

## « Les sondages influencent-ils le vote ? »

**Colloque 8 mars 2010**

Exposé de Vincent de Coorebyter

Compte-rendu réalisé par Catherine XHARDEZ, revu par l'orateur.

« *Au CRISP, nous ne sommes pas des techniciens ou des spécialistes des sondages, ni même des spécialistes de la littérature sur les sondages. Cependant, depuis un certain nombre d'années, il nous arrive de commenter des sondages, ou de refuser d'en commenter* ». Par son intervention, Monsieur de Coorebyter souhaite offrir son témoignage sur la campagne électorale de 2009, qui fut assez bousculée.

Au sujet des sondages, les reproches habituels qu'on leur porte sont soit de se tromper, soit d'influer sur le résultat des élections. Selon l'orateur, un premier point à souligner dès le début de cet exposé concerne la technique des sondages. Il se dit étonné de la pudeur conservée par rapport au public sur les techniques utilisées pour réaliser ces sondages. Avec plus de clarté, peut-être serait-il possible de montrer que les sondages d'intentions de vote n'ont pas de valeur prédictive.

Il d'abord souligner que les résultats peuvent diverger d'un institut de sondages à l'autre pour des enquêtes réalisées au même moment. En effet, nombre de techniques existent, et l'écart peut être important entre les résultats d'un sondage réalisé au moyen d'entretiens en face à face et comportant des mécanismes de « correction » ou de lissage des réponses, et les résultats d'un sondage réalisé par téléphone et sans procédure de redressement des données brutes. Dans ce dernier cas, la prise de risque est plus importante : le temps de réaction des sondés est beaucoup plus bref et les résultats ne sont pas lissés ou corrigés, de sorte que l'on enregistre les réactions immédiates, spontanées, des sondés. Les mêmes sondés auraient donc pu donner une réponse différente avec un dispositif d'enquête différent. Il serait utile que les instituts de sondages indiquent les méthodes utilisées ; peut-être s'agit-il d'un vœu pieux, irréalisable, cependant cela semble nécessaire, selon le directeur du CRISP.

Dans cette matière, il existe une règle d'or que tout le monde est censé connaître : un sondage d'intentions de vote n'est pas supposé avoir de valeur prédictive. Lorsqu'on les interroge sur leurs intentions de vote, les sondés sont toujours libres de mentir, de changer d'avis après avoir répondu au sondage, et, surtout, de tenir compte d'une série d'événements nouveaux qui peuvent orienter leur choix au terme de la campagne électorale. En outre, jamais une intention de vote n'équivaut à un vote. Vincent de Coorebyter n'admet pas l'idée, qu'on entend parfois émettre, selon laquelle « *le vote est un sondage grandeur nature* ». En effet, selon lui, les sondés ne s'engagent à rien en répondant à un sondeur, alors que les citoyens réfléchissent davantage à leur vote au moment de l'élection. Il est normal qu'il y ait des distorsions entre des intentions de vote et les résultats du vote : les deux actes ne sont pas de même nature, et le citoyen ne s'y trompe pas, il ne les confond pas.

« *Un sondage commence à avoir une véritable valeur prédictive lorsqu'il est proche des élections.* » Un exemple-type de sondages dont la valeur soi-disant prédictive a été nulle est constitué par l'ensemble des sondages qui, en 2002, annonçaient un duel entre Lionel Jospin et Jacques Chirac au second tour des élections présidentielles françaises. Duel qui, on s'en souvient, n'a jamais eu lieu, Jean-Marie Le Pen précédant Lionel Jospin au premier tour. Cependant, certains journaux avaient attiré l'attention sur le fait que l'opinion était en train de tourner à l'approche du scrutin. Par exemple, le quotidien « Le

Monde » avait publié un article, quelques jours avant le premier tour, qui annonçait un vrai risque pour Lionel Jospin de ne pas être présent au second tour car les derniers sondages montraient une possible désaffection de son électorat. Ceci confirme qu'il faut faire preuve de prudence dans l'évaluation de la valeur prédictive des sondages : les seules enquêtes qui peuvent prétendre posséder une réelle valeur prédictive sont les sondages réalisés juste avant le scrutin. Les sondages antérieurs ne devraient pas être interprétés comme des prédictions : ils sont comme les conseils, ils n'engagent que ceux qui veulent bien y croire.

Lors des élections de 2009 en Belgique, on a observé une différence importante entre les résultats de certains sondages et les résultats effectifs du scrutin. Les sondages ainsi mis en cause se sont-ils dès lors révélés « faux », fantaisistes ? Ou bien les observateurs qui les avaient pris au sérieux avaient-ils de bonnes raisons de ne pas les rejeter d'un revers de main, alors même que ces sondages annonçaient des bouleversements électoraux importants (lourde défaite du PS, scores très élevés du MR et d'Ecolo) ?

Tout d'abord, ces sondages étaient convergents entre eux. Tous ne donnaient pas au même degré une victoire éclatante du MR et d'Ecolo, mais tous annonçaient une percée de ces deux partis. Il n'y avait pas de contradictions, mais de simples degrés dans ces tendances. Cet état de fait écartait au minimum l'hypothèse selon laquelle un institut de sondages ou l'autre travaillerait de manière douteuse.

En outre, si ces sondages donnaient des intentions de vote frappantes, notamment pour Ecolo qui se voyait parfois crédité d'un score proche des 20%, voire supérieur, ces intentions n'étaient pas pour autant inédites ou incroyables. En 1999, aux élections européennes, Ecolo avait obtenu 22,7% des voix à l'échelle du collège francophone. Concernant le MR, les résultats flatteurs annoncés dans un certain nombre de sondages restaient inférieurs au score réalisé en 2007, lorsque le MR devança le PS en Wallonie en obtenant 31,2% des voix à l'élection de la Chambre. Les sondages évoqués ici ne paraissaient donc pas aberrants. La tendance au rattrapage des libéraux sur les socialistes est en réalité déjà ancienne ; dès 1965, et davantage encore en 1968, l'écart avait fondu entre ces deux partis, et, après avoir repris de l'ampleur, il s'était situé à moins de 5% en Wallonie en 1999. Le croisement des courbes opéré en 2007 se dessinait donc sur la longue durée, de sorte que voir le MR talonner le PS dans des sondages d'intentions de vote n'avait rien de forcément suspect.

En outre, le cadre médiatique dans lequel s'est déroulée la campagne électorale donnait une réelle plausibilité à un mauvais résultat du PS, compte tenu des différentes affaires financières qui étaient alors à la Une des médias. En outre, on sentait le Parti socialiste mal à l'aise dans sa campagne électorale, car il n'arrivait pas à imposer son angle d'attaque malgré la crise économique qu'il imputait à la dérégulation financière libérale. En ces temps de difficultés économiques, le PS aurait pu se présenter comme le sauveur des classes populaires ; mais il était difficile pour lui d'imputer toute la responsabilité de la crise au libéralisme alors même qu'il gouvernait depuis 10 ans au niveau fédéral avec les libéraux.

Pour toutes ces raisons, il n'y avait pas de motif d'avoir une suspicion particulière à l'égard de ces sondages. Il n'était donc pas nécessaire, aux yeux de notre orateur, de refuser de les commenter.

L'inflexion décisive dans les intentions de vote a découlé apparemment de certaines stratégies de parti. Le retournement de situation a eu lieu lorsqu'Elio Di Rupo, président du PS, a annoncé, 10 jours avant le scrutin, qu'il ne gouvernerait pas avec le MR après l'élection, quel qu'en soit le résultat, ce qui clarifiait spectaculairement la position du PS

sur le terrain socio-économique. Dans le même temps, à peu près, certaines grandes organisations progressistes, syndicales ou ouvriéristes, inquiètes de ces sondages, ont appelé à voter socialiste beaucoup plus nettement qu'elles ne l'avaient fait jusque-là dans la campagne. Enfin, le PS a accentué sa campagne de proximité, de marchés, de porte à porte... Il y a eu des modifications dans certaines stratégies préélectorales, pendant que le MR, de son côté, menait une campagne relativement modeste, peut-être convaincu, sur la foi du contexte médiatique et des sondages, que sa victoire était acquise.

*In fine*, on a pu observer un certain nombre d'écarts entre les intentions de vote et les résultats effectifs. Ces écarts peuvent s'expliquer par les éléments qui viennent d'être rappelés, et qui permettent d'imaginer qu'une partie de l'électorat du PS, d'abord réticente à lui accorder ses suffrages, a finalement voté socialiste. Surtout si l'on tient compte de la campagne de terrain très active du PS : selon l'orateur, il existe un effet déformant du prisme médiatique – qui mettait à ce moment le PS en difficulté en se focalisant sur des dossiers financiers – bien plus qu'un effet déformant des sondages. Un parti peut être mis en difficulté par l'insistance que les médias portent sur certains dossiers délicats, sans que, pour autant, l'électorat de ce parti soit sensible à cette loupe médiatique. Une partie de l'électorat ne vote pas en fonction des conclusions que les médias invitent à tirer. Il convient dès lors de mettre en avant un décalage entre la focale médiatique et les motivations des votes des citoyens.

Par ailleurs, si l'on compare les intentions de vote et les résultats effectifs aux élections européennes, les écarts entre sondages et résultats se réduisent fortement. Les résultats d'Ecolo et du cdH, en particulier, ne sont pas éloignés de certains chiffres reprochés aux instituts de sondage. Il est vrai que l'élection européenne n'est pas une élection comme une autre, qu'elle donne souvent des résultats différents de ceux des régionales. Mais c'est bel et bien une élection, et l'on peut faire l'hypothèse, notamment concernant les résultats respectifs d'Ecolo et du PS, que certains sondés avaient annoncé leur intention de voter Ecolo plutôt que PS et que, le jour du vote, ils ont voté PS aux régionales et Ecolo aux européennes. Le vote pour l'Europe est différent du vote régional, il s'agit davantage d'un vote de symbole. Un certain nombre de sondés ne se sont pas déjugés, mais ont pu utiliser leurs deux bulletins de vote de manière différente.

Pour conclure, on devrait moins s'inquiéter des « erreurs » véhiculées par les sondages que de leur influence sur les stratégies de parti et la dynamique de la campagne électorale. Mais en insistant sur le fait que, si influence il y a, elle n'est pas à sens unique, comme si elle relevait d'un effet mécanique.

Un des types d'influence classiquement évoqués, et que le cdH a publiquement redouté en 2009, concerne l'effet d'entraînement, le risque de voir l'électorat indécis, flottant, donner son vote au parti annoncé en tête ou en net progrès dans les sondages. Cela revient à postuler qu'il existe un électorat peu défini, aux choix mal fixés, qui, ne sachant où porter son vote, choisit le parti qui a le vent en poupe. En philosophie, cela correspond à la morale par provision de Descartes. Ecolo, à l'inverse, n'a cessé de dire qu'il ne pouvait pas s'appuyer sur les sondages et qu'il devait faire attention au fameux « effet Jospin », c'est-à-dire éviter qu'à force de voir les sondages annoncer sa victoire, une partie de son électorat se démobilise. De son côté, le MR a peut-être cru trop vite avoir la victoire à sa portée, a peut-être fait preuve de moins de pugnacité, sur la foi de sondages flatteurs qui annonçaient son succès assorti d'une déroute du PS. Quant à ce dernier, la saturation de la campagne par des sondages alarmants semble l'avoir conduit à un renversement stratégique en fin de campagne, comme si, face à ce degré de menace, il devait jouer le tout pour le tout en frappant les imaginations. Il s'est sans doute appuyé sur les sondages pour faire comprendre à des organisations progressistes plus ou moins

proches qu'il fallait sauver le PS et éviter son renvoi dans l'opposition.

Ces différents cas de figure montrent qu'il existe différents effets potentiels des sondages, engendrant des dynamiques diverses au sein des partis. On peut alors conclure que les sondages n'ont sans doute pas d'effets par eux-mêmes, mais bien par les stratégies de parti qu'ils inspirent ou qu'ils sous-tendent.