

Articles sur la prédiction de VERDE sur les élections

<https://defimedia.info/sondage-de-verde-sur-les-elections-generales-pourquoi-les-mauriciens-ont-elu-pravind-jugnauth>

<https://www.lexpress.mu/blog/365345/leconomie-silencieuse>

<https://www.lexpress.mu/idee/365339/une-lame-fond-porte-pravind-jugnauth-au-pouvoir>

L'équipe de VERDE nous parle de leur série de sondages nationaux effectués avant et après les élections générales, ce que l'on qualifie de 'pre and post election survey'.

L'accès à l'information et la capacité de la nation à prendre une décision basée sur son propre jugement est plus forte aujourd'hui que lors des précédentes législatives. C'est pourquoi un modèle de sondage attitudinal multicritères offre une meilleure mesure de l'intention de vote des Mauriciens. » Les changements démographiques ont d'ailleurs aussi contribué à l'émergence de facteurs nouveaux désormais décisifs à la prise de décision au moment du vote. À notre avis, ces facteurs rendent aujourd'hui les analyses simplistes caduques. Pourquoi ? Pour la simple et bonne raison qu'un certain nombre de personnes n'accordent pas les trois votes à leur parti préféré (straight ticket voting ou vote bloc). Deuxièmement, l'électeur considère aussi le profil et la compétence du candidat avant de lui faire confiance et, à cet égard, il a également été déterminé que le vote dit communal n'était pas assez conséquent pour être considéré. Pour finir, le citoyen-électeur tient également en compte les qualités et les faiblesses de celui qui est présenté comme Premier ministre avant d'exercer son choix.

Bien que les sondages politiques demeurent un exercice complexe, un phénomène que nous pouvons qualifier de «shy to ashamed voter complex» a été observé en différentes occasions lors des échanges avec les participants à cette étude. En d'autres termes, ceux qui souhaitent accorder leur vote à un candidat fait montre d'un certain gêne et hésitent à afficher ouvertement leur choix. C'est ce qu'on appelle dans le jargon le «Bradley effect» ou l'effet Bradley. Celui-ci désigne un décalage entre les intentions de vote et les résultats électoraux. Un phénomène observé aux États Unis lorsque Donald Trump s'est fait élire. Nous avons donc essayé de déterminer à quel point ce chiffre est conséquent pendant le sondage post-électorale.

L'étude politique élaboré par VERDE (pre and post) combine plusieurs composantes notamment le sondage en face à face aléatoire attitudinal représentatif de l'électorat national, les analyses qualitative et l'analyse de sentiments sur toutes les plateformes y compris l'écoute des réseaux sociaux, plus connu comme le 'social media listening'.

Sur la base de tous ces critères et en tenant compte de facteurs tels que l'effet Bradley, qui sont hors de notre contrôle mais que nous pouvons aujourd'hui estimer, nous avons non seulement prédit correctement le résultat des élections générales, mais nous avons également prédit avec précision la répartition de votes.

Parti	Estimation VERDE sur la répartition des votes au niveau nationale Pré-élections	Résultats finaux	Variance dans la prédiction
Alliance Morisien	43.9%	38.4%	-5.5%
Alliance Nationale	31.2%	33.3%	+2.1%
MMM	14.8%	20.9%	+6.1%
Autres	10.1%	7.4%	-2.7%

THEME 1

Seulement 59.4% de l'électorat ont voté 3-0 pour les élections générales. Il ressort que 23.9% des partisans de l'Alliance Nationale ont divisé leur vote en 2-1, 1-1-1, contre 41.5% des partisans de l'Alliance Morisien.

22.5% des électeurs n'affichent pas de préférence pour un parti spécifique mais penche plus pour un candidat sur la base de ses qualités et de sa personnalité.

- 59.4 % ont voté 3-0.
- 41.5% % des partisans de l'Alliance Morisien ont divisé leur vote.
- 23.9% % des partisans de l'Alliance Nationale ont divisé leur vote.
- 37.7 % des partisans du MMM ont divisé leur vote.

THEME 2

22.2% des électeurs choisissent leur vote en fonction des campagnes entreprises par les partis politiques

Pour donner une indication de la variance constatée dans les sondages menés par VERDE avant les élections et post-élections, et pour collecter des données pour les analyses attitudinales, il était important pour la firme de déterminer à quel moment l'électeur était certain de la répartition de son vote.

Il a été noté que 8.8% des électeurs ne décidaient que le jour des élections ou à la veille, tandis que 6.3% n'étaient toujours pas 100% certain au moment où ils votaient.

A quel moment, j'ai fait mon choix pour les élections:

- Depuis le début (date à laquelle les élections générales ont été annoncées) – 49.1%
- Pendant les campagnes des différents partis – 22.2%
- Au cours de la dernière semaine menant aux élections – 13.8%
- A la veille des élections – 1.6%
- Le jour des élections – 7.2%
- Je n'étais toujours pas certain à 100% quand j'ai voté – 6.1%

Les principales raisons évoquées par les électeurs démontrent qu'ils sont plus influencés par les informations positives sur les candidats, le parti et leur leader, que par les informations négatives.

Influence dans la prise de décision :

- Les informations propagées sur le candidat/le parti/le leader du parti (en faveur) – 72.5%
- Les informations propagées sur le candidat/le parti/le leader du parti (en défaveur) – 42.6%
- Les palabres politiques de mon entourage – 15.9%
- Commentaires et interactions des médias traditionnels et des médias sociaux – 16.9%
- Les rumeurs – 11.6%
- Les débats – 18.4%
- Critiques des chefs de parti les uns envers les autres – 9.7%

A noter que les pourcentages ne totalisent pas 100%, les réponses multiples étant autorisées.

Chiffres-clés émanant des campagnes :

- Changement le plus positif comparativement aux dernières élections : L'accès à l'information
- Changement le plus négatif comparativement aux dernières élections : Degré de communalisme

THEME 3

L'effet Bradley est estimé à 25.2%.

Pour estimer l'exactitude des données pré-électorales obtenues, VERDE a analysé l'effet Bradley mentionné ci-dessus. Il a été déterminé que généralement, 74.7% des participants aux sondages ne mentaient pas sur leurs préférences au cours de ces enquêtes.

Les raisons attribuées à ceci sont :

- L'effet Bradley (J'ai honte de dire que je préfère mon parti / Le leader de mon parti choisi n'est pas considéré comme une personne de confiance et morale) – 25.2%
- Tout mon entourage vote pour un parti différent – 13.5%
- Je ne veux tout simplement pas divulguer mes vraies préférences – 43.2%
- Je pense que les sondages dépendent de la personne qui paie l'entreprise pour le faire, alors je modifie aussi mes préférences – 8.1%
- Autre raison – 9.9%

THEME 4

28.4% des électeurs sont au courant de la stratégie suivie par les partis pour rassembler plus de votes en leur faveur

Les partis se sont tous engagés dans une stratégie donnant l'impression d'être très forts et d'être sur le point de remporter les élections haut la main. Dans les semaines qui ont précédé les élections, cela a été très prononcé pour le MMM. Les électeurs ont été invités à donner leur avis sur cette stratégie de créer une perception au niveau nationale.

- Je suis conscient que le seul but était de faire en sorte que davantage de gens les soutiennent – 28.4%
- J'y ai cru, mais cela n'a nullement influencé mes préférences – 31.3%
- J'y ai cru et ceci a influencé ma répartition de votes – 6.6%
- Je ne suis pas au courant de cette perception – 33.8%

Le saviez-vous

Un bon nombre de publications sur les intentions de vote ont circulées sur les réseaux sociaux et sur WhatsApp, qui ont été fabriqués ou ont été entrepris par des personnes non qualifiées. « Quoi qu'il en soit, pris en isolation, l'intention de vote n'offre pas une indication claire de la tendance générale, et ne peut se traduire par le nombre de sièges qui sera alloué à chaque parti », souligne VERDE. A titre d'exemple, des résultats de sondage indiquant 40% d'intentions de vote pour un parti en particulier ne veut aucunement dire que 40% de votes seront obtenus.

THEME 5

Les images et les vidéos diffusées sur les réseaux sociaux sont considérées comme les plus biaisées, tandis que les débats des candidats ont plus d'impact sur l'électeur. 33.4% des votants pensent que les oriflammes n'ont aucun impact sur les électeurs.

D'autre part, le moyen de communication le moins biaisée sont les sondages politiques, et le moyen de communication avec le moins d'impact sont les bannières et autres publicités des partis et des candidats.

Points importants à noter sur les oriflammes :

- C'est une horreur – 24.7%

- Ça pollue l'environnement – 33.8%
- Cela n'a aucun impact sur les électeurs- 33.4%
- C'est un gaspillage d'argent – 41.9%
- C'est joli et ajoute de la couleur à l'environnement- 14.4%
- Cela a un impact sur l'électeur – 34.4%
- Cela donne une indication de qui est le plus fort – 31.6%
- C'est une tradition d'élections et devrait être maintenue – 33.8%

THEME 6

Présence aux meetings, congrès et autres rassemblements ne se traduisent pas nécessairement en votes.

Comprendre pourquoi les gens se rendent aux meetings était crucial car les vidéos ainsi que les images des drones des audiences des rassemblements politiques tendent à créer la perception que le nombre de personnes à ces meetings reflètent automatiquement le nombre de partisans d'un parti spécifique. On note que 37.2% des votants n'assistent à aucun meeting, et 24.9 % de ceux qui assistent aux meetings le font pour plusieurs partis ou tous les partis.

3.6% des personnes vont aux meetings pour passer le temps. 18.0% y vont pour comprendre les tendances et pour écouter les palabres. 2.7% pour rencontrer les gens. 6.2% pour recevoir les cadeaux et de la nourriture gratuite, et 51.9% pour écouter le message des leaders politiques et des candidats bien qu'ils disent que ces propos n'impactent pas leur décision. Uniquement 12.5% se basent leur décision de votes sur les meetings qu'ils assistent.

INFOGRAPHIC

- 37.2 % des votants n'ont jamais assisté à un meeting.
- 24.9 % de ceux qui assistent aux meetings le font pour plusieurs partis ou tous les partis.
- 37.9 % vont uniquement aux meetings de leur parti préféré.

-
- 3.6 % des personnes vont aux meetings pour passer le temps.
 - 18.0 % y vont pour comprendre les tendances et pour écouter les « palabres ».
 - 2.7 % s'y rendent pour rencontrer les gens.
 - 6.2 % y vont pour recevoir des cadeaux et de la nourriture gratuite.
 - 51.9 % marquent leur présence pour écouter le message des leaders politiques et des candidats bien qu'ils disent que ces propos n'impactent pas leur décision.
 - 12.5 % basent leur décision de votes sur les meetings qu'ils assistent.
 - Autres raisons : 4.7%

Une analyse a également été entreprise en ce qui concerne le «grand meeting» qui s'est tenue le 3 novembre 2019.

- 66.7% de ceux qui ont assisté au grand meeting l'ont fait pour soutenir leur parti préféré
- 33.3% ont assisté à la réunion pour d'autres raisons, notamment pour recevoir des cadeaux et de la nourriture gratuite, pour rencontrer des gens, pour passer le temps, pour le divertissement / l'ambiance et tout simplement parce que c'était dans la région.

THEME 7

Les non-partisans de l'Alliance Morisien, bien qu'ils voteront pour leur parti préféré, pensent que Pravind Jugnauth a été un meilleur Premier ministre que Navin Ramgoolam, avec un écart de 30.9%.

Les questions qui ont été posées aux participants et qui se reflètent dans les recherches comportementales étaient les suivantes :

- Dans quelle mesure approuvez-vous la manière dont le pays a été dirigé par Pravind Jugnauth ?
- Dans quelle mesure approuvez-vous la manière dont le pays a été dirigé lorsque Navin Ramgoolam était au pouvoir ?

Pour prévenir toute ambiguïté, les réactions des partisans de l'Alliance Morisien concernant Pravind Jugnauth n'ont pas été prises en compte dans l'évaluation de leur leader. Idem pour les supporters de l'Alliance Nationale lorsqu'ils ont évalué Navin Ramgoolam.

Objectivement, ceux qui ne soutiennent pas l'Alliance Morisien aujourd'hui, soit les partisans du PTR-PMSD, du MMM et des autres partis, évaluent le leadership de Pravind Jugnauth à 30.9% plus favorablement que l'évaluation du leadership de Navin Ramgoolam, venant de ceux qui ne soutiennent pas l'Alliance Nationale.

Les réponses aux questions ont été rebasées sur 100 sur la base des notes agrégées des évaluations.

THEME 8

Il y a 28.1% plus de satisfaction de la part des supporters du PTR-PMSD en faveur des candidats de l'Alliance Morisien, que l'inverse, bien qu'ils ne voteront pas pour ces derniers.

Les sondés ont été invités à donner leur opinion sur les candidats aux élections générales.

Pour empêcher toute ambiguïté, les réactions des partisans de l'Alliance Morisien sur les candidats de ce bloc n'ont pas été prises en compte lorsqu'ils ont évalué leur propre parti. L'exercice a été répété pour les supporters de l'Alliance Nationale lorsqu'ils ont été appelés à évaluer les candidats de leur groupe. L'évaluation des candidats de l'Alliance Nationale par les non partisans de l'Alliance Nationale est plus faible que celle des candidats de l'Alliance Morisien par les non partisans de l'Alliance Morisien de 28.1%.

Néanmoins, nous notons que les candidats de l'Alliance Nationale étaient plus connus que ceux des autres partis. Les scores attribués au niveau de familiarité avec les candidats ont été retravaillés sur une échelle de 0 à 100.

- Alliance Morisien – 69.8 / 100
- Alliance Nationale – 69.6 / 100
- MMM – 69.8 / 100
- Autres partis – 55.7 / 100

THEME 9

La hausse de la pension et la considération pour les personnes âgées est l'élément qui a le plus influencé les votes de cette élection

Le meilleur de chaque bloc comme vu par les supporters de chaque parti. Le sentiment général à travers les supporters des différents partis est que Pravind Jugnauth en tant que Premier ministre va accorder la hausse de la pension de vieillesse comme il l'a dit, apportera le développement économique et créera plus d'emplois. La meilleure chose qui arrivera maintenant que Pravind Jugnauth a été élu Premier ministre pour les cinq prochaines années :

- Hausse de la pension, développement économique, emplois *
- Hausse de la pension, développement, emplois**
- Hausse de la pension, emplois, bien-être familial***

*D'après les partisans de l'Alliance Nationale

** D'après les partisans de l'Alliance Morisien

*** D'après les partisans du MMM

Quand il s'agit des mesures proposées, le plus gros impact sur l'électorat était pour:

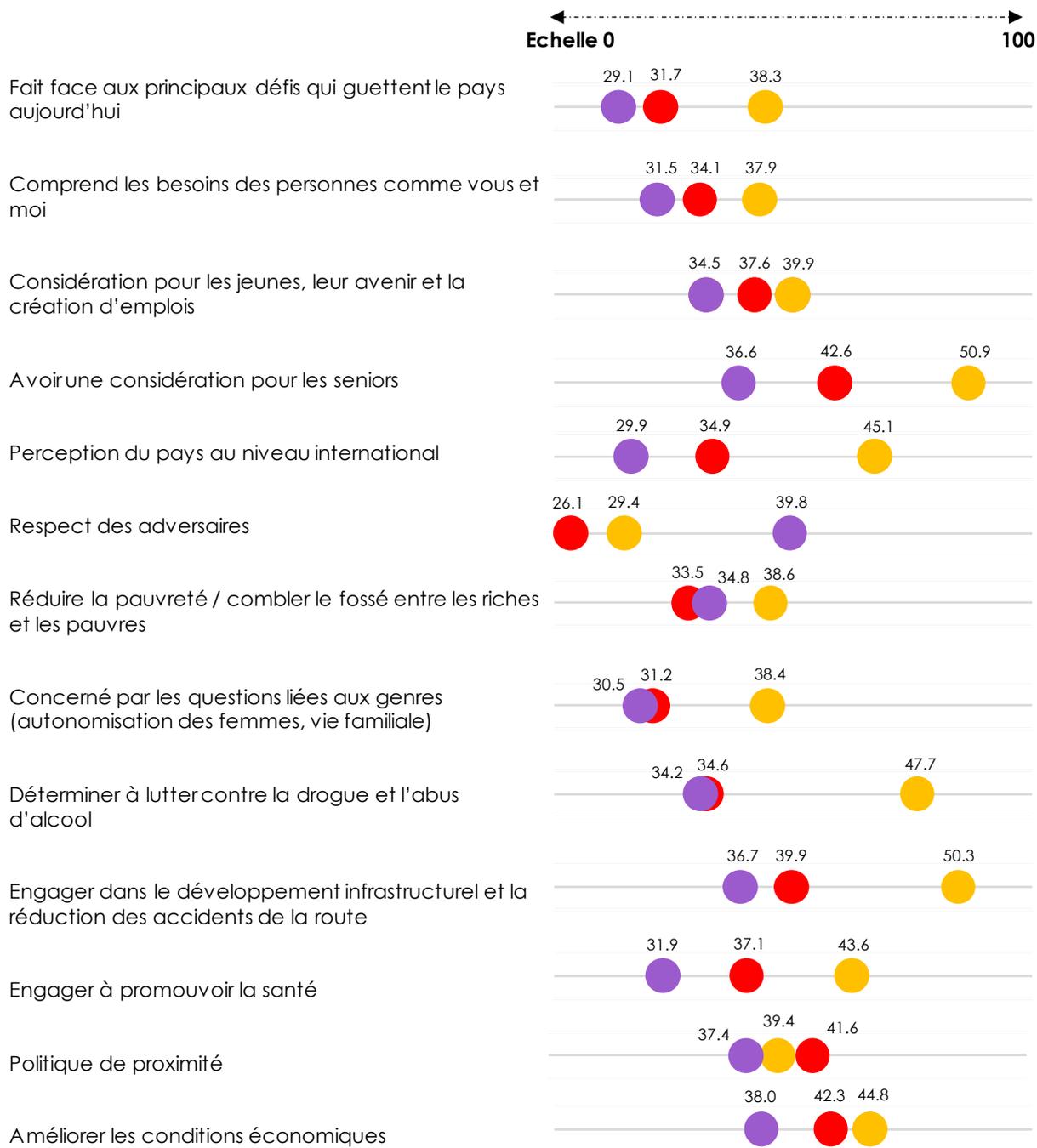
1. Les initiatives proposées sur le développement du pays
2. La pension de vieillesse
3. Les initiatives proposées pour les jeunes

THEME 10

Pravind Jugnauth obtient la meilleure note de la part de ceux qui ne soutiennent pas l'Alliance Morisien pour sa considération pour les personnes âgées, son engagement pour le développement infrastructurel et son combat contre la drogue et l'abus d'alcool.

13 critères ont été évalués par les sondés en vue de déterminer qui, dans leur opinion, est mieux placé pour devenir le prochain Premier ministre. De toute évidence, les supporters de l'Alliance Morisien ont accordé une bonne note à Pravind Jugnauth et une notation plus faible à Navin Ramgoolam et Paul Bérenger.

Par conséquent, pour chaque critère, l'évaluation de Navin Ramgoolam n'inclut pas ses supporters. Idem pour Pravind Jugnauth et Paul Bérenger. Navin Ramgoolam obtient une bonne note de la part de ceux qui ne sont pas des supporters de l'Alliance Nationale pour sa politique de proximité. Paul Bérenger obtient la meilleure note des non partisans du MMM pour le respect de ses adversaires. Tenant compte des réponses non-biaisées obtenues, Pravind Jugnauth arrive en tête avec le meilleur profil pour diriger le pays raflant 11 des 13 critères établis.



● Pravind Jugnauth ● Navin Ramgoolam ● Paul Berenger

Pravind Jugnauth
11

Navin Ramgoolam
1

Paul Berenger
1

*Les scores mentionnés sont ceux obtenus sur une échelle de 100.

** Pour chaque critère, l'évaluation de Navin Ramgoolam n'inclut pas ses supporters. Idem pour Pravind Jugnauth et Paul Bérenger.