

**Zeitschrift:** Horizons : le magazine suisse de la recherche scientifique  
**Herausgeber:** Fonds National Suisse de la Recherche Scientifique  
**Band:** 31 (2019)  
**Heft:** 122: Nouveaux regards sur l'école : comment les connaissances scientifiques changent les pratiques en classe

**Artikel:** Cliquez, vous êtes sondés!  
**Autor:** Keller, Benjamin  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-866406>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 04.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



## PROJECTIONS ÉLECTORALES

# Cliquez, vous êtes sondés!

Les sondages en ligne ont remplacé le téléphone pour mesurer l'opinion avant les élections fédérales. Explications.

Texte: Benjamin Keller

Infographie: CANA atelier graphique

Pour la première fois, les préférences politiques de la population suisse avant des élections fédérales sont uniquement mesurées à l'aide d'enquêtes en ligne - et non plus par téléphone.

Les sondages par internet ont un atout de taille: leur coût bien moins élevé. La récolte des données est facilitée au moyen de questionnaires diffusés sur les portails électroniques des médias que les internautes remplissent eux-mêmes. En quelques jours, des milliers de réponses sont recueillies.

Mais il ne faut peut-être pas enterrer tout de suite le combiné. Codirecteur de l'institut Gfs Bern, Urs Bieri estime que les sondages téléphoniques sont «considérés à tort comme obsolètes», alors que «presque tout le monde» peut encore être joint par ce biais. Il rappelle que l'utilisation des numéros de portable a permis de réduire le problème de couverture.

Urs Bieri s'étonne qu'à l'inverse d'autres pays, le débat à ce sujet soit absent en Suisse. Il souligne qu'en Allemagne, notamment, les enquêtes téléphoniques restent la référence et qu'elles sont revenues en force aux Etats-Unis après un emballement pour les sondages en ligne. Son institut mêle les deux pour les votations portant sur des initiatives et des référendums.

## COMMENT FONCTIONNE UN SONDAge EN LIGNE



Un groupe de presse commande une enquête à un institut spécialisé avant les élections fédérales, lequel publie un questionnaire sur les sites des journaux du groupe. Ce sera l'unique **source** du sondage.

Certains chercheurs examinent d'autres **sources** potentielles, notamment les réseaux sociaux. Le politologue Pablo Barberá de la London School of Economics a montré que l'on pouvait déterminer le positionnement idéologique des utilisateurs de Twitter en analysant les comptes auxquels ils sont abonnés. Mais prédire le résultat d'élections exige de savoir s'ils ont l'intention de voter. Et pour cela, un sondage s'impose.

logique des utilisateurs de Twitter en analysant les comptes auxquels ils sont abonnés. Mais prédire le résultat d'élections exige de savoir s'ils ont l'intention de voter. Et pour cela, un sondage s'impose.

### Les rois des sondages

#### Leewas

Créé à Zurich par les politologues Lucas Leemann et Fabio Wasserfallen, Leewas réalise depuis 2014 des sondages en ligne sur les votations fédérales pour le compte du groupe Tamedia et désormais aussi pour les élections. Cette infographie se base sur leur méthodologie.

#### Sotomo

Fondé en 2007 à Zurich par le géographe Michael Hermann, Sotomo s'occupe pour la première fois, à l'occasion des élections fédérales 2019, des baromètres électoraux de la SSR (via des enquêtes en ligne). Ils étaient auparavant confiés à Gfs Bern (téléphone).

#### Gfs Bern

Gfs Bern (1959, Berne) est chargé des sondages pour les votations (téléphone/ en ligne) pour la SSR. Il effectue aussi des extrapolations le jour des élections fédérales en se basant sur les résultats de 300-400 communes, soit environ une commune suisse sur six.



Jacques Bron lit le journal sur son téléphone. Il y découvre le sondage et décide d'y participer. Il donne des renseignements sur sa personne (sexe, âge, etc.) et dit pour quel **parti** il voterait - si les élections avaient lieu le jour même. Une base de données recueille ces informations.

Certains partis tels que l'UDC en Suisse donnent du fil à retordre aux sondeurs. En 2011, ils n'avaient pas vu le recul de la formation au Conseil national. Avant les élections zurichoises du 24 mars 2019, Sotomo avait annoncé une baisse de 1,8 point pour l'UDC, qui a en fait régressé de 5,6 points. Urs Bieri lie cela au profil de certains électeurs du parti: pas forcément très politisés, protestataires et qui se décident parfois tardivement à voter. Lucas Leemann de Leewas n'exclut pas une «surprise» concernant l'UDC aux prochaines élections fédérales d'octobre 2019.

14 000 réponses sont récoltées en deux jours. Les politologues ferment le sondage et commencent l'**analyse des données**. L'objectif est d'extrapoler à partir de cet échantillon les intentions de l'ensemble des personnes prévoyant de voter.

Les **données** sont d'abord nettoyées pour ne garder que les plus fiables. Environ 15% sont supprimées, par exemple si elles sont incomplètes ou si leur qualité paraît douteuse. Les politologues appliquent ensuite la méthode dite MRP (pour «multilevel regression with post-stratification»): ils classent les intentions de vote des sondés en fonction de paramètres démographiques (âge, formation, etc.), et créent des modèles de réponses pour des idéaux-types. Un exemple: une jeune femme vivant dans une commune urbaine du canton de Zurich affectionne tel parti. Reste à ajuster ces préférences en fonction du poids démographique de ces types dans la population électorale réelle, basé sur les statistiques officielles.



Une fois les calculs terminés, les politologues compilent les résultats dans un rapport, envoyé aux médias, en précisant que la **marge d'erreur** se chiffre à 1,5%.

Une **marge d'erreur** de 1,5% signifie que le score réel d'un parti peut varier de plus ou moins 1,5 point par rapport au résultat indiqué dans le sondage. Elle se réfère toujours à un intervalle de confiance, le plus souvent de 95%: les résultats ont, statistiquement, 95% de chances de se situer à l'intérieur de la marge d'erreur. Elle dépend du nombre de personnes questionnées, mais aussi de leur distribution - elle sera par exemple très élevée dans le cas où seules des femmes universitaires participent.

Jeanne Dupont, journaliste, prépare un article sur le sondage. Elle appelle ses auteurs car elle a des questions liées à sa fiabilité. Le fait que seules des personnes qui lisent les médias en ligne aient participé n'induit-il pas un **biais**?

Pour Lucas Leemann de Leewas, le fait que ce soient les gens intéressés par l'actualité qui participent le plus aux sondages constitue un avantage plutôt qu'un **biais**: «Ce sont également les plus enclins à voter. Il s'agit donc d'une forme d'autosélection qui nous aide. Ce qui serait mauvais, ce serait que les gens les plus susceptibles de voter ne participent jamais aux sondages. Or il est difficile d'imaginer un tel profil.» C'est d'ailleurs pour cette raison qu'il ne juge pas utile d'estimer la participation.

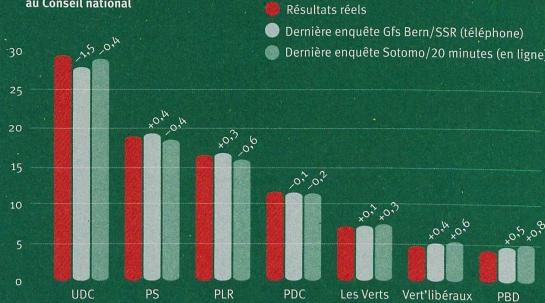


Les médias publient les résultats du sondage accompagnés de réactions des partis et d'analystes politiques. Jacques Bron remarque que son parti préféré est en baisse de 1,5 point. Mais cela n'aura pas d'**influence** sur ses intentions de vote.

De nombreuses études ont été menées pour savoir si les résultats des sondages **influencent** les électeurs. Elles arrivent toutes à la conclusion que les effets sont négligeables. Au pire, ils s'annulent: certaines personnes sont influencées dans un sens et d'autres dans l'autre. Tant Urs Bieri que Lucas Leemann partagent les conclusions des recherches menées jusqu'ici.

## Précision des prédictions lors des élections fédérales de 2015

Force électorale en % au Conseil national



Sources du graphique: Statistique suisse, Gfs Bern, 20 minutes.