

# Des sénateurs veulent durcir la loi sur les sondages politiques

13 octobre 2010 Par Mathilde Mathieu - Michaël Hajdenberg

«*La sincérité des sondages politiques n'est pas toujours garantie.*» A quelques mois de la campagne présidentielle, c'est le diagnostic des sénateurs Hugues Portelli (UMP) et Jean-Pierre Sueur (PS), chargés d'une mission d'information sur les études d'opinion en matière électorale. Dans leur rapport, qu'ils doivent rendre public lundi 25 octobre et que Mediapart s'est procuré en avant-première, les deux élus préconisent de durcir la loi sur les sondages politiques, ainsi que de renforcer les moyens de la **commission** censée contrôler leur fabrication et leur utilisation par les médias.

Ces recommandations constituent une réponse, entre autres, à «l'affaire des sondages de l'Elysée», qui avait éclaté à l'été 2009: à l'époque, la Cour des comptes avait **pointé les «errements»** de la Présidence en matière d'études d'opinion (**5 millions d'euros déboursés entre janvier 2008 et septembre 2009**) et les magistrats avaient découvert que certains journaux (dont *Le Figaro*) publiaient des enquêtes commandées et payées (au moins en partie) par le «Château».

Illico, à l'Assemblée nationale, les socialistes avaient réclamé à cor et à cri une commission d'enquête (dénonçant la manipulation de l'opinion), mais s'étaient heurtés au **veto de l'UMP**; les sénateurs, eux, avaient lancé leur mission d'information et leurs auditions (de sondeurs, de statisticiens, etc.) **dans la plus grande discrétion...**

*Ci-dessous, le chiffre d'affaires des instituts de sondages:*

Effectifs et chiffres d'affaires des principaux instituts de sondages

Instituts de sondages	Nombre de salariés (au 31/12/2009)	Chiffre d'affaires en 2009 (en millions d'€)	Part des sondages politiques dans le chiffre d'affaires* (en %)
BVA	228	53	1 %
USA	106	12	16 %
IFOP	159 (au 30/04/10)	13,2	20 à 25 %
IPSOS	374	98,7	1 %
INH	95	19	3 à 5 %
Dorian Mar.	43	9,1	6 %
INRSofres	599** (au 31/12/2008)	116** (au 31/12/2008)	NC
Virapost	NC	6,8**	25 %

\* données communiquées aux rapporteurs par les instituteurs

\*\* données Infopresse

NC = non communiqué

© Mission d'information du Sénat

A l'issue de leur travail, ces sénateurs estiment que la totalité des études politiques, sans exception, devraient être réglementées et surveillées. Pour l'heure, seules les enquêtes sur les intentions de vote des électeurs, ou liées à une élection bien précise, sont soumises à une série d'obligations légales: les instituts sont alors tenus d'éviter les questions biaisées, ou de transmettre une «notice» méthodologique à la commission (pour vérification de l'honnêteté

des procédés); tandis que les médias acquéreurs doivent publier une fiche d'identité (donnant le nombre de personnes sondées), et reproduire les éventuelles «mises au point» infligées a posteriori par la commission (sanction par excellence)...

### • *Le nom de l'acheteur, et celui du commanditaire*

Mais une enquête sur la popularité d'une réforme, si elle apparaît détachée d'un scrutin, échappe aujourd'hui à tout contrôle. Exemples? Le sondage OpinionWay du 22 octobre sur la mobilisation contre les retraites, **paru dans *Le Figaro*** et titré «*Les Français en ont assez*» (alors que 51% des sondés «*soutenaient*» les manifestations)... Ou encore les deux études **polémiques** publiées au lendemain du discours de Grenoble par *Le Figaro* et *Marianne*, dont les résultats s'étaient avérés **diamétralement opposés**. Pour les rapporteurs, il faut donc inclure la totalité des sondages d'ordre politique dans le périmètre de contrôle de la commission. Interrogée par Mediapart, celle-ci convient d'ailleurs qu'une clarification de ses missions est «*souhaitable*» – que ce soit dans un sens extensif ou restrictif.

Autre faille pointée par les sénateurs: «*Il a pu arriver que la personne qui achète le sondage ne soit pas celle qui l'a commandé, cette dernière souhaitant rester "discrète"*», notent-ils (sans jamais citer l'affaire des sondages de l'Elysée...). Ils souhaiteraient donc que soient spécifiés, parmi les mentions obligatoires livrées par les journaux, à la fois le nom de l'acheteur et celui du commanditaire. Voire, dans certains cas, les noms *des* acheteurs et *des* commanditaires, qui se sont «partagé» les questions d'une même enquête pour réduire les frais, aggravant l'opacité...

Le rapport préconise également que les instituts communiquent une donnée supplémentaire à la commission: leur technique de «redressement», véritables secrets de fabrication. On sait en effet qu'ils «corrigent» leurs résultats bruts, de manière parfois acrobatique. Pour les sénateurs, la transparence permettrait de prévenir toute manipulation.

### • *Aucune condamnation en justice*

Mais au fond, ils insistent sur une priorité: renforcer les moyens d'agir de la commission – réforme d'autant plus urgente que «*la France est le pays d'Europe où le nombre de sondages liés à des élections est le plus fort, et où l'impact de ces études (reprises, unes de journaux, etc.) est le plus important*», rappelle Mattias Guyomar à Mediapart, le secrétaire général de la commission.

Or cette autorité administrative indépendante «*souffre d'un déficit de légitimité*» et s'avère «*insuffisamment efficace*», diagnostiquent Hugues Portelli et Jean-Pierre Sueur. Pour sanctionner la publication d'un sondage non conforme à la loi, elle adresse bien des «mises au point», que les médias sont tenus de faire paraître. Mais pour les dernières élections, présidentielles 2007, législatives 2007, municipales 2008 et européennes 2009, toutes confondues, ces «mises au point» se sont comptées sur les doigts des mains.

Les rapporteurs jugent ainsi la commission «*trop timide*», trop peu encline à saisir le parquet en cas de manquement à la loi (passible d'une amende de 75.000 euros). La commission s'avère d'ailleurs incapable de dire combien de cas ont été transmis à la justice depuis sa mise en place en 1977 – Mattias Guyomar confirme simplement à Mediapart qu'aucune transmission n'a jamais donné lieu à condamnation...

Afin de lui «*garantir une capacité d'expertise supérieure*», les rapporteurs recommandent de revoir la composition de la commission (6 magistrats et 5 personnalités qualifiées, au lieu de 9 et 2), de lui donner davantage de moyens humains et matériels (son budget ne dépassant pas 15.000 euros par an à l'heure actuelle).

Pour rendre son pouvoir de sanction plus efficient, les élus préconisent surtout d'introduire un contrôle *a priori* des sondages, dans le mois qui précède un scrutin. Les instituts devraient alors adresser leur «notice» méthodologique à la commission 24 heures avant publication, afin que celle-ci puisse formuler des «observations» (par exemple sur la marge d'erreur), que les médias auraient ensuite obligation de publier en même temps que l'étude elle-même...

Le rapport cite au passage quelques exemples de sondages, qui auraient mérité un contrôle *a priori*, dont celui-ci, «le cas d'un quotidien (**en l'occurrence *Le Figaro***) qui publie la cote de popularité d'un homme politique en Europe (Nicolas Sarkozy) sans indiquer clairement que n'a pas été prise en compte l'opinion de la population du pays où réside cet homme politique (la France, qui aurait fait chuter la moyenne)»...

Les deux rapporteurs envisagent le dépôt d'une proposition de loi, qui permettrait d'appliquer leurs conclusions d'ici 2012. D'après **une étude réalisée par l'Ifop en 2007**, «78% des Français sont "tout à fait d'accord" ou "plutôt d'accord" avec l'idée que les médias font dire n'importe quoi aux chiffres issus des sondages»...