissance économique et politique en Europe, l'Allemagne est aujourd'hui davantage associée à la solidarité

Probable conséquence de son action pendant la crise sanitaire – marquée par l'accueil de patients Français ou encore l'engagement autour de la mutualisation des dettes européennes – l'Allemagne est significativement plus associée à la notion de solidarité (72%, + 10 points par rapport à 2018). En outre, et alors que la presse française souligne régulièrement la longévité politique exceptionnelle d'Angela Merkel, les Français sont aussi plus nombreux qu'en 2018 à associer le pays à la stabilité politique (92%, + 11 points). Autre évolution notable dans les perceptions des Français : ces derniers ne sont plus qu'un tiers à qualifier le pays d'arrogant (33%, - 6 points). Enfin, sur la dimension économique, le pays demeure largement perçu comme étant la grande puissance économique en Europe (93%), également associé au travail (91%) et à la richesse (86%) et de moins en moins aux inégalités (43%, - 5 points par rapport à 2018).

La gestion des crises par l'Allemagne a contribué à renforcer son image pour près d'un Français sur deux

A l'exception de la crise des migrants, la gestion des crises par l'Allemagne est plutôt bien perçue, de telle sorte que 46% des Français (+ 9 points par rapport à 2018) estiment par exemple que le rôle de l'Allemagne dans la gestion des crises européennes a amélioré l'image du pays (contre seulement 14% qui pensent au contraire que cela a eu un impact négatif). Il en va de même pour la gestion de la relation franco-allemande (60%, + 8 points) ou de la gestion de la menace terroriste (38%, + 5 points).

Dans le contexte de la crise sanitaire, l'Allemagne renforce son crédit scientifique

Le pays est avant tout perçu comme influant économiquement, les sondés étant ainsi 62% à estimer que le rayonnement de l'Allemagne est avant tout associable à cette dimension. Comme lors des précédentes enquêtes, c'est la dimension politique qui est ensuite la plus largement associée (20% en premier, 61% au global), loin devant les aspects culturels au sens large. Signe d'une reconnaissance de sa bonne gestion de la pandémie, l'Allemagne bénéficie en 2020 d'un crédit renforcé dans le domaine scientifique (16%, + 5 points). Il est intéressant de noter enfin qu'il existe un clivage générationnel sur la perception du rayonnement du pays : les jeunes Français sont ainsi plus prompts à reconnaître son influence en matière culturelle.

Le positionnement diplomatique et militaire de l'Allemagne est plutôt perçu comme étant équilibré par les Français

Les Français sont de plus en plus nombreux à estimer que la place prise par l'Allemagne dans les négociations internationales est adaptée (54% contre 50% en 2018 et 44% en 2017) et dans le même temps ne sont plus que 14% à penser que le pays se met trop en avant (contre 23% en 2017). Concernant l'engagement militaire du pays, les sondés se montrent assez partagés : 39% estiment qu'il est comme il faut, 29% insuffisant, 3% trop important et 29% ne se prononcent pas. Sur l'influence économique du pays dans l'Union Européenne, il est notable de constater qu'un quart des Français se montrent critiques estimant ainsi qu'elle est trop importante, opinion qui est partagée par un tiers des hommes et des Français âgés de plus de 65 ans.

Le partenariat franco-allemand fait également l'objet d'une approbation en hausse au sein de l'opinion publique française

L'Allemagne est perçue par plus de 8 Français sur 10 comme étant le premier partenaire de la France dans l'Union Européenne et les relations entre les deux pays sont très largement appréhendées sous le prisme de la coopération plutôt que de la rivalité. Les termes de « partenariat » (56%), « amitié » (36%), confiance (27%) et solidarité (22%) sont ainsi largement préférés aux mots « rivalité » (12%), « méfiance » (9%), « incompréhension » (5%), « indifférence » (3%) ou « rancune » (2%). Enfin, il est intéressant de souligner que la perception des relations franco-allemandes s'améliore également par rapport à 2018. Le partenariat entre les deux pays est ainsi plus que jamais jugé nécessaire pour l'avenir de l'UE (92%, + 7 points). Les relations entre les deux pays sont considérées comme étant plus solides (85%, + 8 points), satisfaisantes (81%, + 9 points) et équilibrées (68%, + 7 points). Enfin, les Français sont désormais plus d'un sur deux à estimer que c'est le couple franco-allemand qui s'engage le plus pour faire avancer la construction européenne (53%, + 11 points), devant la France (11%) ou l'Allemagne seule.

En dépit de sa bonne image, l'Allemagne demeure assez méconnue et bénéficie d'une attractivité modérée au sein de la population française

Assez paradoxalement, l'Allemagne demeure malgré tout assez peu connue des Français. Seulement un quart d'entre eux déclare bien connaître le pays (27%), soit une proportion en légère baisse par rapport à 2017 (- 2 points). Pourtant, près de 6 Français sur 10 se sont déjà rendus en Allemagne, principalement pour faire du tourisme (36%), pour rendre visite à des amis ou de la famille (15%) ou dans le cadre d'un programme d'échange. La proportion de Français ayant fréquenté le pays se situe ainsi à un niveau comparable (en proportion mais pas nécessairement en fréquence) à celle observée pour l'Italie¹. Il est important de souligner que l'amélioration de l'image du pays ne s'accompagne pas d'une embellie de l'attractivité du pays auprès de la population française. Comme en 2018, les Français font ainsi état d'un intérêt modéré pour un séjour outre-Rhin, que cela soit pour des raisons touristiques ou professionnelles.

¹ 62% des Français se sont déjà rendus en Italie selon l'étude d'IPSOS sur les relations franco-italiennes réalisées en 2019 pour Sciences Po, Luiss Guido Carli et the european house ambrosetti.

Le point de vue des auteurs de l'enquête

Réalisée en novembre 2020, alors même que la France était confinée, les résultats de cette enquête montrent que l'image de l'Allemagne au sein de la population française sort renforcée de la crise sanitaire. Perçue de longue date comme étant la locomotive économique de l'Union Européenne, l'Allemagne s'est imposée au printemps 2020 comme étant un des pays les plus efficaces du continent pour maîtriser l'épidémie de Covid 19. Alors que la presse française a salué l'action allemande en matière de santé publique – domaine pour lequel la France jouissait jusqu'à alors d'une réputation d'excellence – il est notable de constater que l'Allemagne bénéficie désormais d'un crédit politique et scientifique renforcé au sein de l'opinion publique française. Si l'Allemagne suscite de plus en plus de respect, et de moins en moins de méfiance, il convient toutefois de souligner que le pays demeure méconnu et suscite un intérêt modéré au sein de la population française, en matière touristique notamment. A cet égard, le rayonnement culturel du pays reste à construire.