

Comment « orienter » un sondage d'opinion ?

Deux exemples récents d'orientation de formulation de question.

Les Français sont les 1^{er} ou les 2^{ème} consommateurs au monde en matière de sondage ; en moyenne on publie tous les jours (mais beaucoup plus actuellement) 2 à 3 sondages.

En période électorale, ces publications sont souvent instrumentalisées par les politiques ou les commentateurs et nous n'avons pas toujours le temps ou les compétences de décoder l'information qui nous est délivrée.

Je vous propose deux petits exemples très récents, deux techniques qui, dans la rédaction de questions, permettent de modifier un résultat. ¹

Comment protéger ou exposer Jacques Chirac ?

L'importance du choix des mots et des échelles pour mesurer un phénomène est tous les mois illustré par les baromètres politiques de confiance ou de sympathie des hommes politiques.

Prenons l'exemple du Président de la République Jacques Chirac. Au mois de novembre 2006, deux formulations légèrement différentes en matière d'indice de confiance donnaient des résultats totalement différents.

Le baromètre CSA est construit sur la question suivante : « *Faites-vous confiance ou*

pas confiance au Président de la République, Jacques CHIRAC pour affronter efficacement les principaux problèmes qui se posent au pays ? »

Le baromètre Tns SOFRES est basé sur une question un peu différente mais portant également sur la confiance : « *Faites-vous tout à fait confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas du tout confiance à Jacques CHIRAC pour résoudre les problèmes qui se posent en France actuellement ? »*

Passons les 2 phrases au filtre de l'analyse sémantique.

Dans la première formulation, on parle de confiance « **au Président de la République, Jacques Chirac** », l'homme arrive derrière la fonction présidentielle, à l'évidence, la confiance exprimée, est une confiance en la fonction et en l'homme.

Par ailleurs on parle **d'affronter efficacement**. La pugnacité étant une des caractéristiques de Jacques Chirac, on peut penser que le qualificatif « affronter » ne va pas le désavantager.

Le point le plus subtil est probablement le dernier mot : les problèmes qui se posent « au pays ». Le mot nous inclut dans une communauté « le pays » dont nous faisons partie et dont Jacques Chirac est le président. Dernier point, il s'agit d'une échelle en 2 positions, confiance ou pas confiance.

La deuxième formulation est subtilement différente bien qu'il s'agisse toujours d'une cote de confiance. On remarque immédiatement que **la fonction présidentielle a disparu**, ne subsiste que l'homme Jacques Chirac,

¹ Ce texte fait partie d'un livre à paraître « Comment bidonner votre sondage en 10 leçons ? »

étrangement nu, dépouillé de sa fonction, pour recueillir cet indice de confiance.

La deuxième différence est plus subtile. Il ne s'agit pas « **d'affronter efficacement** », il s'agit de « **résoudre les problèmes** ». Il y a là plus qu'une nuance que les personnes enquêtées ne vont pas forcément relever, mais qu'ils entendront.

Dernière différence sémantique, il n'y pas de référence « au pays » qui nous inclut, mais une référence à la France actuellement, ce qui introduit une relativité temporelle qui – au contraire de la première formulation – vient « dé-solenniser » le jugement.

L'échelle est une échelle en 4 positions qui donne plus de possibilités de nuances.

Que pensez vous que donneront ces deux formulations ?

A la même période, l'indice CSA est de 42% de confiance. L'indice Sofres est de 23% de confiance.

Je ne doute pas des constructions d'échantillons de part et d'autre, je n'ai pas d'avis précis sur les intentions des concepteurs, mais voilà comment on peut orienter un résultat. Un des indices protège le président derrière la fonction présidentielle, l'autre l'expose.

Comment favoriser l'adoption ou le rejet d'une proposition, l'effet d'association.

Voici un deuxième exemple, plus subtil de différences significatives entre deux résultats de sondage.

Très récemment à 3 jours d'intervalle, deux instituts ont réalisé des sondages portant sur la proposition de François Hollande d'augmenter l'imposition pour les revenus les plus élevés.

Les 15 et 16 janvier, BVA pose la question suivante à un échantillon de 1004 personnes² :

² Sondage BVA réalisé par téléphone du 15 au 16 janvier 2007 auprès d'un échantillon de 1004 personnes représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus
Echantillonnage par la méthode des quotas : sexe, âge, profession du chef de famille après stratification par régions et catégories d'agglomération.

« *François Hollande vient d'indiquer que si le parti socialiste remportait les élections, il augmenterait l'impôt sur le revenu pour « les contribuables qui ont un salaire de plus de 4000 euro net soit 5000 euro brut ». Vous personnellement, êtes-vous tout à fait favorable, plutôt favorable, plutôt opposé ou tout à fait opposé à cette mesure ?* »

2 jours plus tard, le CSA pose la question suivante à un, échantillon de 1003 français³.

« *Etes-vous favorable ou opposé à une augmentation des impôts pour ceux qui gagnent plus de 4000 € net par mois par personne. Seraient concernées les personnes seules gagnant plus de 4000 € net par mois, les couples sans enfant gagnant plus de 8000 € net par mois et les couples avec deux enfants gagnant plus de 12000 € net par mois. Vous y êtes tout à fait favorable, plutôt favorable, plutôt opposé ou tout à fait opposé... ?* »⁴

Les questions sont relativement différentes, les échantillons ne sont pas tout à fait les mêmes dans la mesure où BVA a interrogé des Français à partir de 18 ans et le CSA à partir de 15 ans.

Les scores obtenus sont assez nettement différents : 50% d'opinions favorables à l'augmentation d'impôts pour le sondage BVA, 57% pour le sondage CSA. Soit 7% d'écart.

Mais savez-vous ce qui a surtout produit cette différence ?

Pour le voir de façon flagrante, il faut s'intéresser aux résultats en fonction de la sympathie politique. Sur les électeurs de Ségolène au 1^{er} tour ou les sympathisants PS, la différence de score n'est pas très importante : 64% d'opinions favorables pour BVA, 68% pour le CSA.

Mais quand on s'intéresse aux scores obtenus par les électeurs de Sarkozy ou les sympathisants UMP, les écarts sont énormes : 34% d'opinions favorables pour le sondage BVA, 52% pour le sondage CSA, soit 18 points d'écarts,... Une différence tout à fait anormale...

Qu'est-ce qui a joué ?

On peut le penser, essentiellement la formule introductive dans le sondage BVA : « **François Hollande vient d'indiquer que si le parti socialiste remportait les élections ...** ».

Par cette formule, BVA produit un effet majeur : il attribue la mesure au chef du parti socialiste et il la conditionne à la victoire du candidat socialiste. En

³ Sondage exclusif CSA / FRANCE EUROPE EXPRESS / FRANCE INFO réalisé par téléphone les 17 et 18 janvier 2007.
Echantillon national représentatif de 1003 personnes âgées de 18 ans et plus, constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage), après stratification par région et catégorie d'agglomération.

⁴ On apprécie la complexité de la question.

conséquence les sympathisants UMP se déclarent opposés à la mesure. Mais ont-ils répondu à la mesure ou ont-ils répondu à une proposition de François Hollande et à la victoire possible du parti socialiste ?

Inversement, dans la formulation du CSA, la mesure n'est pas attribuée. Il est très probable qu'une partie non négligeable des personnes

interrogées ne sait pas que la mesure est une proposition de François Hollande. Les personnes se prononcent sans référence à un leader politique et à une hypothèse de victoire du parti socialiste... Ils se positionnent sur la mesure, et les électeurs Sarkozystes se retrouvent favorables à la mesure alors que les sympathisants UMP y étaient farouchement opposés.

	Sondage CSA les 17 et 18 janvier 2007.			Sondage BVA des 15 et 16 janvier 2007		
	Ensemble	Electeur Ségolène 1 ^{er} tour	Electeur Sarkozy 1 ^{er} tour	Ensemble	Sympathisants socialistes	Sympathisants UMP
Total favorable	57	68	52	50	64	34
Tout à fait favorable	21	28	16	13	20	7
Plutôt favorable	36	40	36	37	44	27
Total opposé	38	29	45	46	33	65
Plutôt opposé	22	19	23	27	25	30
Tout à fait opposé	16	10	22	19	8	35
Ne se prononce pas / NSP	5	3	3	4	3	1
Total	100	100	100	100	100	100

Y a-t-il intention d'orienter la question ?

Il y a quelques années, un sondeur écrivait dans un excellent petit livre⁵ qu'il fallait se demander à quelle question, la personne enquêtée avait répondu, Dans la question posée par BVA, à quelle question, les enquêtés ont-ils répondu ? Ont-ils répondu à une question sur une mesure d'augmentation des impôts, sur les hauts revenus ou ont-ils répondu à une question sur une mesure qui serait prise par le parti socialiste en cas de victoire ?

Le principe est le suivant :

Si on associe une affirmation à une personne et qu'on vous demande votre opinion sur cette affirmation, votre réaction à cette affirmation va dépendre de votre opinion sur la personne. C'est un effet d'association

Que pensez-vous que serait votre réaction si on vous demandait de vous positionner sur une affirmation prononcée par Goebbels, Hitler ou Pétain et que pensez-vous qu'elle serait s'il s'agissait de Gandhi ou de sœur Emmanuelle ?

Y a-t-il eu volontairement orientation de la question ? L'identité du commanditaire est toujours importante pour répondre à cette question. Le Sondage BVA était destiné à une publication dans les Echos et à une diffusion sur

BFM ; pas spécialement des médias orientés sur un public de gauche. Le sondage CSA était destiné à France Europe Express / France Info...

Il est difficile de répondre à cette question, et plusieurs éléments ont pu jouer. Il est possible que la question ait été proposée par les journalistes, ... Par ailleurs, étant donné le peu de temps dont les instituts de sondages disposent, la formulation des questions est peu testée et l'hypothèse de la négligence n'est pas non plus impossible. Mon sentiment personnel est que le sondage BVA a cherché à minimiser l'adhésion à la mesure en précisant qu'il s'agissait d'une mesure socialiste.

La réponse des sondeurs sera probablement qu'il ne s'agit pas de la même question et ils auront raison.

Mais dans le maëlstrom d'informations dont nous sommes bombardés, avons-nous le temps de faire ces analyses sémantiques ?

Gérard Dahan
Directeur Institut Procom
Docteur en psychosociologie

⁵ Jean de Legge, « sondage et démocratie », Flammarion, 1998.

PROCOM



ETUDES SONDAGES

© PROCOM