



La perception de la Métropole du Grand Paris par ses citoyens

Sondage Ifop pour
la Mission de préfiguration de la Métropole du Grand Paris

Contacts Ifop :
Damien Philippot / Jean-Philippe Dubrulle
Département Opinion et Stratégies d'Entreprise
01 45 84 14 44
prenom.nom@ifop.com

Novembre 2014

MÉTROPOLE DU GRAND PARIS
MISSION DE PRÉFIGURATION

Sommaire

1 - La méthodologie

2 - Les résultats de l'étude

- A – La notoriété de la Métropole du Grand Paris
- B – La connaissance de la Métropole du Grand Paris
- C – L'opinion à l'égard de la Métropole du Grand Paris
- D – L'information sur la Métropole du Grand Paris

1 | La méthodologie



Etude réalisée par l'Ifop pour la Mission de préfiguration de la Métropole du Grand Paris

Echantillon



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1504** personnes, représentatif de la population de Paris et de la petite couronne âgée de 18 ans et plus.

Méthodologie



La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par département et catégorie d'agglomération

Mode de recueil



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 21 au 26 novembre 2014.

2 | Les résultats de l'étude



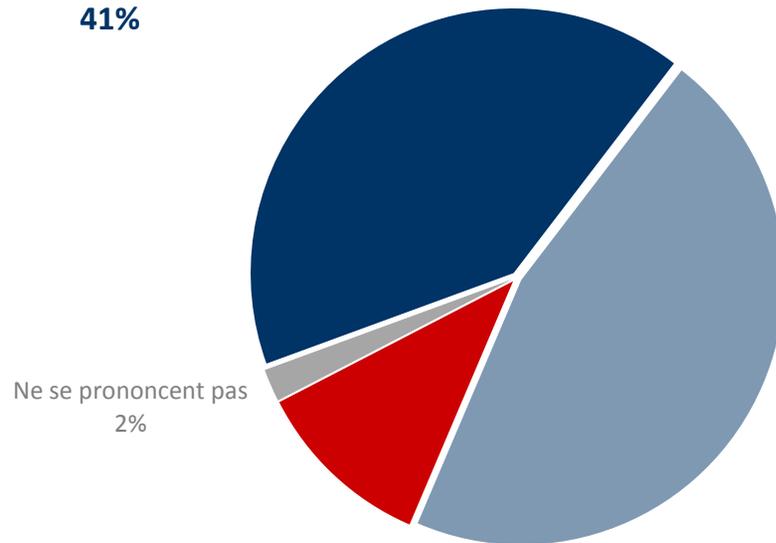
A | La notoriété de la Métropole du Grand Paris

QUESTION : Avez-vous déjà entendu parler de la Métropole du Grand Paris ?

Habitants de Paris et petite couronne

TOTAL Oui
87%

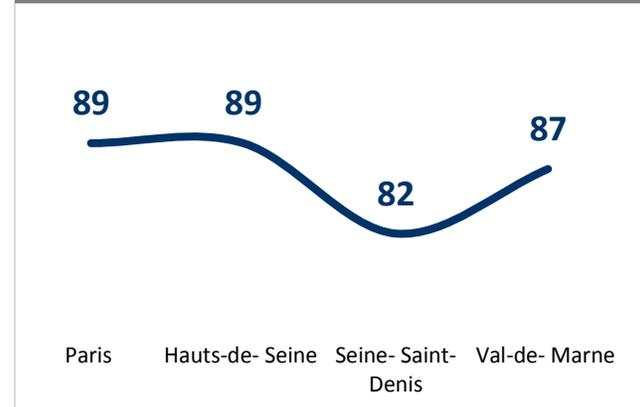
Oui, et vous voyez précisément
ce dont il s'agit
41%



Non
11%

Oui, mais vous ne voyez pas
précisément ce dont il s'agit
46%

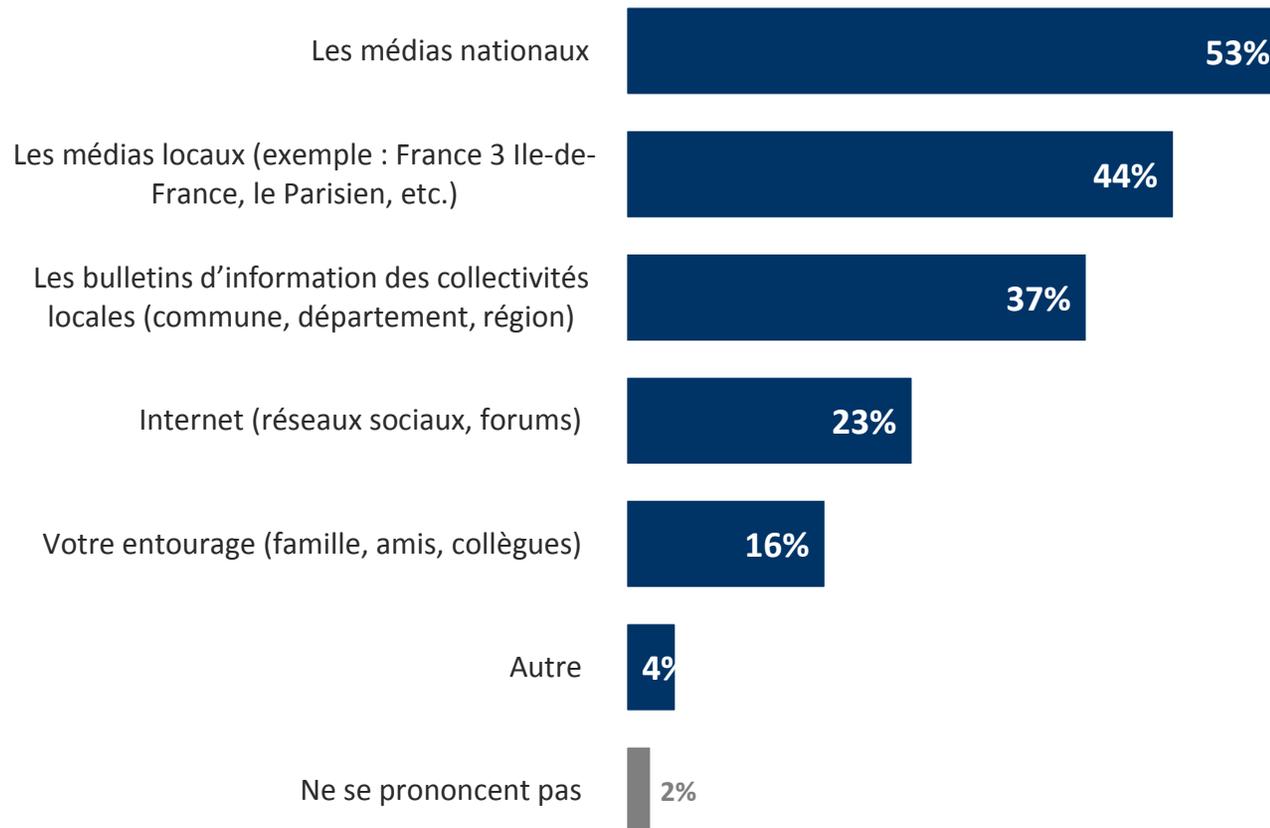
Selon le département : « TOTAL Oui »



QUESTION : Par quel moyen avez-vous entendu parler de la Métropole du Grand Paris ?

Base : question posée uniquement aux personnes ayant déjà entendu parler de la MGP, soit 87% de l'échantillon

Habitants de Paris et petite couronne



Selon le département

	Paris	Hauts-de-Seine	Seine-Saint-Denis	Val-de-Marne
Les médias nationaux	61	55	48	43
Les médias locaux (exemple : France 3 Ile-de-France, le Parisien, etc.)	48	40	43	42
Les bulletins d'information des collectivités locales (commune, département, région)	26	40	41	47
Internet (réseaux sociaux, forums)	22	24	23	25
Votre entourage (famille, amis, collègues)	13	17	19	15
Autre	3	3	8	6
Ne se prononcent pas	4	2	1	1

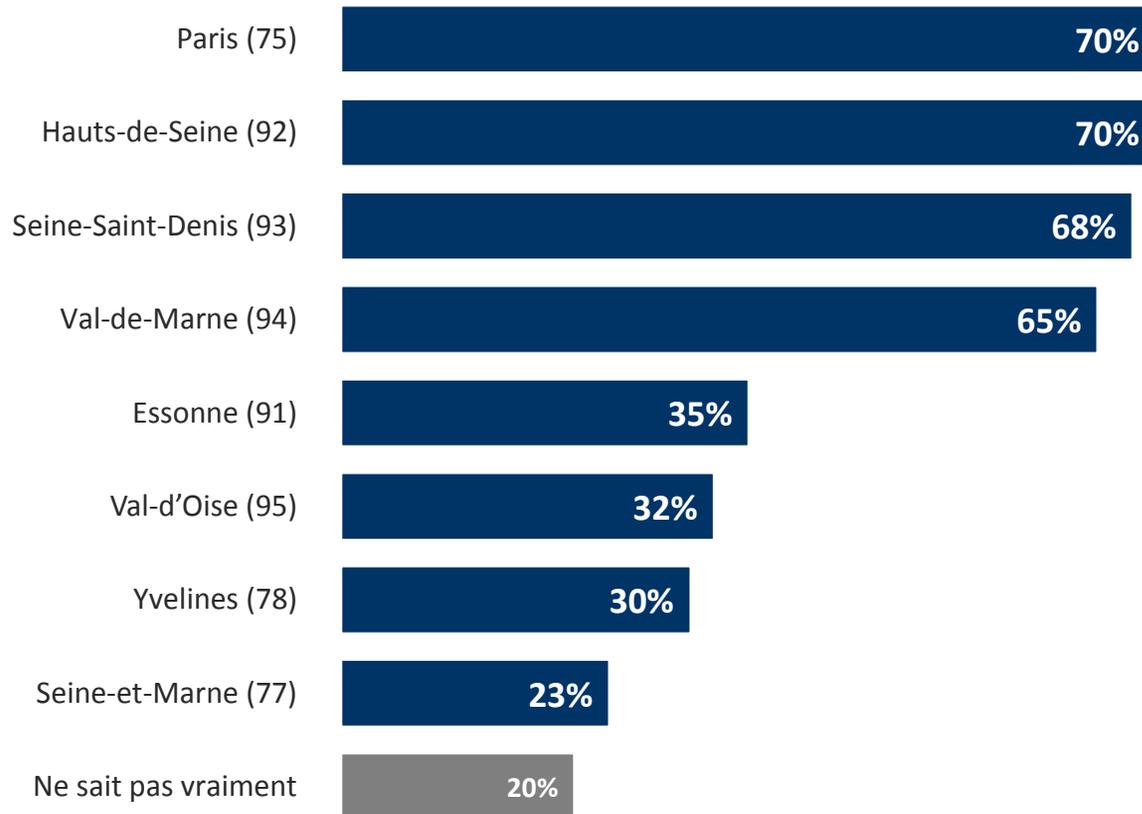
(* Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses)

B | La connaissance de la Métropole du Grand Paris

QUESTION : D'après ce que vous en savez, quels sont les départements dont les communes sont regroupées dans la Métropole du Grand Paris ?

Base : question posée uniquement aux personnes ayant déjà entendu parler de la MGP, soit 87% de l'échantillon

Habitants de Paris et petite couronne



Selon le département

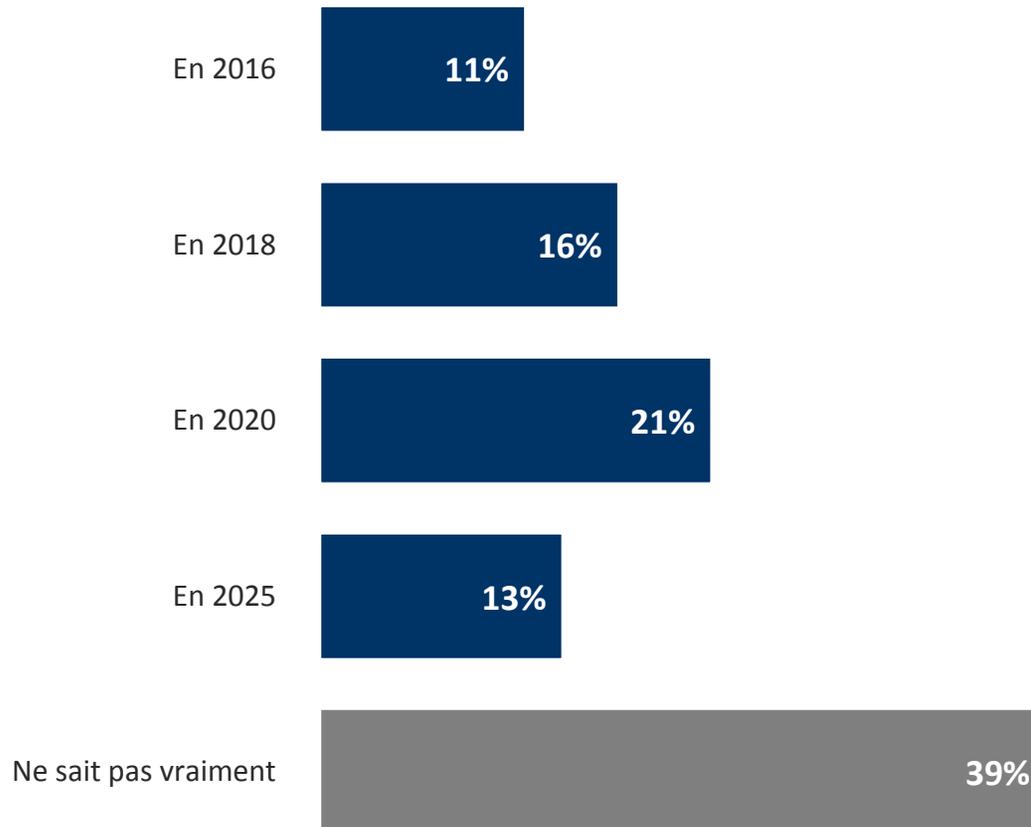
Paris	Hauts-de-Seine	Seine-Saint-Denis	Val-de-Marne
73	66	65	76
66	77	64	75
65	63	76	72
61	62	56	87
39	37	27	34
34	33	30	30
34	35	21	28
27	26	16	19
25	21	18	11

(* Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses)

QUESTION : Et toujours d'après ce que vous en savez, quand pensez-vous que la Métropole du Grand Paris sera mise en place ?

Base : question posée uniquement aux personnes ayant déjà entendu parler de la MGP, soit 87% de l'échantillon

Habitants de Paris et petite couronne



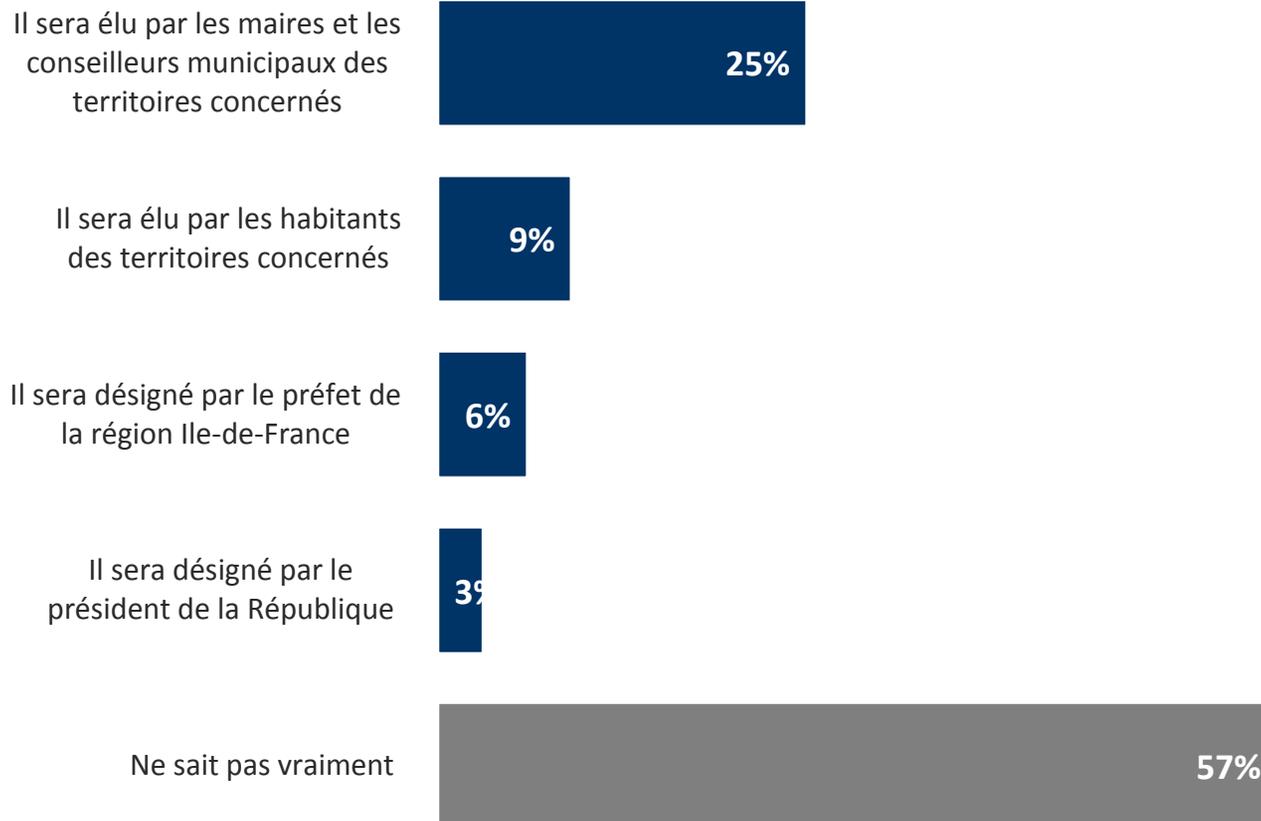
Selon le département

	Paris	Hauts-de-Seine	Seine-Saint-Denis	Val-de-Marne
	9	16	15	6
	17	14	13	18
	23	19	15	24
	12	13	12	19
	39	38	45	33

QUESTION : Toujours d'après vous, comment sera désigné le Président de la Métropole du Grand Paris ?

Base : question posée uniquement aux personnes ayant déjà entendu parler de la MGP, soit 87% de l'échantillon

Habitants de Paris et petite couronne



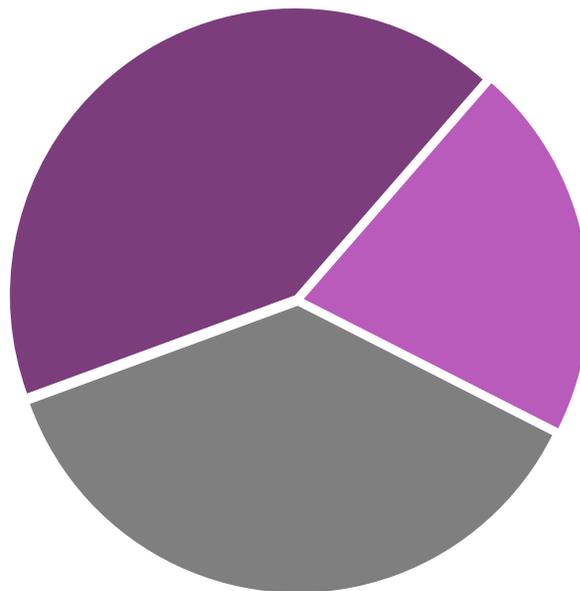
Selon le département				
	Paris	Hauts-de-Seine	Seine-Saint-Denis	Val-de-Marne
	25	28	20	24
	10	9	8	9
	7	6	5	8
	3	1	2	4
	55	56	65	55

QUESTION : On entend parfois parler du Grand Paris, et parfois de la Métropole du Grand Paris. D'après vous, il s'agit... ?

Base : question posée uniquement aux personnes ayant déjà entendu parler de la MGP, soit 87% de l'échantillon

Habitants de Paris et petite couronne

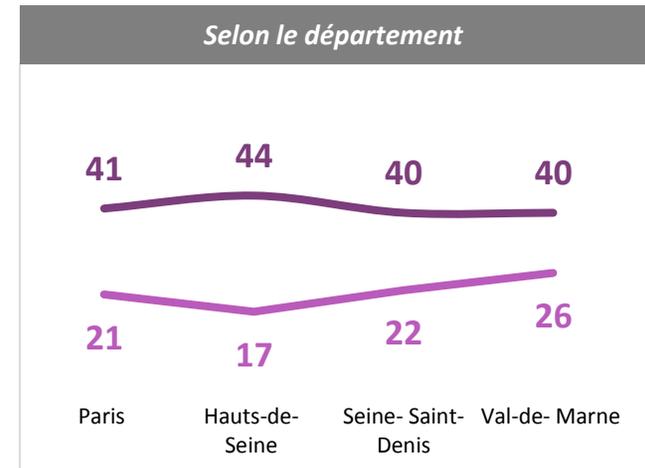
De deux noms différents qui correspondent en fait à la même chose sur le même projet
42%



Ne sait pas vraiment
37%

De deux noms différents qui correspondent bien à des choses différentes autour d'un même projet
21%

Selon le département



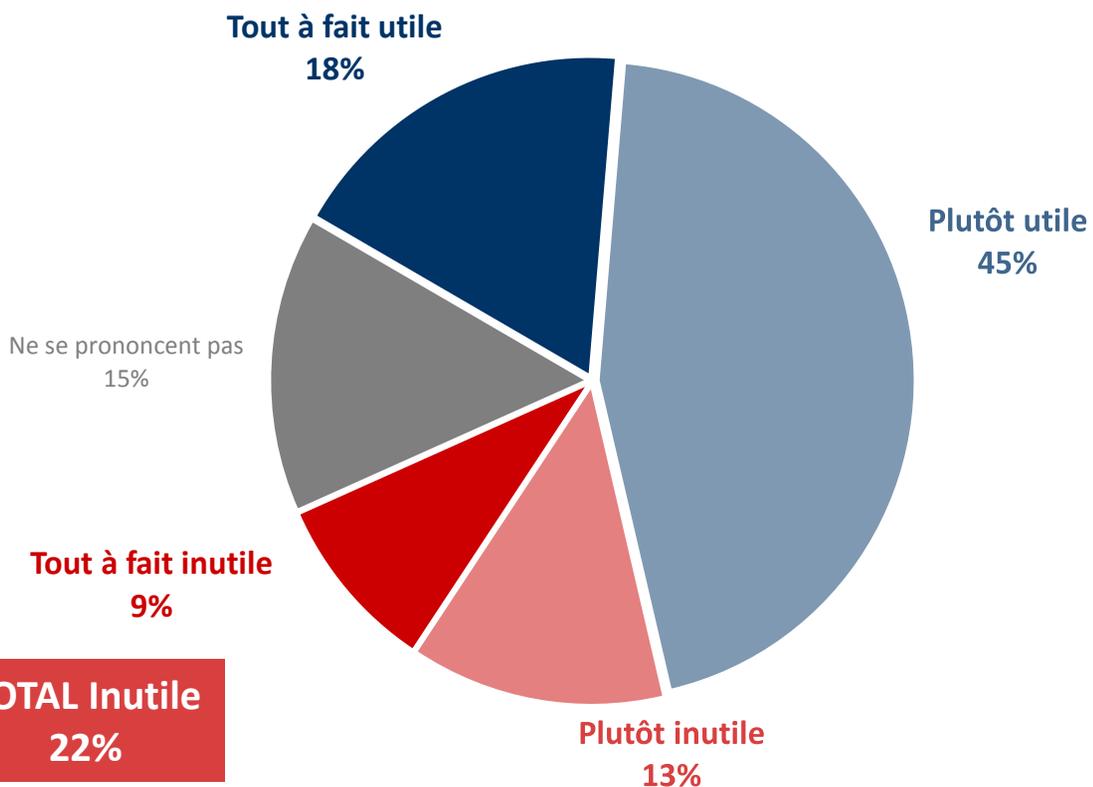
C | L'opinion à l'égard de la Métropole du Grand Paris

QUESTION : La Métropole du Grand Paris est une future collectivité territoriale qui regroupera Paris et les communes des départements des Hauts-de-Seine, de Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne. Elle permettra d'exercer des compétences et de mettre en place des projets à une échelle plus vaste et plus efficace que celle des départements actuels.

Vous personnellement, diriez-vous que ce projet est utile ou inutile ?

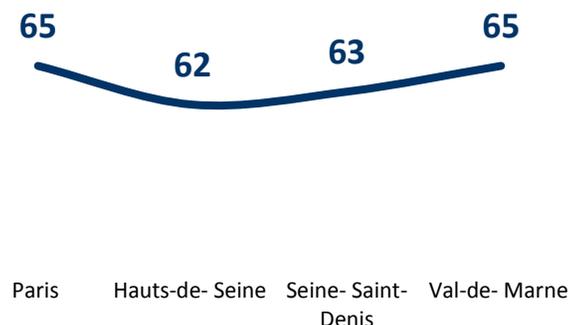
Habitants de Paris et petite couronne

TOTAL Utile
63%



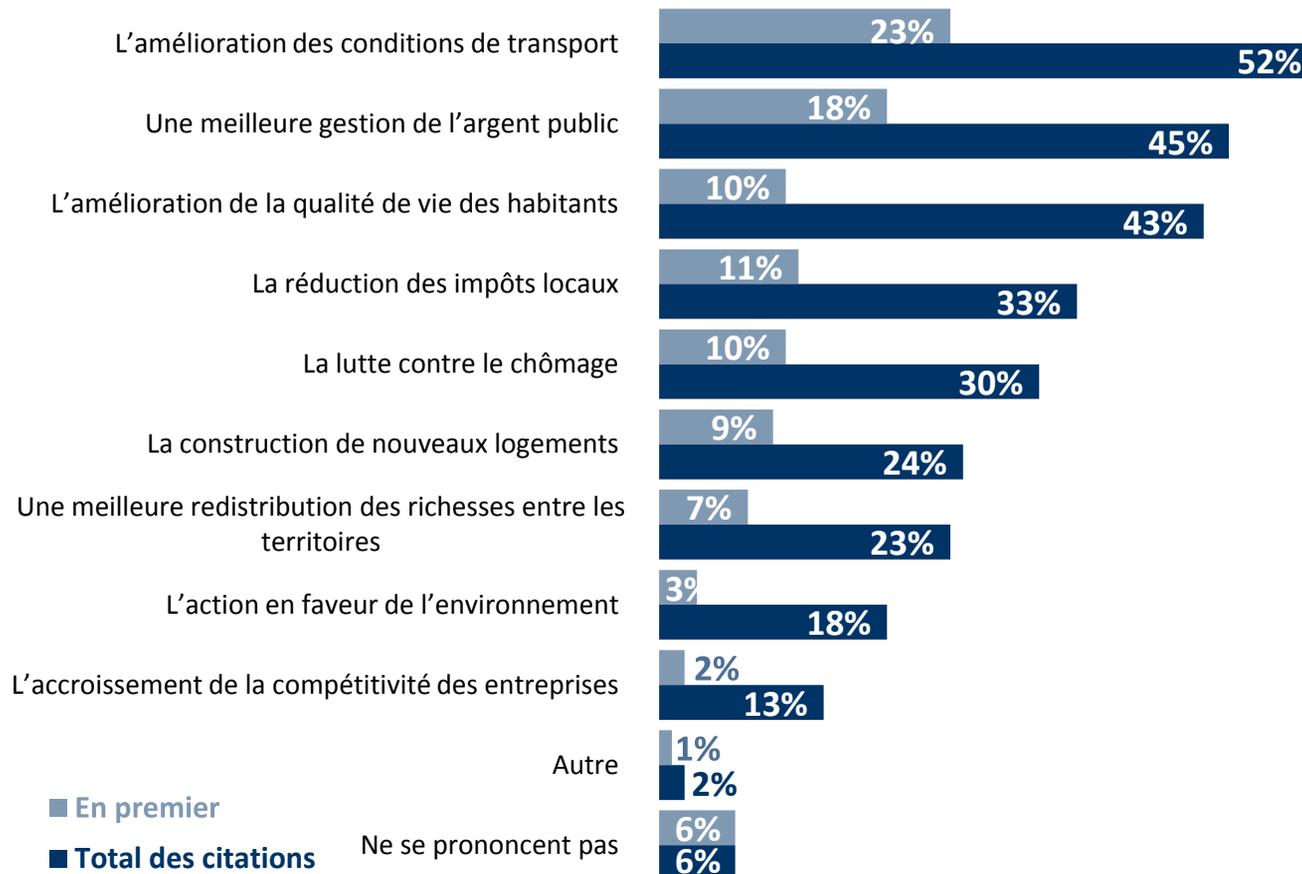
TOTAL Inutile
22%

Selon le département : « TOTAL Utile »



QUESTION : Parmi les objectifs suivants, lesquels doivent, selon vous, être les priorités de la Métropole du Grand Paris ? En premier ? En deuxième ? Et en troisième ?

Habitants de Paris et petite couronne



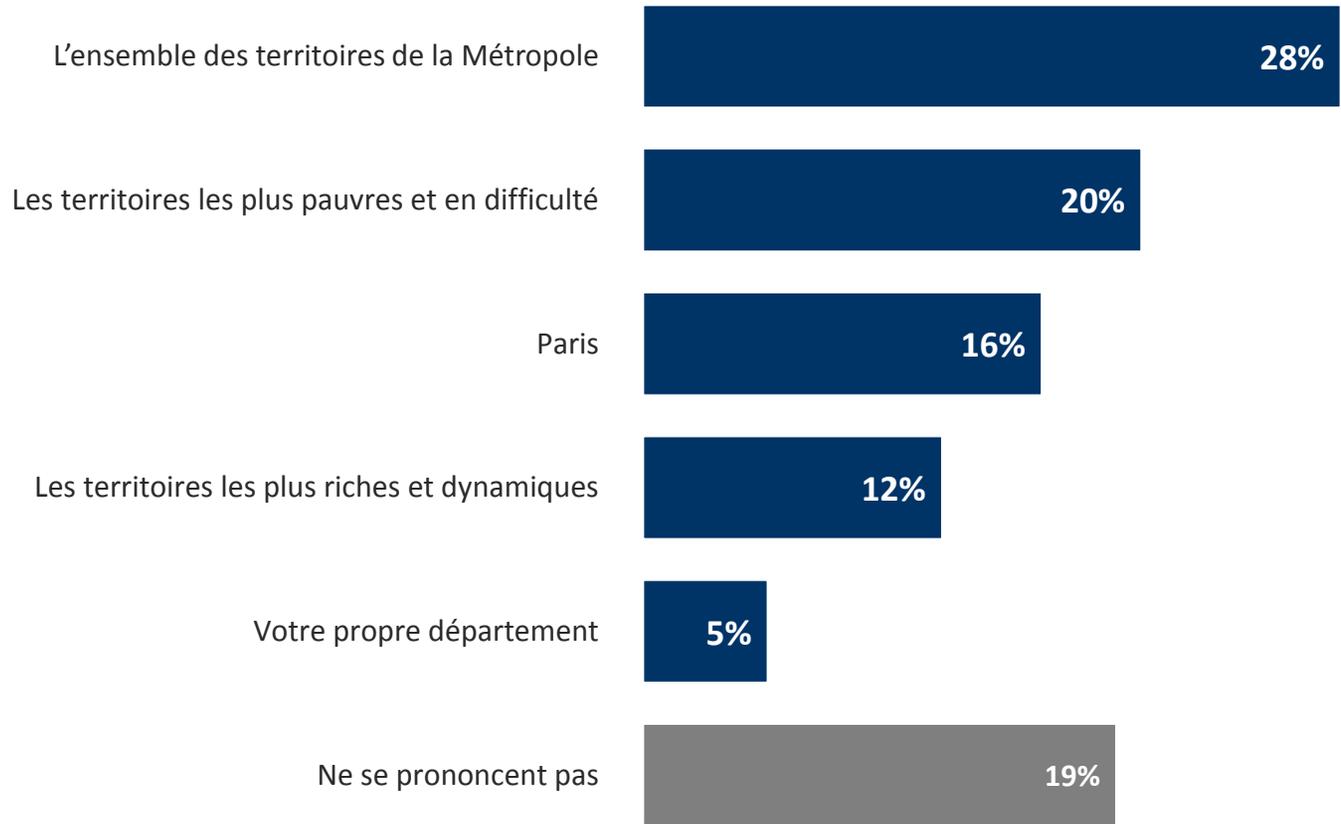
Selon le département : Total des citations

	Paris	Hauts-de-Seine	Seine-Saint-Denis	Val-de-Marne
	52	57	42	56
	45	45	41	49
	46	44	39	42
	30	31	33	40
	32	31	30	26
	30	23	21	19
	22	22	29	21
	16	21	18	16
	12	16	10	12
	2	-	1	2
	4	3	12	6

(* Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses)

QUESTION : Selon vous, qui va surtout bénéficier de la mise en place de la Métropole du Grand Paris ?

Habitants de Paris et petite couronne



Selon le département

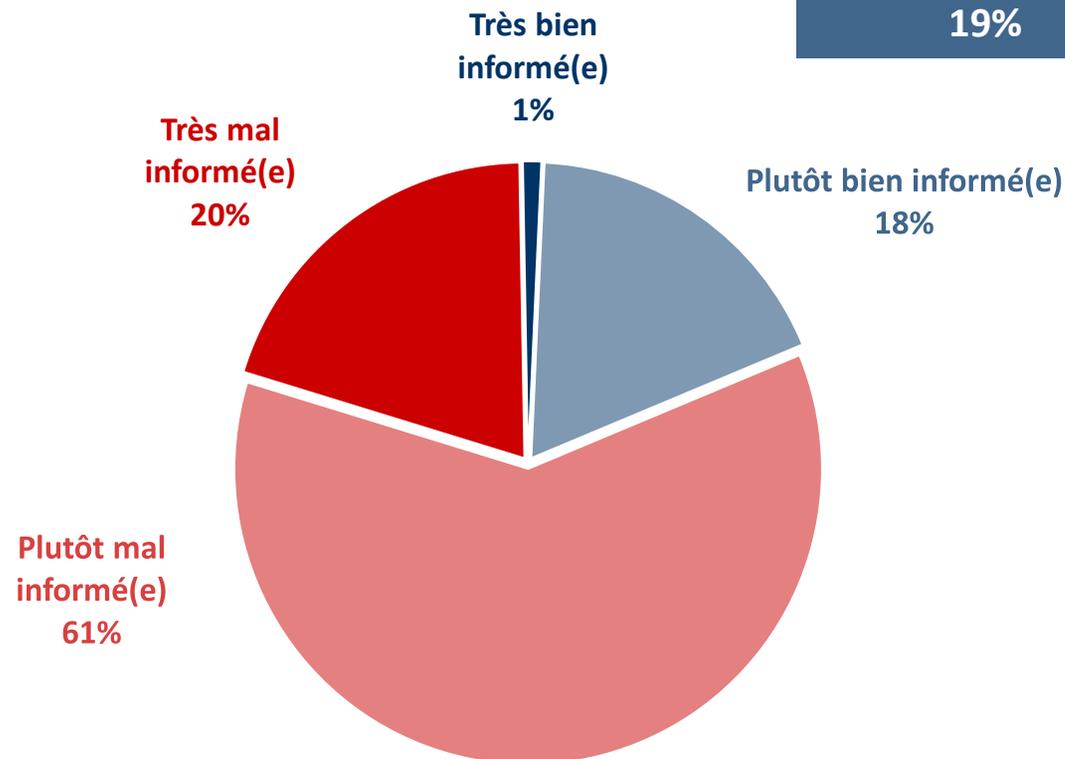
	Paris	Hauts-de-Seine	Seine-Saint-Denis	Val-de-Marne
L'ensemble des territoires de la Métropole	30	31	27	26
Les territoires les plus pauvres et en difficulté	27	19	11	18
Paris	17	13	14	18
Les territoires les plus riches et dynamiques	9	14	14	14
Votre propre département	2	5	9	4
Ne se prononcent pas	15	18	25	20

D | L'information sur la Métropole du Grand Paris

QUESTION : Globalement, diriez-vous que vous êtes plutôt bien ou plutôt mal informé(e) à propos de la Métropole du Grand Paris ?

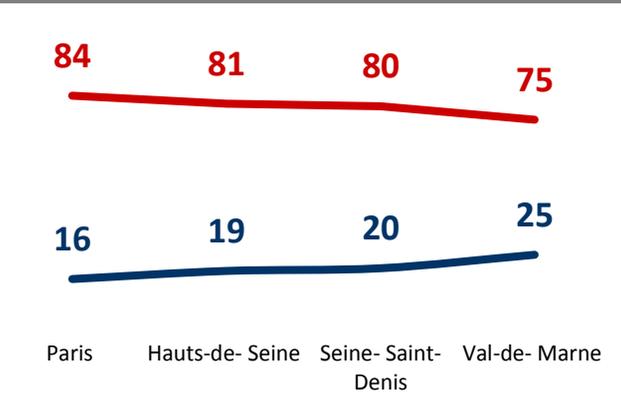
Habitants de Paris et petite couronne

TOTAL
Bien informé(e)
19%



TOTAL
Mal informé(e)
81%

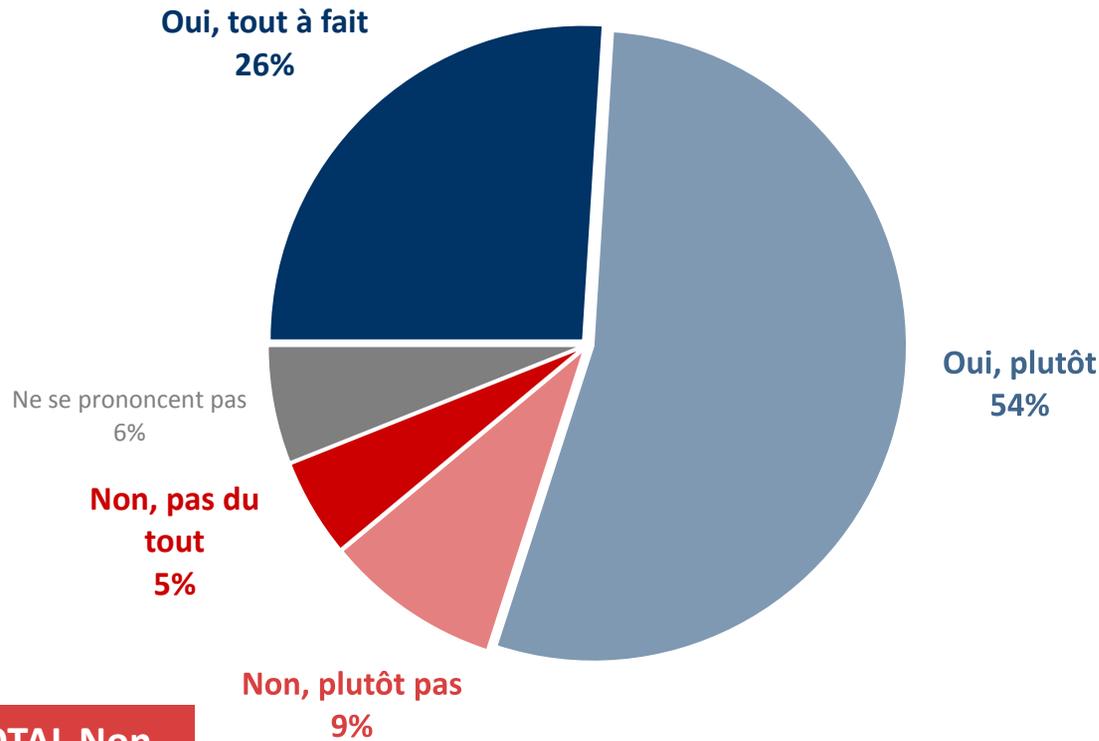
Selon le département : « TOTAL Bien informé(e) »



QUESTION : Et souhaiteriez-vous obtenir davantage d'informations à propos de la Métropole du Grand Paris ?

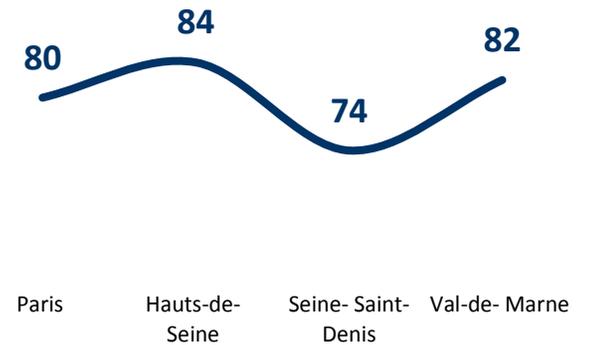
Habitants de Paris et petite couronne

TOTAL Oui
80%



TOTAL Non
14%

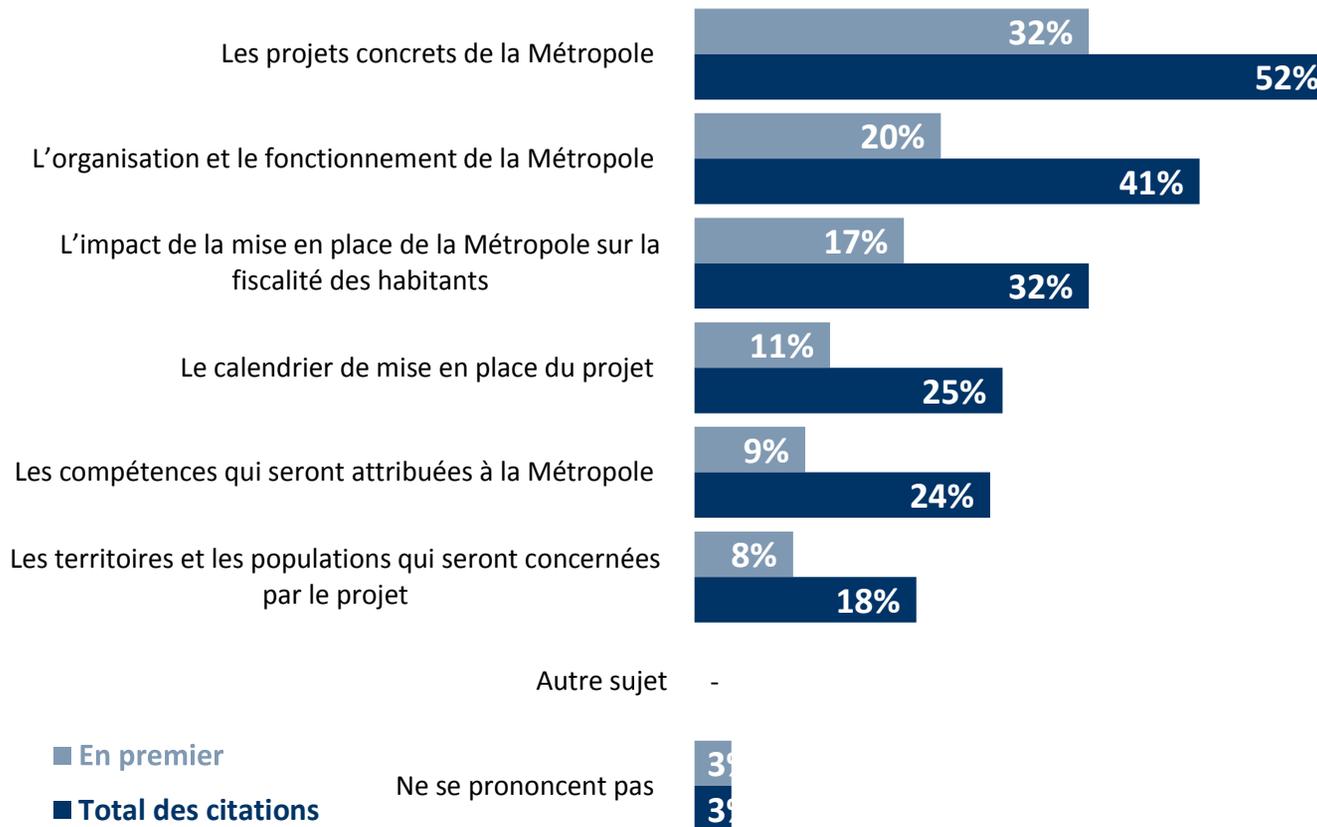
Selon le département : « TOTAL Oui »



QUESTION : A propos de la Métropole du Grand Paris, sur quel sujet parmi les suivants souhaiteriez-vous être davantage informé ? En premier ? Et en second ?

Base : question posée uniquement aux personnes souhaitant obtenir davantage d'information sur la MGP, soit 80% de l'échantillon

Habitants de Paris et petite couronne



Selon le département : Total des citations

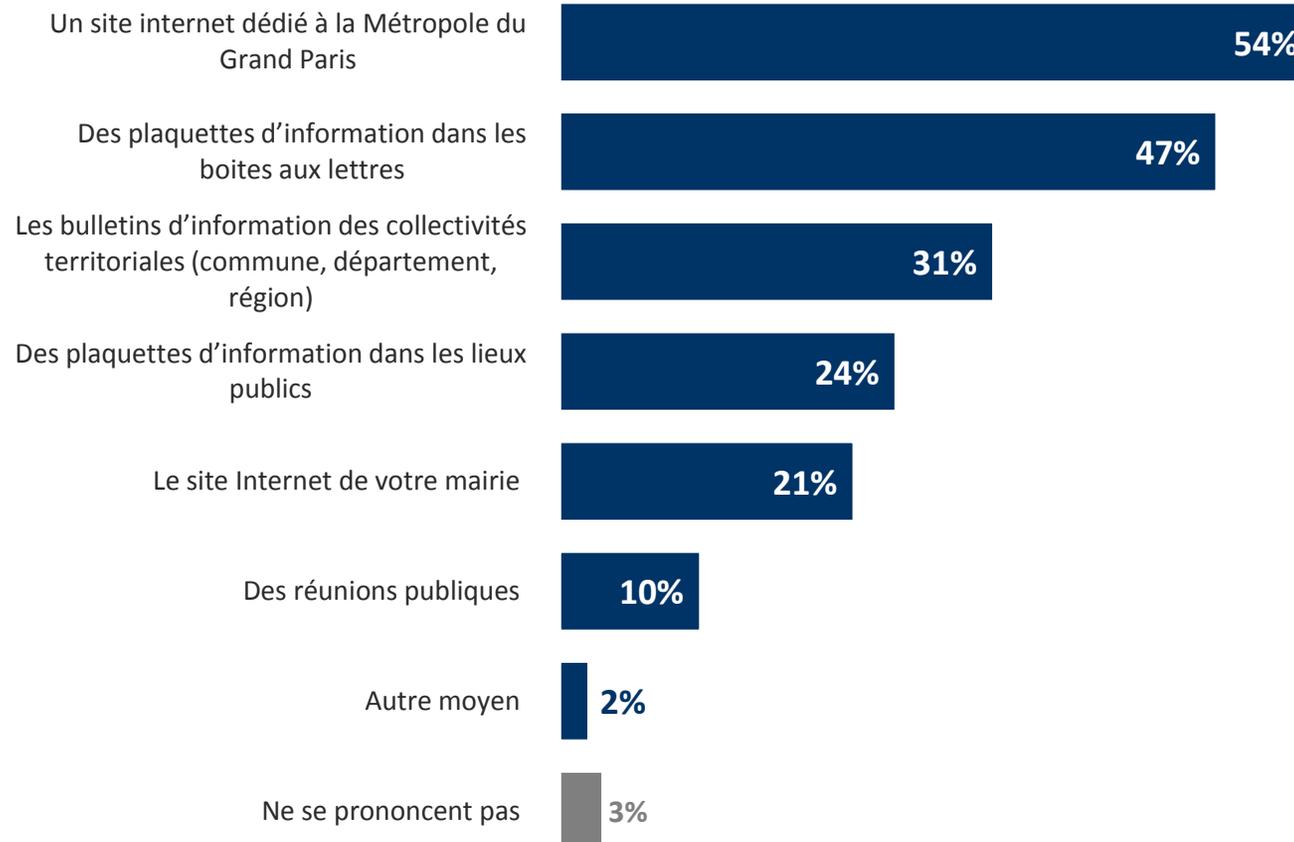
	Paris	Hauts-de-Seine	Seine-Saint-Denis	Val-de-Marne
Les projets concrets de la Métropole	52	56	50	51
L'organisation et le fonctionnement de la Métropole	46	39	38	36
L'impact de la mise en place de la Métropole sur la fiscalité des habitants	26	36	35	37
Le calendrier de mise en place du projet	27	20	24	29
Les compétences qui seront attribuées à la Métropole	25	25	20	24
Les territoires et les populations qui seront concernées par le projet	19	16	23	14
Autre sujet	-	-	2	1
Ne se prononcent pas	2	5	5	4

(* Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses)

QUESTION : Et par quels moyens souhaiteriez-vous être informé sur la Métropole du Grand Paris ?

Base : question posée uniquement aux personnes souhaitant obtenir davantage d'information sur la MGP, soit 80% de l'échantillon

Habitants de Paris et petite couronne



Selon le département

	Paris	Hauts-de-Seine	Seine-Saint-Denis	Val-de-Marne
	57	60	51	46
	49	49	38	49
	25	35	31	38
	28	26	21	17
	16	31	19	17
	9	11	12	7
	3	1	-	3
	1	3	6	3

(* Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses)

3 | Les principaux enseignements



L'existence d'une Métropole du Grand Paris connue par une très large majorité de ses citoyens

87% des habitants de Paris et de la petite couronne déclarent aujourd'hui avoir déjà entendu parler de la Métropole du Grand Paris (MGP). Ce très haut taux de notoriété se divise en deux catégories : ceux qui savent précisément de quoi il s'agit (41%) et ceux qui la connaissent bien de nom mais n'en ont qu'une vague idée (46%). Seul un habitant sur dix (11%) déclare ne pas en avoir entendu parler, quand 2% ne se prononcent pas.

La notoriété de la MGP tutoie les 90% de la population dans tous les départements testés, excepté en Seine-Saint-Denis où, bien qu'elle se situe au-dessus de 80%, elle est en-deçà de taux mesurés ailleurs (82%) et moins affirmée (34% des Séquano-Dionysiens ont une idée précise de ce qu'est la MGP). Les catégories modestes constituent la population qui témoigne de la plus faible connaissance de la Métropole du Grand Paris (75%). *A contrario*, les plus âgés (94% des personnes de 65 ans et plus), et les plus diplômés (67% des Bac+3 et supérieur) sont les plus au fait de l'existence de la MGP.

La majorité des personnes connaissant la Métropole du Grand Paris disent en avoir entendu parler via les médias nationaux (53%), devant des moyens de communication plus locaux (44% pour la presse locale et 37% pour les supports d'information des collectivités locales). Seuls 23% des interviewés citent Internet, et 16% les discussions avec leur entourage. Le rôle prépondérant des médias nationaux pour informer les citoyens sur la MGP est particulièrement mis en avant par les Parisiens (61% citent ce moyen d'information). Dans le détail, on observe que les catégories socioprofessionnelles supérieures ont davantage entendu parler la MGP via les médias nationaux et Internet alors que les catégories modestes citent surtout les médias locaux (France 3 Ile-de-France, Le Parisien, etc.).

Une connaissance de la MGP très superficielle

Malgré un taux de notoriété très élevé, on observe un déficit d'information patent sur le fonctionnement de la Métropole du Grand Paris. Interrogé sur les départements dont des communes seront regroupées dans la MGP, près d'un habitant sur cinq de Paris et de la petite couronne botte ainsi en touche, sans citer un seul département de cette zone. **Chacun des départements qui feront effectivement partie de la MGP est cité par deux tiers ou plus des personnes ayant déjà entendu parler de cette structure, les autres départements d'Ile-de-France étant tout de même cités par environ 30% des interviewés.** Assez logiquement, on observe que les habitants de Paris et de la petite couronne citent toujours davantage que les autres leur propre collectivité, ce qui démontre une meilleure information sur la situation de leur propre département. Ce qui est plus surprenant, c'est que seuls 70% des habitants du territoire concerné par la Métropole du Grand Paris, et qui en ont déjà entendu parler, citent la capitale.

Si le territoire concerné par la MGP se révèle largement connu, malgré déjà un déficit d'information, il n'en va pas de même pour sa date de mise en place. En effet, près de deux habitants sur cinq (39%, jusqu'à 45% en Seine-Saint-Denis) de Paris et de la petite couronne sont incapables de dire si la MGP sera mise en place en 2016, 2018, 2020 ou 2025. L'année 2016 n'est citée que par 13% des personnes déclarant pourtant avoir déjà entendu parler de la Métropole du Grand Paris.

Il en va de même pour le mode de désignation du président de la Métropole du Grand Paris, que 57% des interviewés déclarent ne pas connaître vraiment (jusqu'à 65% en Seine-Saint-Denis). Seul un quart d'entre eux (25%) sait qu'il sera élu par les conseillers métropolitains, cet item recueillant bien plus de réponses que les autres possibilités proposées (9% pour l'élection par les habitants, 6% pour la désignation préfectorale et 3% pour la désignation par le président de la République). **Aussi, quatre interviewés sur cinq (42%) ne font pas de réelle distinction entre la MGP et le « Grand Paris », seuls 21% déclarant que ces deux noms désignent deux choses différentes autour d'un même projet,** quand 37% affirment ne pas vraiment savoir de quoi il s'agit.

Le déficit de connaissance sur la Métropole du Grand Paris, qui se manifeste non seulement par des réponses erronées, mais surtout par des non-réponses, se révèle donc important. Cette carence est particulièrement observée chez les plus âgés, les catégories populaires et les habitants de Seine-Saint-Denis.

Des citoyens majoritairement favorables à la MGP et qui y voient de multiples utilités

Une fois mis à niveau sur ce qu'est réellement la Métropole du Grand Paris, plus de six habitants de Paris et de la petite couronne sur dix (63%) estiment ce projet utile. Cette opinion favorable est majoritaire dans tous les départements et dans les mêmes proportions. Il est cependant encore plus favorable chez les jeunes (68% des moins de 35 ans), les catégories supérieures (72%), les sympathisants de gauche (72%) et, bien sûr, chez ceux qui ont déjà une idée précise de ce qu'est la MGP (73%).

Lorsqu'ils sont interrogés sur les objectifs que la Métropole du Grand Paris devrait poursuivre en priorité, un peu plus de la moitié des habitants des départements concernés cite l'amélioration des conditions de transport (52%), ce qui traduit la prégnance de cette question à l'intérieur de la petite couronne. Viennent ensuite la meilleure gestion de l'argent public (45%), l'amélioration de la qualité de vie des habitants (43%), la réduction des impôts locaux (33%), la lutte contre le chômage (30%), la construction de nouveaux logements (24%) et la meilleure redistribution des richesses entre les territoires (23%, jusqu'à 29% en Seine-Saint-Denis). L'action en faveur de l'environnement et l'accroissement de la compétitivité des entreprises sont quant à eux cités par respectivement 18% et 13% des interviewés.

Si le projet même de la Métropole du Grand Paris est considéré comme utile, la question des principaux bénéficiaires de sa mise en place divise les habitants de Paris et de la petite couronne. Pour 28%, la MGP bénéficiera à l'ensemble des territoires de la métropole, alors que pour 20%, elle sera avant tout au service des zones les plus en difficulté. Dans le même temps, 16% des interviewés considèrent que Paris tirera son épingle du jeu, et 12% que ce seront les territoires étant déjà les plus riches et les plus dynamiques, 5% citant leur propre département et 19% ne se prononçant pas. **On notera que 27% des parisiens s'attendent à ce que les territoires les plus pauvres soient les principaux bénéficiaires de la MGP, quand seules 15% des catégories populaires et 11% des Séquano-Dionysiens partagent cet avis.**

Une très forte demande d'information sur la MGP

En écho au déficit de connaissance constaté chez les habitants de Paris et de la petite couronne, **81% d'entre eux s'estiment mal informés à propos de la Métropole du Grand Paris**. Seuls 19% se disent « bien informés », dont à peine 1% se déclarant « très bien informé ». Ce niveau d'information demeure très faible dans toutes les strates de la population, exceptée une : seuls ceux qui avaient déjà une idée précise de ce qu'est la MGP déclarent être bien informés à plus de 30% (37%).

Ce bas niveau d'information a priori n'empêche cependant par les interviewés de souhaiter massivement davantage d'information : c'est le cas de 80% des habitants de Paris et petite couronne. A ce titre, les plus avides d'information souhaitent en savoir davantage sur les projets concrets de la Métropole (52%), ainsi que sur son organisation et son fonctionnement (41%). Une part importante des habitants souhaite aussi être mieux informée sur l'impact de la MGP sur leur fiscalité (32%), le calendrier de mise en place du projet (25%), les compétences de la Métropole (24%) et les territoires concernés par le projet (18%). **Cette information est principalement attendue par le biais d'un site Internet dédié à la MGP (pour 54% des personnes souhaitant être mieux informée) et l'envoi de plaquettes d'information (47%).** Les bulletins d'information des collectivités locales (31%), des plaquettes d'information proposées dans les lieux publics (24%) et les sites Internet des mairies (21%) constituent également des moyens d'information attendus. Les réunions publiques ne sont en revanche citées que par une personne sur dix (10%).



Restez connecté en temps réel avec l'actualité des sondages



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...