

AVS 21: des sondages qui laissent perplexes

Après deux échecs en votations populaires en 2004 (11^e révision de l'AVS) et en 2017 (Prévoyance 2020), le sort d'AVS 21 se jouera à nouveau devant le peuple. Attendus avec impatience, les sondages pré-votations publiés par *20 minutes*-Tamedia et par la SRG SSR nous laissent pourtant perplexes, tant leurs résultats sont discordants: l'enquête SRG SSR donne 64% de oui à la loi sur l'AVS, l'enquête *20 minutes*-Tamedia seulement 53%, soit un écart de 11 points. L'écart est moindre, mais tout de même important (7 points), en ce qui concerne le relèvement de la TVA pour financer l'AVS. Pour des enquêtes qui annoncent une marge d'erreur de plus ou moins 1,3% (*20 minutes*-Tamedia) et de plus ou moins 2,8% (SRG SSR), les écarts sont frappants – et déconcertants.

Le taux d'indécis ne peut pas expliquer ces écarts, puisqu'il est très similaire dans les deux enquêtes: 3% pour la révision de la loi sur l'AVS, 4% et 6% pour le relèvement de la TVA. Ce taux d'indécis est même d'ailleurs inhabituellement bas. En général, il faut considérer avec prudence les résultats d'enquêtes conduites très en amont d'un scrutin, qui mesurent au mieux une prédisposition, mais rarement une intention de vote bien formée. Dans le cas d'espèce, le faible taux d'indécis, ainsi que le pourcentage élevé de répondants qui indiquent être «absolument» pour ou contre la réforme (enquête SRG SSR), suggère que la formation des opinions est déjà relativement avancée, ce qui ne fait que renforcer notre perplexité face aux écarts entre les deux enquêtes.

Qu'en est-il de leur méthodologie? L'enquête *20 minutes*-Tamedia a été réalisée entièrement sur internet, via le site des quotidiens du groupe. Comme la participation des répondants est volontaire et donc tout sauf aléatoire, les

OPINION



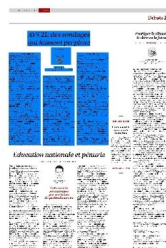
PASCAL SCIARINI

DOYEN, FACULTÉ DES SCIENCES DE LA SOCIÉTÉ,
UNIVERSITÉ DE GENÈVE

réponses (plus de 15 000) ont ensuite été soumises à une post-pondération visant à rendre l'échantillon «représentatif». L'enquête SRG SSR s'est également appuyée sur une enquête en ligne (12 000 répondants), mais a conjugué ses réponses (comment, on ne sait pas trop) avec une enquête par téléphone auprès d'un échantillon de 1200 personnes. Mais comme le gros des résultats provient, pour la SRG SSR comme pour *20 minutes*-Tamedia, de l'enquête en ligne, la méthodologie d'enquête ne diffère pas suffisamment pour expliquer à elle seule les différences de résultats.

Enfin, la manière dont l'intention des citoyens de participer au vote du 25 septembre prochain a été prise en compte, ou pas, peut aussi jouer un rôle: si une enquête se focalise uniquement sur les personnes qui ont l'intention de participer, alors que l'autre inclut l'ensemble des répondants, cela change évidemment la donne. Malheureusement, les deux enquêtes manquent de transparence sur ce point pourtant central, de même que sur la formulation concrète des questions posées aux citoyens.

En plus des écarts quant au soutien global à la réforme de l'AVS, les deux enquêtes divergent aussi considérablement en ce qui concerne les intentions de vote des femmes. Certes, dans les deux enquêtes, le



relèvement de l'âge de la retraite des femmes à 65 ans, principale pomme de discorde de la réforme, est à l'origine de différences considérables d'intention de vote entre hommes et femmes. Cependant, ces différences sont bien plus marquées dans l'enquête *20 minutes*-Tamedia que dans l'enquête SRG SSR: 35 points de différence selon la première (71% de oui parmi les hommes, seulement 36% parmi les femmes), contre 22 points selon la seconde (74% de oui parmi les hommes, 52% parmi les femmes). Pourquoi cette différence de résultats pour les femmes – et pas pour les hommes – d'une enquête à l'autre? Mystère.

Même si l'on revient au score global de soutien, ces enquêtes ne délivrent pas un message concordant quant au camp qui serait pour sûr majoritaire: le oui à la révision de la loi sur l'AVS l'emporte certes selon les deux enquêtes et bénéficie même d'une avance très confortable selon l'enquête SRG SSR, mais si l'on prend en compte la marge d'erreur et la possibilité que les indécis basculent vers le non, le oui à la loi n'est pas garanti selon l'enquête *20 minutes*-Tamedia. Ce dernier constat redonnera certainement de l'espoir aux opposants et, plus encore, aux opposantes, mais devrait surtout alerter les instituts de sondage.

La qualité d'une enquête d'opinion dépend de nombreux facteurs. Les enquêtes en ligne ouvertes à qui veut bien y participer ont pour elles l'avantage du grand nombre de répondants. Revers de la médaille, elles sont très dépendantes des opérations de post-pondération. La logique commerciale qui sous-tend les enquêtes pré-votations (et pré-élections) ne devrait pas primer sur le respect des bonnes pratiques et des impératifs de transparence. Au risque, sinon, de jeter le discrédit sur les enquêtes d'opinion dans leur ensemble. ■