

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 les 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

**CET APRÈS-MIDI
DANS**

Le Monde

**LE JAPON S'ORGANISE POUR FAIRE
FACE AU RISQUE NUCLÉAIRE**

Redressement des résultats : «pifomètre» et autres recettes

Redressement. C'est le mot magique, celui qui alimente tous les fantasmes. Par quelle opération précise les sondeurs transforment-ils des données brutes en données publiables ? A cette question, tous répondent de façon assez laconique. «*Au fond, c'est comme de la cuisine,* admet Pierre Weill, le fondateur de la Sofres. *Il y a une part de pifomètre, mais cela n'empêche pas de suivre quelques recettes.*»

Celles-ci se fondent d'abord sur des critères sociologiques. En clair, si dans un sondage les retraités ne sont représentés qu'à hauteur de 90 % de leur présence réelle dans la population totale, il convient de pondérer leurs réponses en leur affectant un coefficient multiplicateur de 1,1. Les critères sont également politiques. Par exemple, si on ne trouve dans un sondage que 5 % des gens qui disent avoir voté pour un candidat X en 2007 alors que celui-ci a fait 10 % des voix, il faut appliquer un coefficient multiplicateur de 2 aux réponses de ces sondés. Ces critères se combinent et, à ce jour, seule la commission des sondages a connaissance de l'ensemble des redressements opérés pour chaque étude. «*Nous intervenons quand les chiffres publiés par les sondeurs sortent de la fourchette des différents redressements qui nous sont communiqués*», explique Mattias Guyomar, secrétaire général de la commission. Créée en 1977, celle-ci a pour mission de contrôler les études publiées (soit moins de

10 % des enquêtes d'opinion réalisées, l'écrasante majorité étant confidentielle).

Au fil des années, les informations livrées par les instituts concernant la construction des échantillons, l'administration des questions et leurs méthodes de redressement se sont précisées. Parallèlement, le nombre de «mises au point» publiées par la commission a baissé. Il n'y en eut qu'une avant la présidentielle de 2002 et de 2007, contre 19 en 1981 (15 en 1988 et 3 en 1995).

Si personne, aujourd'hui, ne s'oppose à l'idée de donner plus de moyens financiers à la commission, un point de la proposition de loi fait l'objet de débat. Il concerne son élargissement à des politologues, des sociologues et des statisticiens. «*L'idée est séduisante mais risquée,* observe Jérôme Sainte-Marie, de CSA. *Que des magistrats, comme aujourd'hui, vérifient nos chiffres : c'est parfait. Mais confier cette tâche à des spécialistes de l'opinion, c'est donner à la commission un pouvoir interprétatif qui n'est pas de son ressort.*»

On retiendra enfin que, traditionnellement, les scores du Front national (FN) sont davantage redressés que ceux des autres partis. «*Aujourd'hui, c'est vrai que nous les redressons plutôt moins, car les gens disent plus facilement qu'avant qu'ils ont voté FN à une élection précédente*», confie Edouard Lecerf, de TNS Sofres. • T. W.



Les sondeurs «redressent» les résultats selon certains critères (politiques, sociologiques).

DSK EN TÊTE DEVANT LE PEN

Dominique Strauss-Kahn arriverait largement en tête du premier tour de la présidentielle devant Marine Le Pen et Nicolas Sarkozy, éliminé, tandis que la candidate du FN serait assurée d'être qualifiée pour le second tour dans tous les cas de figure, selon un sondage CSA publié samedi dernier par *La Dépêche du Midi*. D'après cette enquête CSA, Dominique Strauss-Kahn recueillerait 30 % des voix, loin devant Marine Le Pen (21 %) et surtout devant le président de la République (19 %), qui serait éliminé de la course dans «*une sorte de 21 avril à l'envers*», note le journal. Cette enquête montre également que si Marine Le Pen n'arrive jamais en première position contrairement à ce que deux récentes enquêtes laissaient entrevoir, elle pourrait dans toutes les hypothèses franchir l'étape du premier tour. Dans l'hypothèse où le PS serait représenté par Martine Aubry qui serait alors éliminée avec 22 % des voix, c'est Nicolas Sarkozy qui arrive en tête des intentions de vote, avec 24 %, devant Marine Le Pen (23 %). Face à Ségolène Royal, Nicolas Sarkozy recueille également 24 % des intentions de vote, devant Marine Le Pen, 22 %. La candidate socialiste obtiendrait alors 19 % des voix.

17 AU 20 MARS 2011
MONDIAL DU TOURISME
 PARIS - PORTE DE VERSAILLES

Libérez votre instinct voyageur

VOYAGES À PRIX EXCLUSIFS

www.lemondeaparis.com

Obtenez votre invitation coupe file sur www.invitationmondialdoutourisme.com, grâce à votre code DIMA11.