

Ont-ils menti ?

Quand les sondages jouent à « qui perd gagne »

Les sondages nous ont-ils menti ? Ont-ils influencé le vote des électeurs ? Fallait-il en faire autant ? Doit-on, à l'avenir, réglementer davantage leur publication en période électorale ? Depuis dimanche soir, les enquêtes d'opinion font – une fois de plus – l'objet de critiques virulentes. Justifiées ? Les avis divergent.

« Force est de constater que durant cette campagne, ils ont littéralement "fait l'actualité" », note Jean-Michel Dewaele, professeur en sciences politiques à l'ULB.

Les instituts privés (Dedicated Research, TNS, Ipsos...)

et publics (Cevipol...), seuls ou avec un « partenaire média » (Le Soir compris), ont abreuvé la campagne de chiffres. « Avec une grande impatience collecti-

ve, un souci de prédiction toujours plus fort et une fascination tant dans le chef du microcosme politique que dans celui des médias », constate le Pr Dewaele.

L'ESSENTIEL

- Davantage de sondages et une grande visibilité.
- Certaines méthodes contestées.
- Indécis et échantillons en question.

Fiabiles, ces intentions de vote ? « Plutôt, estime pour sa part Marc Jacquemain, professeur de sociologie à l'ULg. Si l'on tient compte des marges d'erreur, ils ont globalement perçu les grandes tendances. » Avec, toutefois, quelques effets « grossissants »...

Ainsi, la plupart des sondages prédisaient le PS en chute libre (8 à 12 %, selon les cas) ; un boom d'Écolo (l'un d'eux le

créditait même de 20 sièges en Wallonie, juste derrière le MR), et une hausse des libéraux. Il n'en est finalement rien : en Région wallonne, les socialistes per-

dent 4,14 %, le MR 0,89 %, et Écolo obtient 14 élus. « Mais ça reste une bonne photographie de l'opinion », insiste le Pr Jacquemain. *Un outil d'information utile et légitime à un moment donné qu'il ne faut ni diaboliser ni doter d'une aura magique.* »

On le sait, plusieurs paramètres font un « bon » ou un « mauvais » sondage : la marge d'erreur, la taille de l'échantillon, les méthodes de calcul, les corrections éventuelles... « Mais certains sondeurs préfèrent minimiser le nombre d'indécis, "oublient" de mentionner les "non-répondants" ou ceux qui ont refusé de répondre, constate Dirk Jacobs, sociologue à l'ULB. Ainsi, un récent sondage diffusé par le Standaard et la VRT se basait sur un taux de non-réponses de 90 %. Ça pose question... »

Autre biais possible : la mauvaise qualité de l'échantillon. « Pour être réellement représentatif, il doit pouvoir toucher toutes les franges de la population

en termes de sexe, d'âge, de catégorie socio-économique, etc., insiste Pierre Baudewyns, assistant en sciences politiques à l'UCL. Or, ça n'est pas toujours le cas. »

En principe, les « sondeurs » doivent publier leur « fiche technique d'échantillonnage ». Du moins ceux qui relèvent de la Fédération belge des bureaux d'étude de marché (Febelmar), laquelle regroupe 28 sociétés couvrant 75 % des études belges (toutes matières confondues). « Mais cela se fait de moins en moins, relève Dirk Jacobs. Et les médias, qui dépensent beaucoup de sous dans ces opérations, n'ont évidemment pas intérêt à préciser les failles dans leurs enquêtes. »

Et le sociologue de l'ULB d'ajouter : « Prenons un parti X crédité de 20 % avec une marge d'erreur de 3 %. Pour être totalement précis, il faudrait pouvoir dire au citoyen que, selon une probabilité de 95 %, ce parti est susceptible de réaliser un score entre 17 et 23 %. C'est fastidieux,

alors personne ne le fait. »

Aujourd'hui, les sondages forment un vrai business. Ainsi, en Belgique, ils pèsent environ 150 millions d'euros de chiffre d'affaires (en 2007) et 700 emplois...

Faut-il pour autant les contrôler, voire interdire leur publication les jours précédant un scrutin ? « Ce serait une erreur, réagit Marc Jacquemain. L'information serait alors réservée à ceux qui peuvent se les payer (partis, entreprises, lobbies...) et les autres seraient plongés dans l'ignorance. Ce qu'il faut par contre, c'est éduquer davantage le citoyen à leur compréhension. »

Jean-Michel Dewaele (ULB), lui, va plus loin : « L'opinion publique n'existe pas, c'est une illusion ! Pourquoi nous faire croire à l'existence d'une unité sociale ? La démocratie, c'est le débat, le conflit, des groupes sociaux qui ont des intérêts à défendre, etc. Tout l'inverse d'un tableau avec des pourcentages en hausse ou en baisse. » ■

HUGUES DORZÉE

L'INFLUENCE ?

Pas de consensus

Les sondages qui le donnaient largement perdant ont-ils « favorisé » le PS ? « Ça n'est pas impossible qu'il y ait eu effectivement un sursaut de l'électeur en faveur d'un PS menacé par une forme d'acharnement général », réagit le Pr Jacquemain (ULg). Mais pour le savoir, il faudrait analyser le comportement des électeurs et des indécis, et tenter de savoir comment et quand ils ont pris leur décision. » L'influence des sondages sur le vote ? Il n'y a aucun consensus scientifique à ce sujet. Ils pourraient tantôt décourager les électeurs du parti qui gagne, tantôt renforcer les électeurs « de la victoire ». H. DO.

Le Soir 09.06.09