

Les sondages électoraux de 2004 se sont-ils trompés?

Par Claire Durand,
professeur,
département de sociologie,
Université de Montréal

Les campagnes électorales sont une occasion privilégiée d'examiner les sondages puisqu'il s'agit d'une des seules occasions où il est possible de vérifier les "prédictions". Qu'en est-il de la campagne électorale de juin 2004. Les sondages se sont-ils trompés? Nous regardons d'abord la situation au Québec puis celle de l'ensemble du Canada, cette dernière étant partiellement tributaire de celle du Québec.

Au Québec

Le Bloc québécois a obtenu 48,8% du vote au Québec alors que le Parti libéral du Canada en a obtenu 33,9%. Cinq sondeurs ont publié des intentions de vote pour le Québec au cours de la dernière semaine de la campagne dont un seul sondeur québécois, Léger Marketing. Pour ce qui est des intentions de vote pour le Bloc Québécois, deux sondages évaluant les intentions de vote à 48% (Ipsos-Reid et Léger) et un à 51% (SES) se situent à l'intérieur de la marge d'erreur (le sondage de SES a une marge d'erreur de 5% dû à un petit échantillon). Pour ce qui est du PLC, un sondeur met le Parti libéral à 25%, deux à 28%, un à 29% et un à 33%. Un seul sondage se situe à l'intérieur de la marge d'erreur, celui de Léger Marketing à 33%. On peut donc conclure que les derniers sondages, à l'exception du sondage de Léger Marketing, ont sous-estimé le vote libéral au Québec, comme cela s'était produit à l'élection canadienne de 2000.

Peut-on expliquer cette situation? Deux types d'explication sont possibles, relatives à la campagne elle-même ou à la méthodologie. Une remontée des intentions de vote pour le PLC en fin de campagne pourrait expliquer en partie du moins la sous-estimation du PLC. Les sondages montrent de fait une hausse continue de l'intention de vote pour le PLC durant la dernière semaine. On ne peut donc pas, dans cette campagne, écarter la possibilité d'une évolution des intentions de vote se poursuivant jusqu'à la fin. Toutefois, il n'est pas certain que cela explique l'ensemble de l'écart.

Au plan méthodologique, un examen des 22 sondages de la campagne montre que les sondages des deux sondeurs québécois présents (Léger et CROP) ont généralement estimé l'intention de vote pour le PLC au Québec 4 points plus élevée que les autres sondages. Or les deux sondeurs québécois redressent leurs données pour refléter la répartition des groupes linguistiques au Québec et les deux rapportent des taux de réponse plus élevés que les sondeurs canadiens. Il faudrait examiner la distribution des groupes linguistiques obtenue par les sondeurs canadiens pour mieux juger de l'effet de ces pratiques. Toutefois, les intentions de vote sont à ce point différenciées selon les groupes linguistiques, à tout le moins au Québec, qu'il faut penser que la pratique de redressement est tout à fait appropriée et devrait être adoptée par tous les sondeurs.

Au Canada

Dans l'ensemble du Canada, le PLC a recueilli 36,7% des voix, le Parti conservateur, 29,6% et le NPD, 15,7%. Les cinq sondages de la dernière semaine donnent le PLC entre 32% et 34%, le Parti conservateur entre 30% et 33% et le NPD entre 15 et 20%. En moyenne, le PLC est sous-évalué de quatre points en faveur du PCC et du NPD, sur-évalués de deux points chacun. Trois sondages sur cinq se situent à l'extérieur de la marge d'erreur tant pour le PLC que pour le PCC et deux sur cinq, pour le NPD. Par ailleurs, l'écart entre les deux principaux partis est de 7,1 points alors qu'un sondage l'estime nul, quatre sondages à un point seulement et un sondage à 4 points. Cette mauvaise évaluation de l'écart est sans doute ce qui explique le plus la perception que les sondages se sont beaucoup trompés. Ils ont laissé croire à une course serrée alors cela n'a pas été le cas. A quoi peut-on attribuer ces erreurs de prédictions?

Une partie de la sous-estimation du vote pour le PLC au Canada pourrait être attribuée à une sous-estimation du vote pour le PLC au Québec. Toutefois, cette explication ne tient pas vraiment la route puisqu'il n'y a pas concordance : Les sondeurs qui ont le plus sous-estimé le PLC au Québec n'ont pas nécessairement plus sous-estimé le PLC au Canada. Par ailleurs, certains ont avancé que le fort taux de discrets pouvait expliquer la situation, ces derniers se décidant en plus grand nombre pour le PLC en fin de parcours. Toutefois, le taux de discrets dans les sondages lors de l'élection fédérale de 2000 était autant si non plus élevé et les sondages n'avaient pas sous-estimé le PLC au Canada. Certains sondeurs ont émis l'hypothèse d'un mouvement de dernière minute vers le PLC. Cette explication a rarement été validée par les recherches scientifiques qui ont analysé certains cas (Grande Bretagne, 1992, 1997, Québec 1998). Toutefois, dans le cas présent, l'analyse de l'ensemble des sondages de la campagne montre qu'à mi-chemin dans la campagne, les tendances à la baisse des Libéraux et à la hausse des Conservateurs, se sont arrêtées et que les intentions de vote pour les deux partis se sont stabilisées. L'hypothèse d'une remontée des Libéraux par la suite ne peut donc pas être écartée d'emblée même s'il n'est pas certain qu'elle explique l'ensemble de l'écart. Le seul moyen de valider cette explication serait de procéder à une enquête post-électorale auprès des répondants aux sondages pré-électorales.

D'autres facteurs relevant des méthodologies utilisées peuvent également expliquer la situation : nombre de jours d'enquête faible, pondérations utilisées, taux de réponse, composition des échantillons. Toutefois, peu d'informations méthodologiques détaillées sont rendues disponibles, ce qui rend l'analyse de ces effets difficile.

Conclusion

Contrairement à la précédente campagne fédérale, celle-ci a donné lieu à beaucoup de mouvement, ce qui a rendu la tâche des sondeurs plus difficile. Toutefois, la très mauvaise estimation de l'écart entre les principaux partis au Canada et la sous-estimation renouvelée des Libéraux au Québec devraient amener les sondeurs à profiter de l'occasion pour examiner leurs méthodes et éventuellement les améliorer.