

# La singulière fabrique des sondages d'opinion

de  
**Michel LEJEUNE (2021)**



**Antoine ROLLAND<sup>1</sup>**  
Université Lumière Lyon 2



**Livre** (168 pages)

**Direction** : Michel LEJEUNE

**Édition** : L'Harmattan (Collection : Questions contemporaines) – 2021

**ISBN** : 978-2-343-23455-7

1. [antoine.rolland@univ-lyon2.fr](mailto:antoine.rolland@univ-lyon2.fr)

En 2002, suite à l'échec des instituts de sondage à prévoir la présence de Jean-Marie Le Pen au second tour de l'élection présidentielle française, Michel Lejeune, statisticien spécialiste des sondages et professeur honoraire à l'université Grenoble Alpes, avait, selon ses dires, « donné un grand coup de pied dans la fourmilière » en dénonçant les manquements méthodologiques des enquêtes d'opinion. Il faut croire que la fourmilière s'est reformée puisque vingt ans plus tard il ne constate aucun progrès dans la fabrique des sondages d'opinion, au contraire.

Dans ce livre assez dense, mais écrit dans un style alerte, l'auteur se livre à une analyse (très) critique des sondages d'opinion. En comparant la théorie rigoureuse de l'échantillonnage, et, comme le qualifie l'auteur, le bricolage à l'œuvre dans les sondages effectivement réalisés par les instituts, Michel Lejeune est sans concession pour ces derniers, ne trouvant aucune excuse ou vertu à ces pratiques. Il analyse successivement plusieurs points problématiques de la pratique sondagière, entre autre :

- La mise en place d'échantillons obtenus par quotas plutôt que de manière aléatoire. L'opposition quotas/tirage aléatoire est un vieux débat et, dans le cas précis, l'absence de base de sondage accessible limite certes le recours au tirage aléatoire ; mais la pratique systématique des quotas, appuyée sur la notion très floue de représentativité, et effectuée sur des variables dont le pouvoir explicatif n'est jamais questionné, n'apporte aucune certitude sur la qualité de l'échantillon.
- Les biais, très nombreux, qui se rencontrent tout au long de la mise en place d'un sondage d'opinion. Biais de couverture (on n'a pas accès à toute la population étudiée), biais dans les probabilités de sélection des individus (celles-ci ne sont pas conformes au plan de sondage), biais de non-réponse, biais dus à la façon dont est construit le questionnaire, etc., font que les sondages d'opinion peuvent cumuler de nombreux biais, aboutissant à ce que les réponses obtenues soient grandement sujettes à caution.
- Le redressement ex-post pose aussi question : il est courant dans les instituts de sondage de tester plusieurs redressements à dire d'experts avant d'en choisir un, ce qui n'est jamais discuté ou même mentionné. Seule la publication transparente des données brutes et des données redressées permettrait de juger de manière critique de la validité des résultats proposés.
- Les *access panels* : devant la réticence de plus en plus grande des sondés à répondre à des questions d'opinions, les instituts ont recours à des panels de personnes présélectionnées et ayant donné leur accord pour être interrogées. Croire que ce panel auto-sélectionné est à l'image de la population française, et qu'un tirage aléatoire dans ce panel (non exempt de non-réponse par ailleurs) équivaut à un tirage aléatoire dans la population globale est faire preuve grandement d'optimisme, ou plutôt, selon Michel Lejeune, d'incompétence voire de malhonnêteté.

Michel Lejeune ne se limite pas à dénoncer ce qu'il indique comme mauvaises pratiques. Il consacre tout le chapitre de son épilogue à proposer des pistes de progrès, que l'on pourrait résumer par « moins mais mieux » : effectuer moins de sondages, mais de meilleure qualité, sous l'égide d'une charte contraignante et d'une transparence des méthodes utilisées. Le style engagé de l'auteur, loin de toute neutralité, fait qu'on n'est pas obligé de suivre l'ensemble de ses conclusions. Mais il est indéniable que les instituts de sondages gagneraient beaucoup en crédibilité à appliquer les conseils donnés dans ce livre très revigorant.

Ce livre n'est pas le seul à traiter de la question, et de nombreux ouvrages ou articles ont été rédigés par des statisticiens sur la théorie des sondages, leurs applications et leur fiabilité. Il est regrettable que l'auteur n'y fasse aucune allusion. De même, une bibliographie en fin de volume des études mentionnées par Michel Lejeune ainsi qu'un index auraient été les bienvenus. Par ailleurs, comme le sujet revient sur le devant de la scène à chaque campagne électorale, de bons ouvrages à caractère plus sociologique sont régulièrement publiés, comme, par exemple,

le livre de Patrick Lehingue en 2007<sup>2</sup>, ou le dossier spécial de *Statistique et Société* (volume 1, n° 2) publié en 2013.

A ce propos, on peut aussi se demander pourquoi, devant tant de défauts, la pratique des sondages est en pleine expansion. Ces derniers rencontrent un succès jamais égalé pendant la précampagne de l'élection présidentielle 2021, allant même jusqu'à remplacer le vote des militants dans certaines primaires. Pourquoi une telle utilisation d'un outil qui semble être si défectueux ? Il serait simpliste de considérer hâtivement les politiques comme des personnes complètement naïves. Cette absence d'analyse du succès des sondages est une piste pour un ouvrage futur.

---

2. Lehingue P. (2007), *Subunda : coups de sonde dans l'océan des sondages*, Bellecombe-en-Bauges, Éd. du Croquant, coll. Savoir/agir, 271 p.