

De la pertinence de l'étude d'opinion en politique

La plupart du temps réalisé pour juger de la pertinence d'un produit au moment de son lancement sur le marché, ou bien évaluer son impact après coup, le sondage devient une arme redoutable et redoutée lorsqu'il a une fin politique.

PAR JEAN HERVOUËT



Jean-Pierre Sueur (PS) et Hugues Portelli (UMP) sont les deux promoteurs de la proposition de loi sur les sondages.

Un peu à l'image du ministre de l'Intérieur qui pense parler au nom de tous les Français lorsqu'il déclare que « *les Français ont le sentiment de ne plus se sentir chez eux* » ou que « *la plus grande préoccupation des Français est l'insécurité* », les sondages estiment qu'en ce qu'ils reflètent l'état de l'opinion à un instant T, ils détiennent une vérité incontestable.

Or pour en revenir à ce qu'affirme Claude Guéant, force est de constater que la vérité n'est sans doute pas celle qu'il énonce doctement mais plutôt celle-ci : des Français, dans le sens « un certain nombre de Français », ont le sentiment de ne plus se sentir chez eux. Il en est de même pour l'insécurité : elle n'est pas la première préoccupation de tous les Français, mais d'une partie, plus ou moins importante, d'entre eux. La généralisation d'une idée ou d'une opinion qui va dans un sens précis revient à annihiler et à ne pas tenir compte de la diversité, de la nuance et du spectre de toutes

les opinions. Et c'est précisément ce que font parfois les sondages. Car en plus de fixer l'agenda médiatique en posant eux-mêmes des questions que les Français ne se posent pas forcément d'emblée, ils orientent, et pensent proposer une vérité lorsqu'ils définissent au préalable un nombre de réponses limitées.

UN MIRAGE DE DÉMOCRATIE

Dans un gouvernement du peuple, par le peuple et pour le peuple (l'une des nombreuses définitions de la démocratie), le sondage sert souvent d'alibi démocratique aux décideurs politiques. Car dans les faits, le peuple ne fait pas le gouvernement. C'est le président qu'il a désigné qui le nomme. La seule intervention des citoyens dans le jeu démocratique a lieu au moment des élections. Dans l'intervalle de temps entre deux mandats, ils n'ont que peu de pouvoirs, les décisions étant prises par le gouvernement. Bien évidemment, le Parlement, lui-même directement désigné par le peuple,

exerce un réel pouvoir au travers de son double rôle de législateur et de contrôleur. À ce titre, on peut estimer que le peuple, par l'entremise de ses élus, gouverne. Mais les électeurs ne disposent pas eux-mêmes d'un droit de contrôle pendant le mandat, et ne peuvent défaire leur élu en cours de route. Ce dernier n'a donc pas réellement de comptes à rendre, et sous couvert d'agir dans l'intérêt de ses administrés, il peut voter ce que bon lui semble, ou presque. De même, il n'y a que très peu de référendums d'organisés et les dirigeants, en réponse aux manifestations de grande ampleur, estiment toujours en coulisses que ce n'est pas la rue (le peuple) qui gouverne.

Voilà notamment la raison d'être des sondages. Ils interviennent plus que nécessaire dans le champ politique afin de créer l'illusion que le peuple joue son rôle.

Tels une perversion de la démocratie ou un pouvoir qu'on fait miroiter aux électeurs, les sondages donnent régulièrement à ces derniers la parole, leur offrant l'appa-

rence de gouverner. Ou en tout cas d'influencer et de peser sur les gouvernants. Le sondage tend alors à se substituer à l'élection, dans cette chimère d'une démocratie populaire. Or les enquêtes d'opinions, en ce qu'elles ne livrent pas de résultats bruts, sont toujours interprétées, et trahissent donc dans leurs résultats publiés la réelle position du peuple.

La façon dont est tournée la question joue aussi un grand rôle d'influence et d'orientation : les gens ne se posent pas forcément tous les matins la question qui leur « tombe » un jour dessus, à brûle-pourpoint. La plupart du temps, ils ne s'étaient même jamais interrogés sur le sujet. Ce qui fausse les résultats. On donne souvent une réponse différente, lorsque l'on parle vite et sans réfléchir, de celle qu'on aurait donnée si on avait pris le temps de bien étudier la question en fonction de ses convictions.

De plus les sondeurs fixent quelque peu l'agenda politique, les études qu'ils mènent étant largement évoquées par la classe

politique, commentées dans les médias, et les sondés, s'interrogeant *a posteriori* sur la thématique sur laquelle on les a questionnés, étant presque « téléguidés ».

Par ailleurs, la méthode de redressement n'est pas toujours scientifique, les pourcentages en plus ou en moins, accordés ou retirés à untel ou untel variant selon les instituts. Voilà pourquoi de nombreuses associations, dont les arguments ont été en partie repris par Jean-Pierre Sueur et Hugues Portelli, promoteurs d'un projet de loi déjà adopté par le Sénat en mars, exigent la publication des résultats bruts.

Enfin, autre élément qui fait douter de la pertinence réelle des sondages : le fait que les indécis ne soient jamais mentionnés – au même titre que les votes blancs lors des élections – amène à relativiser ces enquêtes d'opinions. Le nombre d'indécis étant par ailleurs de plus en plus élevé (plus de 50 % en 2007 contre seulement 30 % trois mois avant l'élection de 1981), cela fausse la qualité du sondage.

TROP DE SONDAGES

Un autre constat mérite d'être analysé : la France est le pays au monde qui commande le plus de sondages. Et ce devant les États-Unis, le Brésil, l'Allemagne ou le Royaume-Uni. On compte, en moyenne, près de 1 000 enquêtes en tout genre (marketing, politique ou autre) publiées par an, soit trois par jour. Les sondages politiques sont particulièrement nombreux, même par rapport à ce qui se passe aux États-Unis, pourtant le berceau des sondages. Comment et pourquoi l'Hexagone en est-il venu à cette frénésie sondagière ? Quel intérêt les décideurs y trouvent-ils ?

Avant tout, la personnalisation de la vie politique française, qui provient en grande partie de l'élection du président de la République au suffrage universel, incite à surveiller de près et régulièrement la popularité des différents leaders. Ensuite et surtout, tous les sondages politiques réalisés ne sont pas publiés : un bon nombre d'entre eux sont en effet commandés par des partis ou

Nos systèmes démocratiques n'ont rien trouvé de mieux que le secret de l'isoloir pour acter une opinion tangible. Les sondages en revanche sont loin d'offrir des résultats incontestables.



des dirigeants qui gardent les résultats pour eux. Ces sondages « confidentiels » visent à éclairer leur stratégie. Ils peuvent avoir pour objet de tester les réactions de l'opinion à une mesure envisagée par le pouvoir pour lui permettre d'affiner son argumentaire. On sait que l'Élysée en est notamment friand, le contrat qu'il a passé avec la société Publifact du « conseiller es droitisation » Patrick Buisson ayant fait, et à raison semble-t-il, beaucoup parler de lui.

Plus généralement, censé délivrer une photographie exacte de l'état de l'opinion publique à un instant T, le sondage est apprécié des hommes politiques en ce qu'il leur permet de diriger un discours ou une action dans le sens qui semble le plus favorable, et surtout qui permet la plus large adhésion. Le risque est de ne faire de la politique que le nez au vent. Or le vent changeant régulièrement, ainsi que l'humeur de la nation, la probabilité d'un effet girouette est réelle. Surtout, le fameux instant T ne sera jamais le même que celui du jour J. Car le seul et véritable sondage qui compte est l'élection. Nos systèmes démocratiques n'ont rien trouvé de mieux que le secret de l'isoloir et des résultats scrupuleusement vérifiés et incontestés pour acter une opinion. Plutôt que de répondre à un sondeur au téléphone à n'importe quel moment de la journée, au milieu du brouhaha de la rue, dans le stress de son lieu de travail ou confortablement installé dans son canapé, toutes situations et attitudes qui conditionnement inconsciemment la réponse, plutôt que d'être devant son ordinateur avec trois autres pages Internet ouvertes, faire son choix dans l'isoloir est un acte mûri, réfléchi et incontestable. Il offre un résultat « parfait », quantifiable, tangible et palpable et non l'inconstance voire l'inconsistance d'un sondage.

Pourtant les hommes politiques continuent d'avoir une confiance presque aveugle envers les sondages quotidiens qui déferlent à la télévision ou dans les journaux. Et au final, c'est une véritable démocratie d'opinion qui se met en place. Certes, dans une démocratie qui se veut exemplaire, l'opinion publique, le peuple, la rue doit avoir la parole, à son mot à dire. Mais la force d'un homme politique, à qui les électeurs ont confié le mandat de les représenter, est de rester fidèle à quelques principes et convictions, notamment ceux qu'il a promis de défendre pendant la campagne électorale.

Non pas qu'il doive à tous crins soutenir une position envers et contre tout. Sa réflexion personnelle l'amène parfois à changer d'avis, à évoluer vers telle ou telle direction. Mais ce après un long processus, une maturation intellectuelle qui est le fruit de débats, de discussions. Et non instantanément, à la lecture du dernier sondage paru.

DES SONDAGES SOUVENT CONTREDITS

Baucoup avaient glosé en 1995 sur le supposé rôle des Guignols de l'info dans l'accession de Jacques Chirac à la présidence de la République. Les caricaturistes de Canal + en ayant fait un personnage sympathique, ils auraient influencé le choix des électeurs.

Mais alors que cette analyse paraît quelque peu artificielle, l'impact des sondages sur la vie politique française semble bien plus prégnant. Or on sait que les sondages publiés douze ou dix-huit mois avant l'élection sont toujours, ou presque, contredits : Jean Lecanuet en 1965, Alain Poher en 1969 ou Jacques Chaban-Delmas en 1974 étaient tous favoris un an avant l'élection. Raymond Barre en 1988 ou encore Édouard Balladur en 1995 étaient donnés grands gagnants dans les sondages, tout comme Lionel Jospin en 2002 qui devait l'emporter plus qu'aisément. Hier Dominique Strauss-Kahn ou encore aujourd'hui Marine Le Pen

surf(ai)ent sur une vague sondagière qui leur serait particulièrement favorable.

Les deux exemples les plus frappants démontrant l'impact des sondages datent de 2002 et de 2007. Nul besoin ici de développer la mésaventure de Lionel Jospin. Chacun sait qu'en plus de la multiplication des candidatures à gauche et de sa campagne « non socialiste », les sondages ont eu aussi leur rôle dans son élimination au soir du premier tour, la présence de Jean-Marie Le Pen au second tour n'ayant pour ainsi dire jamais été évoquée. Confortant donc les électeurs dans leur quasi-certitude que le Premier ministre serait présent et, fort de son bilan majoritairement apprécié, qu'il écraserait Jacques Chirac.

En 2007, le cas de figure était un peu différent. Ce n'est pas dans le cadre du premier tour de l'élection que cela s'est joué, mais au moment de l'organisation des primaires socialistes. Tous les sondages relatifs à cette élection donnaient Ségolène Royal en tête en ce qu'elle aurait été la mieux placée pour l'emporter ensuite face à Nicolas Sarkozy. On a vu ce qu'il en a été, l'écart de 53 à 47 % étant l'un des plus importants entre deux candidats luttant pour la magistrature suprême sous la V^e République.

Mais l'exemple le plus récent concerne bien évidemment les récents sondages de Harris Interactive plaçant Marine Le Pen en tête des intentions de vote. Tout est dans

Scénario 1 avec DSK		ENSEMBLE des Français	Scénario 2 avec Aubry		ENSEMBLE des Français	Scénario 3 avec Hollande		ENSEMBLE des Français	Scénario 4 avec Royal		ENSEMBLE des Français
DOMINIQUE STRAUSS-KAHN (PS)	29 % (+3)	NICOLAS SARKOZY (UMP)	24 % (+1)	NICOLAS SARKOZY (UMP)	24 %	MARINE LE PEN (FN)	22 %	NICOLAS SARKOZY (UMP)	24 %	MARINE LE PEN (FN)	22 %
NICOLAS SARKOZY (UMP)	23 % (+1)	MARTINE AUBRY (PS)	24 % (+2)	MARINE LE PEN (FN)	22 % (+2)	FRANÇOIS HOLLANDE (PS)	23 %	MARINE LE PEN (FN)	22 %	SÉGOLÈNE ROYAL (PS)	19 %
MARINE LE PEN (FN)	21 % (+2)	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7 % (-1)	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7 % (-1)	MARINE LE PEN (FN)	22 %	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7,5 %	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	8 %
FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	6 % (-1)	EVA JOLY (VERTS)	5,5 % (-1,5)	EVA JOLY (VERTS)	6 % (-1)	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7,5 %	EVA JOLY (VERTS)	6,5 %	EVA JOLY (VERTS)	7 %
EVA JOLY (VERTS)	5,5 % (-1,5)	JEAN-LUC MÉLENCHON (PG)	5 % (-1)	JEAN-LUC MÉLENCHON (PG)	5 % (-0,5)	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7,5 %	JEAN-LUC MÉLENCHON (PG)	5 %	OLIVIER BESANCENOT (NPA)	6 %
JEAN-LUC MÉLENCHON (PG)	5 % (-1)	DOMINIQUE DE VILLEPIN	4,5 % (-0,5)	DOMINIQUE DE VILLEPIN	4,5 % (-0,5)	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7,5 %	DOMINIQUE DE VILLEPIN	4 %	DOMINIQUE DE VILLEPIN	5 %
OLIVIER BESANCENOT (NPA)	4 % (-1,5)	OLIVIER BESANCENOT (NPA)	4 % (-1)	OLIVIER BESANCENOT (NPA)	4 % (-1)	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7,5 %	OLIVIER BESANCENOT (NPA)	4 %	JEAN-LUC MÉLENCHON (PG)	5 %
DOMINIQUE DE VILLEPIN	3 % (-1)	HERVÉ MORIN (NC)	1,5 % (-1)	HERVÉ MORIN (NC)	1,5 % (-1)	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7,5 %	HERVÉ MORIN (NC)	2 %	HERVÉ MORIN (NC)	2 %
NICOLAS DUPONT-AIGNAN	1,5 % (+1)	NATHALIE ARTHAUD (LO)	1 % (-1)	NATHALIE ARTHAUD (LO)	1 % (-)	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7,5 %	NATHALIE ARTHAUD (LO)	1 %	NATHALIE ARTHAUD (LO)	1 %
HERVÉ MORIN (NC)	1 % (-1)	NICOLAS DUPONT-AIGNAN	1 % (-)	NICOLAS DUPONT-AIGNAN	1 % (-)	FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7,5 %	NICOLAS DUPONT-AIGNAN	1 %	NICOLAS DUPONT-AIGNAN	1 %
NATHALIE ARTHAUD (LO)	1 % (-)					FRANÇOIS BAYROU (MODEM)	7,5 %				

Pourtant paru plus d'un an avant le premier tour de l'élection présidentielle, ce sondage a été très largement commenté. Nul doute que les scores enregistrés seront fort différents le jour J.



L'enquête Harris Interactive donnant Marine Le Pen en tête des intentions de vote pour la prochaine élection présidentielle est l'exemple même de l'impact négatif que peuvent avoir les sondages sur la vie politique.

« intentions » d'ailleurs, seul le vote permettant d'asseoir un résultat tangible. Au stade de l'intention, toutes les interprétations restent possibles.

Ce qui fut étonnant, c'est la frénésie, pour ne pas dire la folie, qui s'est emparée de la classe politico-médiatique à la publication de ce sondage : des dizaines d'émissions de té-

lévision ou de radio, et tout autant d'articles de presse, ont très largement évoqué pendant une semaine ce sondage, alors que tout un chacun sait pertinemment qu'un sondage commandé puis publié plus d'un an avant une élection est presque toujours démenti le jour du vote. Et que de là, commenter ce qui ne mérite pas de l'être revient à brasser de

l'air sans autre but que d'agiter le spectre de peurs et de favoriser un sujet plus qu'un autre. Surtout, on y revient, alors que l'on n'évoque ici que des « intentions » de vote bien souvent faussées par l'intitulé des questions ou le choix des réponses. De même, certains électeurs sont tentés de profiter des sondages pour voler au secours du candidat le moins bien placé, tandis que d'autres sont incités à voter pour le camp donné gagnant par les enquêtes d'opinion. Selon les désormais bien connus *underdog effect* dans le premier cas et *bandwagon effect* dans le second. Par ailleurs, on sait qu'historiquement certains sondés rechignent à livrer au sondeur le fait qu'ils puissent voter aux extrêmes, ce qui explique les redressements aléatoires.

En réalité, et au fur et à mesure que les sondages rythment les campagnes électorales, leur influence est devenue difficile à nier. Les médias se font largement écho de cette « information ». Il est ensuite normal que l'électorat intègre cette dernière dans ses calculs. Ce faisant, les citoyens se déterminent en sachant, plus ou moins précisément, quels sont les rapports de force du moment. Et le sondage perd donc de sa valeur. ■

EXTRAITS DE LA PROPOSITION DE LOI SUR LES SONDES VISANT À MIEUX GARANTIR LA SINCÉRITÉ DU DÉBAT POLITIQUE ET ÉLECTORAL.

(TEXTE ÉLABORÉ PAR LA COMMISSION, ADOPTÉ À L'UNANIMITÉ AU SÉNAT)

ARTICLE 1

« Un sondage est une enquête statistique visant à donner une indication quantitative, à une date déterminée, des opinions, souhaits, attitudes ou comportements d'une population par l'interrogation d'un échantillon représentatif de celle-ci, qu'il soit constitué selon la méthode des quotas ou selon la méthode aléatoire.

Sont régis par la présente loi les sondages publiés, diffusés ou rendus publics, portant sur des sujets liés au débat politique ou électoral. Les personnes interrogées sont choisies par l'organisme réalisant le sondage et ne peuvent recevoir aucune gratification de quelque nature que ce soit.

Sont assimilées à des sondages pour l'application de la présente loi :

- les enquêtes statistiques répondant à la définition du sondage énoncée au premier alinéa, quelle que soit leur dénomination ;
- les opérations de simulation de vote réalisées à partir de sondages liés au débat électoral. »

ARTICLE 2

« La première publication ou la première diffusion de tout sondage, tel que défini à l'article 1, sont accompagnées des indications suivantes, établies sous la responsabilité de l'organisme qui l'a réalisé :

- le nom de l'organisme ayant réalisé le sondage ;
- le nom et la qualité du commanditaire du sondage ou de la partie du sondage, ainsi que ceux de l'acheteur s'il est différent ;
- le nombre des personnes interrogées ;
- la ou les dates auxquelles il a été procédé aux interrogations ;
- le texte intégral des questions posées ;
- les marges d'erreur des résultats publiés ou diffusés, le cas échéant par référence à la méthode aléatoire ;
- le cas échéant, les observations méthodologiques de la commission des sondages. »

ARTICLE 3

« Au plus tard 24 heures avant la publication ou la diffusion de tout sondage tel que défini à l'article 1, l'organisme qui l'a réalisé procède au dépôt auprès de la commission de sondages d'une notice précisant au minimum :

- toutes les indications figurant à l'article 2 ;
- l'objet du sondage ;
- la méthode selon laquelle les personnes interrogées ont été choisies, le choix et la composition de l'échantillon ;
- les conditions dans lesquelles il a été procédé aux interrogations ;
- la proportion des personnes n'ayant pas répondu à l'ensemble du sondage et à chacune des questions ;
- s'il y a lieu, les critères précis de redressement des résultats bruts du sondage. »

Entretien avec Jean-Pierre Sueur Sénateur (PS) du Loiret

Rapporteur de la proposition de loi sur les sondages visant à mieux garantir la sincérité du débat politique et électoral

■ PROPOS RECUEILLIS PAR JEAN HERVOUËT

L'Essentiel des relations internationales : Vous êtes le promoteur, avec Hugues Portelli (UMP), d'une proposition de loi sur les sondages visant à mieux garantir la sincérité du débat politique et électoral.

Jean-Pierre Sueur : C'est une proposition de loi préparée à deux, la Commission des lois du Sénat ayant eu l'idée de confier un rapport d'information à la fois à un sénateur de la majorité et à un de l'opposition. Ce que nous faisons sur un certain nombre de sujets et qui donne de bons résultats. Le rapport d'information a donc été adopté à l'unanimité par la Commission. Le jour même où nous avons présenté le rapport à la presse, nous avons déposé une proposition de loi dont le signataire est Hugues Portelli, et dont j'ai été nommé rapporteur. Cette proposition de loi reprend l'essentiel du rapport, mis à part une ou deux modifications mineures. Nous avons ensuite examiné en Commission des lois notre proposition, et j'ai pour ma part procédé à un certain nombre d'auditions qui m'ont amené à déposer 23 amendements. Ces amendements ont tous été adoptés et la proposition de loi l'a été à l'unanimité.

Contre l'avis du gouvernement...

Le gouvernement, en l'espèce M. Ollier qui était le porte-parole chargé de défendre une position qui visiblement n'était pas la sienne propre, a pris ses distances. Ce qui m'a d'ailleurs étonné pour la bonne raison que j'avais reçu, dans le cadre de la rédaction de mon rapport, le représentant du cabinet du ministre de l'Intérieur et le représentant du cabinet du ministre de la Justice. Tous deux m'étaient apparus favorables à cette proposition. Il y a dû y avoir un arbitrage de dernière minute venu de quelque haute sphère de l'État. Peut-être a-t-on considéré qu'il valait mieux ne pas modifier la pratique en vigueur par rapport aux sondages. Je pense que si ce calcul a eu lieu, c'est un mauvais calcul.

Quelles sont les principales dispositions de cette loi ?

La proposition de loi tout entière tient en un seul mot : transparence. Nous avons vu très vite, au travers de nos auditions, que la loi de 1977 sur les sondages n'était plus du tout d'actualité.

D'ailleurs mon collègue Patrice Gélard, qui était le rapporteur du projet de loi de 1977, nous a aidés dans la rédaction de cette nouvelle proposition de loi. Chacun était d'accord pour revoir le dispositif. Dans ce texte, il y a beaucoup d'éléments importants mais tous tournent autour du mot « transparence ».

Premièrement, lorsque l'on publie un sondage, il est désormais prévu que l'on indique obligatoirement le financeur du sondage ainsi que l'institut qui l'a réalisé, mais aussi qui l'a commandité et qui l'a payé. Cela suite à une affaire récente, que vous connaissez [*NDLR : les sondages dont on ne sait toujours pas s'ils ont été payés par Le Figaro ou par l'Élysée*] et qui est toujours devant les tribunaux. Sur cette question, la justice est saisie et j'attends qu'elle se prononce.

Deuxièmement, nous demandons qu'en même temps que le sondage, soit publiée la marge d'erreur, et ce dans tous les cas. Car que le sondage soit réalisé avec la méthode des quotas ou aléatoirement, la marge d'erreur est le plus souvent de l'ordre de 3 %.

Cette proposition de loi a déjà eu de l'effet puisqu'on a noté qu'un certain nombre de journaux se mettent à publier les marges d'erreur. Traditionnellement, les instituts ont une défense : ils nous disent que l'on peut facilement calculer la marge d'erreur sur la méthode aléatoire mais qu'on ne peut pas la calculer à partir de la méthode des quotas qui est pourtant la plus utilisée en France.

Or dans le rapport d'information, il y a un texte de M. Ardilly, de la Société française de statistiques, qui explique qu'il y a une marge d'erreur pour un sondage effectué par quotas et qu'elle est toujours au moins égale à la marge d'erreur que donnerait un sondage aléatoire sur un effectif comparable. De nombreux universitaires arrivent au même résultat.

Dans la proposition de loi, nous avons donc indiqué dans l'article 2 ce qu'il convient de publier en même temps que le sondage [*voir encadré*]. Y figure la marge d'erreur.

La prise en compte de la marge d'erreur est très importante. Lorsqu'un sondage donne 49/51, cela signifie que les deux candidats ont à peu près les mêmes chances d'être élus : il s'agit de 49 % plus ou moins 3 % et de 51 % plus ou moins 3 %.

Dans le cas du 21 avril 2002, les sondages donnaient une différence entre Jospin et Le Pen inférieure à la marge d'erreur : Jospin était devant avec 18 % et Le Pen avec 16 %. En prenant en compte la marge d'erreur de 3 %, les courbes pouvaient s'inverser. Autrement dit, si cela avait été indiqué à l'époque, et qui était la stricte vérité, les électeurs l'auraient su et auraient pu « adapter » leur vote. Or en 2002, beaucoup de gens ont voté Taubira, Chevènement, Mamère ou Besancenot en pensant donner soit un coup de semonce aux « grands » candidats, soit un coup de pouce aux « petits » candidats. Leur idée était de voter Jospin au second tour, persuadés



« La proposition de loi tout entière tient en un seul mot : transparence »

qu'ils étaient de le voir se qualifier.

Je demande donc que l'on indique dans la presse, à la télévision ou à la radio la marge d'erreur du sondage. En entendant cela, les auditeurs entendront ce qui est la vérité, à savoir que le résultat du sondage est relatif et qu'il faut donc l'interpréter en fonction d'une marge d'erreur.

2002 a été une situation à laquelle il faut réfléchir, qui reprend le fameux paradoxe de Condorcet : si vous aviez à l'époque demandé aux Français s'ils voulaient au second tour une offre Le Pen/Chirac, il y aurait sans doute moins de 10 % qui l'auraient souhaité. Or la mécanique du système a abouti à cette offre-là.

Par ailleurs, autre point non négligeable : il faut communiquer à la Commission des sondages l'ensemble des questions posées et des réponses obtenues, même si tout n'est pas publié.

Pourquoi y a-t-il un résultat très différent dans *Le Figaro* ou dans *Marianne* sur la perception du discours de Grenoble ? Pour une raison extrêmement simple. Si vous demandez aux Français ceci : « Si un étranger en situation irrégulière assassine un représentant des

forces de l'ordre, pensez-vous qu'il faut lui maintenir la nationalité française ? », beaucoup de gens répondent « non ». Mais si vous demandez s'il convient d'appliquer la même règle aux Français ou aux étrangers pour la criminalité, ils vont répondre « oui ».

Il faut donc que soient transmises à la Commission des sondages toutes les questions et toutes les réponses, y compris celles qui sont non publiées. Prenez cet autre cas de figure : vous posez trois questions dans un certain ordre pour lesquelles vous obtiendrez certaines réponses. Si vous changez l'ordre des questions, vous aurez des réponses différentes aux mêmes questions. Si on pose dix questions et qu'on ne publie que les questions 2, 6 et 9, on ne peut en fait interpréter le résultat que si on dispose de l'ensemble de la chaîne des questions.

Dernier point, très important : le redressement. Il y a toujours énormément de redressements dans les sondages car les gens ne disent pas la vérité. Par exemple, concernant le vote de Jean-Marie Le Pen, il y a longtemps eu deux tiers d'inhibition. Les sondeurs avaient constaté que si 5 % de gens disaient qu'ils allaient voter Le Pen, ce dernier obtenait en fait 15 % à l'élection suivante. Les sondeurs se sont donc dit qu'il fallait redresser son résultat et le multiplier par trois.

Le gros débat est de savoir s'il faut diffuser ou non les redressements. Nous demandons que les redressements, et leurs méthodes, soient transmis à la Commission des sondages, afin que tout le monde puisse avoir accès et consulter la méthode scientifique qui permet de redresser le chiffre brut. Là-dessus, nous avons reçu un flot de critiques de la part des instituts de sondages. J'ai eu quantité de débats avec eux et je leur ai demandé si leur activité relevait de la science ou non. Eux estiment que leur travail est scientifique, et je partage leur sentiment. D'ailleurs, si ce n'était pas une science, il était inutile de donner les pourcentages.

Mais dans ce cas, il faut donner l'ensemble des éléments qui permettent de donner un résultat, et les soumettre à la communauté scientifique qui peut ensuite contester, contredire ou invalider ces résultats de manière rationnelle.

Or les sondeurs répondent que cela relève de leur secret de fabrication. Mais c'est contradictoire avec ce qu'ils disent plus haut, à savoir qu'il y a démarche scientifique.

Quel doit être le rôle de la Commission des sondages ?

Nous proposons d'abord de revoir la composition de la Commission des sondages en adjoignant des personnes qui sont compétentes. Actuellement, la Commission des sondages est composée de membres désignés : trois membres du Conseil d'État, trois de la Cour de cassation et trois de la Cour des comptes, ainsi que deux personnalités qualifiées.

Nous proposons de la composer avec deux membres, désignés par leurs pairs, de chacune des juridictions déjà évoquées, ainsi qu'avec une personnalité qualifiée en droit public désignée par l'Académie des sciences morales et politiques, une personnalité qualifiée en sciences sociales désignée par l'École des hautes études en sciences sociales, une personnalité qualifiée en mathématiques désignée

par l'Académie des sciences, une personnalité compétente en statistiques désignée par l'École nationale de la statistique et de l'administration économique, et une personnalité qualifiée en sciences politiques désignée sur proposition de la Fondation nationale des sciences politiques.

Il y a donc désormais onze personnalités dont aucune n'émane d'une autorité politique, qu'il s'agisse du gouvernement ou du Parlement. La Commission est une autorité totalement indépendante, car outre les six magistrats, il y a cinq personnalités totalement indépendantes.

D'autre part, il est bien évident que toute personne qui participe aux travaux de la Commission ne peut pas exercer d'activité dans les instituts de sondage.

Nous avons également renforcé les sanctions au travers d'amendes sévères et nous permettons aussi à la Commission de faire des

prises au point. Dans le mois qui précède l'élection, la mise au point doit apparaître en même temps que le sondage. Ce qui signifie que, sans que nous interdisions la publication du sondage (la loi n'est pas liberticide), si le sondage est fallacieux ou qu'il viole la loi, la Commission des sondages fait une mise au point qui doit être publiée en même temps que le sondage. Enfin, nous dotons la Commission d'une autonomie financière.

Craignez-vous que cette proposition de loi ne soit pas inscrite à l'ordre du jour de l'Assemblée nationale ?

Le gouvernement étant dans un premier temps contre cette proposition de loi, M. Accoyer a dit que l'Assemblée ne s'en saisirait pas. Mais je crois que le sondage Harris Interactive donnant Marine Le Pen en tête a joué un rôle, et que, depuis, le gouvernement a finalement décidé de s'en préoccuper. Un rapporteur, M. Etienne Blanc, a donc été nommé. J'espère qu'il va travailler vite car l'enjeu est le suivant : à partir du moment où il y a un assez large consensus pour juger que cette proposition de loi est utile, à partir du moment où le Sénat l'a votée à l'unanimité, la question est de savoir si elle va être inscrite à l'ordre du jour de l'Assemblée avant l'été ou pas. Si nous parvenons à ce qu'elle soit votée avant le 14 juillet, cela signifie qu'elle s'appliquera pour la prochaine élection présidentielle. Or je pense qu'il est urgentissime qu'elle soit votée. Cela serait irresponsable de repartir avec trois sondages par jour sans que l'on établisse cette rigueur et cette transparence indispensables. Nous faisons donc tout, avec Hugues Portelli, pour que cela soit le cas.

Justement, comment avez-vous réagi aux sondages d'Harris Interactive plaçant Marine Le Pen en tête du premier tour, sur la méthode utilisée ainsi que sur la frénésie médiatique des commentateurs ?

Nous avons publié une tribune dans *Le Monde* à ce sujet, car il faut bien comprendre que les commentateurs ont parlé pendant huit jours d'un objet non identifié ! Les sondeurs eux-mêmes ont réagi car il s'agissait d'un sondage par Internet sur un échantillon fait à

partir d'un échantillon ! On ne connaissait donc ni l'échantillon, ni comment on a extrait l'échantillon de l'échantillon. De plus, comme l'a révélé Mediapart, il s'agissait d'un sondage où l'on promettait aux personnes interrogées de participer à une loterie.

Par ailleurs, les marges d'erreur qui, en l'occurrence, étaient supérieures à l'écart observé entre les candidats testés, n'ont pas été publiées. Or si cela avait été le cas, on se serait très vite aperçu qu'on ne pouvait rien conclure de ce sondage, mis à part que les candidats

étaient proches les uns des autres, mais pas l'un devant l'autre. Toute la presse a dit que Marine Le Pen était en tête. Or, entre Aubry, Hollande, DSK, Sarkozy ou Le Pen, les résultats se situaient dans un mouchoir de poche.

J'ai donc demandé à de nombreuses reprises quels étaient les chiffres bruts. On ne m'a pas répondu. Personne ne sait comment on est arrivé à ces chiffres. C'est quand

même un gros problème pour la démocratie, dans la mesure où tout le débat politique s'est structuré autour d'un chiffre dont on ne sait rien. Tous les médias et toute la classe politique ont parlé d'un objet non identifié. Je pense que les gens sont capables de comprendre la nature de la question posée, qu'il y a une marge d'erreur et qu'il y a un redressement.

Mais pour les sondeurs (au nom de leur « secret de fabrication »), il vaut mieux présenter quelque chose de faux aux gens plutôt que la vérité !

On sait en plus que pour Jean-Marie Le Pen les instituts pouvaient produire à la Commission des sondages un calcul : dans une série de quatre élections, nous avons observé qu'il y avait un écart de 1 à 3 ou de 1 à 2,5 entre ce qui était dit dans le sondage et le résultat de l'élection. Il y avait une série permettant de redresser. Or pour Marine Le Pen, on n'en sait rien. Elle n'a été candidate à aucune élection nationale, on ne sait pas si le taux d'inhibition est le même que pour son père ou si, en raison de sa personnalité, de sa féminité ou du fait que les digues sont en train de céder entre l'UMP et le FN, on avoue plus que l'on vote pour elle.

Puisque les sondages jouent un rôle important, puisque nous en sommes à trois sondages par jour, autant qu'ils soient réalisés avec rigueur et qu'on nous dise quel est le chiffre brut et la méthode de redressement. Car le redressement ne concerne pas que le FN. Il y a des cas où le PS ou les Verts sont eux aussi redressés.

En quoi une démocratie d'opinion, où les acteurs politiques gouvernement un peu le nez au vent en fonction des résultats des sondages, est-elle nuisible au débat et à l'action politique ?

J'ai fait une tribune dans le journal *Libération* dans laquelle j'ai écrit ceci : le culte de l'opinion est un poison pour la démocratie. Pour moi ce qui fonde la politique, c'est la conviction. Ce que je demande aux hommes et aux femmes politiques, c'est de dire ce qu'ils pensent. La question de savoir si leur conviction est partagée par 10 ou par 50 % de l'opinion est secondaire. La première des choses est de comprendre ce qu'ils proposent, quelle est leur conviction par rapport aux sujets politiques, économiques, sociaux ou culturels qui

« Il y a un dévoiement de la démocratie à partir du moment où les politiques règlent leurs paroles et leurs actes sur l'idée qu'ils se font de l'opinion à travers les sondages. »

sont devant nous. Or je pense qu'il y a un dévoiement de la démocratie à partir du moment où les politiques règlent leurs paroles et leurs actes sur l'idée qu'ils se font de l'opinion à travers les sondages. Nous sommes dans un jeu de miroir parfaitement narcissique et improductif.

À partir du moment où l'on mène une action politique de cette façon, c'est à la fois délétère et destructeur de la démocratie. Car si les hommes politiques se demandent chaque matin comment faire pour coller aux sondages, ils vont tous dire la même chose. Le débat va se stériliser, s'anémier, perdre de sa force et de son intérêt.

J'ai beaucoup de respect pour les minorités, quelles qu'elles soient, qui restent fidèles à leurs convictions, tout comme les majorités. J'ai du respect pour ceux pour qui la politique est une affaire de convictions. C'est pourquoi je dis que le fait qu'il y ait des sondages permettant de mieux connaître l'opinion est intéressant. Mais si les politiques deviennent ou des esclaves, ou des miroirs de l'opinion, la politique perd tout son sens.

Pourquoi ne pas tenir compte du nombre d'indécis, ce qui relève quelque part de la non prise en compte des votes blancs lors de l'élection ?

Nous ne l'avons pas indiqué expressément dans la loi mais je me demande s'il ne faudrait pas l'ajouter. Dans l'article 3, nous indiquons qu'il faut communiquer à la Commission des sondages la proportion des personnes n'ayant pas répondu à chacune des questions. Les sondeurs ont beaucoup de difficultés à admettre ce point-là, car les sondages par téléphone connaissent une vraie crise. En réalité pour obtenir une réponse, il faut souvent passer dix coups de téléphone.

On demande donc, toujours dans un souci de transparence, qu'on nous indique la proportion de gens qui ne répondent pas. Mais les sondeurs n'y sont pas favorables car cela montre la difficulté de leur travail.

D'autre part, pour être honnête il faut ajouter une catégorie « NSPP » [NDLR : *Ne se prononce pas*] pour bien indiquer qu'il y a un certain nombre de gens qui ne savent pas. Ce qui intéressera le lecteur, c'est le résultat en fonction du nombre de réponses obtenues. Si vous avez 100 personnes qui ont accepté de répondre, et 15 qui ont répondu « NSPP », le pourcentage qu'on vous donnera sera celui sur les personnes qui se sont exprimées. De même, il faut indiquer si des gens n'ont pas souhaité répondre à telle ou telle question, car c'est tout aussi significatif.

Comment analysez-vous les derniers sondages qui avaient donné Nicolas Sarkozy largement perdant et qui plaçaient Dominique Strauss-Kahn comme candidat préféré de la gauche, alors que l'élection n'intervient que dans un an et qu'historiquement, les sondages publiés à cette période sont contredits ?

En réalité, on ne peut parler d'intentions de vote qu'un mois avant l'élection, ou au mieux que lorsque l'on connaît les candidats, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui.

Les intentions de vote n'ont pas de sens un an avant l'élection. Il est évident qu'en un an il peut se passer énormément de choses. On a constaté lors de toutes les élections présidentielles que ce qui était dit un an avant l'élection était souvent contredit. On ne peut donc

rien en déduire, et je crois qu'il est imprudent et sans grande signification de sortir des sondages sur des intentions de vote un an avant. En revanche, on peut tout à fait publier des sondages sur la personnalité des gens ou sur une thématique précise.

Je suis plus intéressé par les sondages sur des questions politiques que sur des questions de personnes. J'ai toujours lutté contre la tentation de présenter la vie politique comme une course de chevaux. Cela fait partie des nombreux effets négatifs de l'élection présidentielle au suffrage universel direct.

J'insiste sur le fait qu'il faut beaucoup relativiser ce que les sondages nous disent. Lors de la dernière primaire socialiste, les sondages ont eu un rôle important. Pour ma part, j'avais voté Strauss-Kahn car il était celui qui tenait les propos avec lesquels je me sentais le plus en accord, ceux qui étaient le plus conformes à ma vérité, mon opinion ou ma conviction. Mais mes amis me disaient : « *Ne vote pas pour lui. Même si tu as raison, c'est Royal qui va gagner.* » Autrement dit, le poids de l'image qu'on se faisait de la candidate, au travers des sondages, a pesé d'une manière extraordinaire.

Je pense qu'il est très difficile d'interdire par la loi des sondages dans lesquels on demande aux gens pour qui ils voteraient. On ne peut pas interdire de parler « d'intentions de vote », mais je le déplore fortement.

Il y a quand même un élément que nous avons mis dans la loi, malgré les critiques. À notre avis, on ne peut tester le second tour que si on teste préalablement le premier tour. Cela ne veut pas dire que pour tester le second tour on soit obligé de prendre strictement les résultats du premier tour. Si quatre candidats obtiennent entre 18 et 23 % au premier tour, étant donné les marges d'erreur, il est tout à fait possible de présenter dans le sondage du deuxième tour les différents face-à-face possibles. Mais cela n'a pas de sens de réaliser un sondage de second tour qui ne tiendrait pas compte du premier tour. Sinon, on prend le risque de retomber dans le syndrome Jospin/Le Pen. Il y a toujours un premier tour avant le second : les gens qui votent au second tour le font toujours avec la connaissance des résultats du premier tour, de la dynamique.

Quelle est votre opinion sur la polémique liée au contrat passé entre l'Élysée et Publifact, la société de Patrick Buisson, par ailleurs conseiller du chef de l'État ?

J'ai toujours pensé que cette affaire était très choquante. J'ai d'ailleurs fortement regretté que la majorité de l'Assemblée nationale ait empêché la création d'une Commission d'enquête sur ce sujet. Mais la justice étant dorénavant saisie de cette question, je lui fais confiance pour juger cette affaire.

Trouvez-vous normal que les instituts de sondages sont parfois la propriété d'industriels (je pense à CSA appartenant à Bolloré, ou à Laurence Parisot qui est P-DG de l'IFOP) ?

C'est un fait. En France, nous avons des sociétés qui ont un actionnariat. C'est également vrai pour les journaux. Le groupe communiste nous avait d'ailleurs proposé un amendement pour que soit précisé à qui appartiennent les instituts de sondage. Cet amendement a été retiré car cela figure déjà dans la loi. Aujourd'hui, si vous vous rendez au tribunal de commerce, vous pouvez très bien savoir à qui appartient l'institut de sondage. L'information est accessible. ■