

ALEXANDRE DÉZÉ

10 LEÇONS SUR LES SONDAGES POLITIQUES



Trump, Brexit, primaires, abstention,
Rassemblement national...
les erreurs des sondages enfin expliquées!



10 LEÇONS SUR LES SONDAGES POLITIQUES

ALEXANDRE DÉZÉ

10 LEÇONS SUR LES SONDAGES POLITIQUES



Alexandre Dézé est maître de conférences en science politique à l'Université de Montpellier, chercheur au CEPEL (UMR 5112) et enseignant à Sciences Po Paris. Il a récemment publié : *Au nom du peuple ? Idées reçues sur le populisme*, Le Cavalier bleu, 2021 (avec Emmanuelle Reungoat et Humberto Cucchetti) et *Comprendre le Front national*, Bréal, 2017.

L'auteur tient à remercier chaleureusement Christian Barrault, Malik Larabi, Michel Lejeune, Cédric Moreau de Bellaing et Daniel Mouchard pour leur précieuse relecture du manuscrit de ce livre.

Pour toute information sur notre fonds
et nos nouveautés, consultez notre site web :

www.deboecksuperieur.com

Mise en page : PCA
Couverture : G' Box

© De Boeck Supérieur s.a., 2022
Rue du Bosquet, 7 – B-1348 Louvain-la-Neuve
Pour la traduction et l'adaptation françaises

Tous droits réservés pour tous pays.

Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire (notamment par photocopie) partiellement ou totalement le présent ouvrage, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit.

Dépôt légal :

Bibliothèque nationale, Paris : janvier 2022

Bibliothèque royale de Belgique, Bruxelles : 2022/13647/009

ISBN 978-2-8073-4031-2

« La réponse est oui. Mais quelle était la question ? »
Woody Allen, *Dieu, Shakespeare et moi*, 1975

Sommaire

Introduction – Un livre pour mieux comprendre la pratique sondagière	9
LEÇON N° 1	
Pourquoi les sondages politiques sont-ils devenus omniprésents ?	13
LEÇON N° 2	
Les sondages politiques se trompent-ils souvent ? ...	23
LEÇON N° 3	
Une « photographie de l'opinion » ?	37
LEÇON N° 4	
Méthode aléatoire, méthode des quotas, marges d'erreur : qu'est-ce que c'est et à quoi ça sert ?	45
LEÇON N° 5	
Les échantillons sont-ils représentatifs ?	53
LEÇON N° 6	
En quoi les opérations de redressement sont-elles problématiques ?	63

10 LEÇONS SUR LES SONDAGES POLITIQUES

LEÇON N° 7

Les questions de sondages ont-elles un sens et influencent-elles les réponses ?	75
--	-----------

LEÇON N° 8

Des sondages insuffisamment contrôlés ?	87
--	-----------

LEÇON N° 9

Les sondages ont-ils des effets ?	99
--	-----------

LEÇON N° 10

Comment apprendre à reconnaître un mirage sondagier ? Le cas du FN/RN	111
--	------------

Conclusion – Quelle leçon retenir de ces «10 leçons» ?	123
---	------------

Notes	127
--------------------	------------

Table des matières	141
---------------------------------	------------

Introduction

Un livre pour mieux comprendre la pratique sondagière

JAMAIS LES SONDAGES N'ONT ÉTÉ AUSSI OMNIPRÉSENTS dans la vie politique, et pourtant jamais les instituts ne semblent s'être autant trompés dans leurs prévisions. Comment l'expliquer ? C'est la question qui est au cœur de ce livre.

Les sondages politiques sont des enquêtes statistiques visant à donner une indication quantitative, à une date déterminée, des opinions, souhaits, attitudes ou comportements politiques d'une population par l'interrogation d'un échantillon¹. Ils sont réalisés par des « instituts », qui sont en réalité des entreprises spécialisées dans le secteur des études de marché, de marketing et d'opinion. D'après l'INSEE, il y aurait en France un peu plus de 2 200 entreprises évoluant dans ce secteur. Environ 200 d'entre elles sont spécialisées dans la réalisation d'enquêtes d'opinion, mais une dizaine seulement dominent le marché : IFOP, Ipsos, Kantar (anciennement TNS Sofres), CSA, BVA, OpinionWay, Harris Interactive, Elabe, Viavoice, Yougov, Odoxa. Si les noms de ces différents instituts sont familiers, c'est parce que les résultats de leurs enquêtes sont régulièrement publiés dans les médias et que leurs responsables y sont fréquemment invités pour les commenter ou livrer leur expertise sur la vie politique. Ce sont les données de ces enquêtes qui vont tout particulièrement nous intéresser ici².

Des centaines de sondages politiques sont publiés chaque année en France, qu'il s'agisse d'enquêtes préélectorales, de sondages sortie des urnes, d'études portant sur la sociologie des électeurs, de cotes de popularité des acteurs politiques, de questions d'opinion diverses ou encore de « baromètres » politiques (soit une même enquête répétée à intervalles réguliers). Leur existence semble aujourd'hui parfaitement naturelle, tout comme la finalité qu'on leur prête : les sondages permettraient ainsi de connaître l'état de « l'opinion publique », de mesurer les rapports de force politiques entre deux élections, voire de prédire les scores d'un scrutin à venir. Publiés sous forme de pourcentages, leurs résultats s'imposent par ailleurs comme une évidence : on ne se pose en effet que rarement la question de savoir comment ils ont été produits. De ce point de vue, les responsables d'instituts ont plutôt l'habitude de rester discrets sur ce qu'ils appellent leur « cuisine interne » et se contentent en général d'affirmer que leurs enquêtes répondent à des critères scientifiques. Les médias ne s'attardent guère davantage sur les modalités de fabrication des sondages, et se limitent le plus souvent à en publier les résultats. Le grand public ignore donc globalement de quelle manière ils sont élaborés. Or, ce n'est qu'en ouvrant la « boîte noire » des sondages que l'on peut comprendre les raisons pour lesquelles les instituts se trompent aussi souvent.

En « 10 leçons », cet ouvrage se propose de rendre accessibles tout en les actualisant les principales connaissances dont on dispose sur la pratique des sondages. Les enquêtes politiques des instituts sont réputées relever d'une grande technicité. Mais comme on le constatera, ce n'est pas forcément toujours le cas et, quoi qu'il en soit, il n'en reste pas moins possible d'expliquer en des termes clairs en quoi ces enquêtes consistent concrètement. On commencera ainsi par revenir sur les raisons pour lesquelles les sondages politiques sont devenus omniprésents (leçon n° 1). On verra ensuite à quel point l'histoire récente des enquêtes d'intentions de vote a été marquée par un nombre d'erreurs conséquent (leçon n° 2), erreurs d'autant plus importantes que les enquêtes sont réalisées plusieurs mois avant le scrutin, laissant

à penser que si les sondages offrent une « photographie de l'opinion », celle-ci s'avère particulièrement floue (leçon n° 3). Puis il s'agira d'expliquer de quelle manière sont constitués les échantillons des sondages (leçon n° 4), et pourquoi il est légitime de considérer qu'ils ne sont pas forcément « représentatifs » (leçon n° 5). Dans la leçon n° 6, on décryptera les opérations de correction de ces échantillons (opérations dites de « redressement ») pour montrer à quel point elles s'avèrent problématiques. On s'intéressera ensuite dans la leçon n° 7 à la façon dont les questions sont comprises par les personnes interrogées et à leur influence sur les réponses qu'ils font. On découvrira notamment qu'il est possible de faire dire à peu près tout et n'importe quoi à un sondage. Dans la leçon n° 8, on s'attardera sur quelques exemples de sondages politiques particulièrement discutables, qui semblent témoigner d'un manque de contrôle sur la production des enquêtes. La leçon n° 9 sera consacrée à l'examen de la question – centrale – des effets des sondages. On verra notamment que si les sondages n'impactent pas directement sur le comportement politique des individus, ils n'en participent pas moins à la sélection des candidats et à la production de diverses croyances politiques. Enfin, dans la leçon n° 10, on tentera de montrer dans quelle mesure les sondages sont capables de produire des mirages politiques en l'illustrant à partir du cas du Front national/Rassemblement national.

Précisons, en dernier lieu, que ce livre n'est pas un livre contre les sondages ni contre les instituts qui les réalisent. Les enquêtes politiques ne constituent qu'une part infime de leur production. Partenaires stratégiques de nombreuses instances et entreprises, les instituts réalisent chaque année un nombre important d'études quantitatives et qualitatives qui donnent entière satisfaction à leurs clients. Ce n'est donc pas leur activité en général qui est en question ici, mais seulement leurs enquêtes politiques. La pratique sondagière constitue par ailleurs un formidable moyen de produire d'indispensables connaissances, tant que l'on s'astreint à en contrôler les modalités de production. C'est ainsi que, dans la recherche académique, et à cette condition,

10 LEÇONS SUR LES SONDAGES POLITIQUES

les enquêtes statistiques sont abondamment utilisées pour explorer et mieux comprendre les opinions et les comportements politiques. Mais, pour différentes raisons sur lesquelles on reviendra, la qualité des sondages politiques réalisés par les instituts semble avoir diminué au cours de ces dernières années. Au moment même où leur publication se multiplie dans le cadre de la campagne pour l'élection présidentielle de 2022, il n'est donc peut-être pas inutile de rappeler à quel point leurs résultats peuvent être fragiles et doivent être interprétés avec prudence.

Leçon n° 1

Pourquoi les sondages politiques sont-ils devenus omniprésents ?

« PRÉSIDENTIELLE 2022 : Marine Le Pen et Emmanuel Macron au coude-à-coude des intentions de vote au 1^{er} tour » (sondage Elabe pour BFM TV, 14 avril 2021) ; « Cote de popularité : Macron baisse, Bertrand monte » (sondage BVA pour RTL et Orange, 2 juillet 2021). « Plus de 66 % des Français font plus confiance à leur Région qu'à l'État » (sondage IFOP pour Région de France et la Fondation Jean Jaurès, publié dans *Ouest-France*, 29 septembre 2021)... Aujourd'hui, notre quotidien est rythmé par la publication de résultats de sondages politiques. Ils sont devenus si familiers que la diffusion et le commentaire de leurs résultats, au milieu des autres informations, nous semblent aller parfaitement de soi. Pourtant, il n'en a pas toujours été ainsi.

Plus de 1000 sondages d'opinion publiés en France par an

Les sondages sont une invention relativement récente. Les premières enquêtes à base d'échantillons dits représentatifs (voir leçons n° 4 et n° 5) ont été réalisées à partir du milieu des années 1930 aux États-Unis. La création des premiers instituts (comme l'American Institute of Public Opinion, AIPO, de George Gallup) précède de quelques mois l'élection présidentielle américaine de 1936. La population américaine était néanmoins déjà régulièrement consultée, au moins depuis

Trump, Brexit, primaires, abstention, Rassemblement national... les erreurs des sondages enfin expliquées !

Jamais les sondages n'ont occupé une telle place dans la vie politique. Ils sont au cœur de l'actualité, donnent lieu à d'incessants commentaires, sont devenus indispensables pour les acteurs politiques et participent même à la sélection des candidats pour la présidentielle de 2022.

Pourtant, jamais les instituts ne semblent s'être autant trompés. On pense bien sûr au Brexit ou à Trump en 2016. Mais en France, la fiabilité des sondages politiques s'avère également problématique. À six mois d'une élection présidentielle, leurs prévisions ne sont correctes que dans un cas sur huit. À trois mois, dans un cas sur trois. Toutes consultations électorales confondues, même les dernières estimations se révèlent approximatives ou erronées dans environ un scrutin sur deux.

Pour saisir les raisons de cet écart entre réalités sondagière et politique, il faut ouvrir la boîte noire des enquêtes et s'intéresser à la manière dont elles sont fabriquées, depuis l'échantillonnage jusqu'à la formulation des questions. Ces dix leçons constituent ainsi un guide précieux pour mieux décoder les sondages et appréhender avec prudence les résultats des enquêtes pour les élections à venir.

Alexandre Dézé est maître de conférences en science politique à l'Université de Montpellier, chercheur au CEPEL et enseignant à Sciences Po Paris.

12,90 €



En couverture : Alexandre Dézé @ Ludovic Sposito (CEPEL)

www.deboecksuperieur.com