

SONDAGE D'OPINION

Définition

Enquête statistique visant à donner une indication quantitative, à une date déterminée, des opinions, souhaits, attitudes ou comportements d'une population par l'interrogation d'un échantillon.

Remarque : C'est la loi du 25 avril 2016 qui a apporté une définition légale du sondage d'opinion ou sondage politique

La production d'un sondage

1 - Qu'est-ce qu'un échantillon représentatif ?

Les sondages reposent majoritairement en France sur la méthode des quotas. Il s'agit d'interroger un échantillon de personnes qui ont les mêmes caractéristiques socio-démographiques (sexe, âge, catégorie socio-professionnelle, commune, région) que l'ensemble de la population. Cette méthode est rendue possible en France par l'existence d'un outil statistique fiable, la base INSEE, qui permet de bien connaître la population de référence et donc de bâtir des quotas précis.

Une autre méthode possible est la méthode aléatoire qui consiste en une sélection au hasard d'un nombre élevé de personnes appartenant à la population de référence.

2 – Le redressement des résultats obtenus

2.1 - En quoi consiste le redressement des résultats bruts ?

Le redressement est une opération consistant à modifier les résultats bruts du sondage afin d'en renforcer la qualité méthodologique.

2.2 - Le redressement est d'abord d'ordre socio-démographique. Il consiste à rétablir, dans le cas de la méthode des quotas, les bonnes proportions en affectant un poids (coefficient de pondération ou clé de correction) à chaque individu en fonction de ses caractéristiques. Le redressement consiste ainsi à rendre l'échantillon conforme en proportions à la population de référence.

2.3 - Le redressement est ensuite opéré sur des critères politiques. Les instituts de sondages considèrent que certains votes sont traditionnellement sous-représentés dans les résultats bruts (votes pour des partis comme le Front national par exemple), les sondés étant réticents à avouer leur vote pour ce type de formation politique. À l'inverse, des partis de la gauche modérée sont généralement sur-représentés (phénomène du sinistrisme). Pour réaliser ce redressement politique, les instituts se fondent sur les souvenirs de vote. S'il apparaît un décalage entre ce que les sondés déclarent avoir voté dans certains scrutins précédents et les résultats effectivement obtenus, les instituts en déduisent que les résultats bruts doivent être corrigés. Par exemple, si seuls 5% des sondés déclarent avoir voté pour le Front national aux dernières élections alors qu'il a obtenu 15% des suffrages, le sondeur considérera que ce parti est sous-estimé dans le sondage et que ce dernier doit donc être redressé.

Interprétation d'un sondage

Quelles sont les marges d'erreur ?

Un sondage est nécessairement affecté d'une marge d'erreur, dite aussi marge d'incertitude ou intervalle de confiance. Il est généralement admis qu'avec un échantillon de 1 000 personnes, la marge d'erreur est d'environ 3% [plus 3 points / ou moins 3 points par rapport au résultat affiché]. Mais, plus l'échantillon est faible, plus la marge d'erreur progresse.

Réglementation des sondages politiques

1 - Quels sont les sondages d'opinion politique qui sont réglementés ?

La loi n°77-708 du 19 juillet 1977 modifiée relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion ne s'applique qu'aux sondages électoraux qui remplissent deux critères :

1. **le sondage doit présenter un lien direct ou indirect avec un scrutin**, à savoir un référendum, une élection présidentielle ou l'une des élections réglementées par le code électoral ainsi qu'avec l'élection des représentants au Parlement européen ;
2. **les résultats du sondage doivent être soit publiés** dans un support de presse écrite (y compris Internet), **soit diffusés** dans un organe de presse audiovisuelle.

A contrario, ne sont pas soumis à la loi les sondages confidentiels ou les sondages publics qui ne portent pas sur le processus électoral, tels que les enquêtes portant sur les réformes en cours ou envisagées ou les études marketing (comportements d'achats, opinion sur tel ou tel produit...).

2 - Quelles règles les sondeurs doivent-ils respecter ?

Les sondeurs doivent suivre des obligations méthodologiques relatives à la confection des sondages : **caractère non biaisé des questions**, rigueur scientifique dans le choix de l'échantillon, cohérence et honnêteté des redressements apporté aux résultats bruts...

Ils doivent aussi communiquer à la commission des sondages, dès la publication du sondage, **une notice d'information comportant les principales données relatives à la réalisation du sondage** (objet du sondage, méthode de constitution de l'échantillon, texte intégral des questions posées, etc.). Depuis la loi du 25 avril 2016, ces notices sont rendues publiques et mises en ligne sur le site de la commission des sondages.

3 - Quelles règles les médias doivent-ils respecter ?

Un média qui publie un sondage est soumis à un certain nombre d'obligations. La loi impose de faire figurer dans la publication du sondage les mentions suivantes : le nom de l'institut de sondage, le nom et la qualité du commanditaire et de l'acheteur du sondage s'il est différent, le nombre des personnes interrogées ainsi que la ou les dates auxquelles il a été procédé aux interrogations, le texte intégral de la ou des questions posées, une mention précisant que tout sondage est affecté de marges d'erreur, les marges d'erreur des résultats publiés ou diffusés, le cas échéant par référence à la méthode aléatoire, une mention indiquant le droit de toute personne à consulter la notice.

Les médias peuvent ne pas publier intégralement un sondage mais les extraits publiés ne doivent pas travestir le sens général de l'enquête. Il y a une obligation de sincérité.

Le régime de la publication des mises au point est similaire à celui du droit de réponse. Les journaux doivent réserver, pour la publication des mises au point, un espace comparable à celui consacré au sondage.

Il est par ailleurs interdit de publier un sondage électoral la veille et le jour du scrutin.

Rôle de la Commission des sondages

1 - Quelles sont les missions de la commission des sondages ?

La **commission des sondages** a pour mission de faire respecter la loi de 1977 afin que les sondages électoraux portant sur des intentions de vote ne viennent pas influencer ou perturber la libre détermination du corps électoral. **La commission des sondages n'a pas de pouvoir propre d'énoncé des sanctions**, par exemple pécuniaires, à l'encontre des journaux ou des instituts pour des manquements à la réglementation des sondages. Elle dispose toutefois d'une possibilité d'imposer des mises au point à la presse et peut saisir le garde des Sceaux.

2 - Quels sont les contrôles exercés par la commission ?

Le contrôle exercé par la commission des sondages est un contrôle systématique, déclenché par la publication ou la diffusion d'une information relative à un sondage. **Il porte sur la qualité de l'échantillon, sur le questionnaire** (ordre et cohérence des questions, par exemple) et sur le redressement des résultats bruts (la commission demande que la décision d'une méthode de redressement soit clairement exprimée).

Quelles sont les sanctions en cas de non respect de la législation ?

Le fait d'utiliser le terme "sondage" pour des enquêtes qui ne répondent pas à la définition fixée par la loi ou de commander réaliser, publier ou laisser publier, diffuser ou laisser diffuser un sondage en violation des obligations légales est passible d'une **amende de 75 000 euros**.

La même sanction est applicable en cas d'**entrave à l'action de la commission des sondages** ou en cas de **non-publication d'une mise au point demandée par la commission**.

Dans les cas où la commission des sondages juge problématiques les méthodes des instituts, où dans le cas de déformations affectant la présentation ou la diffusion du sondage, elle prononce des mises au point.

La publication des mises au point obéit à des règles "de manière que lui soit assurée une audience équivalente à celle du sondage". La mise au point peut, dans certains cas particulièrement graves, porter l'énoncé d'une condamnation de principe par la commission des pratiques décrites.

Erreurs Fréquentes

- Il ne faut pas **assimiler le résultat d'un sondage et l'opinion publique proprement dite**.

En effet, d'une part, on a vu que le sondage est dépendant d'une **marge d'erreur** qui s'applique selon la taille de l'échantillon ;

d'autre part, les **questions formulées par les instituts de sondage** politique qui sont posées aux personnes de l'échantillon ne correspondent pas toujours aux **questions que chacun des individus sondés se posent**. (on parle alors de biais lié à une imposition de problématique).

Sources : <https://www.vie-publique.fr/questions-reponses/269387-les-sondages-dopinion-foire-aux-questions-faq>
(+ mise à jour et modifications personnelles)

Pour approfondir :

Série de podcasts

[L'opinion publique : histoire, mesure et effets de réalité, par Philippe Riutort](#)

Introduction	10:56
1. Histoire : l'émergence de l'opinion publique et ses transformations	13:08
2. La mesure de l'opinion publique	16:06
3. Les effets de réalité de l'opinion : l'opinion publique comme acteur du jeu politique	17:18
Conclusion	

L'opinion publique est une nouvelle question au programme de l'enseignement de SES en première. Philippe Riutort propose dans cette conférence une présentation de cette thématique à partir de trois éclairages : historique, sociologique et politique. Après avoir abordé l'émergence de l'opinion publique et la transformation de sa matérialité au cours du temps, il s'intéresse à sa mesure par les sondages, aux problèmes de méthode et aux questions théoriques qu'elle soulève. La dernière partie traite des effets de l'opinion publique et de la diffusion des sondages sur le fonctionnement du jeu politique.

Source : ENS-Lyon, ressource en Sciences économiques et sociales