



EUROBAROMETRE

Eurobaromètre spécial



Commission
européenne

LES CITOYENS DE L'UNION EUROPEENNE ET LE SPORT

Terrain : septembre 2003

Publication : novembre 2003

PREMIERS RESULTATS

Eurobaromètre spécial 197 / Vague 60.0 - European Opinion Research Group EEIG

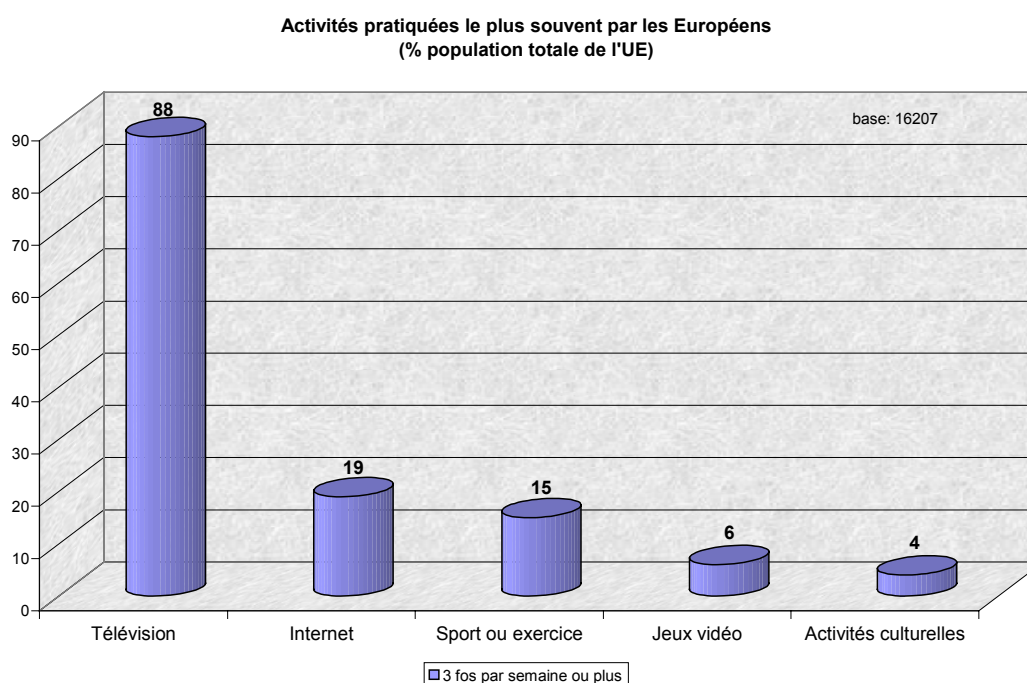
Sondage commandité par la Direction générale Education et culture et coordonné par la Direction générale Presse et communication

Le présent document ne représente pas le point de vue de la Commission européenne.
Les interprétations et les opinions qu'il contient n'engagent que les auteurs

1. Pratiques sportives dans l'Union européenne

1.1. Les citoyens de l'Union regardent plus souvent la télévision et surfent sur Internet qu'ils ne font du sport

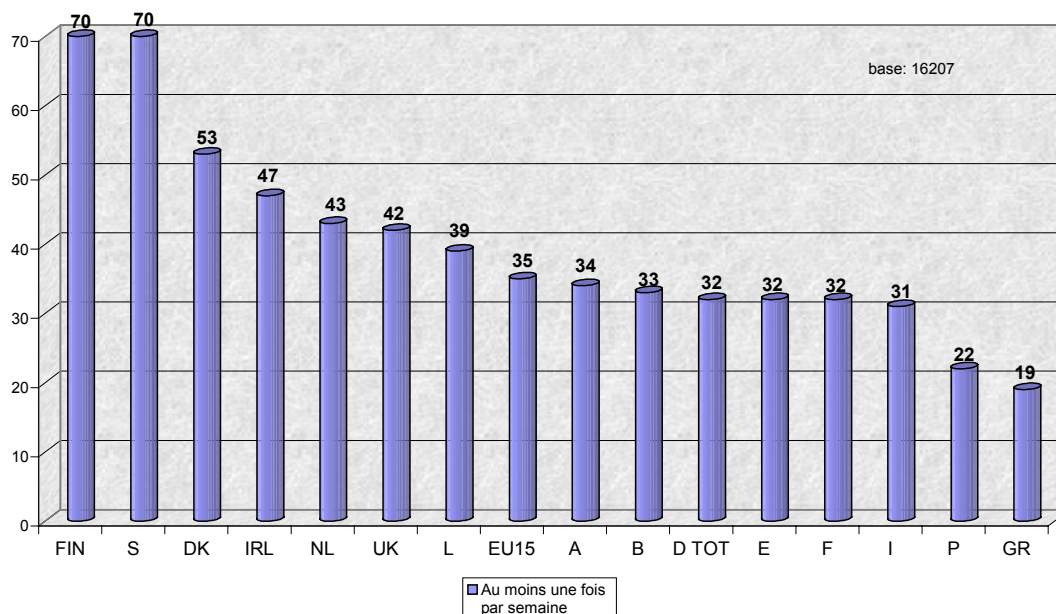
88% des citoyens de l'Union européenne déclarent regarder la télévision 3 fois par semaine ou plus. Ils sont 19% à surfer sur Internet aussi régulièrement. Le sport arrive troisième avec 15%, juste devant les jeux vidéo (6%) et les activités culturelles (4%).



1.2. Les Européens du Nord ont tendance à faire plus de sport ou de l'exercice que ceux du Sud

Ils sont en effet 70% en Finlande et en Suède, 53% au Danemark, 47% en Irlande et 43% aux Pays-Bas à faire du sport au moins une fois par semaine. Ils ne sont que 19% en Grèce, 22% au Portugal, 31% en Italie et 32% en France et en Espagne. Notons le taux particulièrement élevé de personnes qui ne font pas de sport en Grèce et au Portugal (respectivement 75% et 70% de la population).

Pratique du sport au moins une fois par semaine
(% population totale de l'UE)

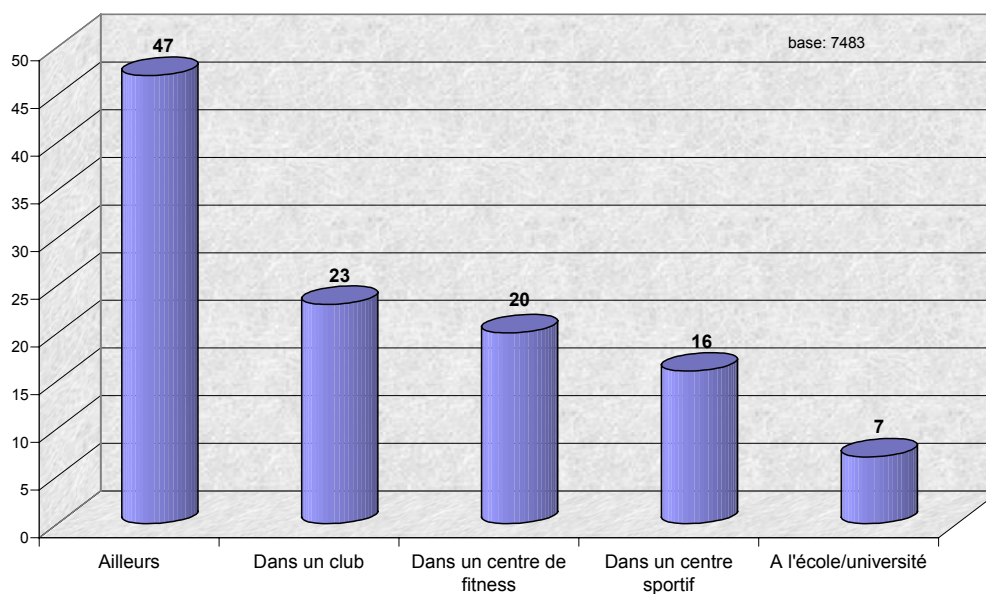


1.3. Cadre dans lequel les Européens font du sport

Parmi les citoyens de l'Union européenne qui font du sport ou de l'exercice, une majorité en fait de façon non encadrée. 47% des sondés ont déclaré faire du sport ailleurs que dans un club, un centre de fitness, un centre sportif ou qu'à l'école/l'université.

La pratique du sport dans un club concerne 23% des personnes déclarant faire du sport ou de l'exercice. Les centres de fitness sont fréquentés par un cinquième d'entre eux (20%).

Où pratiquez-vous le sport que vous pratiquez le plus souvent ?
(% population qui fait du sport ou de l'exercice)



Les Finlandais, les Suédois et les Autrichiens sont parmi les citoyens de l'Union européenne qui font le plus de sport de façon non encadrée. Ils sont en effet 73%, 67% et 58% respectivement à répondre « ailleurs » lorsqu'on leur demande de dire où ils font le sport qu'ils pratiquent le plus souvent.

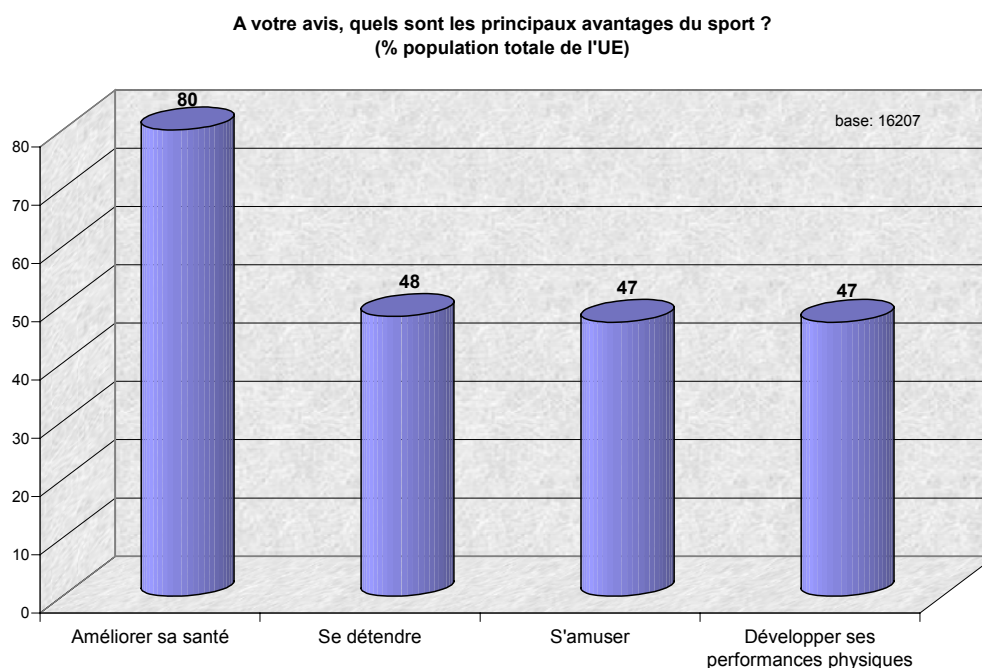
Les Grecs et les Espagnols sont proportionnellement plus nombreux que les autres à faire du sport dans un centre de fitness (38% et 31% respectivement). Aux Pays-Bas, cela se fait plutôt dans un club (43%). Enfin, les centres sportifs obtiennent un score plus élevé en Italie (30%).

2. Effets bénéfiques du sport

On a demandé aux Européens de se prononcer sur les avantages principaux du sport. On leur a également demandé de citer les valeurs que le sport développe le plus. D'après les résultats obtenus à ces deux questions, il apparaît que le sport a des conséquences bénéfiques à la fois au niveau individuel et au niveau social.

2.1. Les bénéfices sur le plan individuel

Le sport est perçu par les Européens comme une manière de se faire du bien, mentalement et



physiquement.

En effet, pour huit personnes sur dix, le sport permet principalement d'améliorer sa santé (physique ou mentale). Cette idée fait l'unanimité au sein de l'Union européenne, surtout en Grèce où plus de 90% de la population a cité cet avantage.

La détente est le second avantage perçu par 48% d'Européens. Ce taux atteint même 79% aux Pays-Bas, 63% en Belgique et en France.

Pour 47% d'entre eux, faire du sport est l'occasion de s'amuser et de développer ses capacités physiques.

Sur le plan individuel, le sport développe des valeurs comme la discipline (47%) et le sens de l'effort (43%). La première obtient son score le plus élevé en Allemagne (60% des répondants). La seconde a été plutôt choisie aux Pays-Bas par 64% des sondés.

2.2. La dimension sociale du sport

On a présenté aux sondés une liste de propositions. Pour chacune d'elles, ils étaient invités à dire s'ils étaient plutôt d'accord ou plutôt en désaccord.

Les résultats montrent que pour plus de huit répondants sur dix (81%), le sport favorise le dialogue entre les différentes cultures. C'est idée fait l'unanimité au sein de l'Union européenne. Les scores les plus élevés sont observés en Grèce (93%), au Portugal (90%) et en Irlande (89%).

De plus, le sport permet de lutter contre toute forme de discrimination (59%). Cette dernière opinion semble être plutôt défendue par les Grecs (90%), les Espagnols (75%), les Portugais (74%), les Italiens (70%), les Français (69%) et les Danois (67%).

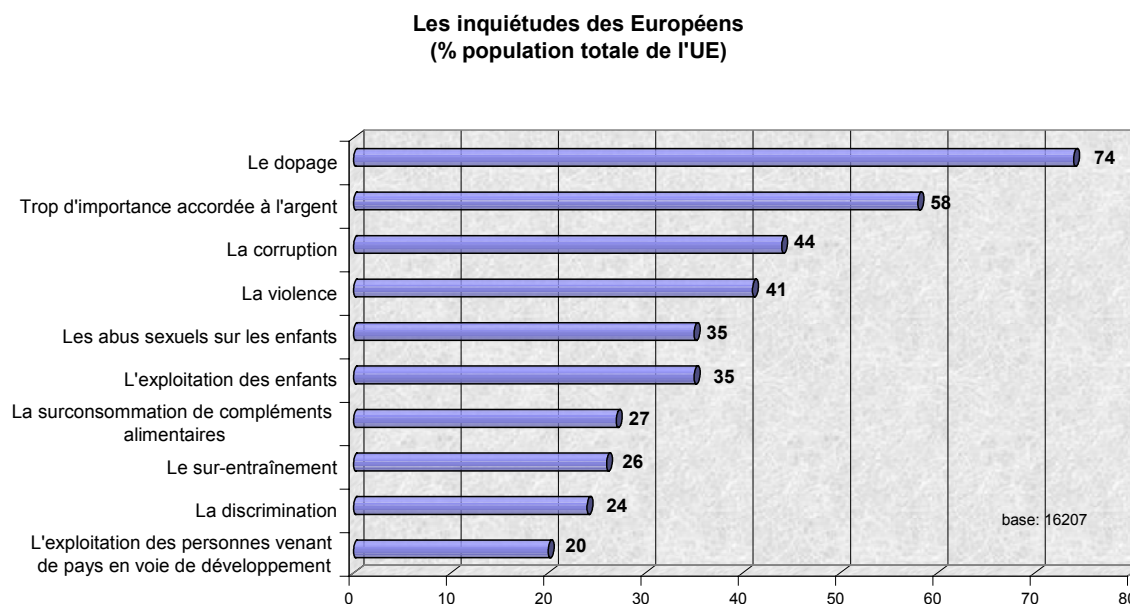
Enfin, lorsque l'on demande aux citoyens de l'Union européenne de citer les valeurs que le sport développe le plus c'est l'esprit d'équipe qui ressort en premier lieu. Il a été en effet cité par plus de 60% des sondés. Ce taux atteint son niveau le plus élevé en Grèce (76%), au Royaume-Uni (73%) et en Suède (71%).

L'amitié est également considérée comme une valeur développée par le sport. 42% des Européens sont de cet avis.

3. Inquiétudes

Malgré ces effets positifs, sept citoyens de l'Union sur dix marquent leur inquiétude face au problème du dopage (74%). Parmi les plus inquiets on retrouve les Suédois (91%), les Finlandais (85%), les Belges (83%), les Danois (82%) et les Français (81%). Par contre, c'est en Espagne et au Portugal que ce phénomène inquiète le moins : ils ne sont en effet que 53% et 54% respectivement, à l'avoir mentionné.

A ce propos, 87% des sondés pensent que l'Union européenne devrait participer à la lutte contre ce phénomène.



La trop grande importance accordée à l'argent est également une source de préoccupation pour près six répondants sur dix. C'est en Allemagne que cette inquiétude est la plus vive (réponse citée par 70% de la population).

4. Attentes en matière d'éducation

Près de 80% des citoyens sont d'avis qu'il devrait y avoir une meilleure coopération entre le système éducatif et les organisations sportives dans leur pays.

76% pensent également qu'il faudrait consacrer plus de temps au sport dans les programmes scolaires. Cette idée fait l'unanimité en Grèce (95%).

Pour plus de deux tiers des sondés (68%), l'Union européenne devrait promouvoir plus activement l'éducation par le sport. C'est surtout en Grèce (90%), au Portugal (85%), en Espagne et en Irlande (82% chacun) que cette proposition est la plus largement acceptée.

Enfin, 62% des sondés pensent que la promotion des valeurs éthiques et sociales par le sport devrait être une priorité pour l'Union européenne.

EUROBAROMETRE STANDARD 60.0 SPECIFICATIONS TECHNIQUES

Entre le 1^{er} septembre et le 30 septembre 2003, the European Opinion Research Group, un consortium d'agences d'étude de marché et d'opinion publique, constitué d'INRA in Belgium – I.C.O. et de GfK Worldwide, a réalisé la vague 60.0 de l'EUROBAROMETRE STANDARD à la demande de la COMMISSION EUROPEENNE, Direction générale Presse et communication, Secteur Opinion publique.

L'EUROBAROMETRE 60.0 couvre la population - ayant la nationalité d'un des pays membres de l'Union européenne -, de 15 ans et plus, résident dans chaque Etat membre de l'Union européenne. Le principe d'échantillonnage appliqué dans tous les Etats membres est une sélection aléatoire (probabiliste) à phases multiples. Dans chaque pays EU, 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 Etats membres, selon les EUROSTAT-NUTS II et selon la distribution de la population résidente nationale en termes de régions 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 Nème adresse) ont ensuite été sélectionnées par des procédures de "random route" à partir de l'adresse initiale. Dans chaque ménage, le répondant a été tiré aléatoirement. Toutes les interviews ont été réalisées en face à face chez les répondants et dans la langue nationale appropriée.

<u>PAYS</u>	<u>INSTITUTS</u>	<u>N° INTERVIEWS</u>	<u>DATES DE TERRAIN</u>	<u>POPULATION 15+ (x 000)</u>
Belgique	INRA in BELGIUM	1030	1/10 – 30/10	8,458
Danemark	GfK DANMARK	1000	1/10 – 30/10	4,355
Allemagne(Est)	INRA DEUTSCHLAND	1014	1/10 – 19/10	13,164
Allemagne(Ouest)	INRA DEUTSCHLAND	1043	2/10 – 19/10	56,319
Grèce	MARKET ANALYSIS	1000	6/10 – 30/10	8,899
Espagne	INRA ESPAÑA	1000	8/10 – 29/10	34,239
France	CSA-TMO	1051	1/10 – 22/10	47,936
Irlande	LANSLOWNE Market Research	1001	1/10 – 28/10	3,004
Italie	INRA Demoskopoea	1000	2/10 – 28/10	49,531
Luxembourg	ILRes	606	1/10 – 30/10	357
Pays-Bas	INTOMART	1023	1/10 – 30/10	13,010
Autriche	SPECTRA	1031	2/10 – 28/10	6,770
Portugal	METRIS	1000	4/10 – 25/10	8,620
Finlande	MDC MARKETING RESEARCH	1011	1/10 – 30/10	4,245
Suède	GfK SVERIGE	1000	1/10 – 30/10	7,252
Grande-Bretagne	MARTIN HAMBLIN LTD	1004	1/10 – 30/10	46,370
Irlande du Nord	ULSTER MARKETING SURVEYS	310	2/10 – 24/10	1,314
	Nombre total d'interviews	16124		

Dans chaque pays, l'échantillon a été comparé à l'univers. La description de l'univers se base sur les données de population EUROSTAT. Pour tous les Etats membres EU, 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, au moins le sexe, l'âge, les régions NUTS II et la taille de l'agglomération ont été introduits dans la procédure d'itération. Pour la pondération internationale (i.e. les moyennes EU), INRA (EUROPE) 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.

Les résultats des études EUROBAROMETRE sont analysés et sont présentés sous forme de tableaux, de fichiers de données et d'analyses. Pour chaque question, un tableau de résultats est fourni, accompagné de la question complète en anglais et en français. Ces résultats sont exprimés en pourcentage calculé sur la base totale. Les résultats des enquêtes EUROBAROMETRE sont analysés par la Direction générale Presse et communication de la Commission européenne, Secteur Opinion publique, Rue de la Loi 200, B-1049 Bruxelles. Les résultats sont publiés régulièrement sur le site Internet de la CE: http://europa.eu.int/comm/public_opinion/. Tous les fichiers de données de l'EUROBAROMETRE sont déposés au Zentralarchiv (Universität Köln, Bachemer Strasse 40, D-50869 Köln-Lindenthal), disponibles via la banque de données CESSDA <http://www.nsd.uib.no/cessda/europe.html>. Ils sont à la disposition de tous les instituts membres du "European Consortium for Political Research" (Essex), du "Inter-University Consortium for Political and Social Research" (Michigan) et de toute personne intéressée par la recherche en sciences sociales.

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%	± 2.5%	± 2.7%	± 3.0%	± 3.1%