

Le 1, 17 novembre 2021

« IL N'Y A RIEN DE SCIENTIFIQUE DANS LES SONDAGES AUJOURD'HUI »

ENTRETIEN AVEC ALEXANDRE DÉZÉ

POLITIQUE

Maître de conférences à l'université de Montpellier, chercheur au Cepel (Centre d'études politiques et sociales : environnement, santé, territoires) et enseignant à Sciences Po, il publiera en janvier 20 livres sur les sondages politiques aux éditions De Boeck.

Pourquoi les sondages sont-ils aussi populaires aujourd'hui ?
S'ils occupent une telle place dans la campagne actuelle, c'est notamment en raison de l'effacement du rôle des partis politiques et des difficultés qu'ils rencontrent pour conserver le contrôle sur la sélection des candidats. Les sondages y ont toujours participé, mais jamais autant qu'aujourd'hui, comme l'illustre le cas d'Éric Zemmour. Pourtant, il faut rappeler que le niveau élevé des intentions de vote qui lui sont prêtées provient d'enquêtes discutables d'un point de vue méthodologique. Le principal problème que soulèvent les sondages aujourd'hui est là, dans le décalage entre la valeur qu'on accorde à leurs résultats et la fragilité de leurs modalités de production.

Les nouvelles formes de sondages sont-elles moins fiables que les précédentes ?
Avant, les sondages étaient réalisés en face à face ou par téléphone.

Ces méthodes présentaient des défauts, mais pas autant que les sondages d'aujourd'hui, qui se font quasi tous par Internet. Les enquêtes en ligne ont permis de surmonter les difficultés que les instituts rencontraient pour trouver des répondants, mais aussi d'abaisser les coûts. On est passé à un mode de production *low cost* : on fabrique des sondages à la chaîne, bon marché, pour qu'ils soient immédiatement exploitables par les médias, et que cela fasse le buzz. Cela traduit une forme d'ubérisation du processus de fabrication des sondages.

En quoi consiste cette « ubérisation » ?

Elle consiste à recourir à des panels d'internautes gérés par des sociétés spécialisées ou par les instituts eux-mêmes. Ces internautes sont recrutés sur la base du volontariat. Il suffit d'ouvrir son ordinateur ou son téléphone, de s'inscrire sur le site de ces panels et ensuite, vous recevrez par e-mail des sollicitations, nombreuses, pour répondre à des sondages.

Quel est le problème ?

D'abord, il est possible de renseigner n'importe quelle identité, et par ailleurs, de répondre à peu près n'importe quoi à n'importe quelle question. Ensuite, ces panels présentent des biais importants. On se retrouve par exemple avec des personnes qui sont forcément connectées. Or, en France, et d'après les données de l'Insee et de France Stratégie, 16 % des Français ne se connectent jamais à Internet, et 43 % des 16-74 ans souffrent d'illectronisme, c'est-à-dire qu'ils ont du mal à utiliser Internet.

Donc ces sondages excluent d'emblée toute une partie de la population, et notamment les moins diplômés. En outre, parce qu'ils sont rémunérés, même faiblement, on peut se poser la question de la participation des sondés : veulent-ils donner leur opinion ou obtenir des gratifications sous la forme de points monnayables ou de bons d'achat ? Dans ce dernier cas, on sait qu'ils ajustent leurs réponses pour aller jusqu'au bout de l'enquête.

Que pensez-vous de la sous-déclaration des opinions radicales ou antisystème, surtout situées à l'extrême droite, observée sur le long terme ?

C'est l'un des écueils auxquels sont confrontés depuis longtemps les instituts. Cela explique les nombreuses erreurs dans l'évaluation sondagière du FN/RN et de ses candidats. Avec la généralisation des enquêtes en ligne, ce problème s'est déplacé pour devenir un problème de surdéclaration. Il est en effet plus facile d'avouer une opinion ou une attitude considérée comme illégitime devant un ordinateur qu'un téléphone ou face à un enquêteur. Il y a aussi peut-être un sur-