



Le Monde
pour Direct Matin

Sonder. A un peu plus d'un an de l'élection présidentielle, les études d'opinion se multiplient. Au-delà des résultats annoncés, les conditions de réalisation de ces baromètres et leur influence sur la vie politique font toujours débat. Enquête.

Comment les sondages sont-ils réalisés ?

Comme toute information, un sondage d'opinion doit être lu avec un regard critique. Quelques principes simples sont à retenir. D'abord, s'assurer de ce qu'on lit. Sont parfois estampillées comme «sondages» de simples consultations qui ne répondent pas aux exigences minimales, quantitatives (au moins 1 000 personnes interrogées) et qualitatives (respect du caractère représentatif de l'échantillon). L'un des objectifs de la proposition de loi adoptée par le Sénat le 14 février est précisément d'interdire que de telles enquêtes soient qualifiées de sondages.

«L'échantillon représentatif» est donc une première garantie. Les sondages faits par Internet sont parfois critiqués parce que certaines catégories de la population sont sous-représentées. Les sondeurs expliquent qu'ils en tiennent compte dans leurs pondérations, mais cela ne résout pas une question de fond. «Le fait de faire partie d'une catégorie ne veut pas dire que vous la représentez. On peut ainsi se demander dans quelle mesure le 75 ans et plus qui répondent sur Internet sont vraiment représentatifs de leur classe d'âge», remarque le politologue et ancien sondeur Roland Cayrol.

Essentielle, la qualité de l'échantillon ne fait cependant pas tout. S'agissant des sondages qui donnent des «intentions de vote» – dont ils sont des photographies à un instant donné et non des prophéties – trois remarques doivent être faites. D'abord, il faut regarder précisément «l'offre» qui est proposée.

Avant que la liste des candidats ne soit fixée, toute enquête qui ne teste pas l'ensemble des configurations plausibles est nécessairement tronquée. Le problème est que cela est rarement fait, notamment pour des raisons de coût.

En deuxième lieu, il faut s'interroger sur deux variables essentielles. «Un sondage sur les intentions de vote n'a aucun sens si l'on n'a pas une idée du taux de mobilisation, c'est-à-dire du pourcentage de gens qui sont sûrs d'aller voter, et du taux de certitude, le pourcentage de ceux qui sont sûrs d'avoir arrêté leur choix», explique Patrick Lehingue, professeur de



Un sondage à proprement parler doit répondre à des exigences minimales quantitatives et qualitatives.

sciences politiques. Là encore, le problème est que ces variables sont rarement communiquées.

La troisième remarque concerne les marges d'erreur.

Celles-ci ne valent que pour les sondages effectués selon la méthode dite «aléatoire». Mais, par extension, elles sont appliquées aux enquêtes réalisées selon la méthode des quotas, ce qui est le cas des sondages faits en France. Dépendant de la taille de l'échantillon, les marges d'erreur varient en fonction des pourcentages obtenus. Ainsi, si l'échantillon interrogé est constitué de 1 000 personnes, la marge d'erreur d'un candidat crédité de 10 % des voix est de deux points en plus ou en moins. Elle sera de trois points pour les candidats crédités de 50 % des voix. «Si on avait publié les marges d'erreur en 2002, on

aurait montré que les zones de Jospin et de Le Pen se recouvraient en partie», explique le sénateur (PS, Loiret) Jean-Pierre Sueur.

S'agissant de la lecture des enquêtes d'opinion au sens large, il faut d'abord veiller à la façon dont les questions sont formulées. «Quand on présente un énoncé sur le mode positif, on obtient plus de "oui" que lorsqu'on pose une question : c'est ce qu'on appelle le biais d'acquiescement», explique Loïc Blondiaux. Auteur de *La fabrique de l'opinion* (Seuil, 1998), le politologue met également en garde contre «l'effet de halo», c'est-à-dire contre l'impact produit par une question sur la façon dont les sondés répondent aux suivantes. «Si vous faites un sondage sur l'islam en évoquant au début du questionnaire un thème comme celui du terrorisme, vous conditionnez les gens à répondre d'une façon qui est forcément biaisée», explique-t-il. •

Thomas Wieder

«Quand on présente un énoncé sur le mode positif, on obtient plus de "oui".»
Loïc Blondiaux, politologue