

*Le 19 avril 2013  
au Palais Royal*

Sondages électoraux, évolutions ou révolution ?

Ouverture

*par*

**Mme Aubin**

*Président de la commission des sondages*

Née en 1977, la commission des sondages a 36 ans ; c'est un très jeune âge pour une institution de l'État mais un âge presque canonique pour une autorité administrative indépendante. C'est un âge qui permet tout à la fois de se retourner sur le chemin parcouru et de se projeter vers l'avenir pour poursuivre le même chemin ou infléchir sa route.

En succédant à la présidence de cette commission au regretté Président Galabert, je me suis demandé s'il ne convenait pas de supprimer la commission. Si légitime que soit le souci de protéger les électeurs de mauvaises influences et de préserver la liberté des suffrages, il me semble malgré tout que les sondages électoraux ne sont qu'une information comme une autre et qu'il n'y a pas plus de justification à les contrôler qu'on ne songe à contrôler les éditoriaux des grands journaux ou le contenu des émissions de télévision, fussent-ils trompeurs ou mensongers. Mais les sondages continuent cependant à susciter inquiétudes et fantasmes à propos de possibles manipulations. Je ne demanderai donc pas la suppression de la commission, suppression qui ne provoquerait d'ailleurs qu'une minime économie pour le budget de l'État tant cette haute autorité reste modeste dans son fonctionnement.

La commission a donc atteint l'âge de la maturité. Depuis 1977, son contrôle, sans devenir tatillon, s'est étendu et affiné.

Il s'exerce la plupart du temps en douceur, même s'il y a toujours quelques exceptions. Les instituts, du moins en apparence, s'y prêtent sans trop rechigner ; la presse, qui parfois ne répugne pas aux "coups médiatiques", s'y soumet un peu moins volontiers.

Mais il y a sûrement des progrès à opérer et sur certains points une législation à modifier, en particulier sur le silence médiatique dans lequel doivent se dérouler les élections et notamment celles qui les dominent toutes : l'élection présidentielle.

Notre colloque servira donc à porter notre regard successivement dans plusieurs directions. D'abord, en arrière : M. Mattias Guyomar, secrétaire général, évoquera l'activité de la commission au cours des années passées. Ensuite, avec M. Romain Rambaud, maître de conférences à l'université de Bourgogne, nous jetterons un regard de côté sur ce qui passe dans quelques pays étrangers. M. Jean Chiche du *Cevipof* s'interrogera sur le bien-fondé de notions aussi substantielles que les échantillons et les quotas. Une table ronde, qui traitera de l'administration des enquêtes, réunira ensuite les instituts autour de l'un des experts de la commission. Enfin, le Président Sueur, auteur d'une proposition de loi qui fut naguère adoptée à l'unanimité par le Sénat, nous dira comment il envisage l'avenir.

## Hommage à Jacques Antoine

1928 – 2012

*par*

**M. Bachelet,**

*Expert auprès de la commission des sondages*

Jacques Antoine est décédé le 25 décembre 2012 à l'âge de 84 ans. Il a eu une vie professionnelle particulièrement intéressante, mais aussi une vie familiale très riche avec 5 enfants et 25 petits enfants, tous présents à ses funérailles. Statisticien, spécialiste des sondages et du marketing, économiste, sociologue et expert en prospective, il était doué et passionné par son travail. Il n'est donc pas surprenant qu'en 2010 il était toujours, depuis près de 30 ans, expert auprès de la commission des sondages.

Après avoir fait l'X et l'ISUP-ENSAE, puis travaillé depuis 1951 en qualité d'administrateur de l'INSEE sur les recensements et sondages de la statistique publique, Jacques Antoine était en effet entré à la SEMA en 1958 en tant que directeur du département des Études Économiques. Il s'était ensuite vu confier, à sa création, la direction de la Sofres, née en 1962 de la fusion de l'ORIC déjà intégré à la SEMA avec Synergie-Roc.

Il convient de rappeler qu'après la première élection du Président de la République au suffrage universel en 1965 et la mise en ballottage du général De Gaulle par François Mitterrand, prévue par l'Ifop, les discussions pour ou contre l'interdiction des sondages d'intentions de vote ont été très vives dans la classe politique jusqu'en 1977.

Après le vote de la loi du 19 juillet 1977 instituant la commission des sondages et la publication des décrets d'application en 1978 et 1980, l'élection présidentielle de 1981 a été la première élection qui a bénéficié des nouvelles règles de fonctionnement. Jacques Antoine a été recruté comme expert auprès de la commission au début de 1981 et il est resté le seul expert jusqu'en 2001. Il est

intéressant de préciser que cette présidentielle 2001 a suscité une centaine de sondages et 27 mises au point, à comparer aux 409 sondages et 7 mises au point de la présidentielle 2012. En 1981, beaucoup de mises au point, dont certaines concernaient des erreurs graves dans la réalisation des sondages : mauvaise représentativité de l'échantillon, voire absence de preuves de l'existence de l'enquête furent le fait de petits instituts, aujourd'hui disparus.

La qualité des sondages politiques s'est d'ailleurs heureusement sensiblement améliorée depuis 30 ans. Jacques Antoine a grandement apporté à la commission des sondages au cours de cette période en faisant évoluer le contenu de la notice technique confidentielle pour obtenir plus de transparence dans les redressements effectués par les instituts et pour s'assurer de l'objectivité et de la qualité des sondages politiques publiés.

Jacques Antoine a décrit, avec son objectivité habituelle, les difficultés des sondages politiques dans l'un de ses cinq livres sur les sondages : *Histoire des Sondages*, paru en 2005 chez Odile Jacob. Ce livre, passionnant, traite aussi des sondages marketing, des sondages pour la recherche économique et sociale et des sondages sur l'audience des médias. Jacques Antoine, qui a été longtemps le directeur du CESP (Centre d'Étude des Supports de Presse), organisme d'audit et de conseil indépendant, était en effet aussi un expert de ces enquêtes médias.

Après avoir quitté la SEMA au début des années soixante-dix, Jacques Antoine a enseigné au Conservatoire des Arts et Métiers le marketing et *Le sondage comme outil du marketing*, titre du livre qu'il a fait paraître chez Dunod en 1981. Pendant cette période, il a été un membre très actif du comité de rédaction de *La Revue Française de Marketing* dont il a été le président du comité des publications de 1978 à 1986. Au total, il a écrit plus de 20 articles dans la RFM, dont un, datant de 1991 et qui fut réédité en décembre 2010 : *Un nouveau métier pour les hommes de marketing : la veille prospective et ses applications stratégiques*.

Jacques Antoine a aussi été actif à Esomar (European Society for Opinion and Marketing Research) où il a notamment participé aux améliorations du code déontologique : anonymat, interrogation des enfants, achat mystère, etc. Il était également membre de la Société Française de Statistique. Par exemple, en 1997,

il a présenté une communication au premier colloque francophone sur les sondages de la SFdS sur la « Prospective des techniques et défis méthodologiques ».

Jacques Antoine, qui continuait de se passionner pour la prospective, créa dès les années 1980 Cesem Opinion – Centre d'Études Socio-économiques et de Management – qui avait pour ambition :

d'une part, de dégager des signaux d'évolution à long terme des valeurs de sociétés à partir de toutes les données disponibles : les sondages publiés de plus en plus nombreux – le « sondoscope » mensuel –, les évolutions sociodémographiques et économiques et aussi à partir de veilles culturelles, technologiques, environnementales et politiques.

d'autre part, d'aider les entreprises à élaborer des scénarios du futur pour éclairer leurs choix stratégiques. C'est dans ce cadre qu'en 1995, PSA Peugeot Citroën a confié à Jacques Antoine et au Cesem la coordination d'une étude prospective sur le marché automobile européen par un groupe de travail comportant des économistes et des sociologues. La méthodologie de cette étude a été publiée par la RFM en 2000 (N° 179/180, 2000/4-5) et les quatre scénarios décrits ne paraissent pas obsolètes 15 ans plus tard.

Son sixième et dernier livre *Risques et Ruptures*, qu'il n'a pas eu le temps de terminer, avait pour sujet la prospective sociétale du XXI<sup>e</sup> siècle en essayant de déceler les ruptures. Nous en avons choisi quelques bonnes feuilles qui paraîtront dans le premier numéro 2013 de la RFM.

Sondages, marketing, prévision, prospective, dans tous ces domaines connexes, Jacques Antoine a étonné ses collègues par sa rigueur, son impartialité et son honnêteté intellectuelle. Une prévision comporte toujours un risque d'erreur et, en ce qui me concerne, il n'y a qu'une seule prévision dont je suis certain : ceux qui ont travaillé avec lui ne l'oublieront jamais.

## **Bilan de l'activité récente de la commission**

*par*

**M. Guyomar,**

*Conseiller d'État, Secrétaire général*

*de la commission des sondages*

J'associerai le Président Galabert, Président de la section du rapport et des études, à l'hommage qui vient d'être rendu par Jacques Antoine. Le Président Galabert a présidé la commission des sondages pendant près de dix ans ; auprès de lui, j'ai eu le plaisir de servir en qualité de secrétaire général.

Un certain nombre des éléments dont je vais aujourd'hui tracer le bilan et qui tiennent à la présidence active de Mme Aubin ont trouvé leurs premiers jalons dans celle de Jean-Michel Galabert, qu'il s'agisse de l'approfondissement des contrôles ou du renforcement de la position institutionnelle de la commission qui a gagné beaucoup en visibilité depuis une quinzaine d'années. C'était là une de ses convictions : pour être un acteur efficace, il faut d'abord être un acteur reconnu et pour être un acteur reconnu, il faut être un acteur connu.

Je dresserai ce bilan en perspective de l'activité de l'an passé, qui fut très riche, compte tenu des élections présidentielle et législative.

Tout d'abord, bilan qualitatif, bilan qualitatif ensuite et enfin perspectives, notamment d'évolution du cadre juridique qui régit le sondage électoral.

Le bilan quantitatif est marqué par la forte augmentation de l'activité sondagière et par ricochet de l'activité de la commission, dans la mesure où la commission est compétente pour contrôler d'office tous les sondages ayant un lien direct ou indirect avec un scrutin dès lors qu'ils ont été rendus publics. Bien que nous contrôlions les sondages qui ont vocation à être publiés et qui ont été

commandés à cette fin, les sondages qui, *a priori*, n'avaient pas cette destinée mais qui, à la suite d'une fuite ou d'une mise dans le champ public de quelque manière que ce soit, ont été portés à la connaissance de l'opinion, déclenchent la compétence de la commission. C'est ainsi que deux critères cumulatifs sont en jeu : le lien direct ou indirect avec le scrutin et, notion objective et largement entendue par la commission, la publication du sondage. Quatre cent neuf sondages portant sur l'élection présidentielle ont été contrôlés à ce titre en 2011-2012, ce qui est énorme si on compare au nombre équivalent de sondages contrôlés lors des précédents scrutins présidentiels. Nous étions alors à un peu moins de 300 en 2007 et à un peu moins de 200 en 2002.

Les élections législatives ont engendré un nombre inférieur, quoique élevé, de 79 sondages.

Nous avons contrôlé dans des conditions que je peux qualifier de tout à fait satisfaisantes ces centaines de sondages.

À ce contrôle systématique que nous exerçons avec l'appui des statisticiens qui apportent leur savoir-faire technique et leur science aux membres de la commission, s'ajoute l'examen de sept réclamations. Le nombre est peu élevé. Une seule condition de délai préside à la recevabilité d'une réclamation par la commission des sondages : il faut qu'elle soit formée dans les cinq jours qui suivent la publication du sondage. Nous avons statué sur ces sept réclamations ; elles portaient sur des sondages que nous aurions de toute façon contrôlés à l'occasion de notre examen systématique des sondages.

Le bilan en termes de décisions publiques de la commission s'élève à sept mises au point pour les sondages présidentiels, six pour les sondages législatifs, ce qui, ramené au volume global de l'activité des sondages électoraux, peut paraître peu élevé, notamment si l'on compare aux proportions qui prévalaient voilà une trentaine d'années. En réalité, ce faible nombre de mises au point, qui sont la sanction que la loi a confiée à la commission le soin d'infliger tant à l'institut qui a réalisé le sondage qu'à l'organe de presse qui l'a publié, révèle la qualité des sondages électoraux réalisés par les instituts. En définitive, dans le cadre de notre contrôle qui s'est approfondi, peu d'éléments conduisent à une



rectification publique sous forme d'une mise au point. La qualité globale du sondage électoral à l'aune des critères définis par la commission, ce qui n'est qu'une appréciation parmi d'autres, s'est élevée.

Un second facteur est également à souligner : nos modes d'intervention sont bien plus larges que ceux que la loi a expressément prévus. Nous avons un pouvoir de sanction administratif visant à ordonner la publication d'un rectificatif dans l'organe qui a publié les sondages d'un communiqué. Nous avons développé des modes d'intervention variés, préventifs plus que répressifs et qui semblent s'avérer au moins aussi efficaces dans le domaine de la régulation du sondage électoral.

Donc une très forte activité qui a été absorbée de manière satisfaisante par la commission alors même qu'elle dispose de moyens très modestes. Ainsi que vient de le rappeler à l'instant Mme la présidente, la commission est une autorité administrative indépendante, mais sa structure reste modeste. Elle compte onze membres qui n'exercent leurs fonctions qu'à titre accessoire et quasiment bénévole ; un secrétaire général, fonction que j'exerce depuis maintenant plus de treize ans à titre accessoire ; un secrétaire permanent qui est la seule personne qui travaille à temps plein ; enfin, les statisticiens. Historiquement, la commission n'en comptait qu'un seul, M. Jacques Antoine ; elle en compte aujourd'hui trois : M. Daniel Bachelet, Mme Dominique Place et M. Pierre Windal qui apportent, sous forme de vacations, leur précieuse collaboration au travail de la commission. Cette façon de procéder qui est originale en termes d'organisation administrative est parfaitement adaptée au domaine de la régulation dont la commission a la charge et qui, compte tenu des critères qui déclenchent sa compétence, est extrêmement variable selon les périodes. En période électorale, la commission travaille quasiment à temps plein ; pendant les périodes plus calmes, il serait disproportionné de mobiliser un appareil administratif qui serait sans doute, non pas voué au chômage technique, mais surdimensionné par rapport à la réalité de la charge. La variabilité de notre activité est la première explication de la modestie de notre structure.

J'ai évoqué la tendance lourde au renforcement à l'approfondissement du contrôle exercé par la commission. Je voudrais insister : qu'il s'agisse du contrôle de la méthodologie par les instituts ou du contrôle des modalités de publication que les organes de presse utilisent pour rendre compte des résultats établis, je voudrais insister sur certains points, car je ne dispose pas du temps nécessaire pour peindre un panorama exhaustif de l'ensemble de l'acquis de l'activité de la commission des sondages.

Avec le temps, une coopération remarquable s'est instaurée avec les instituts de sondages. J'insiste sur ce point, car il est parfois sujet à débat. Nous contrôlons sur la base d'une notice qui comporte des éléments confidentiels. Il faut donc distinguer la notice que la loi a définie et qui est communicable par notre secrétariat à tous ceux qui le souhaitent et cette autre notice, en réalité la même, qui est publique, abondée d'un certain nombre d'informations. Il s'agit d'un document de travail dont le contenu nous est fourni par les instituts et qui nous permet d'exercer notre contrôle.

Au fil du temps, et je puis en apporter un témoignage personnel, notamment grâce aux définitions et aux recommandations de nos experts, de plus en plus d'éléments ont été demandés aux différents instituts de sondage qui n'ont jamais refusé de nous les fournir, non seulement après nos demandes, mais désormais de manière systématique et *a priori* : ils nous envoient avant la publication du sondage cette notice de travail pour nous permettre d'exercer les contrôles qui nous incombent en temps réel.

Cette transparence, vis-à-vis de la commission uniquement, est entière et constitue la clé de l'approfondissement de notre contrôle. L'idée est parfois évoquée de rendre publiques certaines informations, notamment celles qui sont couvertes par le secret industriel et commercial, et qui correspondent au savoir-faire technique, à la patte de chacun des instituts. À cet égard, il ne faut pas minorer le fait que la garantie de la cohérence et de la qualité du sondage passe par l'accès du régulateur à ces informations plus que par l'accès du public. Je crois véritablement que c'est là l'élément fondamental d'un contrôle efficace des sondages : il existe une commission chargée du contrôle à laquelle on ne peut opposer quelque secret que ce soit. La coopération des instituts témoigne de ce

que, dans cette économie générale du dispositif, il n'y a pas de difficulté à obtenir les éléments dont nous avons besoin.

Sur le contrôle de la méthode, la commission rappelle qu'elle n'est pas un super-institut de sondages, qu'il ne lui appartient pas de définir des règles de méthode qui s'imposeraient à chacun. En revanche, elle contrôle les méthodes auxquelles les instituts ont eu recours. Je pointerai deux acquis de la dernière campagne présidentielle, qui avaient commencé à se dessiner lors de la précédente.

Le premier, et c'est très heureux, nous avons obtenu des instituts – davantage que des organes de presse – qu'il n'y ait plus de publications de second tour de scrutin « sec ». Lorsque je suis arrivé à la commission, au cours des campagnes présidentielles notamment, nombre de sondages jetaient en pâture au débat électoral et aux commentaires politiques un second tour sans passer par la première étape qui consistait à tester des candidats présents au premier tour. La commission n'a eu de cesse de rappeler que cela n'était pas souhaitable pour plusieurs raisons. Normalement, le choix des candidats testés pour un second tour hypothétique doit reposer sur les résultats d'un sondage portant sur le premier tour – sauf à effectuer un tri, sans doute vraisemblable, mais qui, nous l'avons constaté en 2002, ne correspondait pas à la sélection opérée par les électeurs au soir du premier tour de scrutin. Cette semaine, deux sondages présidentiels sont parus. Un n'a fait qu'un premier tour de scrutin, le second a testé les premier et second tours de scrutin. C'est un acquis très important. Dans tous les cas, si un seul tour est testé, il convient que ce soit le premier ; si l'on souhaite tester des hypothèses de second tour, elles doivent s'adosser aux résultats d'un sondage de premier tour et être cohérentes avec eux.

Le second acquis méthodologique correspond à une question qui touche à la technique même de l'établissement des résultats publiés, ce que nous appelons « la colonne de référence ». Lorsque nous avons recommandé aux instituts de privilégier la même colonne de redressement pour l'ensemble des candidats, certains ont manifesté des réserves vis-à-vis de ce qu'ils ont considéré comme une ingérence excessive de la part de la commission.

La fourchette est l'intervalle qui correspond à l'écart entre le résultat intermédiaire le plus faible et le résultat intermédiaire le plus élevé obtenu selon

les différents critères de redressement que l'institut a choisi d'affecter aux résultats bruts. À mon arrivée à la commission des sondages, des résultats étaient publiés en dehors de cette fourchette. La commission n'a eu de cesse d'expliquer aux instituts que s'ils choisissaient des coefficients de redressement, ce qui est leur droit et leur responsabilité de sondeurs, ils devaient néanmoins publier des résultats correspondant à des chiffres qui soient le fruit de l'un de ces redressements. Depuis dix ans, le "hors fourchette" a disparu et aucune donnée n'est publiée en dehors de l'espace défini par ces colonnes de redressement.

La dynamique des contrôles est de toujours aller en se renforçant et a franchi un pas supplémentaire : les instituts ont le choix entre aucun et de multiples coefficients : souvenirs de votes, certitude d'aller voter, sûreté du choix ; ils peuvent également panacher certains de ces critères de redressement. Nous leur avons demandé de privilégier une colonne de référence qui correspond aux résultats établis par application de ce critère et leur recommandons de retenir la même colonne pour l'ensemble des candidats testés. Après réticences, débats et explications, cette recommandation a été globalement respectée. Je dis « globalement », tant il est vrai que la commission fait preuve d'une certaine souplesse : si l'institut fournit des explications dans sa notice justifiant le choix d'un autre critère de redressement pour tel ou tel candidat, elle accepte que l'institut sorte de cette colonne de référence. J'insiste sur ce point qui est important en termes de cohérence interne. *A priori*, aujourd'hui, et sauf exception justifiée, lorsque l'on choisit une colonne, elle doit être la même pour tous les candidats.

Les modalités de publication constituent notre autre domaine de contrôle. Nous y avons aussi rencontré des difficultés particulières pendant cette campagne qui nous ont conduits à renforcer nos exigences, notamment avec la publication d'extraits de sondages. Un sondage peut être réalisé avec un échantillon représentatif et suffisant de la population, mais seules sont publiées les données résultant d'un sous-échantillon, par exemple les jeunes, les ouvriers, les catholiques. Or, la plupart du temps, les organes de presse qui rendaient compte de ce résultat indiquaient le nombre de personnes interrogées dans le sondage

global sans préciser le nombre de personnes bien plus limité du sous-échantillon pertinent dont étaient extraits les résultats catégoriels, ce qui était susceptible de donner en apparence une fausse information. En l'espèce, la commission a été conduite à procéder à quatre mises au point : bien que les sondages en eux-mêmes soient réalisés de manière tout à fait satisfaisante, nous tenons à ce que les résultats des sous-échantillons soient publiés en même temps que les résultats globaux de l'enquête et qu'il soit précisé que les données pour le vote « ouvrier » par exemple n'étaient pas établies sur la base des 1 000 personnes interrogées mais sur 100 seulement.

Là encore, je crois que cette exigence renforcée correspond à la mission confiée par la loi à la commission de sorte qu'une information complète soit fournie aux lecteurs.

C'est sans doute en matière d'information que le bilan de l'activité de la commission est le plus contrasté.

L'article 11 de la loi du 19 juillet 1977 interdit la publication de toute nouvelle enquête à compter du vendredi soir à minuit. Pour les sondages réalisés la veille du scrutin, il n'y a pas eu de violation de l'embargo et de ce point de vue le bilan est tout à fait satisfaisant. Mais nous avons été confrontés à des "fuites" le jour du scrutin avant la fermeture du dernier bureau de vote. Ici, le bilan est plus contrasté. Avec la Commission nationale de contrôle de la campagne présidentielle, la commission des sondages a mis en place un arsenal pédagogique et un arsenal répressif. L'arsenal pédagogique a été massif, nous avons beaucoup communiqué, nous avons expliqué la raison d'être de cette interdiction qui est de préserver de toute influence ou de toute manœuvre l'unité du corps électoral. Manœuvres qui pourraient conduire à modifier le vote de telles catégories d'électeurs qui prendraient connaissance de rumeurs. Nous avons expliqué aussi que l'amende encourue était de 75 000 euros, montant qui est multiplié par cinq si c'est une personne morale qui commet cette infraction. Nous avons procédé par communiqués de presse communs avec la CNCEP, organisé une conférence de presse ici même l'avant-veille du premier tour de scrutin qui a eu un certain retentissement dans la mesure où nous avons obtenu sur ce point la complète coopération des instituts qui s'étaient engagés à ne pas

procéder à des sondages dits “de sortie des urnes” et à ne pas encourager la diffusion des premières estimations des bureaux tests.

Dès lors, bien des fanfaronnades de blogueurs, de journalistes, de médias étrangers annonçant pour l'après-midi des publications “de sortie des urnes” sont devenues sans suite ou bien les personnes qui les avaient émises se sont contentées de publier des estimations erronées fondées sur du sable. On regrette donc les publications de l'AFP ou de médias belges ou suisses qui nous ont conduits à actionner le dispositif de surveillance du net et à porter à la connaissance du Parquet les infractions constatées.

Notre rapport annuel parle de régulation paisible. Elle me semble être à l'œuvre dans la bonne direction avec peu de modifications ou de réformes souhaitables. La régulation est paisible car la commission des sondages, que ce soit avec les instituts ou les organes de presse, a essayé de développer son intervention dans des directions qui reposent sur les notions de coopération, de dialogue, d'échanges fructueux. Nous n'hésitons pas à tenir des réunions de travail avec les instituts ou la presse, nous n'hésitons pas à les interroger sur ce que nous ne comprenons pas et à préciser ce que nous recommandons. C'est ainsi que nous progressons dans la définition de ces bonnes pratiques qu'il nous revient de contrôler.

Faut-il modifier l'arsenal dont nous disposons ?

Je crois l'appareil administratif adapté. L'arsenal juridique à disposition pourrait être enrichi par une définition du sondage électoral qui serait plus précise et par l'énoncé d'un certain nombre de règles correspondant aux pratiques actuelles comme l'interdiction de la publication de données relatives à des seconds tours de scrutins non fondés sur un premier ou encore l'interdiction de sondages qui n'existent pas comme les “sorties des urnes” le jour du scrutin. On peut imaginer la consécration d'un certain nombre de positions que nous avons définies et qui sont globalement respectées.

À titre institutionnel, la commission s'est prononcée contre l'idée d'un basculement de son contrôle *a posteriori* vers un contrôle *a priori* pour la raison très simple que de grandes libertés sont en jeu dans le domaine que nous régulons. Il s'agit de la liberté du commerce et de l'industrie, de la liberté

d'expression et de communication dont la presse est le relais dans le cadre des questions dont nous avons la charge. Face à ces grandes libertés une ingérence doit être nécessairement proportionnée. Passer à un contrôle *a priori* nous semble, de ce point de vue, excessif.

Reste la question de l'heure de fermeture des bureaux de vote le jour de l'élection qui pourrait être uniformisée, évitant ainsi des difficultés, mais qui risquerait de faire renaître les sondages "sortie des urnes".

Ce qui est certain, c'est que si on rapporte l'activité, les moyens et les résultats obtenus par la commission dans le cadre de sa mission qui est de veiller à la sincérité du scrutin et d'éviter que dans le débat électoral ne soient livrées des informations qui seraient inexactes, erronées, manipulées au point de produire des effets préjudiciables à la cristallisation des votes tout au cours de la campagne jusqu'au jour du scrutin, l'année passée témoigne de l'efficacité de son contrôle.

**Droit international et comparé des sondages électoraux**  
**Avantages et inconvénients comparatifs du modèle français**

*par*

**M. Rambaud,**

*Maître de conférences à l'université de Bourgogne, CREDESPO*

Remercions la Commission des sondages pour son invitation et pour l'organisation de ce colloque qui permettra, et je m'en réjouis, de renforcer la réflexion, la recherche et la visibilité du droit des sondages électoraux.

**Le champ de la comparaison**

Parler du droit international et comparé des sondages électoraux n'est guère aisé car on compte près d'un modèle par pays.

Le premier système étudié est le modèle international, qui est un modèle d'autorégulation forte prise en charge par deux autorités, l'Esomar et la Wapor.

Créée en 1948 et regroupant 4 900 membres dans 130 pays, l'Esomar (*European society of market research*) a pour objet de défendre les intérêts de la profession. C'est donc une organisation très importante et toutes les entreprises adhérant à l'Esomar doivent adhérer à ses codes, notamment le code international ICC/Esomar de 1977 et mis à jour en décembre 2007.

La Wapor (*World association of public opinion research*), créée en 1947, est une organisation tournée davantage vers la recherche ; elle participe à l'édition des principes communs. Citons ici un guide Esomar/Wapor, moins connu, mais digne d'intérêt dédié spécifiquement aux sondages d'opinion et aux sondages



électorales mis à jour en 2009. Nous avons donc une matrice pour le droit international des sondages électoraux.

Le second système est celui du droit européen, qui est faible en la matière puisque seul l'article 1§8 de la recommandation relative aux campagnes électorales du 7 novembre 2007 du Conseil de l'Europe concerne les sondages. Toutefois, il n'est pas exclu que la CEDH se prononce à l'avenir puisque deux affaires intéressantes sont actuellement pendantes devant elle. L'une de ces affaires est la suite de l'affaire Mélenchon, jugée par le Conseil d'État, une autre vient de Grèce qui interdit de publier des sondages durant quinze jours.

Le troisième système est le modèle anglo-saxon, fondé sur l'autorégulation de la transparence et non pas sur un contrôle des règles de fond. Aux États-Unis, deux institutions s'en sont chargées : le NPC (*National Polling Council*), créé en 1969, conseil d'autorégulation composé de 27 instituts de sondages et, subsidiairement, l'Aapor (*American association of public opinion research*), créée en 1947, association de recherche produisant des standards éthiques. Au Royaume-Uni, le BPC est une association composée de 15 instituts de sondages et dirigée par un professeur de sciences politiques.

Le quatrième système est le modèle allemand, fondé sur une autorégulation légère. En Allemagne, la loi ne réglemente pas les sondages, à l'exception de l'interdiction de publier des sondages de sortie des urnes le jour du scrutin. Pour le reste, le système est un système d'autorégulation mal adapté aux sondages politiques, réalisé par *Der Rat der Deutschen Markt-und Sozialforschung*.

Le cinquième modèle est le modèle italien, celui d'une régulation publique non spécialisée prise en charge par l'AGCOM, *Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*, en vertu de l'article 8 de la loi du 22 février 2000 relative au pluralisme politique et à l'encadrement des campagnes électorales. L'agcom italien est l'équivalent du CSA français ; elle assure une régulation non spécialisée. Il faut savoir qu'en Italie les sondages sont extrêmement nombreux.

Le sixième modèle est le modèle français, modèle de régulation publique spécialisée prise en charge par la commission des sondages en vertu de la loi du 19 juillet 1977.

### **La méthode de la comparaison**

Contraint par le temps à ne pouvoir mener une étude exhaustive de droit comparé, j'ai choisi de procéder à une comparaison des avantages et des désavantages du modèle français par rapport aux autres systèmes étrangers.

Par prudence, il faut mettre en garde contre les limites de la comparaison : le droit des sondages de chaque pays s'est construit en réponse aux problèmes propres à chaque système et en fonction du contexte institutionnel et politique national. Par ailleurs, la comparaison ne peut pas négliger les aspects culturels. Il n'y a donc pas un modèle idéal de droit des sondages. Toutefois, ces limites n'empêchent pas de s'inspirer des autres modèles pour améliorer le nôtre.

### **Les trois avantages comparatifs du modèle français**

Une structure spécialisée, souple et indépendante.

Le modèle français de régulation des sondages figure, avec le modèle international, parmi les plus anciens. Il a ceci de particulier d'être le seul système pris en charge par une autorité administrative indépendante spécialisée, ce qui offre de nombreux avantages. D'une part, la régulation est meilleure que l'autorégulation en termes d'indépendance. Même s'il faut noter certaines garanties qui existent en Allemagne où l'autorégulation dispose de deux comités de surveillance composés de personnes indépendantes, en vérité, le système allemand est très limité car la saisine de l'autorité d'autorégulation n'est pas ouverte aux simples citoyens, et la transparence y est faible. D'autre part, la régulation spécialisée est meilleure que la régulation non spécialisée du point de vue du contrôle. On le voit notamment en Italie avec l'AGCOM, où si la non-spécialisation permet un vrai contrôle du respect de la transparence, elle ne conduit qu'à un faible contrôle au fond. De même, en Allemagne la régulation

est celle des études de marché en général ; elle n'est donc guère approfondie pour les sondages électoraux.

#### Un véritable contrôle au fond

C'est sans doute le système français qui présente les meilleures garanties du point de vue du contrôle au fond qui comprend à la fois un contrôle de la rigueur des méthodologies et, sur les points les plus sensibles, comme les critères de redressement, un contrôle restreint à l'erreur manifeste d'appréciation et à la cohérence méthodologique. Ce système permet un juste équilibre entre le nécessaire contrôle et la liberté de production donnée aux instituts.

De ce point de vue, le modèle français se rapproche du droit international qui est le seul système équivalent dans la mesure où le code Esomar/Wapor pose de nombreux principes de fond, tout en reconnaissant la liberté des instituts.

Cela évite à la France de connaître les défauts des systèmes dans lesquels il n'existe guère de contrôle au fond à l'instar des modèles anglo-saxons, et, dans une moindre mesure, italien. Aux États-Unis et au Royaume-Uni, les instances d'autorégulation refusent de procéder à un contrôle au fond des mérites respectifs des instituts pour se contenter d'un contrôle des modalités de publication. Or, la faiblesse de ce contrôle au fond pose incontestablement problème car la manipulation politique n'est pas impossible notamment aux États-Unis. Les dernières élections présidentielles nous en ont fourni des exemples, notamment celui de certains sites internet américains pro-républicains qui n'ont pas hésité à publier leurs sondages donnant à quelques jours Mitt Romney vainqueur contre toute l'évidence de la masse des autres études.

La complexité du système américain a conduit un statisticien, Nate Silver, à élaborer un modèle statistique synthétisant tous les sondages, modèle qui comprend un mécanisme de "redressement politique des instituts de sondages" réputés comme étant orientés en faveur de la gauche ou de la droite.

Le modèle anglo-saxon se caractérise donc par un très grand libéralisme. Sans doute, un tel système serait-il culturellement inenvisageable en France.

### Une durée d'interdiction de publication pertinente

Le droit comparé démontre l'utilité de mettre en place une interdiction courte de la publication des sondages avant l'élection et de ne jamais diffuser les estimations de résultats avant la fermeture des bureaux de vote. Le droit français a donc posé les règles pertinentes à cet égard.

Tous les systèmes interdisent au moins la publication de sondages de sortie des urnes le jour du vote : c'est indiqué dans le guide Esomar/Wapor, dans la recommandation du Conseil de l'Europe, dans la loi allemande. Aux États-Unis même, on trouve une évolution de cette idée avec la mise en place pour la dernière élection d'une "chambre de quarantaine". Dans cette chambre, arrivent les résultats partiels des différents états, les projections nationales y sont calculées, mais rien ne peut sortir de cette chambre avant la fermeture du dernier bureau de vote.

*A contrario*, la comparaison démontre le peu de pertinence d'une interdiction trop longue de 15 jours, comme elle existe en Italie. Le délai a été largement violé, notamment sur internet, où un site a publié durant les quinze derniers jours avant les élections des résultats de sondages sous la forme de fausses courses de chevaux : chaque parti était représenté par un cheval concourant dans un hippodrome ; celui-ci représentait le Sénat, un autre les élections locales, un troisième les législatives. Sous cette forme baroque, 52 sondages ont été publiés. À ma connaissance, l'Agcom ne réagit pas. Le même délai existe en Grèce. Il a donné lieu à deux requêtes qui sont d'ailleurs actuellement pendantes devant la CEDH. Elles ont été déposées au nom de la liberté d'expression et de communication. Nous aurons peut-être un arrêt de la CEDH sur ce point à la condition que les requérants aient bien épuisé toutes les voies de recours internes.

### Les trois désavantages comparatifs du modèle français

#### Un système peu transparent

En France, la transparence des méthodes est assez faible et est contestée. Certes, les instituts ont consenti des efforts importants mais ne publient toujours pas de

notice comportant les données brutes et leurs redressements. Par ailleurs, la commission des sondages maintient le système de double notice, c'est-à-dire que les notices données aux personnes qui en font la demande sont incomplètes, bien que cette pratique ait été jugée par le Conseil d'État conforme à la loi dans l'arrêt *Mélenchon* du 8 février 2012. Il faudrait donc changer la loi pour aller vers une transparence accrue. Pour l'heure, le système français est sans doute avec la réglementation allemande le système le moins transparent. Il n'est donc pas inutile de renforcer la transparence, même si l'étude comparée montre que la prise en compte du secret des affaires des instituts est légitime. Une transparence accrue est possible même si les autres systèmes sont en effet plus transparents tout en prenant en compte le secret des affaires des instituts. C'est le cas du code Esomar/Wapor qui prévoit que l'institut devrait mettre ses résultats bruts à disposition quand les résultats rendus publics diffèrent substantiellement des données issues du terrain, notamment lorsque sont appliqués des redressements non standards. Néanmoins, le code prévoit que les instituts sont légitimes à conserver le secret de leur méthode de redressement pour des raisons concurrentielles. C'est donc une transparence limitée.

Le modèle anglo-saxon repose sur la transparence et il est même entièrement articulé autour de la logique de la transparence. Ainsi aux États-Unis, le système est censé donner aux tiers la possibilité de comprendre eux-mêmes la manière dont les sondages sont réalisés et les instituts sont tenus de livrer aux citoyens qui le demandent des informations complètes. Mais le problème de la transparence est moindre aux États-Unis en raison des méthodologies adoptées. Au Royaume-Uni, le système est d'une grande transparence notamment du point de vue des notices. Ainsi, les principes de la BPC prévoient que l'institut de sondages doit publier sur son site internet l'ordre des questions posées, des tables avec les bases redressées et non redressées, une description des procédures de redressement, etc. Et, effectivement, les notices sont très complètes, on trouve les bases et les critères de redressement qui peuvent être le souvenir de vote ou qui peuvent être opérés en fonction des journaux lus... Mais étrangement les sites ne mentionnent pas les pourcentages associés aux chiffres bruts.

En Italie, la transparence est forte, mais d'une manière tout à fait originale. En effet, la loi prévoit que les notices des sondages soient publiées sur un site internet de la présidence du Conseil sur lequel on trouve l'ensemble des sondages publiés sur une période récente et de très nombreuses informations allant bien au-delà de celles que l'on trouve habituellement : des méthodes détaillées, mais aussi le commanditaire, la marge d'erreur, la pondération, le taux de non-répondants, de décrets et de remplacements, etc. C'est donc un système très transparent même si l'on peut être sceptique sur le fait que le site en question relève de l'exécutif !

En revanche, cette transparence n'est pas totale puisqu'elle trouve sa limite dans le secret des affaires des instituts, comme l'a reconnu l'AGCOM. Ainsi, lorsqu'un sondage est réalisé avec redressement politique en Italie, le détail – par exemple les données brutes et les méthodes de redressement – n'est pas publié.

#### Un manque d'accompagnement médiatique

En France, il n'existe pas de dispositifs pour accompagner la publication du sondage. La comparaison démontre que le droit français est en retrait par rapport aux autres systèmes et que des solutions, qui existent, sont à mettre en place.

Le code Esomar/Wapor s'inscrit clairement dans une logique d'accompagnement médiatique. Le guide propose la contractualisation en amont des modalités de publication. Il va jusqu'à dire que l'institut doit approuver par avance la forme et le contenu exact de l'article qui reprend le sondage, et que cela doit être prévu par le contrat. De surcroît, l'institut peut intervenir *a posteriori* pour apporter des précisions quand une publication trop courte altère l'analyse des résultats, quand la publication n'est pas suffisante ou quand la publication méconnaît les stipulations contractuelles.

Le modèle anglo-saxon est également focalisé sur l'accompagnement de la publication. Le NCPP a ainsi récemment créé un Polling Review Board (PRB), afin de répondre aux questions des journalistes sur les sondages. Ils ont par ailleurs publié un guide à l'intention des journalistes, calqué en fait sur celui de

l'Esomar. La logique du BPC est la même : répondre aux journalistes. Elle a aussi édicté un guide destiné aux journalistes.

#### Un système de sanction inadapté

La comparaison démontre sur ce point que la France a sans doute le plus mauvais des systèmes en ce qu'il est le seul à faire intervenir le juge pénal, alors qu'une telle intervention pose de véritables problèmes en matière de liberté d'expression.

Deux systèmes de sanction sont performants dans chacun des modèles étudiés : la publication et des systèmes de sanction administrative, c'est-à-dire des amendes quand la régulation est publique comme en Italie ; des avertissements pouvant aller jusqu'à l'exclusion dans les systèmes autorégulés, comme aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Allemagne. C'est en ce sens qu'il faut aller, même si la commission des sondages dispose déjà d'une sanction administrative : la mise au point.

La comparaison démontre donc que le droit français doit être renforcé dans trois directions.

D'abord, un renforcement de la transparence qui passerait par la négociation d'un régime spécial d'accès aux documents administratifs comme il en existe d'autres en droit électoral. Ensuite, la mise en place de dispositifs, contractuels et non contractuels, d'accompagnement de la publication de sondages. Enfin, la suppression des sanctions pénales ou leur restriction aux cas les plus graves, et la mise en place d'un régime de sanction administrative.

Enquêtes d'intention de vote :  
de la statistique aux modèles explicatifs du vote

*par*

**M. Chiche,**

*Ingénieur de recherche CNRS au CEVIPOF*

Au nom de mes collègues de la Société française de statistique et de ceux de la Fondation nationale des sciences politique, je voudrais vous remercier, Madame la présidente, de cet événement.

Les enquêtes politiques sont prises entre deux feux, elles relèvent de deux disciplines : la statistique qui permet de les construire, les sciences politiques qui sont au cœur de la problématique. Depuis que le suffrage universel existe et depuis que des sociologues tentent de comprendre le vote, la décision électorale a été au centre des préoccupations. De Siegfried et son *Tableau politique de la France de l'Ouest* du début du XX<sup>e</sup> siècle au dernier modèle du choix rationnel, le mystère de la décision électorale a toujours nourri nos préoccupations.

Avec des universitaires de Chicago, Gallup est le premier à s'être servi d'enquêtes par sondages pour essayer de comprendre le vote des Américains dans les années 40. Paul Lazarsfeld ensuite a utilisé de grandes données par panels pour affiner les modèles d'explication du vote. Mais, bien sûr, ces modèles n'ont du sens que si les enquêtes sont elles-mêmes construites selon les règles de l'art statistique. Si la confiance que l'on peut avoir dans leur fiabilité est aléatoire, l'interprétation que l'on en tirera restera sujette à caution.

Je voudrais ici me demander si la fiabilité des enquêtes d'intention de vote pourrait être améliorée.

Nous nous interrogerons donc sur ce que sont les erreurs dans les enquêtes par sondages, nous aborderons le problème de l'échantillonnage et les méthodes



pour adapter un plan de sondage aux enquêtes électorales. Les variables utilisées sont-elles encore justifiées ? La classe sociale notamment a-t-elle encore un sens ? Quelles variables d'intérêt pour des redressements efficaces ?

Comme dans toute enquête statistique, la somme des erreurs produit l'erreur globale. Je me sers ici des travaux d'Anne-Marie Dussaix. Encore faudrait-il connaître les erreurs à chacune des étapes. L'erreur la plus simple à corriger est l'erreur d'échantillonnage, mais d'autres sont plus complexes : l'erreur tenant aux refus de participer à une enquête qui progresse de manière très importante. Il convient donc de faire descendre ces taux de refus. Il faut former les enquêteurs à inciter la personne sélectionnée à répondre. Des taux de refus trop importants conduisent à des échantillons biaisés. À tel point qu'il devient délicat pour les instituts privés de réaliser des enquêtes aléatoires dans les règles de l'art. C'est l'une des raisons des enquêtes par quotas en France. Il existe aussi des questions budgétaires et de rapidité.

D'autres erreurs sont liées à la façon dont les questionnaires sont construits. Les questions d'intention de vote ne sont pas des questions comme les autres ; elles ne concernent ni une attitude ni un comportement. On demande aux gens, parfois longtemps à l'avance, ce que sera un acte civique et confidentiel. On comprend que leur réponse soit labile, volatile. Construire un questionnaire relève d'un certain professionnalisme que l'on retrouve dans bien des instituts mais pas partout. Enfin, on peut mentionner, souvenir du passé, des erreurs de saisie.

Quelle est la population à analyser pour une enquête d'intention de vote ?

C'est naturellement la population des inscrits sur les listes électorales. Or on ne sait pas grand-chose de ces inscrits, faute de disposer de la part de l'Insee d'informations socio-démographiques et culturelles sur les inscrits eux-mêmes. Les instituts procèdent en tirant dans un échantillon plus global, celui des dix-huit ans et plus à qui l'on demande s'ils sont inscrits sur les listes électorales. C'est cette sous-population qui servira de base aux enquêtes. Les critères de quotas que nous évoquerons sont relatifs à cette population d'électeurs, alors que

les instituts utilisent des données qui proviennent des enquêtes de l'Insee sur les 18 ans et plus. Ne serait-ce que là, il existe un décalage.

Je profite donc de cette rencontre pour lancer un appel : ne pourrait-on demander par la loi à l'Insee de fusionner ou du moins d'appareiller les fichiers des inscrits et les fichiers du recensement dont il a la charge en les anonymisant de façon à établir des critères et des statistiques officielles sur ce que sont avant chaque élection les inscrits. Une telle réforme améliorerait grandement la qualité de l'échantillonnage.

Naturellement, on doit passer des inscrits aux exprimés, en d'autres termes demander aux personnes si elles ont l'intention d'aller voter et mesurer la fermeté de ce choix. On se trouve ainsi avec une sous-population qui censément correspond aux exprimés le soir du scrutin et donc à une sous-population dont l'effectif est moindre. J'appelle votre attention pour dire l'émoi de bien des statisticiens devant des effectifs extrêmement faibles, notamment pour les élections locales. Nous sommes à un an des municipales et j'ai vu passer cette semaine un sondage réalisé sur la base de 500 personnes âgées de 18 ans et plus. Sur cette base, il n'y en a pas plus de 300 qui ont l'intention d'aller voter. Que signifie établir des résultats sur 300 personnes ? Il n'y a pas besoin d'être statisticien pour trouver la réponse.

Réaliser un bon échantillon suppose un plan de sondages le plus proche possible de la cible que l'on cherche à analyser. Il faut partir des inscrits qui sont décidés à aller voter, mais préalablement il convient de définir un mode d'administration. Les sondages par téléphone nécessitent que l'on sélectionne des personnes âgées de 18 ans et plus inscrites sur les listes. Pour cela, il faut avoir les numéros de téléphone. On va donc réaliser un plan de sondages à partir de fichiers qui doivent être les moins erronés possible. Or, la difficulté est désormais qu'il n'existe plus d'annuaire officiel et qu'il faut donc reconstruire une base de données dans laquelle on tirera au sort des numéros de téléphone. Ces bases n'existent pas. Elles sont vendues par des sociétés spécialisées ou constituées au coup par coup par les instituts. La qualité de ces bases de données est essentielle pour obtenir un bon échantillon qui détermine largement la qualité de l'enquête.

Une fois déterminés des numéros de téléphone parmi une base la plus propre possible, la majorité des instituts procèdent par des échantillons à deux degrés. Le premier est un degré de stratification géographique qui consiste à décomposer l'ensemble du territoire en grandes régions. On peut se demander si une telle stratification suffit et s'il ne conviendrait pas d'affiner ce critère. Tout dépend, là encore, des effectifs dont on dispose.

La seconde variable de stratification est liée à la taille de la commune, le type d'agglomération dans lequel se trouve l'interviewé.

Le second degré est constitué des quotas, il s'agit des grandes variables sociodémographiques qui permettront de cibler au mieux la population que l'on cherche à interroger. Il s'agit du sexe, de l'âge, généralement regroupé en cinq classes, et de la profession de la personne de référence du foyer. Parfois, des instituts prennent en compte la personne interrogée. Ces variables sont-elles encore d'actualité ?

L'exemple de la catégorie socio-professionnelle pose la question de savoir s'il existe toujours en France un vote lié à la classe sociale et s'il y a toujours une différenciation politique en fonction des professions.

Les résultats de la présidentielle de 2012, tirés de l'enquête post-électorale du Cevipof, représentent le vote des différentes catégories sociales en se focalisant sur deux variables – la profession de la personne de référence et la profession de la personne interrogée – en distinguant deux méthodes :

celle des instituts qui consiste à prendre les personnes retraitées globalement ;

celle proposée qui consiste à restituer les retraités dans les catégories socio-professionnelles qui étaient les leurs avant leur retraite.

On constate alors que si l'on agrège selon la méthode des instituts tous les retraités (tableau n° 1) les structures de vote diffèrent de celles que l'on retrouve quand on distingue les retraités (tableau n° 2) ou quand on les répartit selon leur ancienne profession (tableau n°3).

Agriculteur	4%	37%	4%
Artisan - Commerçant chef d'entreprise	16%	20%	24%
Cadre supérieur – Profession libérale	25%	24%	5%
Profession intermédiaire	24%	17%	13%
Employés	23%	17%	19%
Ouvriers	17%	13%	23%
Retraités	25%	28%	10%
Inactifs	20%	21%	13%
<b>Total</b>	<b>22%</b>	<b>21%</b>	<b>14%</b>

Sur ce premier tableau, on constate que l'ancien "vote de classe" des ouvriers et des employés en faveur de la gauche a évolué en faveur du vote Marine Le Pen. Ce premier tableau atteste en tout cas d'une influence statistique claire de la CSP sur le vote.

**Sur les 785 retraités**

Profession passée de la personne interrogée	François Hollande	Nicolas Sarkozy	Marine Le Pen
Agriculteur	10%	55%	10%
Artisan - Commerçant chef d'entreprise	21%	40%	15%
Cadre supérieur – Profession libérale	26%	35%	5%
Profession intermédiaire	26%	25%	6%
Employés	26%	27%	8%
Ouvriers	23%	25%	22%
Inactifs	26%	28%	10%
<b>Total</b>	<b>25%</b>	<b>28%</b>	<b>10%</b>

Le tableau des retraités montre qu'ils votent un peu plus pour les candidats traditionnels, un peu moins pour Marine Le Pen, ils s'abstiennent moins et le modèle reste stable en ce que le vote des ouvriers et des employés se porte également vers Marine Le Pen.

À l'examen du troisième tableau, celui des non retraités, on remarque que le vote des actifs se porte davantage vers l'extrême-droite qu'il ne l'était chez les retraités. Mais que le modèle global reste semblable à ce qu'il était précédemment.

**Sur les 1756 actif et inactifs non retraités**

<u>Profession actuelle de la personne interrogée</u>	François Hollande	Nicolas Sarkozy	Marine Le Pen
Agriculteur	4%	37%	4%
Artisan - Commerçant chef d'entreprise	16%	20%	24%
Cadre supérieur – Profession libérale	25%	24%	5%
Profession intermédiaire	24%	17%	12%
Employés	23%	17%	19%
Ouvriers	17%	13%	23%
Inactifs	20%	21%	13%
<b>Total</b>	21%	18%	15%

En revanche, si l'on affecte les retraités en fonction de leur ancienne profession, on obtient une nouvelle variable des quotas que nous préconisons d'utiliser. C'est celle de ce quatrième tableau.

**Sur l'ensemble de l'échantillon**

<u>Profession actuelle ou ancienne</u>	François Hollande	Nicolas Sarkozy	Marine Le Pen
Agriculteur	6%	45%	6%
Artisan - Commerçant chef d'entreprise	17%	26%	21%
Cadre supérieur – Profession libérale	25%	27%	5%
Profession intermédiaire	25%	20%	10%
Employés	24%	20%	15%
Ouvriers	19%	16%	22%
Inactifs	21%	22%	13%
<b>Total</b>	22%	21%	14%

On voit ici comment les professions interagissent et expliquent le premier tour de l'élection de 2012.

Il en va de même si l'on travaille sur la profession de la personne de référence et l'on peut utilement réaffecter les retraités dans leur ancienne profession. Cela donne des résultats stables en termes d'analyse.

En conclusion, on peut avancer cinq points :

Les catégories socioprofessionnelles restent corrélées au vote, même si leur pouvoir explicatif est moindre et s'il a changé de nature. Elles permettent de représenter au mieux la diversité sociale ; il faut donc continuer à utiliser cette variable comme variable de contrôle et comme variable de quota.

Il existe des différences entre le vote des actifs et celui des retraités.

Pour bien tenir compte de la diversité sociale, il faut reclasser les retraités dans leurs anciennes professions. On peut en revanche se contenter de ne travailler qu'à partir de la personne de référence puisque cette méthode donne les mêmes coefficients que si l'on utilise la personne interrogée.

Enfin des quotas bien qualifiés socialement évitent une dispersion au moment des redressements.

Avec Daniel Boy, nous avons suggéré depuis plusieurs années aux instituts de travailler avec une autre variable, à savoir le niveau "culturel" des répondants. Le diplôme fait-il varier le vote ? La réponse est évidemment oui, très clairement. Par exemple, c'est auprès des personnes les plus cultivées que Jean-Luc Mélenchon fait ses meilleurs scores alors que Marine Le Pen a des pourcentages de votants plus élevés parmi les populations les moins diplômées.

Cette variable culturelle liée au niveau de diplôme est difficile à contrôler. On essaye d'en faire une variable de quotas, mais c'est difficile pour les instituts, même si cela a pu fonctionner en 2007. L'échantillon que nous avons pu établir alors correspondait bien à la répartition de la population selon les niveaux d'études.

### **Quelles autres variables pourrait-on imaginer ?**

Comme cela se pratique dans d'autres types d'enquêtes, les instituts pourraient travailler avec des quotas croisés. Ainsi l'âge pourrait-il être croisé avec le sexe. On pourrait également croiser l'âge avec la catégorie socioprofessionnelle. Cela

permettrait d'obtenir une diversité qui permettrait d'obtenir de meilleurs échantillons.

Même si on parvient désormais à une meilleure reconstitution du vote passé avec les enquêtes en ligne, quelles autres variables de redressement pourrait-on utiliser en dehors du passé électoral et des variables de proximité politique que l'on sait fragiles, d'autant que certains électeurs n'étaient pas présents lors du précédent scrutin ou que, inversement, d'autres électeurs ont disparu depuis ? La science politique a montré depuis une bonne quinzaine d'années que le statut professionnel était important. Savoir que la personne interrogée vient du secteur public ou privé a une très forte influence. Nous disposons de données propres qui viennent de l'Insee à ce sujet. Pourquoi ne pas s'en servir comme variables de contrôle et même de variables de quotas ?

Pour l'heure, on découpe la France en grandes régions et ensuite par taille d'agglomération. En suivant les études relatives aux modèles explicatifs du vote et notamment les travaux de nos amis géographes, on peut se poser la question du rôle joué par le degré d'urbanité. Ce que Christophe Guilluy appelle "les fractures françaises" ont-elles une influence sur le vote ? Sur ce thème, l'institut Ipsos a fait une tentative très intéressante qui a été présentée lors d'un précédent colloque sur les sondages. Il a divisé la France en différents degrés d'urbanité allant du plus urbain au rural en passant par le péri-urbain ; ce ne sont pas des catégories d'agglomération, mais une décomposition de l'ensemble des communes en un type qui tient compte de cette urbanité. C'est dans le péri-urbain que le vote pour l'extrême-droite a été le plus fort. C'est peut-être un élément qui pourrait intéresser les départements R&D des instituts de sondage pour améliorer les variables de stratification.

On peut songer aussi à des gradients de distance de l'habitat de la personne interrogée au centre urbain. Nombre de géographes et de politistes ont montré que plus on s'éloignait des centres villes, plus le vote différait. C'est aussi une variable qu'il serait facile de contrôler. Voilà deux pistes possibles pour des variables soit de redressement, soit de préstratification. Pour ma part, je pencherai en faveur de leur emploi plutôt en termes de préstratification. Cela pourrait amener à améliorer la qualité des enquêtes.

Enfin, je pense que le contrôle *a posteriori* de la qualité des sondages est essentiel. On ne saurait trop inciter à contrôler d'abord la qualité du terrain avant même de contrôler la qualité de l'échantillon, pour faire baisser les taux de sans réponses, pour améliorer la fluidité de l'administration des questionnaires et pour rendre ces questions d'intention de vote plus fluides.



## Débat avec la salle

### Dans la salle

À propos de l'interdiction de la publication, vous avez évoqué les médias belges et suisses, mais je n'ai pas compris les pouvoirs de la commission en cas de publication interdite.

### M. Guyomar

C'est une question intéressante non encore définitivement tranchée en droit en tout cas pour ce qui est de la répression pénale des infractions commises pour partie en France.

Le parti retenu par la commission des sondages est de considérer qu'il y a possibilité de poursuivre des personnes de quelque nationalité que ce soit et quel que soit le lieu de commission de l'infraction dès que celle-ci est en partie réalisée sur le territoire français où la loi est applicable.

Pour vous répondre, si des publications étrangères sont vendues en France, on constate une réalisation de l'infraction en France, il en va de même de la consultation d'un site via une adresse IP qui peut être considérée comme hébergée sur le territoire français. C'est au juge pénal qu'il appartiendra de dire ce qu'il en est en matière de territorialité de l'infraction et de la loi qui la réprime.

### M. Tourbe

*Professeur à Paris VIII*

M. Rambaud a mis l'accent sur l'avantage et le désavantage du système français, respectivement celui du caractère indépendant de la commission des sondages et celui du manque de transparence du système. À ce sujet on peut penser à la théorie de la capture qui a été largement développée par la doctrine depuis le développement des autorités administratives indépendantes. Il s'agit de la capture du régulateur par les organismes régulés. Cette théorie évoque la connivence qui peut s'instaurer entre les uns et les autres. Je ne ferai pas

l'offense à la commission des sondages de la soupçonner d'une quelconque connivence, d'autant que stagiaire à la commission, j'ai assisté à certaines réunions lors de la campagne de 2007. Je sais donc que la commission exerce en toute indépendance et en toute objectivité son contrôle. Mais sans qu'il soit question de connivence, on pourrait penser à une forme de proximité qui, aux yeux du public, peut donner naissance à un soupçon. Si l'on reprend une autre théorie, celle de l'apparence, cette vision de la proximité peut poser problème aux yeux du public.

De ce point de vue, la question posée par l'arrêt Mélenchon auquel vous avez fait référence est précisément liée à la question de la transparence et de la double notice. À propos des notices, l'arrêt évoquait le caractère applicable de la loi de 1978 sur la communication des documents administratifs pour conclure par un équilibre entre cette exigence de communication d'un document administratif et le secret industriel.

La question est de savoir si l'équilibre indépendance / transparence de la régulation est le bon. N'y a-t-il pas un risque que le public apprécie mal l'indépendance du contrôle de la commission en l'absence de toute transparence ? Les citoyens ne sont-ils pas aptes à comprendre le principe même des méthodes de redressement ?

Par ailleurs, la vraie question n'est-elle pas celle de la taille des échantillons ?

### **M. Guyomar**

Notre difficulté est de réguler un domaine où se croisent des grandes libertés publiques – la sincérité du scrutin, la liberté de la communication – mais nous sommes une autorité de contrôle et de régulation. Je veux, avec modestie, nous comparer à l'autorité des marchés financiers ou à l'autorité de contrôle prudentiel. Elles ont pareillement la charge de réguler une activité. Dans l'exercice respectif de leurs attributions, elles ont accès nécessairement à un certain nombre d'éléments confidentiels couverts par le secret des affaires. Vient-il à l'esprit de quiconque d'aller soupçonner l'efficacité ou la légitimité de ces régulations au motif qu'elles s'exercent pour partie sur des données non transparentes ? Nul ne vient réclamer une transparence absolue en ces matières. Évidemment, une telle comparaison rencontre des limites puisque le domaine du

contrôle n'est évidemment pas de même nature. On ne peut complètement comparer car la commission des sondages régule des domaines où sont en jeu des libertés démocratiques et des libertés attachées à l'article onze de la Déclaration des droits de l'homme. Toutefois, à raison du domaine, existerait-il une justification pour modifier profondément les modalités du contrôle et de la régulation en y associant les électeurs, qu'ils soient acteurs ou spectateurs de la campagne ? Je n'en suis pas persuadé.

### **M. Rambaud**

Pour répondre à la première question de M. Tourbe, il faut distinguer le modèle et ses modalités de mise en œuvre. Le modèle d'une commission qui exerce un contrôle de fond est bon. Ensuite, le renforcement de la transparence se pose et doit être traité dans le détail des éléments devant être communiqués ou non. De ce point de vue, on peut encore avancer jusqu'à arriver au secret des affaires des instituts qui est aussi légitime en vertu de la loi de 1978. Pour parvenir à un meilleur équilibre, il ne serait pas inutile de réfléchir à la négociation d'un régime spécial d'accès aux documents administratifs en matière de sondages.

### **M. Riandey**

Membre du groupe Enquêtes de la Société française de statistique, je crois que ce secret est extrêmement tenu. Des collègues des instituts de sondages le disent et d'ailleurs les industriels qui veulent le faire respecter introduisent dans les contrats de travail des clauses d'exclusion qui empêchent leurs salariés de passer chez le concurrent. Or des responsables d'instituts ont travaillé dans quatre instituts, ce qui prouve bien que ce n'est pas par rapport à la concurrence que l'on cherche à tenir ses secrets, mais ailleurs.

M. Guyomar a annoncé la disparition de données établies "hors fourchettes", ce dont je le félicite, car cette notion de fourchette est elle-même antistatistique. Si je reconnais aux politologues la capacité de produire des chiffres autres que les estimations statistiques, ils doivent préciser que leurs données sont un dire de politologue et non pas un résultat statistique. La transparence devrait d'abord

nous indiquer si les données sont établies par un calcul statistique ou par un dire d'expert.

En revanche, avec les instituts de sondage, je suis convaincu que cela ne servirait à rien de publier les données non redressées. Mais la publication de la colonne de référence aboutirait à une meilleure compréhension et n'empêcherait pas les politologues de préciser leur orientation.

**M. Guyomar**

Il n'y a aucun problème à obtenir des informations des instituts auprès de la commission.

**M. Le Gal**

Il faut rappeler que malgré bien des contraintes, les sondages fonctionnent plutôt pas mal. Le pas mal est déjà suffisant car à défaut de sondages, les aléas du commentaire politique deviendraient inquiétants.

La seconde question est celle de l'interprétation. Le bon sens populaire suggère que le mieux peut être l'ennemi du bien. Publier des bruts aurait de quoi rendre folle l'opinion. L'incrédulité à l'endroit des sondages deviendrait maximale et pourrait rendre fous les candidats à l'élection présidentielle. Le débat sur les bruts conduirait à un affolement de la sphère publique et sans doute à une régression de la démocratie.

**M. Bigot**

Directeur de recherche au Crédoc, membre de la société française de statistique. Je me pose des questions sur la composition de la commission des sondages. À entendre Jean Chiche sur la complexité scientifique du contrôle de la qualité d'un sondage, je m'étonne sachant que vous n'êtes que onze avec seulement un secrétaire à plein temps. Je conduis deux-trois enquêtes par an et il me semble que contrôler aussi bien la qualité que la formulation des questions, le suivi du terrain, le plan d'échantillonnage, les redressements etc., est une charge lourde et extrêmement complexe. Aussi, je me demande si la commission des sondages ne devrait pas se renforcer d'un département d'études composé de quatre ou cinq statisticiens qui évalueraient vraiment les sondages allant au-delà des

documents que veulent bien leur fournir les instituts. Pourquoi ne pas imaginer un conseil scientifique qui progressivement élaborerait des règles de qualité minimale pour permettre de reconnaître la validité scientifique des sondages ?

**Mme Aubin**

La commission s'appuie sur le travail de trois experts statisticiens qui réalisent le travail que vous venez de décrire et qui pour l'instant le font à la satisfaction générale des membres de la commission.

Il est vrai qu'ils ont beaucoup de travail au cours des campagnes présidentielles.

**M. Bachelet**

La loi n'a pas donné à la commission une mission de conseil auprès des instituts.

## Table ronde

### M. Windal

Il est temps de mettre en pratique le conseil de Michel-Ange selon lequel "*Nul ne peut donner son avis sur une chose quelconque aussi bien que ceux qui l'ont beaucoup pratiqué*". C'est donc avec plaisir que j'accueille un échantillon de sondeurs d'expérience.

La discussion pourrait couvrir trois aspects : la fiabilité des sondages, leur transparence, les suggestions utiles quant à leur métier.

### 1 – la fiabilité des sondages publiés

À la lecture de la presse, on distingue deux écoles : d'un côté les médias qui font dans la dentelle comme *Le Monde* qui titrait *Sondages: le grand écart* à la publication d'un sondage Harris interactive qui plaçait Mme Le Pen en deuxième position en mars 2011 et ceux qui manient la tronçonneuse comme M. Mélenchon qui déclarait "*Une étude faite sans que l'on sache quel bidouillage, coefficient multiplicateur, redressement et autre salade pourrie sont à l'œuvre dans la fabrication de cet événement*".

On ne saura jamais à quelle hauteur l'opinion plaçait Mme Le Pen en mars 2011, mais on peut tirer des enseignements de la comparaison des sondages de fin de campagne avec les résultats des élections.

- D'abord, n'en déplaise à ceux qui regrettent la place prise par les sondages dans le jeu électoral, la fiabilité des sondages de fin de campagne est bonne. Cela ne signifie pas que tout est parfait, la comparaison des instituts dans le temps met à jour des biais manifestes. Par exemple, vous avez tous sous-estimé le score de Mme Le Pen et surestimé celui de M. Mélenchon. Pourtant, appréhender l'écart entre les deux candidats était à la portée des échantillons que vous utilisiez.

- Quand on regarde les sondages en évolution, on constate que certains instituts sont systématiquement dans les hauts ou dans les bas des fourchettes. Par exemple, les électeurs ont donné raison aux deux instituts qui plaçaient systématiquement Mme Le Pen à son plus haut. D'où deux questions.
- Quand un institut constate qu'il "surestime" systématiquement un candidat relativement à ses concurrents, cela entraîne-t-il une réflexion sur ce biais ?
- On constate que les sondages par internet appréhendent mieux des votes sensibles tel le vote FN que les enquêtes téléphoniques ; à terme les sondages en ligne deviendront-ils le mode privilégié de recueil de l'information ?

**M. Lecerf**

Dans votre première question, que signifie "systématiquement" ? Si cela signifie qu'une force politique serait systématiquement sur ou sous-représentée, je ne peux que m'inscrire en faux contre une telle assertion. Le travail global des instituts de sondages rend impossible de défendre que tel institut sur-estimerait ou sous-estimerait le Front National.

**M. Windal**

Si l'on se connecte à un comparateur de sondages et l'on suit l'évolution des courbes des instituts pour tel candidat, on peut constater qu'un institut placera systématiquement tel candidat dans le haut de la fourchette, alors que d'autres placent systématiquement dans le bas.

**M. Lecerf**

Cela ne signifie pas que l'institut devrait corriger en fonction des résultats publiés par les autres ! Heureusement, nous ne travaillons pas ainsi. Nous ne sommes pas en permanence en train de contrôler ce que font les autres. Nous avons chacun des méthodes, dont certaines sont partagées. Mais nous ne pourrions pas justifier auprès de la commission des sondages une modification de nos chiffres au motif que nous voudrions les rapprocher de la moyenne qui d'ailleurs se trouverait affectée de ce mouvement. Au surplus, la surestimation signifierait qu'il y aurait une vérité créée par les autres. Voilà une idée à laquelle je n'adhère pas.

### **M. Sliman**

Je nourris les mêmes préventions par rapport à votre question.

Le Front National est un parti que nous traitons comme les autres ; nous n'avons pas à avoir de pondérations médiatico-politologiques à l'égard des candidats de ce parti.

Les instituts de sondage se sont trompés à l'égard du Front National en 2002. En 2007, personne n'a relevé une erreur des instituts, aucun problème, puisque Jean-Marie Le Pen a fini à un niveau très bas et en 2012, nous aurions été un peu moins bons ! Tout cela est faux. En 2007, notre estimation collective du Front National était erronée mais cela n'avait aucune importance puisque nous avons alors surestimé M. Jean-Marie Le Pen. À l'époque, nous étions majoritaires à estimer M. Le Pen à 10 % ou 11 %. Personne ne nous croyait parce qu'un institut, une fois, l'avait vu à 18 %. Comprenez bien que nous essayons de travailler sérieusement, le plus scientifiquement possible, et que nous n'avons pas à considérer de manière particulière une formation politique particulière.

À BVA, nous réalisons des enquêtes par internet, d'autres par téléphone. Il nous arrive pour certaines enquêtes de recruter des personnes par téléphone pour les interroger par internet ; cette procédure un peu lourde vise à limiter un certain nombre de biais. À l'examen de toutes ces enquêtes, je n'ai pas l'impression d'avoir fait un meilleur travail par internet que par téléphone. Il n'existe aucune différence spectaculaire. En revanche, sur Internet, on observe des scores du Front National plus élevés que par téléphone. Cela en fait-il de meilleures enquêtes ? Pas forcément. L'alpha et l'omega de notre travail ne consistent pas à avoir le Front National le plus haut possible, mais à présenter des résultats qui nous semblent justes.

### **M. Lévy**

Nous sommes au fait de la production des autres instituts de sondages et nous avons en tête leur publication lorsque nous sortons une intention de vote. Pour autant, elles ne sont pas de nature à nous influencer. À Harris interactive, nous travaillons avec nos données, même si parfois nous sommes troublés par les publications de nos confrères qui ne correspondent pas à ce qui ressort de nos



enquêtes. Entre choisir la cohérence avec les autres ou retenir nos résultats, nous optons toujours pour la deuxième voie.

Vous avez fait référence à un sondage du début de l'année 2011 où nous plaçons Marine Le Pen à un niveau élevé dans les intentions de premier tour. En raison de la personnalité de la candidate, l'émotion en effet était forte. Mais nous avons décidé de conserver la même méthode d'enquête pour les élections cantonales qui suivaient : nous avons été le seul institut à publier une intention de vote. Même interrogation, débat avec la commission des sondages. Nous ne pouvions pas alors nous comparer aux autres instituts. Si, en revanche, nous regardons les résultats nous constatons que nous étions extrêmement proches du résultat final. À un moment, les instituts prennent leur responsabilité, affirment croire en leur métier, en la véracité des chiffres relevés et dans leurs méthodes. Parfois, on peut être en délicatesse avec nos concurrents, en interrogations avec les observateurs extérieurs. Mais si l'on considère que ce métier a une valeur, celle de se fonder sur une méthode, autant aller jusqu'au bout du processus.

### **M. Windal**

Plaçons-nous dans une optique de statisticien qui réfléchit à un retour d'expérience. Quand l'élection est passée et que l'on dispose de séries de trente ou quarante sondages, l'on est capable de tirer des moyennes ; par exemple, si un institut est systématiquement plus haut dans les estimations pour M. Hollande, il convient de se poser la question des raisons de cette position qui n'est pas statistiquement possible. La notion de retour d'expérience qui me semble pertinente à aborder.

### **M. Dabi**

Je reviens sur l'un de vos propos : "Les instituts ont fait du bon travail". Que cela signifie-t-il ? Selon moi, on ne demande pas à un institut de donner le résultat des élections au point près.

Il faut définir ce que serait un "bon travail". *A minima*, trouver les deux qualifiés pour le second tour ; trouver les bons ordres d'arrivée entre les cinq, six, voire dix candidats. mais il faut conserver à l'esprit qu'un sondage n'est pas prédictif

d'un résultat de vote, il vise seulement à définir un rapport de force qui s'inscrit dans des trajectoires.

Dans un tel cadre, le sondage doit s'efforcer de dégager des dynamiques. À l'Ifop, nous avons eu l'opportunité de réaliser une enquête en continu du 9 janvier au 5 mai : le "rolling Ifop Fiducial", c'est-à-dire 350 interviews par jour, jusqu'au début avril, puis 900 interviews par jour du 1er avril au 22 avril pour essayer de suivre l'opinion publique. Je considère qu'un bon travail a été réalisé dans ce cadre. Certes, dans notre dernier rolling, nous avons mêlé des interrogations téléphoniques et en ligne. Nous avons sous-estimé Marine Le Pen d'un point : nous la placions à 16,5, elle a réalisé 17,9.

Par ailleurs, nous avons remarqué une rupture des vieilles règles qui voulaient qu'une inversion des ordres entre le 1<sup>er</sup> et le 2<sup>e</sup> et entre le 2<sup>e</sup> et le 3<sup>e</sup> soit irréversible. En 2012, nous avons connu cinq inversions entre François Hollande et Nicolas Sarkozy. Je ne sais pas si nous étions dans le vrai, mais je note que jamais l'écart entre les deux candidats qualifiés pour le premier tour n'a été aussi tenu le jour du vote.

Regardons-nous les données du voisin ? Oui. Mais nous regardons d'abord nos données, qui sont contrôlées par la commission des sondages. L'Ifop n'a pas réalisé moins de 40 000 interviews. Les instituts font ce travail de veille concurrentielle, mais regardent surtout comment leurs propres données évoluent dans le temps. Nous avons tous perçu une poussée de Jean-Luc Mélenchon, puis son reflux ; nous avons constaté des événements de campagne qui ont permis des dynamiques, celle dite "du Bourget" pour François Hollande, puis celle liée à son annonce de la taxe à 75 % ; celle de Marine Le Pen en fin de campagne. Nous travaillons à l'Ifop avec le souci d'inscrire ces données dans le temps.

À l'Ifop, nous avons pu comparer les sondages internet le rolling et mixte téléphone et internet le baromètre ; les enquêtes en ligne offrent le plus souvent de meilleures reconstitutions de vote. Toutefois, vers la fin de la campagne, la reconstitution de vote, notamment FN, s'est améliorée dans les enquêtes téléphoniques et un biais est apparu avec souvenir de vote pour Jean-Marie Le Pen au-dessus de ces résultats. Tout se passe comme s'il y avait un phénomène de rétro-activité ; le souvenir de vote se trouvant entraîné par la volonté de vote actuel. Un tel biais existe par internet et non par téléphone. Pour

mémoire, dix ans plus tôt, le lendemain du 21 avril 2002, le souvenir de vote en faveur de Jean-Marie Le Pen n'était en brut que de 6 % !

### **M. Jeanbart**

Je voudrais revenir à votre première question que je trouve intéressante.

À la suite d'Édouard Lecerf, je pense que cela n'a pas grand sens de ramener à la moyenne la série de données. Seuls les sondages de l'avant-veille d'une élection permettent de se caler sur le résultat final, tout le reste est invérifiable. En revanche, l'idée d'un retour d'expérience est intéressante en ce qu'elle permet de travailler sur des biais systématiques, élection après élection, pour un institut. C'est un travail utile à mener, même si je ne suis pas du tout sûr que l'on constaterait des biais systématiquement orientés dans le même sens.

Mais l'idée de vérifier dans son institut que l'on retrouve élection après élection une droite ou une gauche trop forte est intéressante.

Sur une seule élection, ce qui compte davantage c'est la cohérence des méthodes de travail. En d'autres termes, si l'on est pour un candidat au-dessus de la moyenne des autres instituts, il est fort probable qu'on l'a toujours été depuis le début de la campagne.

Sur les enquêtes en ligne, j'adorerais pouvoir répondre que les enquêtes sont formidables. Malheureusement, s'il est incontestable que le recours à internet fonctionne mieux pour mesurer l'audience du FN, cela ne signifie pas que l'on ne peut y parvenir autrement et ensuite cela ne veut pas dire que l'intérêt vaille pour toutes les forces politiques. Malheureusement, il n'y a pas de méthodes parfaites. C'est la confrontation et la maîtrise des différentes méthodes qui comptent. Chaque mode d'interrogation recèle ses biais, qu'il faut identifier pour les maîtriser au mieux.

Enfin, je veux réfuter l'idée que les instituts auraient sous-estimé le Front national en 2012. Tous les instituts l'ont placé à 16 %, TNS lui-même l'avait estimé à 17 %, alors que le Front national a fait 17,9 %. C'est nier ce que l'on connaît de la précision d'un sondage sur 1 000 personnes que d'évoquer ici une sous-estimation.

Nous avons connu plus de difficultés dans le passé, nous avons travaillé sur le retour d'expérience et nous avons progressé, 2002 nous y incitait.

Un sondage réalisé à deux jours de l'élection avec toute la qualité voulue ne donnera jamais les résultats au point près. Pendant trop longtemps, les instituts ont défendu la quête du résultat au point près. Il faut rappeler et assumer l'idée que tel n'est pas l'objectif.

### **M. Sainte-Marie**

Je ne veux pas me livrer au jeu qui consiste à défendre globalement la profession tout en mettant subtilement en avant l'institut que l'on dirige. Globalement, nous n'avons pas très bien travaillé en 2012, et nous n'avons jamais bien travaillé. Nous mesurons quelque chose qui n'existe pas totalement ou qui n'existe que de manière problématique. Inversement, nous avons assez bien saisi, comme toujours, les phénomènes politiques. Si l'on prend un peu de hauteur on s'aperçoit qu'il est difficile de tomber au plus juste.

Évidemment, on se focalise sur le Front National, zone érogène de la vie politique française ; or, nous l'avions globalement sous-estimé. Mais d'un point de vue heuristique, il serait utile de tenir une séance sans parler du Front National qui fausse tout. Parfois, nous le surestimons, parfois nous le sous-estimons. Là n'est pas l'essentiel. Personnellement, mon regret et ma question tiennent dans la surestimation de l'écart entre François Hollande et Nicolas Sarkozy, ce qui a certainement engendré des effets politiques. Nous ne pouvions pas faire autrement puisque nos chiffres donnaient un écart plus important que la réalité et de ce point de vue la notion statistique de marge d'erreur ne répondait pas à la question – la production de la commission des sondages en atteste. Il y aurait donc un travail rétrospectif intéressant à faire sur cet écart. Je présenterai une hypothèse. Les sondages anciens ont montré des écarts considérables atteignant jusqu'à quinze points, engendrant un effet médiatique très important. Mais mesure-t-on à un an de l'élection une chose sérieuse ? Je n'en suis pas sûr. Est-ce un problème de méthode ou de fond à une période où l'opinion n'est pas constituée et que probablement on enregistre davantage une opinion qu'une intention de vote ? En Grande-Bretagne, les sondeurs sont capables de se réunir avec des instances universitaires pour travailler sur le fond.

Je vois les statisticiens se réjouir, ils ont tort car le problème n'est clairement pas statistique.

### **M. Leviaonnois**

Si je me fais faire des prises de sang chaque semaine, les résultats pourraient bien différer sans qu'il convienne d'incriminer les laboratoires. M. Chiche n'a-t-il pas précisé que la volatilité de l'opinion publique compliquait les enquêtes ? Cette volatilité explique le grand écart dans un monde où l'opinion est extrêmement vite informée et où un sondage annonçant un Front national très élevé peut influencer sur les intentions de vote du lendemain. Le jeu est complexe.

Avec M. Sainte-Marie, je pense que pour l'essentiel on récolte davantage d'opinions que d'intentions de vote. Or cette opinion est par nature versatile. C'est tout de même extrêmement compliqué. Acceptons l'idée que les résultats ne convergent pas toujours, qu'il y a des surprises, des écarts. Sans cela, que serait le commentaire politique !

S'il n'est pas parfait, l'exercice reste pourtant fondamental en démocratie.

N'oublions pas qu'annoncer des intervalles de confiance à 95 % revient à dire que l'on se trompe une fois sur vingt. Une fois sur vingt, il est logique qu'un sondage se situe en dehors des intervalles de confiance. Il est donc normal que de temps en temps un sondage émerge comme atypique. Il faut bien qu'il y en ait. Sur 400 sondages, une vingtaine en moyenne sont atypiques. Telle est la règle du jeu des intervalles de confiance.

En revanche, il ne faut pas accepter et tel est à mes yeux le rôle de la commission des sondages que M. Mélenchon soutienne que tout cela ne serait qu'un horrible bidouillage.

### **M. Chiche**

Un sondage à n jours du terme n'est évidemment pas prédictif, sans quoi il n'y aurait pas besoin de campagne électorale, d'argumentaire et de politique. Nous sommes d'accord. Mais la question se pose pour des sondages effectués le même jour, à partir d'échantillons de même taille, de même représentativité socio-

démographique, qui dégagent des écarts très forts entre deux instituts. Là, le milieu des politologues, et plus encore celui des statisticiens, est très perturbé.

#### **M. Levionnois**

Eh oui ! je ne suis pas certain que les variables que nous utilisons soient encore les plus structurantes. Des attitudes sur certains sujets non politiques peuvent être très sensibles à un rapport plus ou moins serré avec l'utilisation des technologies.

D'autres variables trouveront leur place comme l'éloignement du centre-ville.

#### **M. Sainte-Marie**

Nous sommes des entreprises nombreuses, en concurrence acharnée sur un marché en restriction et les directeurs s'apprécient moyennement. C'est là le meilleur des contrôles. J'ai entendu des propos sur une prétendue connivence entre contrôleur et contrôlés, sachez qu'entre contrôlés la connivence est très faible.

#### **M. Guyomar**

Je profite de l'occasion pour revenir sur le problème de connivence ou des phénomènes de capture dont j'ai bien compris que Maxime Tourbe n'en avait pas fait reproche à la commission, mais avait simplement posé une question légitime.

Il est très souvent avancé que par sa composition, la commission des sondages ne serait pas suffisamment *capée* techniquement ou scientifiquement et qu'il faudrait par exemple l'ouvrir à davantage de personnalités qualifiées, riches d'autres profils et d'autres compétences.

Je tiens à souligner que la meilleure garantie contre les phénomènes de connivence ou de capture c'est le fait que neuf membres sur onze sont membres d'une juridiction. Siéger au Conseil d'État, à la Cour des Comptes ou à la Cour de Cassation n'attribue pas nécessairement de compétences statistiques et c'est pourquoi des statisticiens sont attachés à la commission, mais cela leur donne une garantie structurelle d'indépendance qui est un élément fondamental par rapport au milieu qu'il régule.

Je le dis d'autant plus facilement que je ne suis pas membre de la commission mais simplement son secrétaire général.

## **2 – la transparence des sondages publiés**

### **M. Windal**

Abordons le sujet de la transparence. Sans vous demander de publier les bruts, ne pourriez-vous pas donner la taille de l'échantillon utile, c'est-à-dire déduction faite de tous les filtres de non-réponses ? Lorsque l'on veut se faire une opinion de la fiabilité de certains sondages, il faut prendre en compte le tropisme de chaque institut, mais l'élément clé reste la taille utile de l'échantillon, ce dont le public ne dispose jamais. Pourriez-vous, en même temps que la taille de l'échantillon initial, fournir la taille de l'échantillon utile, net de tous les filtres appliqués, pour l'estimation de vote ?

### **M. Lecerf**

Cette donnée figure à chaque fois dans le rapport.

### **M. Windal**

Non, pas tout le temps, c'est plus l'exception que la règle.

### **M. Jeanbart**

Ce que vous souhaiteriez, c'est la taille de l'échantillon de la colonne de référence.

### **M. Sliman**

Vous évoquez le tropisme d'instituts qui seraient plutôt de gauche ou de droite, cela n'a pas de sens, ni en termes d'orientations politiques ni en termes de constances des résultats observés.

Je vous rappelle que notre chiffre d'affaires provient de tout autre chose que des sondages politiques. Le but de nos sondages électoraux est de faire étalage de

nos compétences, mais certainement pas de favoriser un camp au détriment d'un autre.

### **M. Dabi**

Les instituts fonctionnent sans tropisme. Tous on décrit l'impopularité croissante de Nicolas Sarkozy de 2007 à 2012, tous depuis la rentrée 2012 ont rapporté l'impopularité très forte de François Hollande. De l'utilisation des comparateurs, il faut conserver à l'esprit que des instituts ont donné deux à trois points d'avance à François Hollande sur Nicolas Sarkozy, d'autres les ont donnés au coude à coude, cela ne préjuge en rien leur appartenance à la gauche ou à la droite.

### **M. Jeanbart**

Sur la transparence, il ne peut y avoir que des avis personnels et ils ne seront pas unanimes. Personnellement, je suis favorable à la publication des données brutes. Je le dis depuis longtemps. S'il est logique de s'en tenir dans les médias aux données calculées de l'institut, en revanche, sur le site de la commission ou sur celui des instituts, il serait normal de pouvoir accéder aux données brutes et aux tableaux de redressement qui ont permis d'établir les intentions de vote. J'y suis favorable pour deux raisons : d'abord, parce que je crois que si on ne le fait pas, on nous l'imposera et je crois plus intelligent de faire les choses avant qu'on vous les impose. Par ailleurs, je préfère tenir les gens pour des adultes. Il est probable qu'une telle publication suscitera des débats. Mais avec un sondage par jour lors de la présidentielle, je doute fort que l'on s'attarde très longtemps à comparer les bruts et les publiés.

Pour nos dernières intentions de vote pour les présidentielles et les législatives, nous avons publié ces bruts, ce qui n'a suscité aucun débat. Ce qui démontre que la polémique intéresse pour elle-même, mais ne suscite plus rien lors de la mise en pratique.

Je comprends toutefois que des instituts soient réticents.

Sur la publication de la taille de l'échantillon utile, je rappelle qu'à l'occasion de la primaire socialiste nous avons publié nos résultats sur la triple base des sympathisants de gauche, ses sympathisants socialistes et ses certains d'aller



voter. Pour chacune de ces populations, nous avons publié les bases. Évidemment, nous avons été attaqués au motif que certaines ne dépassaient pas deux cents personnes. Ce genre de risques existe toujours, mais nous aurions tout de même intérêt à fournir davantage d'éléments, non pas dans le journal, mais sur le site internet de l'institut.

### **M. Lecerf**

Je vais livrer un point de vue personnel qui ne reflète pas celui de l'institut que je représente et qui n'a pas été validé avec Mme Marcé. J'évolue sur cette question car je suis assez sensible aux arguments de M. Jeanbart. Si l'on examine ce qui s'est passé aux États-Unis, il faut relever qu'au cours des dernières élections, un nouvel institut est apparu dans le paysage Google qui, selon Nate Sylvester, a été classé à la deuxième place des instituts les plus performants. Google a réalisé des études en ligne selon des modalités que le président Sueur trouverait d'une incongruité absolue. Sur le site de Google, chacun pouvait jouer avec un petit bouton qui permettait d'obtenir des résultats redressés ou non redressés. Le dispositif ne précisait pas selon quelles modalités les résultats étaient redressés, mais c'est une forme de transparence. Il faut donc bien reconnaître une forme d'ouverture par rapport à ces sujets, même si l'on ne mésestime pas tous les effets pervers que de faux débats pourraient générer. Mais enfin, si l'on a une forme de confiance dans ce que l'on fait, chacun pourrait comparer l'avant-veille du vote les bruts et les redressés de tous les instituts et se dire qu'au final il est utile de redresser. Je suis favorable à cette transparence qui est une forme de pédagogie.

Une autre suggestion : un grand nombre de chercheurs réfléchissent aux sondages d'opinion et électoraux. Laissons donc les chercheurs les plus pointus faire leurs propres intentions de vote et demandons à des journaux de les publier. Nous verrons alors ce qu'il en est avec des échantillons plus importants, avec des questions plus intelligentes, avec des quotas plus approfondis. Essayons de provoquer cela. La commission des sondages pourrait financer un tel effort.

### **M. Levisonnois**

Le domaine étant compliqué, il est difficile d'avoir des certitudes. Imaginons que deux instituts aient les mêmes bruts mais pas les mêmes résultats redressés. Comment l'expliquer ?

### **M. Sliman**

Il convient en effet d'être ouvert sur la question. Je ne savais pas qu'OpinionWay avait procédé à une telle publication à laquelle je reste hostile. Je note d'abord que tous les chercheurs qui demandent ces données les obtiennent. La commission des sondages les reçoit et sait exactement quelle ligne de redressement nous utilisons.

On instrumentalise les sondages, accusés à tour de rôle d'être de droite, de gauche, aubryiste ou hollandais, copéistes ou fillonistes, etc. Les sondages sont systématiquement instrumentalisés par des hommes politiques qui, à tort ou à raison, pensent valoir mieux que ce que les sondages reflètent et préfèrent expliquer que le thermomètre n'est pas bon.

À chaque fois que nous aborderons des sujets qui permettent de faire du bruit, et le redressement en est un, nous rencontrerons des problèmes, dans la mesure où possiblement avec des données brutes similaires nous ne produirons pas les mêmes résultats.

Autre difficulté : l'existence de plusieurs niveaux de transparence, celle pour le lecteur du journal et celle mise en place sur le site de l'institut. Et puis que dirait M. Mélenchon : "Je ne suis pas au score du journal mais à celui du site". Tout cela me paraît source de polémiques inutiles et stériles.

Au surplus, la transparence suppose de pouvoir expliquer aux lecteurs la ligne de redressement utilisée et les raisons qui motivent ce redressement. Nous n'avons pas le temps de le faire. Ce n'est pas que les gens soient idiots ni que se soit si compliqué à expliquer mais le temps manque.

Cela dit, si empiriquement cela fonctionne comme l'a éprouvé OpinionWay, pourquoi pas, mais *a priori* je pense que nous sommes confrontés à une source de problèmes.

### **M. Lévy**

Étant le seul autour de cette table à ne pas exercer des fonctions de direction générale, j'exprimerai la position de mon institut qui considère que pour l'heure une commission des sondages existe et qu'il convient de la laisser travailler. On doit s'interroger sur l'existence même de cet outil de régulation si l'on entre dans un processus de transparence des données. D'une manière générale, s'interroger aujourd'hui sur les relations directes entre le grand public et le producteur d'une information, c'est laisser entendre que les corps intermédiaires ne parviennent plus à exercer le contrôle sur la production des instituts.

J'entends cependant ce que dit M. Jeanbart. Moi-même, pourtant attentif à ce que faisait la concurrence, je l'ignorais.

Nous sommes aujourd'hui indéniablement confrontés à une transformation des modalités de recueil de l'information. Internet fonctionne remarquablement bien à travers des panels et il fonctionne à travers des échantillons qui ne sont pas forcément représentatifs à travers Google. Des analyses commencent à être menées au travers de la Twittosphère qui donne des résultats parfois intéressants ; ils interrogeront probablement à terme les méthodes de travail, la régulation nécessaire et la capacité des uns et des autres à produire des informations. Sans doute Internet et le téléphone ne seront-ils plus demain les seules méthodes de recueil des intentions de vote.

### **M. Sainte-Marie**

De toute évidence, l'habileté politique est d'être pour la transparence absolue et parfaite. Je suis absolument contre, car cela me paraît une absurdité intellectuelle et une faute démocratique, dans la mesure où si nous avions produit ces données avant le premier tour, nous aurions littéralement désinformé les Français. Une fois les bruts publiés, il aurait fallu courir les studios de télévision pour expliquer que Le Pen n'était pas à 7 mais à 14 % ! Comment empêcher les gens de croire les bruts et non le directeur d'institut ?

## Débat avec la salle

### **M. Riandey**

En tant que statisticien, mon avis sur la transparence rejoint celui de M. Sainte-Marie : il est absurde de publier des chiffres faux. Il a évoqué la collaboration avec les universitaires. Je trouverais normal qu'après une campagne électorale, les universitaires puissent accéder aux données. La transparence c'est aussi le travail avec la recherche.

### **M. Zémor**

La commission n'a à connaître que des sondages publiés. Ce qui signifie qu'à côté du sondage, il y a la publication. Nous pourrions organiser une autre table ronde pour demander aux instituts ce qu'ils pensent de la manière dont les médias traitent les résultats de leur travail. On peut ici souhaiter que les instituts fassent de la pédagogie auprès des médias. Il leur faut expliquer tout ce qu'ils donnent de sorte que les commentaires ne soient ni à contre-courant ni même à effet spectaculaire par rapport aux données chiffrées.

Les médias, nous le savons, vivent dans l'immédiateté, l'actualité et le très court terme ; alors que les évolutions de l'opinion sont longues et profondes.

Une estimation, en amont des huit dernières semaines, ne concerne pas des intentions de vote, mais des préférences de candidature, des sympathies qui ont commencé trois ou quatre ans avant. Il faut donc élever le débat public par une pédagogie des évolutions de l'opinion en trouvant des expressions autres que "l'intention de vote" qui a le tort de trop orienter vers le pronostic.

### **Romain Rambaud**

Dans le guide d'Esomar/Wapor, figurent des recommandations pour contractualiser les modalités de publication des sondages. En d'autres termes, l'institut et le média se mettent d'accord en amont par voie contractuelle et prévoient les modalités de publication dans la presse.

Le faites-vous et comment ?

### **M. Sliman**

Une telle contractualisation n'existe pas. Nous communiquons aux médias partenaires une synthèse, un "BVA actu", dans lequel nous proposons un commentaire. Mais M. Zémor l'a dit : le média commande un sondage pour avoir une information à mettre en une. Nous sommes un peu complices, ravis que nous sommes d'être à « la une » d'un quotidien. Après l'affaire Cahuzac, nous avons multiplié les sondages pour démontrer que l'affaire n'avait aucun impact politique, elle n'affecte pas les cotes de popularité de l'exécutif ni ne fait progresser Mme Le Pen. De telles informations passent à la trappe, dépourvues qu'elles sont de tout caractère sensationnel.

Avec les mêmes études sur Marine Le Pen, au moment où l'on ignorait si elle allait pouvoir atteindre les cinq cents signatures, un journal titrait *Le scénario qui change tout* et un autre *Le sondage qui prouve que cela ne changerait rien*. Tout est fait pour les titres.

Mais des deals avec les médias, nous n'en avons pas, si ce n'est pour faire respecter les dispositions de l'article 2 de la loi.

### **M. Belaam**

Je préside l'institut Émeraude en Tunisie, un pays en transition démocratique. Nous sommes en pleine révolution et certainement une révolution de notre métier. Nous réalisons des sondages depuis 1983, mais nous n'avons commencé les enquêtes politiques qu'en 2011.

Je dirai un mot de l'interdiction des publications la veille du scrutin. Nous avons vécu l'expérience du scrutin du 23 octobre dernier, le premier exercice d'élections libres démocratiques en Tunisie. Il nous a été interdit de publier les sondages un mois avant la date du scrutin, portant préjudice à l'image des instituts puisque nous avons présenté des intentions de vote anciennes. Or, bien des choses se produisent à la veille du scrutin.

Il en a été de même au Maroc où les sondages sont interdits trois mois avant le scrutin. Quel argument utiliser contre une interdiction d'une durée aussi longue pour défendre l'information politique des citoyens ?

**Mme Aubin**

Il suffit d'adhérer à la Convention européenne des droits de l'Homme.

La Cour de cassation française a considéré qu'une interdiction d'une semaine était contraire à la Convention.

**M. Sainte-Marie**

J'insisterai sur la notion de liberté sous la forme de deux remarques. S'il y a un exemple où le système libéral fonctionne, c'est bien celui-ci et le contrôle doit être suffisamment léger pour que cette liberté subsiste.

Je vous rappelle qu'un sondage réalisé il y a trois ans au Maroc a été interdit de publication car le Roi a considéré que l'on ne pouvait pas faire de sondages sur l'institution royale. Voilà un exemple auquel nous devons penser quand on parle des sondages.

L'institut CSA a été contacté par des médias tunisiens il y a deux ans pour réaliser des sondages en Tunisie. À titre personnel je trouvais l'aventure excitante. Après réflexion, nous avons décidé de ne pas le faire pour des raisons qui tiennent à l'absence d'historique et par méconnaissance de la sociologie tunisienne. Le risque eût été trop grand.

Perspectives d'avenir

*par*

M. Jean-Pierre Sueur

*Président de la commission des lois du Sénat*

Merci, Madame la Présidente, de m'avoir demandé de dire quelques mots à la fin de ce colloque. Mais vous m'en voyez perplexe car sur ce sujet je suis dans l'incapacité de tenir un propos synthétique qui s'achèverait par quelques phrases un peu bénisseuses. Je crois qu'il faut revenir aux points fondamentaux : la politique.

Certains d'entre nous s'engagent dans la politique parce qu'ils ont des convictions. Ce qui m'intéresse ce ne sont pas les sondages mais ce qui est juste et vrai. Si une cause me paraît juste, en fidèle lecteur de Charles Péguy, je me bats pour elle. La question de savoir si 5 % ou 50 % de personnes adhèrent à cette cause compte peu.

Il m'est arrivé dans une ville que j'aime beaucoup de faire un tramway. Lorsque la décision a été prise, peut-être 20 % des habitants pensaient utile de la prendre, aujourd'hui 95 % des Orléanais jugent cette réalisation nécessaire et indispensable. La question est de savoir ce que l'on fait en fonction de ce que l'on croit juste. Mon propos ne disqualifie pas les sondages, mais si tous les hommes et femmes politiques se lèvent en se demandant ce qu'ils faire pour correspondre à l'attente présumée de l'opinion publique, nous sommes très mal partis, car il se passera qu'ils se ressembleront tous. La politique perdra de sons sens, favorisant les seuls partis atypiques.

Sans être un disciple de Pierre Bourdieu, je dirais que la notion d'opinion doit nous interroger. Je ne crois pas que l'opinion existe. En tout cas, je ne connais pas bien cette matière. J'ai participé à un débat au Parlement qui a duré

quelques jours et quelques nuits, et de la même manière j'ai trouvé étrange que mes adversaires, à la suite des évêques de ce pays, déclarent "L'anthropologie dit que..." Agacé, j'ai donc cité une quinzaine d'anthropologues qui, bien sûr, ont des avis très divers sur bien des sujets. L'opinion est plurielle et il est étrange d'en faire une entité. Au surplus, bien des ouvrages ont montré que l'opinion était un produit et non pas une donnée.

On ne peut séparer la politique des sondages, les interactions sont constantes. De nombreux discours politiques parlent des sondages et les utilisent constamment pour défendre des thèses ou pour dire qu'ils n'ont aucun sens. C'est toujours un acte politique.

Il y a de nombreux artefacts, c'est-à-dire que l'on trouve dans le panier ce que l'on y a mis. Les collectivités locales font des sondages pour savoir ce que la population pense. Si vous interrogez sur le stationnement et quels que soient les efforts fournis par les élus, les électeurs sont insatisfaits du stationnement. Les personnes interrogées sont toujours plus satisfaites de la culture que du stationnement.

La loi sur les sondages date de 1977 et n'a été modifiée que partiellement en 2002. Cela fait tout de même 36 ans que nous fonctionnons en nous référant au même texte législatif. C'est pourquoi avec mon ami Hugues Portelli qui n'appartient pas au même parti que moi, nous nous sommes proposé de faire un rapport sur les sondages, puis de présenter une proposition de loi. L'exercice est très difficile car nos amis les sondeurs, que je salue cordialement, sont aussi des acteurs. Nous nous sommes organisés pour que la sortie du rapport, puis la proposition, puis le débat se déroulent en un trait de temps, car nous craignons une forte hostilité et un entregent de nos amis sondeurs dans le monde politique, car ils y ont un poids considérable.

Notre proposition de loi a été adoptée voilà plus de deux ans, à l'unanimité, par le Sénat. C'est rare. Mon ami Guy Carcassonne a dit d'une autre proposition "Raison de plus pour s'en méfier". Nous nous sommes donc employés à expliquer à nos amis députés que ce serait une bonne chose qu'ils s'en emparent. Mais l'Élysée est intervenu qui ne voulait pas que cette loi fût discutée à l'Assemblée nationale avant les élections présidentielles. La législation sur les



sondages est donc un enjeu politique, c'est là une banalité que de le souligner. Je demande aux membres de la nouvelle majorité de s'interroger mais ils n'en ont pas encore trouvé le temps ; j'espère que ce temps finira par venir.

Je crois vraiment qu'il est sage de trouver de nouvelles règles. En tout cas, le débat est intéressant. Je remercie les responsables des instituts qui se sont exprimés car je pense que la réflexion commune, la controverse, les débats permettent d'avancer. Ce que j'ai entendu ce matin m'en convainc.

Je vais donc défendre nos convictions communes à Hugues Portelli et à moi-même.

Remercions d'abord les amis statisticiens qui nous ont beaucoup apporté. Il est vrai que ne pas les solliciter davantage dans la fabrication de cette loi est une sorte de paradoxe.

La question fondamentale du débat est la suivante : quel est le statut de ces études ? Est-ce de la science ? Tout dépend de la réponse que l'on apporte à cette question. Je pense qu'il convient de répondre que c'est de la science sociale, sinon ce serait une activité mal définie avec beaucoup de chiffres. C'est bien qu'il y ait une science qui s'intéresse aux opinions qui existent à un moment donné et qui, en effet, ne sont pas des prédictions de vote. Si c'est une science, il faut en tirer toutes les conséquences et nous plaignons pour la transparence en tous termes.

Premièrement, définir clairement et publier qui commande le sondage, qui le paie, qui le réalise et qui le publie. Quand on pense à quelques affaires judiciaires en cours, le sujet ne manque pas d'intérêt. Souvent, ces données sont publiées, mais il serait préférable que ce soit une règle absolue.

Deuxièmement, il convient de publier toutes les questions et leur ordre, car l'ordre des questions n'est pas neutre sur les résultats de chacune. Une telle publication pourrait être publiée sur le site de la commission des sondages pour que tout le monde puisse s'y référer.

Troisièmement, nous pensons utile de publier les marges d'erreur. C'est là une question d'honnêteté. Le fait que l'on ait fait cette proposition eut pour effet que certains journaux se sont mis à les publier. En effet, 51/49 n'a pas de sens si

l'échantillon est maigre. Les vrais résultats se promènent entre 54 et 46. La véritable information est là. Il faut préciser que le résultat a plus de chances d'être à 50 qu'à 54 ou 46, et, au surplus la marge d'erreur dépend de l'estimation : elle est plus importante pour un candidat qui recueille 10 % que pour un autre qui se situe à 50 %. Un chœur nous a répondu à nos propositions que dans la mesure où les sondages étaient réalisés par quotas, calculer des marges d'erreur était dépourvu de sens mathématique. Cependant, grâce à de nombreux statisticiens, nous continuons à penser que le fait d'annoncer une marge d'erreur est honnête et est une bonne information.

Puisque notre ami Pierre Zémor a parlé de pédagogie, il serait bon que les lecteurs comprennent qu'il ne s'agit pas d'un chiffre absolu, mais d'un écart. La vérité est là. Mais il y a les réalités du marché et les journaux ont des difficultés à publier que le résultat se situe entre 48 % et 52 %, même si c'est plus proche de la vérité que de positionner M. X à 49 %. Mais si vous dites le vrai, personne ne vous croit ou considère que l'information n'en est pas une.

Si les écarts avaient été publiés en 2002, ils auraient permis de comprendre que l'avance de Lionel Jospin sur Jean-Marie Le Pen pouvait se retourner.

Puisqu'il y a redressement, nous pensons qu'il est juste de le rendre public, par exemple par le site de la commission des sondages. Ainsi tout citoyen, tout concurrent, tout universitaire et tout journaliste peut avoir accès au sujet. On m'oppose que c'est trop compliqué et que les gens seraient dans l'incapacité de comprendre. Naturellement, il faut pour cela parier sur l'intelligence des citoyens. Je crois que la transparence est préférable.

Deux autres sujets me paraissent dignes d'intérêt. Je suis vraiment acquis à l'idée qu'il faut fermer les bureaux de vote à la même heure. Je sais que dans certains villages, cela obligera à rester plus longtemps, mais cela me paraît une absolue nécessité.

Je ne parlerai ici qu'avec une infinie prudence de la composition de la commission des sondages. Nous avons pensé qu'elle pourrait compter onze

membres, de telle manière qu'aucun ne soit désigné par une instance politique. Deux auraient été désignés par l'Assemblée générale du Conseil d'État, deux par la Cour des comptes, deux par la Cour de cassation ; cinq autres personnes auraient été désignées par des autorités scientifiques ou académiques, spécialistes des questions de statistiques.

M. Guyomar a souligné que les membres des hautes juridictions étaient indépendants, c'est tout à fait vrai, mais on peut aussi trouver des universitaires indépendants dans les disciplines statistiques, mathématiques et politiques. Nous avons même prévu qu'ils ne pourraient pas avoir travaillé pour des instituts de sondages ni dans les trois ans qui précèdent leur nomination ni dans les trois ans qui suivent leur fin de mandat.

C'est un grand plaisir que ce dialogue. Nous sommes le législateur, vous êtes la commission qui a effectué un travail considérable pour dialoguer avec les instituts, pour rendre publics un certain nombre d'éléments. Je ne suis pas sûr cependant qu'en termes de sanction, nous allons aussi loin qu'il le faudrait. C'est un débat. Imposer aux journaux de publier des mises au point de la commission dans les mêmes caractères que ceux ayant servi à la publication du sondage est sans doute une mesure lourde pour les journaux. Je pense toutefois qu'elle est nécessaire en cas de faute sans pour autant mettre en cause l'ensemble de la profession. Un juge ne met nullement en cause tous ceux qui accomplissent leur travail avec conscience professionnelle et il est vrai que ce débat entre sondeurs, politiques et instituts est très utile pour la démocratie car rien ne serait pire que de croire que tout va de soi. Il est préférable de regarder en face toutes les interactions qui existent et avancer ensemble vers une plus grande transparence et une plus grande fiabilité.

Je m'occupe de longue date du droit funéraire et ne cesse de répéter que la transparence face aux prix et la juste information des familles sont très bonnes pour les entreprises du secteur. De la même manière, plus on parle des sondages, plus on dit la vérité, plus on pose les questions, plus on avance ensemble au service de nos concitoyens. Merci à tous d'avoir pris le risque du débat.

Merci, Madame la présidente.