

Le sondage d'opinion : outil de la démocratie ou manipulation de l'opinion ?

Alexandre DÉZÉ

Le sondage d'opinion : outil de la démocratie ou manipulation de l'opinion ?

Alexandre Dézé

FÉVRIER 2022

Sommaire

Avant-propos p. 5
André Comte-Sponville

Le sondage d'opinion :
outil de la démocratie ou
manipulation de l'opinion ? p. 11
Alexandre Dézé

Questions de la salle p. 49

Les publications
de l'Institut Diderot p. 63

Avant-propos

C'était le 24 février 2022, donc deux mois avant la dernière élection présidentielle : la « frénésie sondagière » battait son plein. Il nous avait paru judicieux d'y réfléchir. C'est pourquoi nous avons invité Alexandre Dézé. Maître de conférences en science politique à l'Université de Montpellier, enseignant à Sciences Po Paris et membre de l'Observatoire des radicalités politiques, il s'est d'abord fait connaître comme spécialiste de l'extrême droite (*Le Front national à la conquête du pouvoir ?*, Armand Colin, 2012, *Comprendre le Front national*, Bréhal, 2017), sujet qui reste malheureusement d'actualité. Mais si nous l'avons invité pour parler des sondages, spécialement en matière politique, c'est qu'il venait de leur consacrer un très récent ouvrage, qui avait retenu notre attention (*10 leçons sur les sondages politiques*, De Boeck Sup, 2022). Merci à lui d'avoir bien voulu nous en présenter l'essentiel !

La question que nous lui avons posée prenait la forme d'une alternative, sans doute trop tranchée : « Le sondage d'opinion, outil de la démocratie ou manipulation de l'opinion ? » On verra qu'Alexandre Dézé ne soutient

ni l'une ni l'autre thèse. Ce qu'il entreprend de montrer, c'est que les sondages politiques, comme outils, sont trop imparfaits, trop peu représentatifs (ou d'une représentativité trop partielle, trop discutable, trop invérifiable), trop peu contrôlés et trop souvent erronés pour pouvoir servir véritablement la démocratie. Mais les mêmes faiblesses leur interdisent tout autant, ou à leurs commanditaires, de manipuler l'opinion : les effets de tels sondages sont trop difficiles à calculer, *a fortiori* à anticiper, et tendent trop souvent à s'équilibrer ou à s'annuler, pour que quiconque puisse les maîtriser à son profit. Ni « outil de la démocratie » ni « outil de manipulation de l'opinion », les sondages seraient donc sans importance ? Non pas. Ce qui inquiète notre orateur, c'est la place exorbitante qu'ils tendent de plus en plus à occuper dans notre vie politique et médiatique, jusqu'à perturber (non par manipulation mais par leur existence même, à la fois surabondante, incontrôlée et possiblement pernicieuse) le fonctionnement de nos démocraties.

J'écris cet avant-propos au lendemain du second tour de la même élection. Inutile de préciser que les sondages, depuis deux mois, ne se sont nullement raréfiés ! La plupart des grands instituts en ont publié chaque semaine, voire chaque jour, et se préparent à faire de même en prévision des prochaines élections législatives. On comprend que cela puisse susciter l'agacement et l'inquiétude d'Alexandre Dézé : « Jamais les sondages politiques n'ont été aussi importants en France, et pourtant jamais ils ne semblent s'être autant trompés », écrit-il. Fut-ce le cas, durant cette campagne électorale ? Ce n'est pas évident.

Les derniers sondages plaçaient bien les principaux concurrents dans l'ordre qui fut en effet le leur, au soir de l'élection. Ce n'était pas le cas deux mois plus tôt ? Soit. Mais les sondeurs auront beau jeu de rappeler qu'un sondage est une photographie de l'opinion publique, à tel ou tel moment, et point une prévision. Qu'il soit arithmétiquement d'autant plus proche des suffrages effectifs qu'il en est chronologiquement moins éloigné, cela prouve que les électeurs évoluent (à quoi bon autrement une campagne électorale ?), nullement que les sondages les plus anciens se trompaient.

À quoi notre intervenant objecte, citant Bourdieu, que « l'opinion publique n'existe pas ». Je dirais plutôt qu'elle n'est qu'une abstraction : il n'existe en réalité que des opinions, non seulement plurielles mais toutes singulières, complexes et changeantes. Cela toutefois ne condamne pas l'usage de la notion. Qu'il n'existe que des individus, comme l'enseignent les nominalistes et comme je le crois, cela n'interdit pas de construire, par la pensée, quelques entités plus générales, et même c'est ce qui le rend nécessaire. Je dirais volontiers, à la façon d'Aristote, qu'il n'y a d'existence que du singulier, et de théorie que du général. « Peuple », « nation » ou « démocratie » sont aussi des abstractions, et il en faut pour penser. Quelle action juste, sans abstractions pour l'éclairer ?

Alexandre Dézé observe, à juste titre, que si « les sondeurs se défendent de faire des prévisions, l'utilisation qui est faite de leurs enquêtes électorales n'en reste pas moins prévisionnelle ». Il a bien sûr raison. Mais comment ne

serait-ce pas le cas, à quelques mois ou semaines d'une élection décisive ? C'est le principe du suspense : notre passion sondagière fonctionne à l'espoir et à la crainte, donc aussi à l'ignorance (« on espère savoir ce qui va se passer avant que le résultat n'advienne »), et c'est pourquoi elle est si vive. Mais cela, qui explique le succès des sondages, ne suffit pas à les condamner. Est-ce notre faute si le désir de savoir est plus fort en nous que nos moyens de le satisfaire ?

Notre universitaire ajoute, citant cette fois Patrick Lehingue, que cette prétendue « photo » de l'opinion publique « est souvent floue et mal cadrée ». Dont acte. Mais cela ne vaut-il pas mieux, en l'occurrence, que pas de photo du tout ? Un sondage d'opinion, s'il est fait correctement, nous apprend bien quelque chose : il nous donne une certaine connaissance, certes approximative (elles le sont presque toutes, spécialement dans les sciences humaines), d'un certain rapport de forces, à un certain moment du temps. En bon disciple de Spinoza et des Lumières, j'ai du mal à penser qu'une ignorance, quelle qu'elle soit, puisse valoir mieux qu'une connaissance, même limitée et incertaine.

Les sondages se trompent parfois ou souvent ? On pourrait faire le même reproche aux prévisions météorologiques (elles aussi sont approximatives, et d'autant plus douteuses qu'elles prétendent prévoir plus longtemps à l'avance). Est-ce une raison pour s'en passer ? Au reste, Alexandre Dézé ne réclame aucunement l'interdiction des sondages. Il se contente de souligner le

caractère « problématique » de leur fabrication comme de leur usage (il a assurément raison) et de s'inquiéter de leur poids médiatique, qu'il juge disproportionné. J'en suis d'accord. Mais est-ce la faute des sondeurs, ou bien celle des journalistes ou de nous tous, qui attendons les sondages (comme le note Alain Grangé-Cabane et comme je le confesse, pour mon propre cas) avec avidité ?

S'agissant de l'élection présidentielle qui vient de se dérouler, on n'a pas observé, en tout cas dans les sondages les plus proches du scrutin, d'écarts considérables avec les résultats effectifs. Sauf sur un point, qui concerne le premier tour : l'effet « vote utile », en faveur de Macron et Mélenchon, donc aussi l'effondrement de Pécresse, Jadot et Hidalgo, furent encore plus nets que ce que les sondages semblaient anticiper. Cela ne prouve pas que les sondeurs s'étaient trompés (il n'est pas impossible, et même il est vraisemblable, que cet effet s'est accentué dans les derniers jours précédant le scrutin) mais pose bien la question des sondages et de leurs conséquences, qu'elles soient positives ou négatives. Car l'idée de « vote utile » prend d'autant plus de force que les sondages laissent en effet prévoir quels sont ceux des candidats qui sont voués à l'échec, valorisant d'autant les autres, qui ont une chance de l'emporter. Je suis convaincu, comme beaucoup de commentateurs, que sans les sondages d'opinion (ou s'ils avaient été interdits durant le mois précédant le scrutin), Jadot, Pécresse et Hidalgo auraient eu nettement plus de voix qu'ils n'en obtinrent en réalité. Est-ce un problème ? Oui, bien sûr, puisque cela crée une espèce de distorsion. Peut-on l'éviter ? Ce n'est pas

sûr (comment empêcher des sondages clandestins, qui circuleraient sur les réseaux sociaux ?). Le faudrait-il ? Je n'en suis pas certain non plus : car enfin les citoyens, au moment du choix, ont le droit de disposer du plus grand nombre possible d'informations, et les sondages, même contestables, en apportent incontestablement.

Que conclure, sinon, avec Nicolas Domenach, que les sondages politiques « restent précieux » ? Et, avec Alexandre Dézé, « qu'il est grand temps de poser la question de la place et des usages des sondages dans notre société », qu'il importe sans doute de les contrôler mieux, et surtout de ne pas s'y fier tout à fait (un sondage n'est pas une élection, une opinion n'est pas un vote). Utiles leçons ! Les pages qui suivent ne suffiront sans doute pas à vous désintoxiquer des sondages, mais vous aideront à les consommer avec un peu plus de modération, de prudence et d'esprit critique !

André Comte-Sponville
Directeur général de l'Institut Diderot

Le sondage d'opinion : outil de la démocratie ou manipulation de l'opinion ?

Le titre proposé par l'Institut Diderot pour cette conférence résume assez bien les termes du débat qui, depuis longtemps déjà, oppose les tenants de l'industrie sondagière à leurs pourfendeurs. Je tenterai bien sûr d'apporter un certain nombre de réponses à cette question. Mais je pense qu'il est également important de chercher à dépasser les termes de ce débat si l'on veut comprendre ce qu'est, aujourd'hui, la réalité sondagière. Car si, de mon point de vue, les sondages ne sont ni vraiment un outil de la démocratie, ni vraiment un instrument de manipulation de l'opinion, ils soulèvent en revanche un certain nombre de problèmes qui doivent nous conduire à nous interroger sur leur place et leur emploi dans la vie politique. Je n'aurai pas le temps d'aborder l'ensemble de ces problèmes comme je le fais dans mon livre ¹. Je vais me limiter ici à six de ces problèmes.

1. *10 Leçons sur les sondages politiques*, Bruxelles, De Boeck, 2022.

I. DES SONDAGES POLITIQUES OMNIPRÉSENTS

Le premier problème que posent les sondages tient tout d'abord à leur omniprésence dans la vie politique. Il faut savoir que la France est l'un des pays au monde où l'on produit et consomme le plus de sondages. Chaque année, environ 1 000 sondages d'opinion sont publiés, soit environ 20 % de la production totale estimée, le reste des enquêtes demeurant confidentiel. 1 000 sondages d'opinion par an, cela fait une moyenne de 2,7 sondages par jour. Pour la seule campagne présidentielle française de 2017, pas moins de 560 sondages avaient été réalisés. Pour l'élection présidentielle de 1965, il n'y en avait eu que 14. De fait, en 50 ans, la production sondagière pour ce scrutin a été multipliée par 40. Et l'on s'apprête selon toute vraisemblance avec la campagne actuelle à battre un nouveau record de production.

Ces chiffres sont d'autant plus remarquables que le marché des sondages politiques est dominé en France par une dizaine d'instituts, et que ces sondages ne leur rapportent en fait quasiment rien. On estime en effet qu'ils représentent environ 1 à 5 % de leur chiffre d'affaires. L'essentiel de l'activité des instituts se situe donc ailleurs, dans la réalisation d'études de marché ou de consommation. Mais ces sondages politiques offrent aux instituts une visibilité médiatique importante et leur permet au moins de faire connaître leur marque.

Cette production est devenue tellement abondante que l'on recense aujourd'hui des sondages politiques sur à peu près tout et n'importe quoi : par exemple, sur le candidat

avec lequel les consommateurs de cannabis auraient le plus envie de fumer un joint (sondage Ifop/ *High Society*, février 2022 ²), sur le potentiel électoral de Jean-Marie Bigard (sondage Ifop/ *Valeurs actuelles*, juin 2020 ³) ou encore sur la liste pour laquelle voteraient les abstentionnistes... s'ils n'étaient pas abstentionnistes (sondage Ifop/ *Valeurs actuelles* ⁴), un peu comme si on demandait à des végétariens ce qu'ils mangeraient comme viande s'ils n'étaient pas végétariens...

Cette importance des sondages politiques peut encore se mesurer à l'aune d'autres indicateurs :

- ils sont au cœur de la fabrique de l'actualité politique et donnent lieu à d'incessants commentaires ;
- ils sont devenus indispensables pour les acteurs politiques. Pour ne prendre que cet exemple, en 2019, le Service d'information du Gouvernement, qui travaille pour Matignon, a commandé pour 14 millions d'euros de sondages afin de couvrir les besoins en enquêtes sur la période 2019-2022 ;
- les sondages participent de la sélection des candidats. Le cas d'Éric Zemmour à l'automne 2021 en a offert un cas idéal-typique ;
- ils déterminent pour partie l'obtention des prêts bancaires pour financer les campagnes.

2. Sondage en ligne, 28 janvier-14 février 2022, échantillon de 1 003 personnes, extrait d'un échantillon de 7 516 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas.

3. Sondage en ligne, 28-29 mai 2020, échantillon de 1 005 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas.

4. Sondage en ligne, 5-14 mai 2014, échantillon de 1 638 personnes représentatif de la population âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas.

II. DES ERREURS À RÉPÉTITION

Jamais les sondages politiques n'ont été aussi importants en France, et pourtant jamais ils ne semblent s'être autant trompés. Et c'est le deuxième problème. Nous avons tous en tête des exemples d'échec « historique » : l'élection présidentielle de 1995 et celle de 2002 en France, le Brexit ou l'élection américaine en 2016. Mais on aurait tort de considérer ces exemples comme des exceptions. Ne serait-ce qu'en France, au cours de ces vingt-cinq dernières années, et toutes consultations électorales confondues, les estimations des instituts se sont avérées approximatives ou erronées dans près d'un cas sur deux. Depuis 1995, aucun sondage réalisé à un an d'un scrutin présidentiel n'a donné le bon ordre d'arrivée des candidats. À six mois d'un scrutin présidentiel, les prévisions des instituts sont correctes dans un cas sur huit ; à trois mois, dans un cas sur trois. Or, pour la présidentielle de 2017, 40 % de la production sondagière avait été publiée avant le mois de février 2017 (le premier sondage remontant à 2013). On peut donc se poser la question de l'intérêt d'une telle production compte tenu de sa faible capacité prévisionnelle.

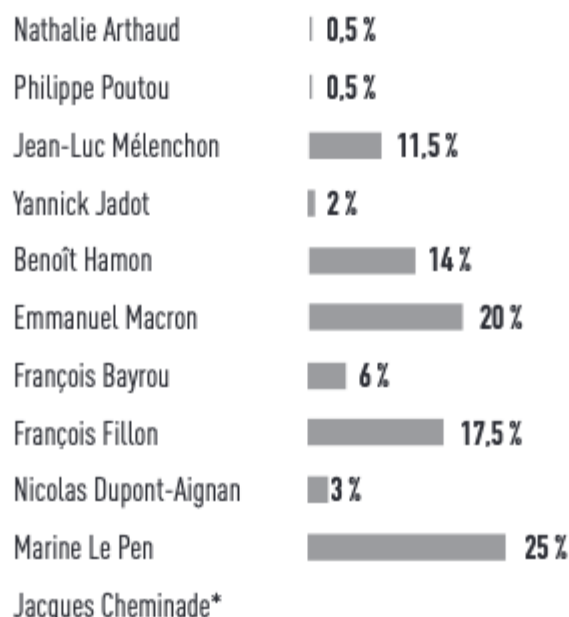
Pour mesurer le crédit qu'il faut accorder aux sondages publiés actuellement, alors que nous sommes en février 2022, reportons-nous au mois de février 2017, en prenant comme exemple cette enquête réalisée par IPSOS pour le compte du CEVIPOF et du *Monde* à partir d'un échantillon de plus de 15 000 personnes ⁵ :

L'élection présidentielle - L'intention de vote au 1^{er} tour

Question : Si le premier tour de l'élection présidentielle avait lieu dimanche prochain, quel est le candidat pour lequel il y aurait le plus de chances que vous votiez ?
Si vous aviez le choix entre les candidats suivants ... ?

Hypothèse 2

Avec François Bayrou - **Base :** Certains d'aller voter, exprimés



Personnes certaines d'aller voter n'ayant pas exprimé d'intention de vote : **7 %**

* Résultat inférieur à 0,5

Source : © Ipsos CEVIPOF LE MONDE - EEF 2017 - Février 2017

Comme on l'aura constaté, les résultats finaux sont relativement éloignés des résultats annoncés : Jean-Luc Mélenchon est donné à 11,5 % d'intentions de vote alors qu'il obtiendra 19,6 % des suffrages exprimés à l'issue

5. Sondage en ligne pour le CEVIPOF et *Le Monde*, 7-12 février 2017, échantillon national de 15 874 personnes représentatif de la population âgée de 18 ans et plus et inscrite sur les listes électorales, méthode des quotas.

du premier tour (écart de 8,1 points) ; Benoît Hamon est donné à 14 %, alors qu'il obtiendra 6,4 % (écart de 7,6 points) ; Emmanuel Macron est donné à 20 % alors qu'il obtiendra 24,1 % (écart de 4,1 points) ; Marine Le Pen est donnée à 25 % alors qu'elle obtiendra 21,3 % (écart de 3,7 points). De fait, il est vraisemblable que les sondages actuels ne reflètent guère le résultat final du premier tour. Et pourtant, c'est bien comme tels qu'ils sont traités.

III. LA REPRÉSENTATIVITÉ DES ÉCHANTILLONS

Dans les notices qu'ils doivent déposer auprès de la Commission des sondages, tout comme dans les mentions accompagnant la publication des résultats, les instituts prennent soin de rappeler que leurs échantillons sont « représentatifs ». C'est un objectif que leur assigne la loi de juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion (loi modifiée en 2016) dans laquelle il est indiqué que les personnes interrogées doivent être « choisies par l'organisme réalisant le sondage de manière à obtenir un échantillon représentatif de la population concernée ». Pourtant, et c'est le troisième problème, il est possible de douter de la représentativité des échantillons, et ce pour au moins trois raisons.

1) La première raison est liée à la méthode des quotas – méthode utilisée de manière exclusive par les instituts français pour constituer leur échantillon –

et au nombre limité de variables mobilisées pour établir ces quotas. Il s'agit en effet, pour les instituts, de construire une population miniature à l'image de la population de référence, à partir d'un ensemble de variables jugées structurantes : le sexe, l'âge, la catégorie socio-professionnelle et le lieu d'habitation. Sur ces variables, les échantillons sont bien représentatifs. Mais on peut constater qu'ils ne le sont pas nécessairement sur les autres variables structurantes de la population. Or, une population ne se résume pas à quatre variables. Il manque notamment, au moment de la constitution des échantillons, la prise en compte d'une variable importante pour comprendre les comportements politiques d'aujourd'hui : le niveau de diplôme. Pour ne prendre que cet exemple, cette variable manquante est essentielle pour comprendre le vote Rassemblement national, puisqu'une personne qui n'a pas de diplôme a quatre fois plus de probabilité de voter pour Marine Le Pen qu'une personne diplômée du Supérieur. Ainsi, lorsqu'on compare la structuration par niveau de diplôme de la population française (données INSEE) et la structuration par niveau de diplôme des échantillons, on constate d'une part, une sous-représentation des personnes peu ou pas diplômées (qui se sentent en général moins habilitées à répondre à des questions de nature politique) et, d'autre part, une sur-représentation des personnes diplômées du Supérieur. Pour corriger ce défaut de représentativité, il faudrait introduire le niveau de diplôme comme variable de quota. Le problème, c'est que plus on multiplie les variables de quota, et plus l'échantillon est difficile à constituer.

2) La deuxième raison tient à la taille des effectifs des échantillons, dont les standards pour les enquêtes d'intention de vote tournent autour de 1 000 à 1 500 personnes. Or, il se trouve que pour ces enquêtes, on ne va retenir au sein des échantillons que les personnes inscrites sur les listes électorales, qui déclarent être certaines d'aller voter et qui expriment une intention de vote. Résultat : d'un échantillon de 1 000-1 500 personnes, on passe à un échantillon qui peut être trois fois moins important, comme l'illustre l'exemple de ce sondage IPSOS portant sur les intentions de vote pour les élections européennes de 2019 et dont les résultats ont été notamment repris par le *Journal du Dimanche* ⁶. L'échantillon de départ est de 957 personnes. Mais en ne retenant que les personnes inscrites sur les listes électorales, certaines d'aller voter et exprimant une intention de vote, sa taille tombe à 378 personnes. C'est donc sur cette base que les intentions de vote vont être estimées. Or, avec une taille aussi critique, et dans le cadre d'un sondage réalisé plusieurs mois avant le scrutin, on ne peut guère s'étonner du décalage entre, d'un côté, les estimations – qui vont pourtant donner lieu à d'abondantes spéculations dans les médias sur le potentiel électoral d'une liste Gilets jaunes estimé à 12 % d'intentions de vote (45 personnes dans l'échantillon...) – et, de l'autre, le résultat final aux européennes des listes Gilets jaunes (0,6 %), soit un écart de 11,4 points.

6. Sondage en ligne réalisé pour le compte de La République En Marche, 5-6 décembre 2018, échantillon de 957 personnes constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas.

SONDAGE. Une liste Gilets jaunes aux européennes affaiblirait Le Pen et Mélenchon

Rédaction JDD : Une liste aux couleurs du mouvement des Gilets jaunes aux prochaines élections européennes ponctionnerait d'abord des électeurs au Rassemblement national de Marine Le Pen et à la France insoumise de Jean-Luc Mélenchon.

Liste	Sondage (12.2018)	Résultats (05.2019)	Écarts
LREM	21 %	22,4 %	1,4 pt
RN	14 %	23,3 %	9,3 pts
EELV	13 %	13,4 %	0,4 pt
GJ	12 %	0,6 %	11,4 pts
REP	11 %	8,5 %	2,5 pts
LFI	11 %	6,3 %	4,7 pts

Source : *Journal du Dimanche*, le 8 décembre 2018, modifié le 9 décembre 2018.

3) La troisième raison pour laquelle il est possible de douter de la représentativité des échantillons tient au fait que la très grande majorité d'entre eux sont désormais constitués en ligne, sur Internet, à partir d'*access panels*. Ces panels sont, soit directement détenus par les instituts, soit gérés par des sociétés spécialisées, comme par exemple Bilendi, avec le panel « Maximiles ». Mais ce type d'échantillon pose plusieurs problèmes.

Tout d'abord, les personnes qui répondent aux enquêtes en ligne sont des personnes volontaires et auto-recrutées. Or, ce mode d'autosélection transgresse bien évidemment les principes fondamentaux de l'échantillonnage.

Ensuite, ces sondages en ligne excluent les 14 millions de personnes qui, en France, ne se connectent jamais à Internet, en ont un usage distant ou peu maîtrisé, soit 28 % de la population âgée de 18 ans et plus selon les données 2018 de France Stratégie.

Il faut encore noter que la plupart des enquêtes sont désormais rémunérées, soit sous forme de points monnayables et cumulables (d'une valeur inférieure à un euro par questionnaire complété) soit sous forme de bons cadeaux. Sachant qu'il est possible de s'inscrire à plusieurs panels et de répondre à plusieurs questionnaires par jour, il s'agit là d'un moyen de se constituer potentiellement un petit pécule. Le problème, c'est qu'avec ces gratifications, on transforme des personnes censées être représentatives de la population en sondés professionnels. De fait, lorsqu'elles répondent à ces sondages, le font-elles pour donner leur opinion, ou pour accumuler des gratifications ? Cela pose la question de la sincérité de la réponse. Dans une émission de France Culture consacrée aux sondages et diffusée en 2017 ⁷, on pouvait ainsi prendre connaissance de ce témoignage de Guillaume, jeune père de famille répondant à plusieurs sondages par jour :

« La gratification est un élément primordial. Je ne réponds pas aux sondages qui ne sont pas rémunérés. Je suis inscrit depuis 2012, j'ai pu avoir des appareils d'écoute bébé, un balai aspirant, un coffret de jardinage, etc. »

7. « Sondages : faut-il changer de méthode ? », *France Culture*, 17 mars 2017, disponible sur : <https://www.franceculture.fr/politique/sondages-faut-il-changer-de-methode>.

« Il m'est arrivé de mentir quand les questions sont tranchées dès l'entrée du sondage. Par exemple : "êtes-vous fumeur?". Si vous répondez "non", le sondage s'arrête et vous ne gagnez pas de points. Parfois, le pragmatisme l'emporte et il m'arrive de dire que je suis fumeur alors que pas du tout. Dans les cas de figure politique, quand aucune réponse ne convient tout à fait à mon opinion, je choisis la moins mauvaise. Il faut faire un choix pour continuer le questionnaire ».

Enfin, et ce problème est sans doute l'un des plus importants : l'inscription sur ces panels est sans condition et sans contrôle. Je me suis inscrit à l'un de ces panels durant l'été 2021, pendant que je rédigeais mon livre. Depuis lors, j'ai eu l'occasion de répondre à plusieurs sondages sous le nom de John. A chaque début de questionnaire sont demandés le sexe, l'âge, la catégorie socio-professionnelle et le lieu d'habitation du répondant. Or, par exemple, j'ai pu indiquer sans difficulté que j'étais une femme, d'un âge compris entre 35 et 49 ans, ouvrière, avec trois enfants et habitant la région Grand-Est. Mais aucune de ces informations n'est juste. Sur les questions politiques, j'ai pu mentionner que j'étais d'extrême-droite, que je voterai pour Anne Hidalgo à la présidentielle de 2022 et qu'en 2017, j'avais voté Nathalie Arthaud. Mais encore une fois, toutes ces informations sont erronées. Dans un autre sondage, j'ai encore pu indiquer que j'avais voté François Fillon à la présidentielle de 2017, que le parti dont je me sentais le plus proche était le parti animaliste et que j'étais de confession musulmane.

On pourrait penser que les profils *a priori* incohérents comme ceux-ci sont probablement écartés des panels. Mais se déclarer d'extrême droite et voter à l'extrême gauche n'est pas forcément incohérent : ce type de profil, même s'il est minoritaire au sein de l'électorat, existe bel et bien. Par ailleurs, il reste toujours possible de répondre aux questions sans pour autant faire état de ses véritables orientations. Enfin, compte tenu de la pression qui s'exerce sur la demande, *a fortiori* en temps de campagne électorale, on peut douter que les gestionnaires de panels aient la possibilité de vérifier la cohérence des réponses dans le détail, *a fortiori* quand le degré d'incohérence n'est pas patent.

IV. LES REDRESSEMENTS

Le quatrième problème réside dans ce qu'on appelle les redressements, et il est étroitement lié au problème précédent de représentativité. Ce qu'il faut savoir, c'est que les résultats bruts qui sont recueillis par les instituts à l'issue des phases d'enquête sont « faux »⁸. Ce n'est pas moi qui l'affirme, mais Roland Cayrol, politologue au CEVIPOF et ancien directeur de l'institut CSA. On peut être surpris par un tel aveu de sincérité : rarement, en effet, on ose affirmer dans un secteur professionnel que le produit de sa propre activité est factice. Mais en l'occurrence, Roland Cayrol affirme qu'ils sont « faux »

8. « Il est inutile de légiférer sur la question des sondages », *Le Monde*, 8 mars 2011, disponible sur : https://www.lemonde.fr/idees/article/2011/03/08/il-est-inutile-de-legiferer-sur-la-question-des-sondages_1490046_3232.html

pour mieux justifier l'intervention des opérations de redressement. Pourquoi sont-ils faux ? Pour deux raisons essentiellement.

Tout d'abord, parce que dans les échantillons, il manque des personnes, notamment celles qui ne se sentent pas habilitées à répondre à des questions politiques : le plus souvent, ce sont des personnes qui occupent une position basse dans l'échelle sociale, qui sont précarisées, isolées et qui entretiennent généralement un rapport distant à la politique. Ainsi, dans les échantillons bruts, on trouve toujours plus de personnes qui appartiennent aux CSP+ qu'aux CSP-. Par exemple, on peut observer dans le cas suivant (extrait d'un sondage réalisé par un institut), qu'il manque presque la moitié des ouvriers dans l'échantillon brut relativement à l'échantillon redressé.

		Base non pondérée	% non pondéré	Coef. de pondération	Base pondérée	% pondéré
SEXE	Homme	477	47,60 %	1,00	477	47,60 %
	Femme	525	52,40 %	1,00	525	52,40 %
ÂGE	de 18 à 24 ans	102	10,20 %	1,04	106	10,60 %
	de 25 à 34 ans	152	15,20 %	1,04	158	15,80 %
	de 35 à 49 ans	266	26,50 %	1,00	266	26,50 %
	de 50 à 64 ans	254	25,30 %	1,00	254	25,30 %
	65 ans et plus	228	22,80 %	0,96	218	21,80 %
ACTIVITÉ	Indépendants, chefs d'ent.	46	4,60 %	1,00	46	4,60 %
	Cadres	102	10,20 %	0,95	97	9,70 %
	Professions intermédiaires	134	13,40 %	1,13	151	15,10 %
	Employés	147	14,70 %	1,19	175	17,50 %
	Ouvriers	86	8,60 %	1,59	137	13,70 %
	Retraités	296	29,50 %	0,93	276	27,50 %
	Élèves, étudiants	44	4,40 %	0,91	40	4,00 %
	Autres inactifs	147	14,70 %	0,54	79	7,90 %

Comment va-t-on corriger ce défaut de représentativité ? En procédant à une opération de pondération. On va gonfler artificiellement le poids des catégories manquantes, et on va diminuer tout aussi artificiellement le poids des catégories trop présentes, afin que ces catégories correspondent à leur poids effectif dans la population de référence. Ce qui va évidemment affecter le poids des opinions de chacune de ces catégories.

La deuxième raison pour laquelle les échantillons bruts sont faux, c'est que les instituts ne parviennent pas à enregistrer correctement certaines opinions et pratiques politiques. Ce que l'on peut constater au niveau de ces résultats, c'est en effet un triple phénomène :

- 1) de sous-représentation et de sous déclaration de l'abstention : non seulement les gens qui s'abstiennent participent moins aux enquêtes que ceux qui votent, mais généralement, une partie d'entre eux dissimulent également leur abstention, qui reste mal vue socialement ;
- 2) de sur-déclaration des opinions favorables ou des intentions de vote pour les candidats et formations de la gauche et du centre, et que l'on peine à expliquer autrement que comme la volonté de se conformer à une image politique construite comme socialement positive ;
- 3) de sous-déclaration des opinions favorables et ou des intentions de vote pour les candidats et formations extrêmes dans les enquêtes en face à face ou téléphone, et de sur-déclaration dans les enquêtes en ligne.

Pour corriger ces phénomènes, les instituts vont donc procéder à de nouvelles opérations de redressement. Comment ? On ne le sait pas exactement. Depuis la loi du 25 avril 2016, les instituts sont certes tenus de mentionner « s'il y a lieu, les critères précis de redressement des résultats bruts du sondage » dans les notices qu'ils doivent déposer auprès de la Commission des sondages. Mais en général, ces critères ne sont pas détaillés, et les données communiquées ne concernent que les précédents scrutins.

Pour redresser les résultats bruts au niveau politique, les instituts se basent sur ce qu'on appelle la mémoire du vote. Par exemple, si le vote RN est estimé à des niveaux insuffisants, il va être artificiellement remonté à l'aide d'un coefficient calculé à partir du rapport entre les résultats obtenus par le parti ou ses candidats lors des précédentes élections, et ce que les personnes interrogées auront déclaré avoir voté lors de ces précédentes élections.

L'opération est licite en tant que telle. Mais elle pose un certain nombre de problèmes :

- 1) la mémoire du vote est faillible. En moyenne, on estime en effet qu'un électeur sur quatre ne se souvient pas de ce qu'il a voté aux précédentes élections ;
- 2) les coefficients sont sans doute appliqués par les instituts mais on ne sait pas de quelle manière précisément. Le détail des opérations reste en effet opaque, au prétexte du secret professionnel. Ce que l'on sait,

c'est que les sondeurs n'hésitent pas en dernier ressort à modifier les résultats redressés en fonction de leur propre évaluation de la situation politique ou, pour être plus juste, de leur « flair » politique. Ainsi, comme a pu l'affirmer Pierre Weill, fondateur et ancien directeur de l'institut Sofres : « au fond, [les redressements], c'est comme de la cuisine, il y a une part de pifomètre »⁹.

Compte tenu de l'importance des sondages dans la vie politique française, on peut s'étonner une nouvelle fois de la légèreté de tels propos. Mais en même temps, et de cette manière, on comprend mieux les écarts potentiels entre les estimations sondagières et les résultats réels, écarts qui se vérifient tout d'abord assez bien au niveau de l'abstention. Prenons l'exemple des élections européennes de 2019 pour lesquelles la plupart des instituts avaient annoncé une abstention « record », nourrissant des commentaires pour le moins alarmistes dans les médias (voir illustration ci-contre). Or, c'est une participation « record » auquel a donné lieu ce scrutin, créant ainsi une « grande surprise » (LCI) – surprise qui ne vaut que parce que l'on s'est basé sur les estimations des instituts, dont on sait pourtant qu'ils ont les plus grandes difficultés à mesurer l'abstention.

9. « Redressement des sondages : « pifomètre » et autres recettes », *Le Monde*, 8 mars 2011. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/a-la-une/article/2011/03/08/redressement-des-sondages-pifometre-et-autres-recettes_1490007_3208.html



De même, on constate régulièrement une surévaluation des listes de gauche et du centre. Le tableau suivant l'illustre assez bien en comparant les dernières estimations avec les résultats du premier tour des élections municipales de 2014 dans des villes aussi importantes que Tours, Chambéry, Grenoble, Rouen ou encore Marseille.

Villes	Listes	Dernières estimations	Résultats 1 ^{er} tour	Écarts
Tours	PS (allié PC, PRG)	38 % (IPSOS)	27,8 %	+10,2
Chambéry	PS (allié EELV, PRG)	44 % (BVA)	35,8 %	+8,2
Grenoble	PS (allié PC, PRG, MRC)	35 % (BVA)	25,3 %	+9,7
Rouen	PS (allié PC)	38 % (IPSOS)	30,2 %	+7,8
Marseille	PS (allié EELV)	28 % (CSA)	20,7 %	+7,3

Mais le parti ou les candidats avec lesquels les instituts ont le plus de difficultés, c'est sans doute ceux du Rassemblement national. Le politiste Patrick Lehingue a calculé qu'entre 1984 et 2006, les estimations des instituts concernant le Front national et son ancien leader avaient été correctes dans moins d'un cas sur deux. Et depuis lors, peu de choses ont changé, comme l'illustre encore le cas des élections régionales de 2021, où les intentions de vote pour les listes du RN ont été surestimées dans une fourchette allant de 4,5 à 10,4 points. L'institut Ipsos plaçait même le RN en tête dans six régions sur treize. Ce ne sera finalement le cas que dans une seule (PACA).

V. LA COMPRÉHENSION ET LA FORMULATION DES QUESTIONS

Les questions posées dans les enquêtes politiques ne font pas nécessairement sens et n'ont pas nécessairement le même sens pour toutes les personnes interrogées. Les sondeurs n'ignorent pas ce problème, mais il faut admettre qu'ils conçoivent généralement leur questionnaire comme si les sondés partageaient leurs niveaux d'intérêt et de compétence politiques. Or, il faut se souvenir que, dans leur grande majorité, les citoyens ordinaires ne possèdent qu'une connaissance relativement faible et fragmentaire du monde politique, ce qui fait que lorsqu'ils acceptent de répondre, ils répondent potentiellement « n'importe quoi à n'importe quelle question », pour reprendre une formule de Pierre Bourdieu. On peut ici prendre au moins trois exemples.

Le premier provient d'une question qui a été longtemps posée par le CREDOC (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie) dans ses enquêtes : « Avez-vous entendu parler de l'amendement Bourrier concernant la Sécurité sociale ? ». Entre 4 et 6 % des personnes interrogées répondaient régulièrement « oui » à cette question. Or, il se trouve que l'amendement Bourrier n'a jamais existé.

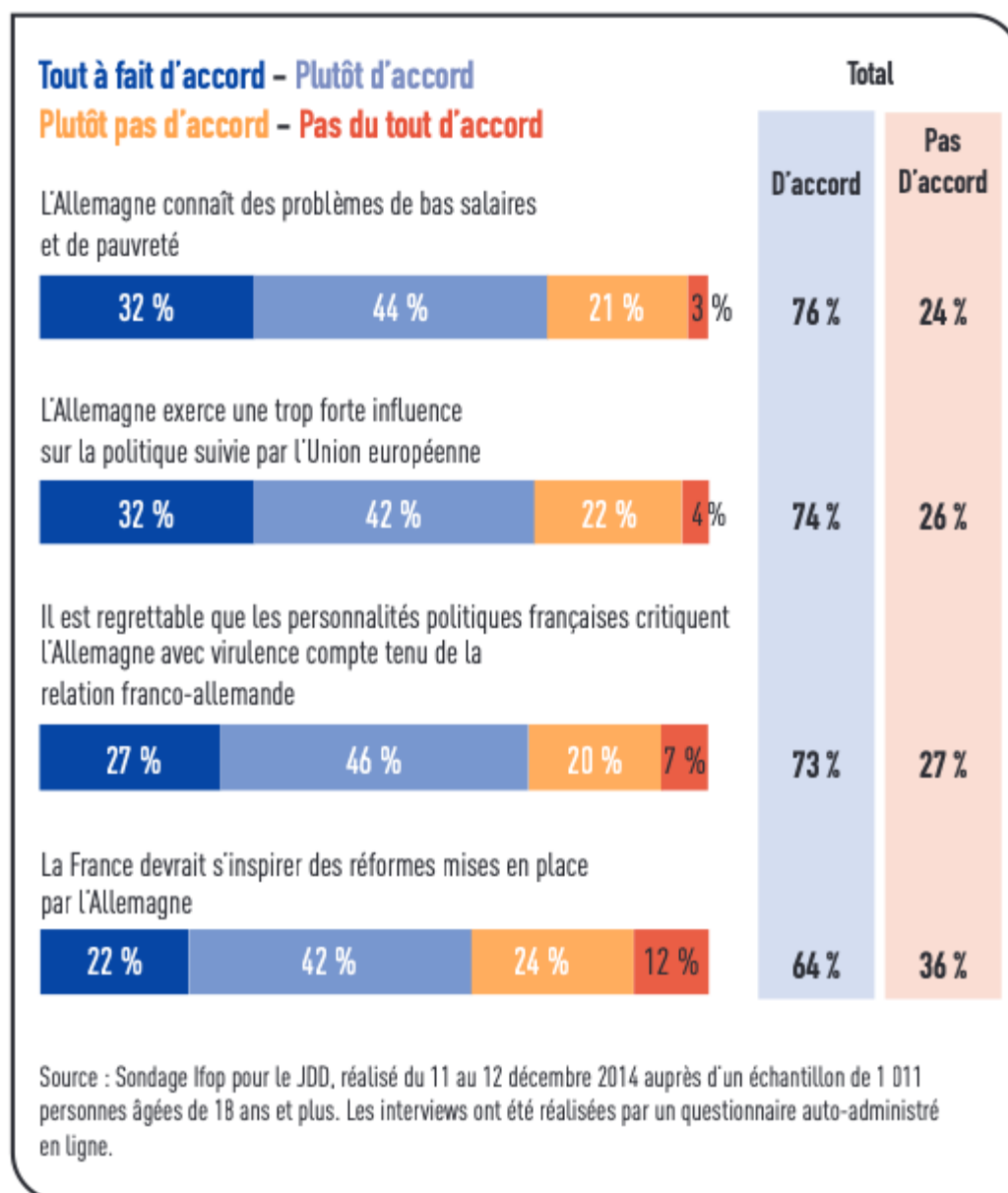
De la même manière, il s'avère que souvent, les questions politiques sont trop complexes pour pouvoir y répondre. C'est ce que montre très bien le politiste Daniel Gaxie dans ses travaux. Dans une enquête sur le « libéralisme », Daniel Gaxie a combiné une question « fermée » (avec réponses préétablies) sur les attitudes à l'égard du libéralisme et une question « ouverte » (réponse libre) portant sur la signification du terme. À la question fermée (« Certains disent que pour s'en sortir, il faut renforcer le libéralisme. Êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout ? »), il note que les personnes interrogées n'ont pas de difficulté particulière pour répondre. Ce qui est loin d'être le cas quand ils doivent répondre à la question ouverte (« Pouvez-vous dire en quelques mots ce que représente le libéralisme pour vous ? »), comme l'attestent ces verbatims : « je ne sais pas » ; « le libéralisme ! alors là ! » ; « je n'ai pas d'opinion là-dessus » ; « j'allais vous le demander ! » ; « y'a des questions difficiles » ; « difficile à expliquer » ; « je n'en sais trop rien », etc. Ici, on comprend qu'il ne s'agit plus simplement de choisir entre des opinions préconstituées

sous forme de réponses déjà établies (ce que mesurent en général les sondages), mais de donner sa propre opinion. L'exercice est donc d'autant plus exigeant, *a fortiori* lorsqu'il s'agit de se positionner sur des sujets considérés comme ardu. De fait, comme l'affirme Daniel Gaxie, on peut penser « qu'une partie des personnes interrogées a répondu à la première question un peu au hasard, sans vraiment comprendre la question »¹⁰.

Il faut bien prendre conscience que la plupart des sondages politiques placent les personnes interrogées en situation de devoir se prononcer sur des questions qu'ils ne se posent pas forcément et qu'ils ne maîtrisent pas nécessairement. Comment pourrait-il en être autrement avec des questions qui, le plus souvent, portent sur des sujets complexes, comme l'illustre encore cet exemple, tiré d'une enquête Ifop sur l'Allemagne pour le *Journal du Dimanche* ?

10. Daniel Gaxie, *Sondages : précautions avant usages. Tout ce que vous devez savoir sur les sondages sans avoir jamais songé à vous en préoccuper*, Pantin, Fondation Gabriel Péri, décembre 2020, p. 85.

Voici une série de phrases au sujet de l'Allemagne.
Diriez-vous que vous êtes d'accord ou pas d'accord avec
chacune d'entre elles ?



Il semble *a priori* évident que, pour répondre à de telles questions, il faut pouvoir connaître *a minima* la vie politique et économique allemande, l'histoire des relations franco-allemandes mais aussi les rapports entre l'Allemagne et l'Union européenne. Mais qui possède

de telles connaissances, en dehors des spécialistes du pays voisin d'outre-Rhin ? Pourtant, on postulera ici que ces connaissances sont partagées par l'ensemble des personnes interrogées, et qu'il n'y a donc aucune raison de douter de la valeur des résultats de l'enquête.

Ce n'est pas seulement la compréhension des questions qui pose problème, mais également celle de leur formulation. Dans mon livre, je rappelle à quel point il est possible d'orienter les réponses en fonction de la manière dont seront posées les questions. Ce qui fait que l'on peut faire dire à peu près tout et n'importe quoi à un sondage, tout mais également son contraire, comme on peut le constater en comparant ces deux enquêtes portant sur l'image de Marine Le Pen, l'une extraite du baromètre d'image réalisé par TNS Sofres sur le FN (février 2013)¹¹, l'autre issue d'un sondage BVA (avril 2014)¹². Pour apprécier cette image, on demande aux personnes interrogées d'indiquer si tel ou tel qualificatif s'applique bien ou mal à Marine Le Pen.

Dans le premier cas, tous les qualificatifs apparaissent positifs, réduisant les possibilités, vu la formulation de la question, d'émettre une opinion négative sur Marine Le Pen. Ce qui ressortira de cette enquête dans les médias, c'est donc une image positive de la présidente du parti.

11. Sondage réalisé en face-à-face, 24-28 janvier 2013, échantillon de 1 012 personnes, représentatif de l'ensemble de la population âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas.

12. Sondage en ligne, 29-30 avril 2014, échantillon de 1 102 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas.

Baromètre d'image du Front national 2013

L'image de Marine Le Pen. Pour chacun des qualificatifs suivants, diriez-vous qu'il s'applique très bien, assez bien, assez mal ou très mal à l'image que vous avez de Marine Le Pen ?

S'applique très bien – S'applique assez bien

S'applique assez mal – S'applique très mal

		Total s'applique bien	Total s'applique mal	Sans opinion
Volontaire		81 %	13 %	6 %
Capable de prendre des décisions		69 %	23 %	8 %
Capable de rassembler au-delà de son camp		53 %	36 %	11 %
Comprend les problèmes quotidiens des Français		49 %	42 %	9 %
Sympathique et chaleureuse		37 %	54 %	9 %
A de nouvelles idées pour résoudre les problèmes de la France		35 %	55 %	10 %
Honnête, inspire confiance		34 %	55 %	11 %

Source : TNS Sofres - Pour France Info / Le Monde / Canal +

Image détaillée de Marine Le Pen

Pour chacun des qualificatifs suivants, dites-moi s'il s'applique plutôt bien ou plutôt mal à Marine Le Pen

S'applique plutôt bien – **S'applique plutôt mal** – **NSP**

D'extrême droite



Agressive



Courageuse



Démagogique



Raciste



Convaincante



Proche des gens



Compétente



Ayant la stature d'une femme d'État



Honnête



Sympathique



Visionnaire



Source : BVA Opinion - Pour Le Parisien

Mais il est possible de produire le résultat inverse : il suffit, pour cela, de modifier la liste des qualificatifs. C'est ce qu'a fait l'institut BVA pour *Le Parisien*. La question est quasiment la même, mais parmi les qualificatifs, il y a les suivants : « d'extrême-droite », « agressive », « démagogique », « raciste ». Or ce sont ces qualificatifs qui ressortent en premier. Qu'a titré *Le Parisien* ? : « Dans le foisonnement des bons sondages pour le FN et sa patronne emblématique, notre enquête exclusive a de quoi refroidir Marine Le Pen ». Ici, c'est donc une image négative qui ressort de l'enquête.

VI. DES SONDAGES INSUFFISAMMENT CONTRÔLÉS

Le dernier problème que je souhaite évoquer porte sur le contrôle des sondages politiques. En France, il existe une autorité administrative qui s'appelle la Commission des sondages et qui est censée vérifier non pas tellement la bonne qualité des sondages que leur conformité à un ensemble d'exigences fixées par la loi de 1977 (modifiée par la loi de 2016). Les instituts sont tenus notamment, lors de la publication des résultats, d'indiquer l'objet du sondage qu'ils ont réalisé, la taille de l'échantillon, la méthode d'interrogation, la marge d'erreur, etc. Il s'agit donc de contraintes assez légères, sachant que le contrôle de la Commission ne porte que sur les sondages électoraux, et laisse donc de côté tous les autres sondages politiques. Depuis 1977, et à ma connaissance, la Commission n'a jamais émis une seule sanction à l'égard des instituts, elle n'a jamais fait condamner un institut alors

qu'elle peut délivrer des amendes allant jusqu'à 75 000 €. Elle a pu convoquer leurs responsables pour audition, elle a publié des communiqués et des mises au point sur son site Internet ou dans les médias, mais son travail n'a guère été plus loin. Donc, en définitive, on peut avoir l'impression que les pratiques des instituts, la qualité des sondages mais aussi l'exploitation de leurs résultats par les médias sont *a priori* irréprochables. Il faut convenir que la Commission est pour l'essentiel constituée de hauts fonctionnaires qui ne connaissent pas grand-chose aux sondages, comme a pu le souligner le sénateur Jean-Pierre Sueur, auteur avec son collègue Hugues Portelli d'un projet de loi visant à renforcer la législation sur la pratique sondagière, adopté à l'unanimité au Sénat en 2011, et jamais mis à l'ordre du jour de l'Assemblée à l'époque (il faudra attendre la loi de 2016). Dans une interview à France Info, Jean-Pierre Sueur avait pu déclarer : « Parmi cette Commission, il y a beaucoup de magistrats à la retraite. Ils ont un point commun : ils sont incompetents. Pas dans leur discipline juridique, mais ils ne connaissent pas grand-chose des problèmes de l'opinion publique. Ils ont d'autres activités à côté et pour eux, l'étude des sondages est une activité marginale. Quand on est dans la période des sondages, la Commission fait un examen en surface »¹³. Pourtant, comme on l'a vu, nombre de sondages politiques apparaissent problématiques. On peut encore prendre ici deux exemples.

13. « Élection présidentielle : dix raisons qui expliquent pourquoi les sondages peuvent se planter », *Francetvinfo.fr*, 19 mars 2017, disponible sur : https://www.francetvinfo.fr/elections/sondages/election-presidentielle-dix-raisons-qui-expliquent-pourquoi-les-sondages-peuvent-seplanter_2102031.html

Le premier concerne un sondage sur les intentions de vote pour Marine Le Pen. Le 9 janvier 2012, le journal *Libération* publie en Une de son édition les résultats d'un sondage réalisé par l'institut Viavoice annonçant que 30 % des électeurs n'excluraient pas de voter Marine Le Pen au premier tour de l'élection présidentielle de 2012¹⁴.



Depuis que la fille de Jean-Marie Le Pen a été élue présidente du Front national en janvier 2011, une logique spéculative s'est emparée des sondages et des médias, qui lui promettent à chaque publication des scores un peu plus importants. Le résultat an-

noncé par *Libération* est alors l'un des plus élevés parmi toutes les estimations produites par les instituts, et il est abondamment repris par l'ensemble des médias, français comme étrangers.

Il reste qu'en examinant le détail des données publiées dans la notice méthodologique, on apprend que les 30 % sont en réalité le produit de l'addition de trois pour-

14. Sondage par téléphone, 5-6 janvier 2012, échantillon de 2 011 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas.

centages : celui des personnes ayant répondu qu'elles voteraient « certainement » (8 %) pour Marine Le Pen, celui des personnes ayant répondu « oui, probablement » (10 %), et celui des personnes ayant répondu « non, probablement pas » (12 %). Ce qui donne finalement une « proportion de personnes n'excluant pas de voter pour Marine Le Pen de 30 % » (selon les termes utilisés dans la notice de l'institut). Pour parvenir à ce résultat, on a donc estimé que les personnes déclarant qu'elles ne voteraient « probablement pas » pour Marine Le Pen avaient finalement autant de chance de le faire que celles qui avaient répondu « oui, probablement » ou « oui, certainement ». Or, à moins de considérer que les mots n'ont aucun sens ou que, lorsqu'ils sont interrogés, les sondés n'attachent aucune importance à leur réponse, on perçoit difficilement ce qui peut justifier de telles pratiques comptables, sinon la volonté de susciter un fort retentissement médiatique.

On retrouve également ce genre de pratique qui consiste à gonfler les résultats pour maximiser leur rentabilité médiatique dans un sondage de l'Ifop sur le rapport des Français et des « Français musulmans » aux attentats de *Charlie Hebdo* ¹⁵.

15. Sondage en ligne, 6-17 août 2020, échantillon de 1 020 personnes, représentatif de l'ensemble de la population vivant en France métropolitaine âgée de 15 ans et plus et échantillon de 515 personnes, représentatif de la population de religion musulmane vivant en France métropolitaine âgée de 15 ans et plus, méthode des quotas.

Etude réalisée par Ifop pour

**CHARLIE
HEBDO**
Echantillon


L'enquête a été menée auprès :

- d'un échantillon de 1 020 personnes, représentatif de l'ensemble de la population vivant en France métropolitaine âgée de 15 ans et plus.
- d'un échantillon de **515 personnes**, représentatif de la **population de religion musulmane** vivant en France métropolitaine âgée de 15 ans et plus.

Méthodologie


La représentativité de l'échantillon de l'ensemble de la population a été assurée par la méthode des quotas au regard de critères sociodémographiques (sexe de l'individu ; âge de l'individu) et géographiques (région, taille de l'unité urbaine de la commune résidence).

La représentativité de l'échantillon de la population musulmane a été assurée par la méthode des quotas au regard de critères sociodémographiques (sexe de l'individu ; âge de l'individu) socioprofessionnels (profession de l'individu), géographiques (région, taille de l'unité urbaine de la commune résidence) et critères civiques (nationalité).

Mode de recueil

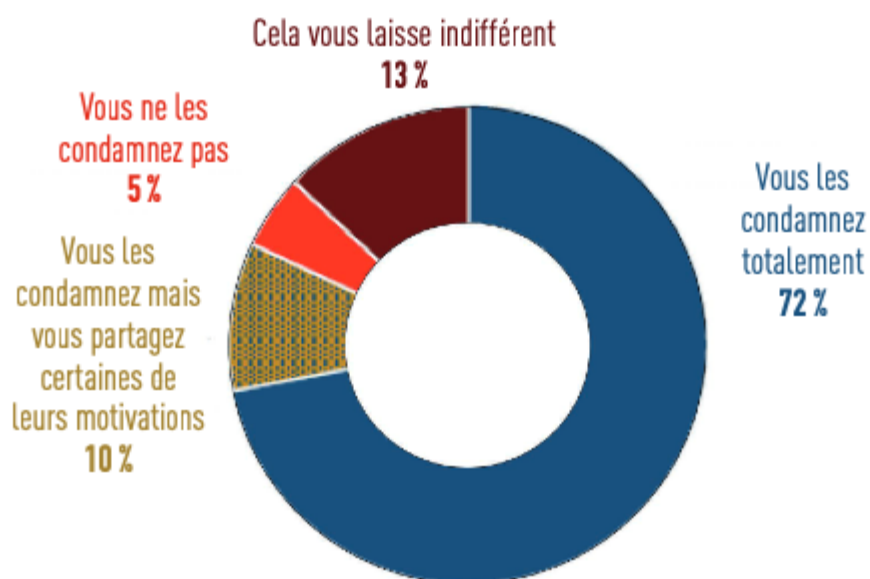

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 6 au 17 août 2020.

En raison de l'absence de données statistiques officielles permettant d'établir des variables de quotas et/ou de redressement pour les personnes de religion musulmane, ces quotas ont été définis à partir de données de l'étude Ifop-Institut Montaigne réalisée par téléphone du 13 avril au 23 mai 2016 auprès d'un échantillon national représentatif de 15 459 personnes âgées de 15 ans et plus résidant en métropole. La représentativité de cet échantillon national représentatif de 15 459 personnes avait été assurée par la méthode des quotas au regard de critères sociodémographiques (sexe de l'individu, âge de l'individu), socioprofessionnels (profession de l'individu), géographiques (région administrative, taille d'unité urbaine, proportion d'immigrés dans la commune ou du quartier de résidence) et civiques (nationalité).

Source : étude Ifop pour Charlie Hebdo réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 6 au 17 août 2020 auprès d'un échantillon de 1 020 personnes, représentatif de l'ensemble de la population vivant en France métropolitaine âgée de 15 ans et plus et d'un échantillon de 515 personnes, représentatif de la population de religion musulmane vivant en France métropolitaine âgée de 15 ans et plus.



**FOCUS
AUPRES DES FRANÇAIS
MUSULMANS**



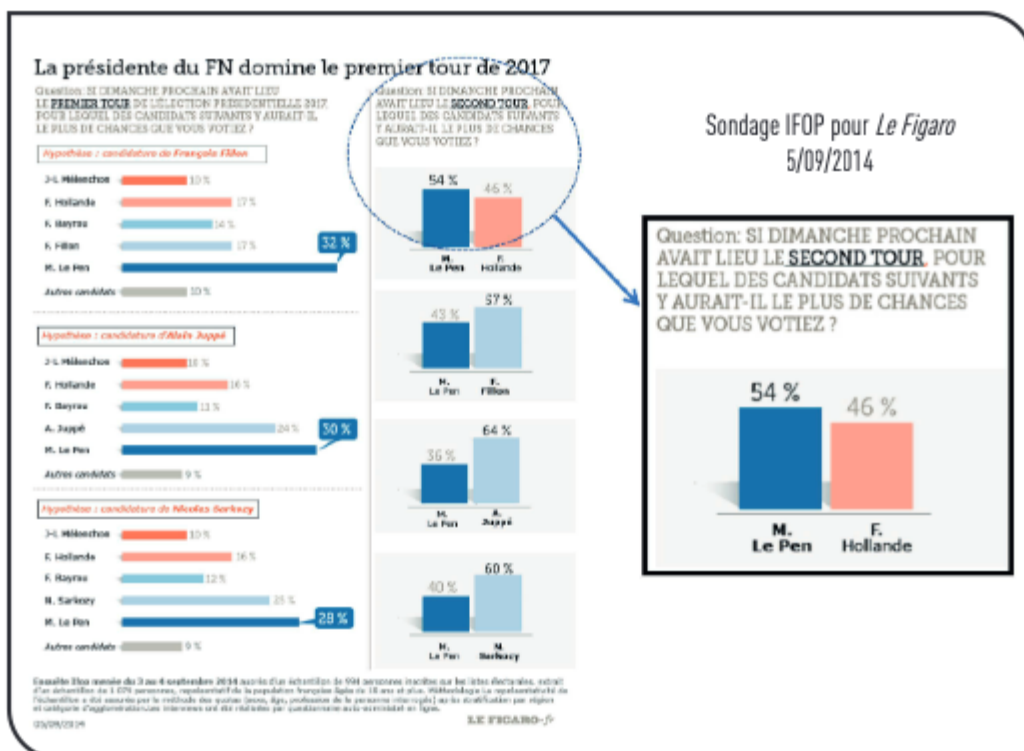
18 % des musulmans n'expriment pas de condamnation à l'égard des auteurs des attentats

On peut rappeler qu'en théorie, ce type de sondage est problématique à réaliser car on ne dispose pas de données sociodémographiques exactes sur cette partie de la population, les statistiques religieuses étant interdites en France. Donc, en théorie, on ne peut pas constituer

d'échantillon « représentatif ». Mais ce n'est pas sur cet aspect que je voudrais attirer votre attention. Ici, clairement, les résultats de ce sondage laissent entendre qu'il existe des différences culturelles importantes entre les deux populations étudiées. Et la construction de cette différence est notamment fondée sur l'addition de chiffres non additionnables. Je ne prendrai qu'un exemple. Dans le sondage, on apprend que « 18 % des Musulmans n'expriment pas de condamnation à l'égard des auteurs de l'attentat » (contre 8 % des Français). Or ces 18 % sont le produit de l'addition de deux réponses distinctes à la question suivante : « Quand vous pensez aux auteurs de l'attentat de janvier 2015 contre les journalistes de *Charlie Hebdo*, quelle est votre réaction ? ». 13 % ont choisi la réponse « cela vous laisse indifférent », et 5 % « vous ne les condamnez pas » ($13+5=18$). Ici, l'indifférence est donc confondue avec l'expression d'une non-condamnation, ce qui paraît discutable. Dans tous les cas, et puisque ces réponses ne sont pas équivalentes, elles ne sont pas additionnables. De fait, dans l'enquête, ce sont, non pas 18 % mais 5 % de personnes interrogées (soit 26 personnes puisque l'échantillon en question est constitué de 515 personnes) qui déclarent ne pas condamner les auteurs de l'attentat (contre 4 % de Français qui ne les condamnent pas). Mais ces nuances importantes ne seront jamais rappelées. Une fois publiés, les résultats de l'enquête ne vont pas tarder à être exploités par certains médias comme CNews, qui pouvait ainsi titrer, début septembre 2020, dans l'une des éditions de l'émission « L'heure des pros », animée par Pascal Praud : « L'Islam en France : le sondage choc ».



Dernier exemple, un sondage réalisé en 2014 au sujet de l'élection présidentielle de 2017, donc trois ans avant le scrutin ¹⁶.



16. Sondage IFOP en ligne, 3-4 septembre 2014, échantillon de 994 personnes inscrites sur les listes électorales, extrait d'un échantillon de 1 079 personnes, représentatif de la population française, âgées de 18 ans et plus, méthode des quotas.



Marine Le Pen : «Ce sondage historique valide notre stratégie»

Par Emmanuel Gallero

Publié le 05/09/2014 à 22:02, mis à jour le 06/09/2014 à 09:47



Marine Le Pen à Brachay le 30 août. *BENOIT TESSIER/REUTERS*

INTERVIEW - La présidente du FN se confie au Figaro.fr après la publication du sondage Ifop l'annonçant, pour la première fois, en tête d'un second tour de l'élection présidentielle en cas d'opposition à François Hollande (54% contre 46%).

L'objet du sondage portait sur les intentions de vote au premier et au deuxième tour. Or on apprend, premièrement, que Marine Le Pen bat tous les candidats au premier tour, quelle que soient les hypothèses de candidature (ce qui ne sera pas le cas). Deuxièmement, que si François Hollande se présentait (mais cela n'a pas été le cas non plus) et que s'il arrivait à accéder au second tour, Marine Le Pen l'emporterait facilement, avec 54 % contre 46 %. Le problème, c'est que François Hollande, dans ce sondage, n'accède au second tour que dans l'hypothèse d'une candidature à droite de François Fillon, avec lequel

il se trouve à égalité des intentions de vote au premier tour (16 %). Il y a donc une forte incertitude concernant la présence de François Hollande au second tour. De fait, on a réalisé un sondage sur un second tour avec un candidat dont on ignore s'il le sera (mais qui ne le sera pas), tout en sachant que, selon les résultats de ce sondage, il n'accède probablement pas au deuxième tour... Ces résultats, pourtant improbables, ont été rapidement exploités par Marine Le Pen, la présidente du FN qualifiant ce sondage d'« historique » et y voyant la « validation » de sa stratégie (Le Figaro, 5 septembre 2014).

* *

 *

En conclusion, et pour répondre à la question posée, je dirais tout d'abord que les sondages ne me semblent pas constituer un outil de la démocratie. Dans une tribune récente parue dans le journal *Le Monde*¹⁷, un collectif de responsables d'instituts de sondages présentaient encore de cette manière leurs enquêtes, reprenant ici l'argumentaire déjà développé par les pères fondateurs de l'industrie sondagière. Georges Gallup, le créateur du premier institut en 1935 aux États-Unis, parlait ainsi à leur propos de « référendum sur échantillon ». Mais cette assimilation entre sondage et démocratie pose plusieurs problèmes :

- Premièrement, un sondage n'est pas le produit d'une opération électorale, mais le produit d'une opération commerciale réalisée par des entreprises qui cherchent avant tout, et comme toute entreprise, à maximiser leurs profits, et non à se mettre au service de l'intérêt général.
- Deuxièmement, il existe une différence fondamentale entre voter et donner son opinion dans un sondage. Les implications politiques ne sont évidemment pas les mêmes. Mais en outre, comme le dit très bien le politiste Patrick Lehingue, des votes, ça se compte, des opinions, ça se pèse. Or, les opinions n'ont pas toutes socialement le même poids, contrairement au vote. C'est bien ce qui

17. « Non, la "dictature des sondages ne tue pas le débat électoral" », *Le Monde*, 15 février 2022, disponible sur : https://www.lemonde.fr/idees/article/2022/02/15/non-la-dictature-des-sondages-ne-tue-pas-le-debat-electoral_6113725_3232.html

rend la production sondagière de l'opinion publique artefactuelle : elle agrège des opinions individuelles en faisant croire que ces opinions se valent.

- Troisièmement, en démocratie, les élections sont strictement encadrées, ce qui n'est pas le cas des sondages, et si on peut faire ce que l'on veut avec un sondage, ce n'est quand même pas le cas avec les élections.

Cela ne signifie pas pour autant que les sondages sont un outil de manipulation de l'opinion – sauf à tomber dans les analyses spéculatives des premiers psychologues sociaux, ou à renoncer aux acquis de la sociologie du vote et de la réception. La question de la manipulation apparaît de ce point de vue sous-tendue par la question des effets des sondages. Or, la première chose qu'il faut savoir, c'est que ces effets n'ont jamais pu être démontrés. Dans la littérature, on mentionne bien au moins deux types d'effet des sondages : l'effet *bandwagon* qui conduirait les électeurs à voter pour le candidat donné gagnant afin de bénéficier du prestige social lié au fait d'avoir participé à sa victoire ; et l'effet *underdog* qui conduirait les électeurs à voter pour le candidat donné perdant, par empathie ou sympathie. Mais comme le soulignait déjà dans les années 1970 le politiste Frédéric Bon, en admettant qu'un candidat puisse manipuler l'opinion via les sondages, quel effet choisirait-il de leur donner ? Comme il l'écrivait : « *Gonfle-t-il son pourcentage : voilà les indécis volant au secours de la victoire et l'opposition accablée, à moins qu'en tout autre sens il ne rassemble ses ennemis par*

l'idée du danger et démobilise ses partisans convaincus qu'une voix supplémentaire ne changera rien au résultat. Rabaisse-t-il son score : même dilemme. Va-t-il ainsi relancer ses sympathisants inquiets ou précipiter leur débandade, encourager l'opposition ou l'endormir sur de faux lauriers ? »¹⁸. Bref, d'une certaine manière, l'effet *underdog* et l'effet *bandwagon* se contredisent.

Ça ne signifie pas que les sondages ne jouent pas dans notre décision, mais dans quelle mesure ? Impossible de le quantifier. Mais, posez-vous la question. Avez-vous, ne serait-ce qu'une seule fois, voté en fonction des résultats d'un sondage ? Ici, il faut se souvenir que le vote est le produit d'une équation complexe avant tout travaillée par des déterminants sociaux (le sexe, l'âge, la profession, la pratique d'une religion, le niveau de diplôme, le niveau de revenu, etc.). Par ailleurs, les individus ne sont pas des êtres qui absorbent passivement les informations qui leur sont communiquées. Croire cela serait revenir au mythe de la seringue hypodermique réfuté dès les années 1940 par le sociologue Paul Lazarsfeld.

D'ailleurs, pour être influencé par les sondages, encore faudrait-il que les individus en prennent connaissance. Or, je n'ai que des résultats de sondages à ce sujet à proposer, mais d'après l'Ifop, seuls 14 % des personnes interrogées déclarent consulter « régulièrement » des sondages, 28 % « assez souvent », contre 58 % « rarement »

18. Frédéric Bon, *Les sondages peuvent-ils se tromper ?*, Paris, Calman-Lévy, 1974, p. 179.

ou « jamais »¹⁹. Il se trouve qu'en outre, les personnes qui consultent les sondages sont les plus politisées, donc les moins influençables puisque leurs opinions sont les plus solidement constituées. On est donc loin, me semble-t-il d'un outil de manipulation. Pour autant, je le redis, et cela me semble le point le plus important, je crois qu'il est grand temps de poser la question de la place et des usages des sondages dans notre société.

19. Sondage par téléphone, 22-25 janvier 2007, pour Syntec Études Marketing & Opinion auprès de 804 personnes, représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus, méthode des quotas.

Questions de la salle

Alain Grangé-Cabane ²⁰ : *Vous avez dit que les instituts de sondage ne gagnaient rien en faisant des sondages politiques, même si vous avez nuancé en disant que cela leur assurait de la notoriété. Mais qu'en est-il des médias qui achètent ces sondages ? Il me semble que les sondages font vendre. Et donc que, derrière, il y a nous-mêmes, le public. N'avons-nous pas, lecteurs, auditeurs, téléspectateurs, notre part de responsabilité dans la frénésie sondagière que vous avez dénoncée ? Et pour quelle raison sommes-nous ainsi friands des sondages ?*

Alexandre Dézé : Il me semble que les sondages intéressent parce qu'ils satisfont une forme de curiosité politique à bas coût. Ils fonctionnent comme des raccourcis cognitifs, autrement dit ils offrent une information brève et immédiatement accessible sur les rapports de force politiques. Dans cette mesure, ils nous permettent

20. Ancien Maître des requêtes au Conseil d'État, Président de l'École Alsacienne.

facilement de spéculer sur les gagnants et les perdants, comme s'il s'agissait d'une course de chevaux. Ici, c'est la logique du jeu qui l'emporte, et peu importe finalement les enjeux, on va surtout se focaliser sur l'aspect compétitif, être attentif aux différents positionnements dans la course et à leur évolution, et cet aspect est toujours plus intéressant, en ce sens qu'il retient toujours plus l'attention, que les débats programmatiques, par exemple. Pour les médias, je ne suis pas certain que les sondages augmentent encore les ventes ou l'audience, mais ce que l'on peut remarquer, c'est qu'ils s'insèrent parfaitement dans l'économie médiatique actuelle, dans la mesure où ils représentent un produit d'information peu coûteux, rapide à fabriquer, et d'autant plus rentable que les résultats annoncés sont spectaculaires, ce qui les rendra rapidement viraux. Cela engendre au moins de la publicité, pour l'institut comme pour le commanditaire, ce qui n'est certainement pas négligeable.

André Comte-Sponville : *Je vais me faire l'avocat du diable : à vos critiques, les sondeurs répondraient que, si vous leur reprochez de se tromper, c'est que vous prenez leurs sondages pour des prévisions, alors qu'ils rappellent à chaque enquête qu'un sondage n'est pas une prévision, mais une photographie de l'opinion à l'instant t. Que répondriez-vous à cette défense ?*

Alexandre Dézé : La première chose que je leur répondrais, c'est que « l'opinion publique n'existe pas », pour reprendre le titre du célèbre article de Pierre

Bourdieu, et que dans cette mesure, ce phénomène me semble difficilement photographiable... Par ailleurs, les sondeurs ont beau se défendre de faire des prévisions, l'utilisation qui est faite de leurs enquêtes électorales n'en reste pas moins essentiellement prévisionnelle. Quand on fait des sondages sur des intentions de vote, on se projette bien sur des rapports de force à venir. Autrement dit, ce n'est pas l'instant qu'on mesure, mais plutôt l'instant $t+1$ qu'on cherche à mesurer. C'est d'ailleurs sur cette promesse de capacité prédictive des enquêtes que s'est fondée l'industrie sondagière, dont le démarrage remonte à l'annonce par George Gallup de la réélection de Roosevelt aux États-Unis en 1936, alors même que les observateurs de l'époque, et notamment ceux qui pratiquaient le vote de paille, pensaient qu'il serait défait. Ce caractère prédictif explique peut-être une partie de l'addiction aux sondages : on espère savoir ce qui va se passer avant que le résultat n'advienne. D'ailleurs, en général, les responsables d'instituts de sondage ne se privent pas de rappeler ces propriétés prévisionnelles de leurs enquêtes, du moins lorsqu'ils sont dans « le juste ». Certains s'en servent même comme d'un argument publicitaire. De mon point de vue, l'expression « photographie de l'opinion » sert donc plutôt de justification *a posteriori* quand cela fonctionne moins bien. Et de fait, il faut bien admettre que la photo est souvent floue et mal cadrée, pour reprendre l'expression du politiste Patrick Lehingue.

Anne Lauvergeon ²¹ : *Vous avez critiqué assez fortement la Commission de régulation des sondages en disant qu'elle était composée de gens qui n'y connaissent rien. Mais si vous y mettiez des gens qui s'y connaissent, on pourrait les attaquer pour collusion. Quelle solution proposez-vous alors pour que la composition de la Commission des sondages fonctionne bien ?*

Alexandre Dézé : En effet, même si je me suis retranché derrière les propos de Jean-Pierre Sueur que je partage, de fait, les instituts n'ont pas grand-chose à craindre de la Commission. Comment faire pour qu'elle fonctionne mieux ? Il faudrait tout d'abord augmenter ses moyens. Ensuite, il faudrait, parmi les membres de la Commission, une majorité de statisticiens, politistes et sociologues, plutôt que de membres de la Cour de cassation ou du Conseil d'État. Pour l'instant, la Commission ne compte que trois personnes sur neuf « qualifiées en matière de sondages », pour reprendre le texte de la loi, cela fait peu pour une Commission dédiée au contrôle des sondages ! On pourrait imaginer des gens comme Michel Lejeune, par exemple, un statisticien qui a sorti récemment un excellent livre, *La singulière fabrique des sondages d'opinion* (Éditions L'Harmattan, 2021), dont je vous recommande la lecture tant il prend un soin méticuleux à déconstruire les enquêtes sondagières. La Commission a d'ailleurs commencé à s'ouvrir puisqu'elle compte aujourd'hui un excellent politiste, Alain Garrigou, dont les publications critiques à l'égard des sondages

21. Présidente d'ALP.

font référence (par exemple, *L'ivresse des sondages*, La Découverte, 2006). Il faudrait également élargir le champ d'intervention de la Commission et surtout la nature des sondages qu'elle est habilitée à contrôler. Car pour l'instant, elle ne contrôle que les sondages électoraux, et non les sondages politiques au sens large du terme. Or une partie des sondages que j'ai évoquée aujourd'hui sont politiques, sans être électoraux : questions de société, mais aussi cotes de popularité, baromètres. Les sondages de cette nature échappent complètement au contrôle de la Commission, ce qui me semble regrettable.

Nicolas Domenach ²² : *Vos critiques sont importantes. Elles permettent à l'outil de s'améliorer. Mais je pense que vous vous trompez, non seulement quand vous les réduisez à leurs zones d'ombre, mais aussi parce que ces zones d'ombre font aussi leur intérêt. Heureusement que l'homme échappe à l'enfermement scientifique que certains prétendent lui imposer. Ces zones d'ombre nous interpellent et à chaque rendez-vous électoral nous permettent de réfléchir à l'évolution des opinions. Je ne discuterai pas le fait qu'on ne puisse suivre, surtout en période de désaffiliation, l'apparition de nouveaux courants, etc. Mais les sondages restent précieux. Dans mon travail de journaliste, ils m'ont permis de pouvoir suivre les évolutions des opinions, ce qui prend, ne prend pas, se déprend, aussi. Dire que ça ne sert à rien me semble relever d'une myopie, peut-être due à une*

22. Journaliste, éditorialiste à *Challenge*.

lecture trop unilatérale de Bourdieu, qui mériterait d'être complétée par d'autres maîtres à penser.

Alexandre Dézé : Je vous rassure, je n'ai pas lu que Bourdieu !... Et même, pour tout vous dire, j'ai eu la possibilité de travailler directement avec des instituts, lorsque j'étais en thèse à Sciences Po Paris et que, pour financer mon doctorat, j'étais consultant au sein du cabinet de Jean-Louis Missika.

Je n'ai pas dit que les sondages ne servaient à rien. Nous n'en serions pas là où nous en sommes en sociologie politique si les sondages n'existaient pas, ou plus précisément si les enquêtes quantitatives n'existaient pas car, lorsqu'elles sont réalisées sérieusement, sous contrôle scientifique, elles sont évidemment susceptibles d'apporter de précieuses informations. Ce que je dis, c'est que la manière dont sont actuellement fabriqués les sondages politiques laissent planer tout de même quelques doutes sur leur intérêt. Surtout lorsqu'ils sont réalisés à plusieurs mois des scrutins. Que mesurent-ils alors, et quels types d'informations nous apportent-ils ? Regardez l'emballage sondagier autour d'Éric Zemmour à l'automne dernier, sur la base de sondages méthodologiquement fragiles... Ici, se fier aux sondages pour suivre l'opinion me semble problématique. On était bien en présence d'une véritable bulle sondagière, qui a pourtant alimenté pendant des semaines la machine médiatique. Je comprends que la priorité des journalistes ne soit pas de déconstruire les sondages, même s'ils les critiquent régulièrement lorsqu'ils se trompent. Et dans

des campagnes comme celle que nous connaissons actuellement, ils peuvent peut-être aider à y voir plus clair. Le point de vue que j'ai provient aussi de ma position. Je suis un universitaire, les contraintes qui s'exercent sur moi ne sont pas les mêmes, je peux adopter un autre point de vue, même si je comprends le vôtre.

Patrick Careil ²³ : *Je comprends l'argument disant que les sondages n'ont pas une influence directe sur le vote, parce que les deux effets qu'ils pourraient provoquer s'annuleraient. Mais n'ont-ils pas une influence indirecte très forte, dans la mesure où ils sont un élément majeur de la perception qu'ont la classe politique et les médias ? Il n'y a qu'à voir le mouvement de défection d'une partie des responsables du Front national vers Éric Zemmour, ou des Républicains vers Emmanuel Macron. Un nombre de gens juge les sondages crédibles, changent de bord et cela crée un mouvement qui marque l'opinion. Les sondages ne finissent-ils pas ainsi par être auto-prédictifs, par l'intermédiaire de la classe politique et des médias ?*

Alexandre Dézé : J'ai l'impression qu'on postule toujours ces effets après coup, car sur le moment, il est bien difficile de les mesurer. Dans tous les cas, encore une fois, les individus ne se décident pas sur la seule base des sondages. Ce sont leurs propriétés sociales qui déterminent avant tout leurs pratiques politiques. Je crois par ailleurs que les départs du Rassemblement

23. Président de la 1^{ère} chambre du Tribunal de Commerce de Paris.

national vers le camp d'Éric Zemmour ne s'expliquent pas vraiment par les résultats de ce dernier dans les sondages, mais plutôt par la gestion « mariniste » du parti et les conséquences de sa stratégie d'ouverture, qui a créé beaucoup de tensions internes. Ce que nous apprend la sociologie des partis politiques, c'est qu'en général, l'*exit* partisan intervient quand le parti ne satisfait plus aux intérêts de certains de ses membres. Il ne faut pas oublier que le RN est un parti en difficultés, qui a perdu beaucoup de ressources (élus, cadres, militants), qui est endetté. Les transferts chez Éric Zemmour sont la promesse de nouvelles rétributions pour les arrivants, même si c'est un pari risqué et plutôt de long terme. Ce pari, c'est aussi celui d'une recomposition de la droite/extrême droite autour de la figure d'Éric Zemmour. Mais de ce point de vue, rien n'est joué.

Nicolas Arpagian ²⁴ : *La télévision a fonctionné pendant très longtemps sur le modèle Médiamétrie : on prend un panel de gens, on leur donne un boîtier, ils doivent appuyer sur un bouton quand ils regardent une émission et le lendemain, à 9 heures, les sondages tombent. Toute l'économie de la télévision reposait sur ce modèle-là. Est arrivée ensuite la box. Maintenant, les opérateurs savent en temps réel qui consomme quoi et pendant combien de temps. Peut-être n'aurons-nous bientôt plus besoin du panel, le profilage suffira. Je n'aurais plus besoin*

24. Directeur de la stratégie cybersécurité de Trend Micro, rédacteur en chef de la revue Prospective stratégique, Membre du Conseil d'orientation de l'Institut Diderot.

de vous demander si vous regardez ARTE ou « Les Tuches », puisqu'en fait je le sais déjà. Qui vous êtes, votre point de vue, votre capacité d'expression n'auront en fin de compte plus aucune importance. Vous pouvez mentir, être inconstant, peu importe : vos usages vous définissent de manière extrêmement précise. Autrement dit, en ayant la possibilité de vous suivre intimement dans vos interactions sociales, dans votre géolocalisation, je sais qui vous êtes, ce que sera votre comportement, indépendamment de votre honnêteté dans vos réponses, de vos oublis, vos omissions ou vos mensonges.

Alexandre Dézé : Le Big Data, pour l'instant, ne se montre pas beaucoup plus fiable en matière de prévision que les sondages plus traditionnels. Les quelques utilisations qui en ont été faites pour les précédentes élections, y compris en France en 2017, n'ont pas été spécialement concluantes. Mais on peut imaginer qu'à terme, cela représente un progrès. Pourquoi constate-t-on autant de biais dans les enquêtes sondagières ? Parce qu'on a affaire à de l'humain. C'est la grande différence avec les objets qu'étudient les sciences dites « dures » ou « exactes ». Quand j'observe une plante ou la Lune, leur état ne se modifie pas sous le simple effet de mon observation. En revanche, dès que vous êtes en situation d'enquête avec un individu, une bonne partie de votre travail va consister à déconstruire les différentes stratégies de présentation que celui-ci adopte dans l'interaction. On pourrait sans doute supprimer un certain nombre de biais si effectivement on pouvait enregistrer ainsi les réponses des individus, sans qu'ils ne se sentent observés.

Ce qui est encore différent des réponses enregistrées par ordinateur, où l'on constate encore des biais importants en termes de sous-déclaration ou de sur-déclaration.

Jean-Martin Cohen-Solal ²⁵ : *En vous écoutant, je me suis rappelé qu'il y a quelques années, au moment de la loi Évin, étaient sortis le même jour deux sondages, l'un montrant que les Français étaient pour l'interdiction de la publicité pour l'alcool, et l'autre qu'ils étaient contre. Tout dépendait des questions. Votre propos m'a aussi rappelé un fameux sondage durant le confinement, dont Étienne Klein notamment a beaucoup parlé et qui l'a convaincu de publier son « Tract » Le goût du vrai. C'était dans Le Parisien : on demandait aux Français si l'hydroxy-chloroquine était à leur avis efficace contre la Covid : 59 % des gens étaient d'accord, 20 % contre et 20 % ne savaient pas, alors que 90 % au moins auraient dû choisir la troisième réponse. On voit là comment on peut publier des sondages douteux pour faire du buzz.*

Ma question n'est pas du tout là-dessus, mais sur un sujet d'actualité : on parle beaucoup des parrainages, ces derniers jours. Devant les difficultés de certains candidats, il est question d'une banque de parrainages qui permettrait aux aspirants candidats qui font plus de 10 % dans les sondages d'en recueillir afin de pouvoir se présenter au scrutin présidentiel. Est-ce bien judicieux ? Se fonder sur les sondages tels qu'ils sont faits pour

25. Délégué général de la Mutualité Française et médecin.

dire que telle personne mérite ou pas de recueillir des parrainages n'est-il pas douteux ?

Alexandre Dézé : Oui, ça l'est. C'est un autre aspect de la centralité des sondages : ils interviennent non seulement dans la sélection des candidats, mais également désormais au niveau de l'accès aux parrainages. Quand on voit le décalage qui peut exister entre estimations sondagières et résultats finaux, cela peut paraître en effet problématique de leur accorder un tel poids décisionnaire.

Concernant vos remarques, ça me permet de rappeler que toutes les questions d'un sondage sont liées entre elles. C'est ce qu'on appelle l'effet de halo : la nature d'une question détermine non seulement la réponse qu'on lui donne, mais aussi les réponses qu'on donnera aux questions suivantes. Une expérimentation réalisée par l'institut Lavialle illustre très bien cet effet. Deux questions étaient posées successivement. La première : « Trouveriez-vous normal ou pas normal que les étrangers résidant et travaillant en France depuis quelques années votent aux élections municipales ? ». La deuxième : « Trouvez-vous normal ou pas normal qu'il y ait des mosquées en France ? ». Dans cet ordre (question 1 puis 2), on obtient 41 % d'approbation à la première question. Dans l'ordre inverse (question 2 puis 1), le taux d'approbation tombe à 31 %. Ainsi, le simple fait d'avoir interverti l'ordre des questions, en générant un effet d'association entre vote des étrangers et islam (dont la mosquée représente le principal lieu de culte), a suffi à altérer les résultats.

Vos exemples portent sur les questions de santé, dont vous êtes spécialiste. Ainsi, lorsque vous voyez des résultats sur ce sujet dont vous connaissez la réalité, vous êtes en mesure d'estimer le décalage entre celle-ci et la réalité sondagière. C'est à peu près le constat que je fais quand je compare réalité sondagière et réalité politique.

Henri Pigeat ²⁶ : *J'ai le sentiment, à travers les diverses expériences professionnelles que j'ai eues depuis plusieurs décennies, que le sondage politique est un cas très particulier de sondage. Et je ne voudrais pas que l'on tire des leçons très générales sur la technique du sondage à partir de ce cas particulier des sondages politiques. Avez-vous eu l'occasion de creuser, plus que vous n'en avez parlé aujourd'hui, les différences méthodologiques entre sondage politique et enquête de consommation ?*

D'autre part, en complément de la remarque faite par Nicolas Arpagian tout à l'heure, il existe actuellement, avec les Data, toute une matière première qui n'est pas encore très utilisée en matière politique. Peut-être y a-t-il là un sujet d'inquiétude et de réflexion, plus que dans la voie du contrôle des sondages, qui me paraît un peu illusoire. J'ai toujours eu le sentiment que les sondages s'apparentaient plus aux visites qu'on allait faire autrefois au devin. C'est une réaction humaine, elle est respectable, elle existe, il ne faut pas en tirer plus de conclusions que cela.

26. Ancien Président de l'Agence France-Presse, Président des éditions de l'Ilissos.

Alexandre Dézé : Vous avez parfaitement raison concernant la différence entre sondage politique et sondage réalisé dans d'autres secteurs, par exemple les études de marché ou de consommation. Je souligne cette différence dès l'introduction de mon livre. Les études de marché ou de consommation satisfont parfaitement leurs commanditaires. On entend rarement des entreprises privées ayant commandité des enquêtes sur leurs produits se plaindre de ce que font les instituts. Les problèmes que je viens de souligner se posent donc de manière quasi-exclusive pour les sondages politiques. Pourquoi ? Parce qu'au-delà des écueils méthodologiques que j'ai rappelés, on pourrait dire qu'il n'y a pas de difficulté à répondre à des questions sur un produit de consommation, par exemple une crème dépilatoire, car ça n'engage pas de compétence en particulier, ce qui est au cœur du problème quand il s'agit de répondre à des sondages politiques et qui engendre une partie des biais dans ces enquêtes.

Sur le Big Data, je vous recommande la lecture d'un très bon livre d'Anaïs Theviot, qui s'intitule *Big Data électoral* (Éditions Le bord de l'eau, 2019). Elle interroge avec beaucoup de précision l'utilisation en politique de ces données-là, notamment dans les campagnes électorales. Je pense qu'on est au début de quelque chose et, vous avez parfaitement raison, c'est sans doute un phénomène qui risque d'effacer à terme la question des sondages politiques – et de poser des questions bien plus importantes en termes d'impact et même de contrôle sociétal.

Retrouvez l'intégralité du débat en vidéo sur
www.institutdiderot.fr.

Les publications de l'Institut Diderot

Dans la même collection

- La Prospective, de demain à aujourd'hui - Nathalie Kosciusko-Morizet
- Politique de santé : répondre aux défis de demain - Claude Evin
- La réforme de la santé aux États-Unis : quels enseignements pour l'assurance maladie française ? - Victor Rodwin
- La question du médicament - Philippe Even
- La décision en droit de santé - Didier Truchet
- Le corps ce grand oublié de la parité - Claudine Junien
- Des guerres à venir ? - Philippe Fabry
- Les traitements de la maladie de Parkinson - Alim-Louis Benabib
- La souveraineté numérique - Pierre Bellanger
- Le Brexit et maintenant - Pierre Sellal
- Les Jeux paralympiques de Paris 2024 : une opportunité de santé publique ?
Pr François Genet & Jean Minier - Texte écrit en collaboration avec Philippe Fourny
- L'intelligence artificielle n'existe pas - Luc Julia
- Cyber : quelle(s) stratégie(s) face à l'explosion des menaces ?
Jean-Louis Gergorin & Léo Issac-Dognin
- La puissance publique face aux risques - François Vilnet & Patrick Thourot
- La guerre des métaux rares - La face cachée de la transition énergétique
et numérique - Guillaume Pitron
- Comment réinventer les relations franco-russes ? - Alexandre Orlov
- La république est-elle menacée par le séparatisme ? - Bernard Rougier
- La révolution numérique met-elle en péril notre civilisation ? - Gérald Bronner
- Comment gouverner un peuple-roi ? - Pierre-Henry Tavoillot
- L'eau enjeu stratégique et sécuritaire - Franck Galland
- Autorité un «enjeu pluriel» pour la présidentielle 2022 ? - Thibault de Montbrial
- Manifeste contre le terrorisme islamiste - Chems-eddinne Hafiz

Les Carnets des Dialogues du Matin

- L'avenir de l'automobile - Louis Schweitzer
- Les nanotechnologies & l'avenir de l'homme - Etienne Klein
- L'avenir de la croissance - Bernard Stiegler
- L'avenir de la régénération cérébrale - Alain Prochiantz
- L'avenir de l'Europe - Franck Debié
- L'avenir de la cybersécurité - Nicolas Arpagian
- L'avenir de la population française - François Héran
- L'avenir de la cancérologie - François Goldwasser
- L'avenir de la prédiction - Henri Atlan
- L'avenir de l'aménagement des territoires - Jérôme Monod
- L'avenir de la démocratie - Dominique Schnapper
- L'avenir du capitalisme - Bernard Maris
- L'avenir de la dépendance - Florence Lustman
- L'avenir de l'alimentation - Marion Guillou
- L'avenir des humanités - Jean-François Pradeau
- L'avenir des villes - Thierry Paquot
- L'avenir du droit international - Monique Chemillier-Gendreau
- L'avenir de la famille - Boris Cyrulnik
- L'avenir du populisme - Dominique Reynié
- L'avenir de la puissance chinoise - Jean-Luc Domenach
- L'avenir de l'économie sociale - Jean-Claude Seys
- L'avenir de la vie privée dans la société numérique - Alex Türk
- L'avenir de l'hôpital public - Bernard Granger
- L'avenir de la guerre - Henri Bentegeat & Rony Brauman
- L'avenir de la politique industrielle française - Louis Gallois
- L'avenir de la politique énergétique française - Pierre Papon
- L'avenir du pétrole - Claude Mandil
- L'avenir de l'euro et de la BCE - Henri Guaino & Denis Kessler
- L'avenir de la propriété intellectuelle - Denis Olivennes
- L'avenir du travail - Dominique Méda
- L'avenir de l'anti-science - Alexandre Moatti
- L'avenir du logement - Olivier Mitterrand
- L'avenir de la mondialisation - Jean-Pierre Chevènement
- L'avenir de la lutte contre la pauvreté - François Chérèque
- L'avenir du climat - Jean Jouzel
- L'avenir de la nouvelle Russie - Alexandre Adler
- L'avenir de la politique - Alain Juppé
- L'avenir des Big-Data - Kenneth Cukier & Dominique Leglu
- L'avenir de l'organisation des Entreprises - Guillaume Poitrinal
- L'avenir de l'enseignement du fait religieux dans l'École laïque - Régis Debray
- L'avenir des inégalités - Hervé Le Bras
- L'avenir de la diplomatie - Pierre Grosser
- L'avenir des relations Franco-Russes - S.E Alexandre Orlov
- L'avenir du Parlement - François Cornut-Gentille

-
- **L'avenir du terrorisme** - Alain Bauer
 - **L'avenir du politiquement correct** - André Comte-Sponville & Dominique Lecourt
 - **L'avenir de la zone euro** - Michel Aglietta & Jacques Sapir
 - **L'avenir du conflit entre chiite et sunnites** - Anne-Clémentine Larroque
 - **L'Iran et son avenir** - S.E Ali Ahani
 - **L'avenir de l'enseignement** - François-Xavier Bellamy
 - **L'avenir du travail à l'âge du numérique** - Bruno Mettling
 - **L'avenir de la géopolitique** - Hubert Védrine
 - **L'avenir des armées françaises** - Vincent Desportes
 - **L'avenir de la paix** - Dominique de Villepin
 - **L'avenir des relations franco-chinoises** - S.E. Zhai Jun
 - **Le défi de l'islam de France** - Jean-Pierre Chevènement
 - **L'avenir de l'humanitaire** - Olivier Berthe - Rony Brauman - Xavier Emmanuelli
 - **L'avenir de la crise du Golfe entre le Qatar et ses voisins** - Georges Malbrunot
 - **L'avenir du Grand Paris** - Philippe Yvin
 - **Entre autonomie et Interdit : comment lutter contre l'obésité ?**
Nicolas Bouzou & Alain Coulomb
 - **L'avenir de la Corée du Nord** - Juliette Morillot & Antoine Bondaz
 - **L'avenir de la justice sociale** - Laurent Berger
 - **Quelles menaces numériques dans un monde hyperconnecté ?** - Nicolas Arpagian
 - **L'avenir de la Bioéthique** - Jean Leonetti
 - **Données personnelles : pour un droit de propriété ?**
Pierre Bellanger et Gaspard Koenig
 - **Quels défis pour l'Algérie d'aujourd'hui ?** - Pierre Vermeren
 - **Turquie : perspectives européennes et régionales** - S.E. Ismail Hakki Musa
 - **Burn-out - le mal du siècle ?** - Philippe Fossati & François Marchand
 - **L'avenir de la loi de 1905 sur la séparation des Églises et de l'État.**
Jean-Philippe Hubsch
 - **L'avenir du bitcoin et du blockchain** - Georges Gonthier & Ivan Odonnat
 - **Le Royaume-Uni après le Brexit**
Annabelle Mourougane - Frédéric de Brouwer & Pierre Beynet
 - **L'avenir de la communication politique** - Gaspard Gantzer
 - **L'avenir du transhumanisme** - Olivier Rey
 - **L'économie de demain : sociale, solidaire et circulaire ?**
Géraldine Lacroix & Romain Slitine
 - **La transformation numérique de la défense française** - Vice-amiral Arnaud Coustillière
 - **L'avenir de l'indépendance scientifique et technologique française**
Gérard Longuet
 - **L'avenir du Pakistan** - Ardavan Amir-Aslani
 - **Le corps humain et sa propriété face aux marchés** - Sylviane Agacinski
 - **L'avenir de la guerre économique américaine** - Ali Laïdi
 - **Construire l'économie de demain** - Jean Tirole
 - **L'avenir de l'écologie... et le nôtre** - Luc Ferry
 - **La vulgarisation scientifique est-elle un échec ?** - Étienne Klein
 - **Les trois utopies européennes** - Francis Wolff

Les Notes de l'Institut Diderot

- L'euthanasie, à travers le cas de Vincent Humbert - Emmanuel Halais
- Le futur de la procréation - Pascal Nouvel
- La République à l'épreuve du communautarisme - Eric Keslassy
- Proposition pour la Chine - Pierre-Louis Ménard
- L'habitat en utopie - Thierry Paquot
- Une Assemblée nationale plus représentative - Eric Keslassy
- Où va l'Égypte ? - Ismaïl Serageldin
- Sur le service civique - Jean-Pierre Gualazzi
- La recherche en France et en Allemagne - Michèle Vallenthini
- Le fanatisme - Texte d'Alexandre Deleyre présenté par Dominique Lecourt
- De l'antisémitisme en France - Eric Keslassy
- Je suis Charlie. Un an après... - Patrick Autréaux
- Attachement, trauma et résilience - Boris Cyrulnik
- La droite est-elle prête pour 2017 ? - Alexis Feertchak
- Réinventer le travail sans l'emploi - Ariel Kyrrou
- Crise de l'École française - Jean-Hugues Barthélémy
- À propos du revenu universel - Alexis Feertchak & Gaspard Koenig
- Une Assemblée nationale plus représentative - *Mandature 2017-2022* - Eric Keslassy
- L'avenir de notre modèle social français - Jacky Bontems & Aude de Castet
- Handicap et République - Pierre Gallix
- Réflexions sur la recherche française... - Raymond Piccoli
- Le système de santé privé en Espagne : quels enseignements pour la France ?
Didier Bazzocchi & Arnaud Chneiweiss
- Le maquis des aides sociales - Jean-Pierre Gualazzi
- Réformer les retraites, c'est transformer la société - Jacky Bontems & Aude de Castet
- Vers un droit du travail 3.0 - Nicolas Dulac
- L'assurance santé privée en Allemagne : quels enseignements pour la France ?
Arnaud Chneiweiss & Nadia Desmaris
- Repenser l'habitat. Quelles solidarités pour relever le défi du logement dans une société de la longévité ? - Jacky Bontems & Aude de Castet
- De la nation universelle au territoire-monde - L'avenir de la République dans une crise globale et totale - Marc Soléry
- L'intelligence économique - Dominique Fonvielle
- Pour un Code de l'enfance - Arnaud de Belenet
- Les écoles de production - Agnès Pannier-Runacher

Les Colloques de l'Institut Diderot

- L'avenir du progrès
- Les 18-24 ans et l'avenir de la politique
- L'avenir de l'Afrique

Le sondage d'opinion : outil de la démocratie ou manipulation de l'opinion ?

Alexandre Dézé entreprend de montrer que les sondages politiques, comme outils, sont trop imparfaits, trop peu représentatifs (ou d'une représentativité trop partielle, trop discutable, trop invérifiable), trop peu contrôlés et trop souvent erronés pour pouvoir servir véritablement la démocratie.

Mais les mêmes faiblesses leur interdisent tout autant, ou à leurs commanditaires, de manipuler l'opinion. Les effets de tels sondages sont trop difficiles à calculer, *a fortiori* à anticiper, et tendent trop souvent à s'équilibrer ou à s'annuler, pour que quiconque puisse les maîtriser à son profit.

Ni « outil de la démocratie » ni « outil de manipulation de l'opinion », les sondages seraient donc sans importance ? Non pas. Ce qui inquiète notre orateur, c'est la place exorbitante qu'ils tendent de plus en plus à occuper dans notre vie politique et médiatique, jusqu'à perturber (non par manipulation mais par leur existence même, à la fois surabondante, incontrôlée et possiblement pernicieuse) le fonctionnement de nos démocraties.

Que conclure, sinon, avec Nicolas Domenach, que les sondages politiques « restent précieux » ? Et, avec Alexandre Dézé, « qu'il est grand temps de poser la question de la place et des usages des sondages dans notre société », qu'il importe sans doute de les contrôler mieux, et surtout de ne pas s'y fier tout à fait (un sondage n'est pas une élection, une opinion n'est pas un vote). Utiles leçons ! Les pages qui suivent ne suffiront sans doute pas à vous désintoxiquer des sondages, mais vous aideront à les consommer avec un peu plus de modération, de prudence et d'esprit critique !

André COMTE-SPONVILLE

Directeur général de l'Institut Diderot

Alexandre DÉZÉ



Maître de conférences en science politique à l'Université de Montpellier, chercheur au CEPEL, le « Centre d'Études Politiques et Sociales », enseignant à Sciences Po Paris et membre de l'Observatoire des radicalités politiques. Il s'est d'abord fait connaître comme spécialiste de l'extrême droite - *Le Front national à la conquête du pouvoir ?* (Armand Colin, 2012), *Comprendre le Front national* (Bréhal, 2017). Dernier ouvrage paru : *10 leçons sur les sondages politiques* (De Boeck Sup, 2022).