



Baromètre

« Les Français et les sondages »

Vague 9 – Les critiques envers les sondages

Avril 2017

“opinionway”

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR^{'16}
corporate

Délits d'Opinion 
Le site des experts de l'opinion publique

Frédéric Micheau
Directeur des études d'opinion
Directeur de département
Tel: 01 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com



Note introductive






- La réalisation d'un sondage portant sur le thème des sondages est soumise à **plusieurs biais méthodologiques** :
 - Les personnes acceptant de participer à l'enquête n'ont pas d'opposition de principe aux sondages, dans la mesure où elles se sont portées volontaires pour faire partie du panel au sein duquel nous les interrogeons.
 - Le contexte, marqué par les polémiques concernant les performances des sondages dans des scrutins étrangers récents (Brexit, élection présidentielle américaine de 2016), peut également peser sur les réponses des personnes interrogées.
 - Enfin, la campagne pour l'élection présidentielle constitue un moment spécifique. Les sondages sont publiés en très grand nombre et sur une fréquence très resserrée, ce qui peut provoquer un effet de saturation. Ils portent en priorité sur les thématiques électorales et les intentions de vote, ce qui tend à occulter tous les autres types de sondages d'opinion.
- Ces différents biais sont connus et documentés. **Ils doivent être nécessairement pris en compte dans l'interprétation des résultats.** L'analyse doit notamment prendre soin de contextualiser les réponses.
- Cependant, **ces biais méthodologiques n'invalident pas le bien-fondé de la démarche.** Pratique régulière et ancienne, en France et à l'étranger, la réalisation de sondages sur les sondages permet aux instituts de bénéficier d'informations précieuses sur la façon dont leur production est perçue et alimente le débat citoyen.

“ LA MÉTHODOLOGIE

“*opinionway*



La méthodologie

	<p>Echantillon de 1586 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.</p> <p>L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.</p>
	<p>L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).</p>
	<p>Les interviews ont été réalisées du 3 au 5 mars 2017.</p>
	<p>OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.</p>
	<p>Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,1 à 2,5 points au plus pour un échantillon de 1500 répondants.</p>

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« **Sondage OpinionWay pour Délits d'Opinion** »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil des répondants

Population française âgée de 18 ans et plus

Source : INSEE, Bilan démographique 2014.


1586
personnes



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	11%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	27%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	21%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord ouest	23%
	Nord est	23%
	Sud ouest	11%
	Sud est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	27%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	15%
	Catégories populaires	32%
	Employés	18%
	Ouvriers	14%
	Inactifs	40%
	Retraités	27%
	Autres inactifs	13%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	23%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	14%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	16%



LES RESULTATS

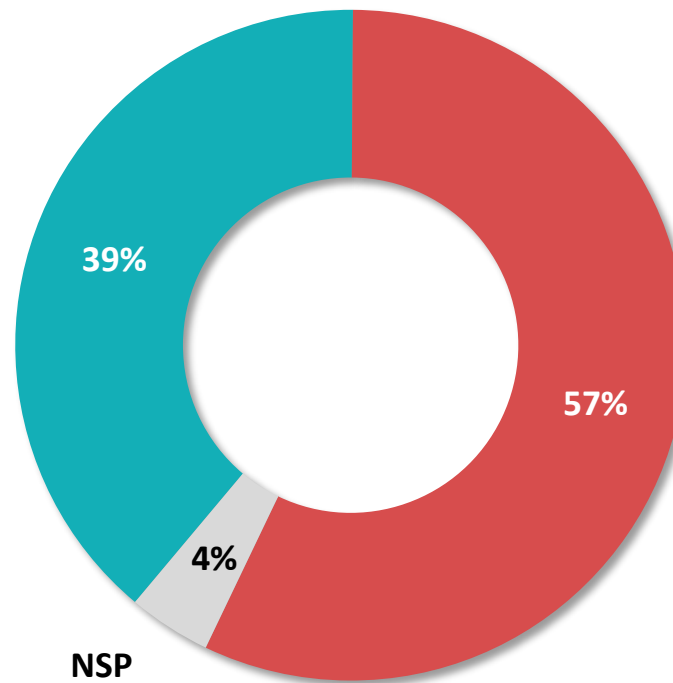


La scientificité des sondages

Q. De laquelle des opinions suivantes êtes-vous le plus proche ou plutôt le moins éloigné ?



Les sondages utilisent des méthodologies scientifiques (échantillon, quotas, redressement, etc.) qui permettent de produire des résultats réellement représentatifs de l'opinion des Français



Les sondages ne permettent pas de produire des résultats représentatifs car 1000 personnes ne peuvent pas rendre compte de l'ensemble de l'opinion des Français



La scientificité des sondages

Q. De laquelle des opinions suivantes êtes-vous le plus proche ou plutôt le moins éloigné ?



	Sexe		Âge					Statut			
	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif	
Les sondages utilisent des méthodologies scientifiques (échantillon, quotas, redressement, etc.) qui permettent de produire des résultats réellement représentatifs de l'opinion des Français	39%	40%	37%	42%	37%	44%	34%	38%	40%	35%	40%
Les sondages ne permettent pas de produire des résultats représentatifs car 1000 personnes ne peuvent pas rendre compte de l'ensemble de l'opinion des Français	57%	56%	59%	54%	59%	54%	62%	55%	55%	61%	56%



La scientificité des sondages

Q. De laquelle des opinions suivantes êtes-vous le plus proche ou plutôt le moins éloigné ?

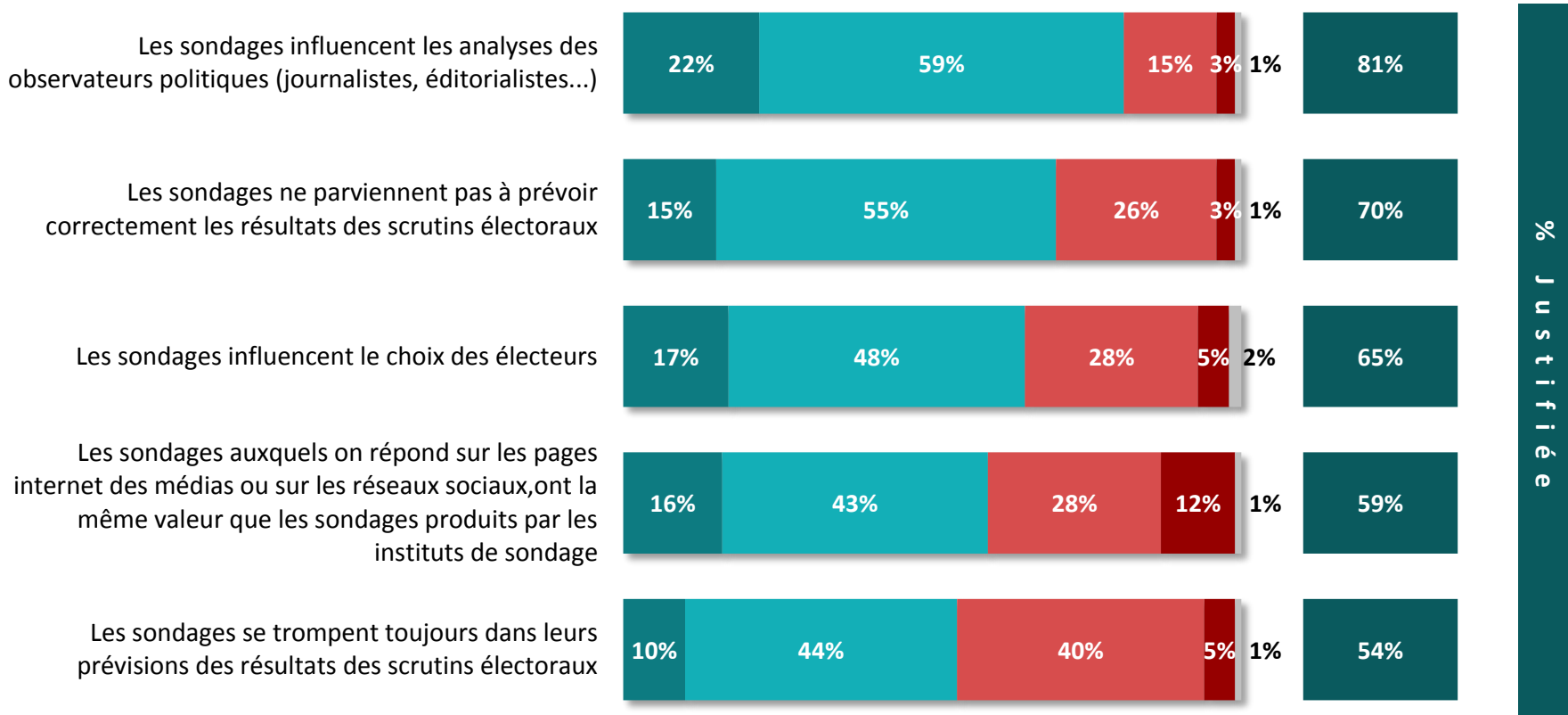


	Proximité partisane					
% Total	Gauche	Centre (Modem + UDI)	Les Républicains	Front National	Sans préférence partisane	
Les sondages utilisent des méthodologies scientifiques (échantillon, quotas, redressement, etc.) qui permettent de produire des résultats réellement représentatifs de l'opinion des Français	39%	42%	53%	37%	39%	33%
Les sondages ne permettent pas de produire des résultats représentatifs car 1000 personnes ne peuvent pas rendre compte de l'ensemble de l'opinion des Français	57%	54%	42%	59%	58%	62%



La légitimité des critiques adressées aux sondages

Q : Diriez-vous que chacune des critiques suivantes des sondages est justifiée ou pas justifiée ?





La légitimité des critiques adressées aux sondages

Q : Diriez-vous que chacune des critiques suivantes des sondages est justifiée ou pas justifiée ?



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP+	CSP-	Inactif
Les sondages influencent les analyses des observateurs politiques (journalistes, éditorialistes...)	81%	84%	79%	81%	80%	84%	80%	83%	83%	82%	80%
Les sondages ne parviennent pas à prévoir correctement les résultats des scrutins électoraux	70%	71%	70%	64%	68%	73%	70%	72%	69%	75%	69%
Les sondages influencent le choix des électeurs	65%	72%	60%	76%	59%	72%	63%	65%	73%	64%	63%
Les sondages auxquels on répond sur les pages internet des médias ou sur les réseaux sociaux ont la même valeur que les sondages produits par les instituts de sondages	59%	59%	60%	60%	57%	61%	58%	61%	53%	64%	59%
Les sondages se trompent toujours dans leurs prévisions des résultats des scrutins électoraux	54%	53%	54%	55%	56%	59%	54%	43%	53%	64%	46%



La légitimité des critiques adressées aux sondages

Q : Diriez-vous que chacune des critiques suivantes des sondages est justifiée ou pas justifiée ?



	% Total	Proximité partisane				
		Gauche	Centre (Modem + UDI)	Les Républicains	Front National	Sans préférence partisane
Les sondages influencent les analyses des observateurs politiques (journalistes, éditorialistes...)	81%	84%	84%	88%	73%	79%
Les sondages ne parviennent pas à prévoir correctement les résultats des scrutins électoraux	70%	70%	60%	75%	71%	70%
Les sondages influencent le choix des électeurs	65%	71%	69%	68%	57%	62%
Les sondages auxquels on répond sur les pages internet des médias ou sur les réseaux sociaux ont la même valeur que les sondages produits par les instituts de sondages	59%	60%	44%	58%	60%	63%
Les sondages se trompent toujours dans leurs prévisions des résultats des scrutins électoraux	54%	46%	35%	59%	60%	61%



L'ANALYSE DES RESULTATS



L'analyse des résultats

Cette huitième vague du baromètre « Les Français et les sondages » est consacrée à l'opinion des Français sur les critiques contre les sondages.

- **Interrogés sur la scientificité des sondages, les Français se montrent plutôt circonspects.** Près de 4 Français sur 10 (39%) considèrent que les sondages utilisent des méthodes scientifiques permettant de produire des résultats représentatifs de l'opinion des Français tandis que 57% questionnent la représentativité des résultats, considérant qu'un échantillon de 1000 personnes ne peut pas rendre compte de l'ensemble de l'opinion des Français.
 - Ce jugement critique sur la représentativité des sondages, et donc sur leur scientificité, est plus important chez les femmes (59% contre 56% des hommes) et chez les catégories populaires (61% contre 55% pour les catégories socio-professionnelles favorisées).
- **Les personnes interrogées se montrent également réceptives aux différentes critiques émises à l'endroit des sondages.** Ils trouvent notamment justifiées les critiques sur l'influence des sondages, considérant que les sondages influencent les analystes politiques (81 % dont 22% *tout à fait*) et dans une moindre mesure le choix des électeurs (65%).
- Dans le contexte des échecs des instituts de sondage anglo-saxons à anticiper la victoire du Brexit et l'élection de Trump, les Français se montrent critiques sur la capacité des sondages à prévoir correctement les résultats des scrutins électoraux (70% considèrent cette critique comme justifiée), 54% considérant même qu'ils se trompent toujours. Enfin, peu au fait des aspects techniques des sondages, les Français estiment que les sondages réalisés sur les sites internet ou sur les réseaux sociaux ont la même valeur que ceux des instituts de sondages (59%).
 - La critique sur l'incapacité des sondages à prévoir correctement les résultats des scrutins électoraux est jugée pertinente notamment par les personnes âgées (71% des personnes âgées de 50 ans et plus contre 67% pour les personnes âgées de moins de 35 ans) et par les catégories populaires (75% contre 69% pour les catégories socio-professionnelles favorisées). Les personnes se déclarant proches des Républicains sont les plus critiques (75% contre 60% pour ceux se déclarant proches du Modem).



“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

*« Permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur,
pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »*