

## **La loi électorale et les sondages**

par Claire Durand

Les campagnes électorales modernes se caractérisent généralement par la publication de sondages électoraux. La campagne canadienne actuelle ne fait pas exception. Dix sondages électoraux ont été publiés dans les quotidiens nationaux entre le 28 mai et le 15 juin dont un seul fait uniquement au Québec. La possibilité que les sondages influencent les campagnes et éventuellement le vote des électeurs a amené le gouvernement canadien à légiférer sur la publication des sondages électoraux. La nouvelle loi canadienne de 2000 fait obligation aux médias de donner des informations méthodologiques de façon à permettre au lecteur informé et éventuellement aux experts de juger de la qualité des sondages publiés. Par exemple, lorsque deux sondages donnent des estimations différentes des forces en présence, il est important d'avoir les informations suffisantes pour savoir s'il y a une réelle différence entre les sondages compte tenu de la marge d'erreur et s'il est probable qu'une information est meilleure que l'autre.

### **Que dit la loi ?**

La loi oblige donc les médias à publier avec l'article présentant le sondage des informations de base – nombre de répondants, nom des commanditaires et du sondeur, marge d'erreur, libellé de la question, période d'entrevue, moyen de se procurer un rapport méthodologique détaillé. De plus, la loi dicte les informations méthodologiques qui doivent être présentées dans le rapport détaillé : mode d'échantillonnage, taille de l'échantillon initial, taux de validité, d'éligibilité et de refus, mode de pondération des données, proportion de répondants discrets et manière dont on les a traités, moment de la journée où les entrevues sont faites. En 2000, la loi avait généralement été respectée formellement en ce qui a trait à l'information accompagnant les articles mais les rapports détaillés, lorsqu'ils existaient, ne comprenaient pas, à quelques exceptions près, toutes les informations exigées par la loi. Quoique des sanctions soient prévues dans la loi, personne à Elections Canada ne semble s'être préoccupé de la faire respecter. Qu'en est-il en 2004 ?

### **La loi est-elle respectée ?**

Une première analyse des informations publiées entre le 28 mai et le 15 juin montre que la presque totalité des médias présentent les informations de base requises pour l'intention de vote pour l'ensemble du Canada. Par contre, la marge d'erreur présentée est habituellement basée sur l'ensemble des répondants. La marge d'erreur réelle, basée seulement sur les répondants effectifs et tenant compte des pourcentages, peut donc différer de celle qui est présentée. L'omission la plus flagrante est toutefois que les intentions de vote sont présentées pour les régions – Atlantique, Québec, Ontario, Prairies, Alberta et Colombie Britannique – sans que les informations de base – nombre de répondants et marge d'erreur – soient présentées. Enfin, aucun média n'a fait état de la possibilité de se procurer un rapport méthodologique détaillé et des moyens pour le faire.

Comme, en 2000, les médias référaient habituellement les lecteurs aux sites Web des firmes de sondage, nous avons donc vérifié si les informations requises étaient présentes sur ces sites. Il

s'avère qu'une seule des quatre firmes ayant effectué des sondages canadiens mentionne sur son site des informations de base telles le nombre de répondants et la proportion de répondants discrets pour la question sur l'intention de vote dans les régions. Par ailleurs, aucune firme ne donne le taux de réponse. Enfin, les informations de base sur l'échantillon – manière dont il est tiré, population de référence, inclusion des numéros de téléphone non listés – sont minimales. En résumé, l'analyse montre que la loi n'est pas respectée par les médias. La situation est la même qu'en 1997, avant la loi.

## **Les conséquences**

Plusieurs études ont montré que la méthodologie utilisée pouvait expliquer certaines différences entre les sondages. Entre le 9 et le 11 juin, quatre sondages ont été publiés donnant un portrait différent des intentions de vote au Québec. Léger Marketing donne le Bloc à 46% et le P.C. à 31% et CROP donne le Bloc à 44% et le PLC à 32% alors que Ekos donne le Bloc à 54% et le PLC à 22% et Ipsos-Reid, le Bloc à 50% et le PLC à 24%. Y a-t-il des différences significatives entre ces sondages et si oui, à quoi peut-on les attribuer ?

Le tableau présente l'étendue des pourcentages réels auxquels on peut s'attendre dans la population compte tenu des marges d'erreur exactes (calculées au meilleur des informations disponibles en fonction du nombre de répondants estimés et des pourcentages réels). Ainsi, l'intention de vote pour le Bloc Québécois pourrait, si on tient compte des marges d'erreur, être aussi basse que 39,7% et aussi élevée que 58,6%, presque 20 points de différence alors que celle du PLC pourrait varier du simple au double, de 18,1% à 36,3%. Notons que seuls les sondages de CROP et d'Ekos diffèrent significativement entre eux alors que ceux d'Ipsos-Reid et de Léger ne se distinguent pas significativement des deux autres. Il faut également remarquer que les deux firmes canadiennes estiment le Bloc plus haut que les firmes québécoises.

Qu'est-ce qui permet d'expliquer ces différences ? Il semble raisonnable d'éliminer la possibilité que les intentions de vote pour le Bloc aient fluctué à ce point en quelques jours. Quoique de telles différences puissent se produire au hasard -- le fameux une fois sur 20 -- les méthodologies utilisées sont des facteurs plus plausibles d'explication. Il est difficile d'avoir accès à certaines informations ; nous avons donc dû en estimer certaines à partir des informations disponibles ou demandées aux médias. La pondération utilisée peut être en cause. Les sondages réalisés par Ipsos-Reid et Ekos n'ont pas été pondérés en fonction de la langue, contrairement à ceux de Léger et de CROP. Comme les francophones au Québec ont plus tendance à collaborer aux sondages, il est possible que les sondages canadiens comportent une trop forte proportion de francophones, ce qui aurait dû être corrigé. L'autre facteur d'importance, le taux de réponse, n'est pas rendu public et ce, malgré l'obligation légale. Les taux ont été divulgués pour CROP et Ekos parce qu'un même média commanditait les deux sondages et a voulu expliquer les écarts. Les taux de réponse obtenus par les sondeurs québécois sont en général plus élevés que ceux des sondeurs canadiens, ce qui pourrait expliquer les différences. Or, si CROP et Léger ont de meilleurs estimés, l'estimation de l'intention de vote pour le PLC dans l'ensemble du Canada, qui tient compte des données pour le Québec, est légèrement sous estimée par Ipsos et Ekos : le parti Libéral et le parti Conservateur sont donc vraiment nez à nez.

## **En conclusion**

La loi canadienne prévoit que certaines informations méthodologiques doivent être disponibles pour qu'il soit possible d'éclairer les électeurs sur la validité des estimations des sondages publiés. Il est démontré que la méthodologie influence la qualité des estimés et les sondages publiés peuvent influencer le vote. Il ne semble pas que le Directeur général des élections se préoccupe du respect de la loi sur ce point et ce, malgré que les mêmes problèmes soient survenus lors de l'élection de 2000.

**Intentions de vote pour le Bloc québécois et le Parti libéral du Canada au Québec  
2-9 juin 2004**

	<b>Léger Marketing</b>	<b>CROP</b>	<b>Ekos</b>	<b>Ipsos-Reid</b>
<b>Commanditaire</b>	Presse Canadienne	La Presse	La Presse	Toronto Globe & Mail
<b>Bloc Québécois</b>	46% (40,3-51,7)	44% (39,7- 48,3)	54% (49,4-58,6)	50% (45,2-54,8)
<b>Parti libéral du Canada</b>	31% (25,7-36,3)	32% (28,0-36,0)	22% (18,1-25,9)	24% (19,9-28,1)
<b>Taille (sans les discrets)</b>	296***	522	445*	413**
<b>période de terrain</b>	2-7 juin	3-9 juin	7-9 juin	4-8 juin
<b>Taux de réponse</b>	?	40%*	18,5%*	?
<b>pondération</b>	âge, sexe, langue maternelle	âge, sexe, langue d'usage	âge, sexe	âge, sexe

\* information fournie dans un article subséquent, non disponible sur le site

\*\* non disponible, estimé à 23,7% de l'échantillon déclarant une intention de vote.

\*\*\* information fournie par le commanditaire : 400 répondants au total au Québec, estimation de 296 tenant compte des discrets.