

Sondages électoraux : comment faire pour qu'ils servent la démocratie ?

Par la rédaction

En démocratie, les électeurs doivent pouvoir exprimer leur vote librement. Depuis que des enquêtes par sondage sont utilisées pour connaître les intentions des électeurs, c'est-à-dire en France essentiellement depuis 1965, leur existence a soulevé des craintes. S'il est légitime que les candidats et les commentateurs cherchent à influencer le corps électoral, ils ne doivent pas le faire en diffusant des informations fausses, présentées comme des observations scientifiques. Pour que le scrutin reste sincère, il faut donc que l'objectivité des mesures d'intentions de vote puisse être garantie. Statisticiens et politologues, qui concourent à la conception, la réalisation et la publication des enquêtes pré-électorales au sein des instituts de sondage, sont interpellés.

Tous les pays démocratiques sont confrontés à ce problème : les réponses institutionnelles diffèrent selon l'histoire et la culture des différents pays. Romain Rambaud en donne un aperçu dans son article « Droit international et comparé des sondages électoraux ». Il montre les spécificités de la voie française, et décline ce qu'en sont, selon lui, les avantages et les inconvénients.

Cette voie française met en jeu la loi, plus que la régulation professionnelle chère aux pays anglo-saxons. La loi du 19 juillet 1977 porte sur la publication des sondages préélectorales : elle impose la publication de quelques informations relatives à chaque sondage, notamment son commanditaire et le nombre des personnes interrogées ; et elle instaure une autorité administrative indépendante, la Commission des sondages, chargée de veiller au respect de ces dispositions et « de proposer des règles tendant à assurer dans le domaine de la prévision électorale l'objectivité et la qualité des sondages publiés ou diffusés » (article 5).

Depuis 36 ans, la régulation des sondages est exercée en France sous l'égide de cette loi. Cette période a été scandée par six élections présidentielles : chacune d'elles a vu le nombre des sondages pré-électorales s'accroître, pour atteindre 409 en 2012. Désormais ces sondages sont omniprésents pendant toutes les campagnes électorales. Pour autant, les insatisfactions et les doutes n'ont pas disparu : ils ont été avivés par l'écart entre les résultats des enquêtes et le résultat du scrutin lors du premier tour de l'élection présidentielle de 2002.

Même si cette situation ne s'est pas reproduite depuis, une méfiance persiste à l'égard des enquêtes pré-électorales. Cette méfiance est vivace chez certains statisticiens, qui craignent que les méthodes des instituts de sondage fassent place à des modifications discrétionnaires des résultats. De cette méfiance on trouvera le témoignage dans ce dossier sous la plume de Jeanne Fine, dans son article « Pour une plus grande transparence sur la méthodologie des sondages électoraux ». Ce sentiment a trouvé sa traduction politique dans une proposition

de loi adoptée par le Sénat en février 2011, par laquelle les obligations légales des instituts de sondage en matière de publication se trouvaient considérablement étendues. Cette proposition de loi a été fortement restreinte par la Commission des Lois de l'Assemblée Nationale en juin 2011, et n'a finalement pas été soumise au vote de cette assemblée.

Si l'évolution législative n'a donc pas jusqu'à présent abouti, l'évolution réelle a été considérable au cours des dix dernières années. Le bilan d'activité pour 2011-2012 de la Commission des sondages, dressé par son secrétaire général Mattias Guyomar sous le titre « Élection présidentielle : la régulation paisible de la Commission des sondages » montre à quel point les méthodes des instituts ont évolué dans le sens souhaité par les statisticiens. La désinvolture dans la manipulation des résultats, qui prévalait encore dans certains instituts au début des années 2000, ne pourrait plus « passer » aujourd'hui, et un plus grand professionnalisme statistique est désormais de rigueur. Pour le secrétaire général de la Commission, ces progrès sont obtenus grâce à la coopération que le cadre juridique actuel permet entre les instituts et la Commission, aidée par ses experts-statisticiens, sans nuire aux libertés fondamentales d'expression politique dans ce pays.

Reste que la « transparence » n'est alors entière qu'au bénéfice des membres de cette Commission. Beaucoup pensent qu'il faudrait aller plus loin en direction du public. Jean Chiche dans son article « Sondages d'intentions de vote : de la transparence à la confiance » crédite l'ensemble des instituts de sondage de bons résultats en 2012, mais appelle à traiter les enquêtes en question selon les règles en usage dans le monde scientifique. Bruno Jeanbart, responsable d'un institut de sondage, estime excessives les craintes que ressentent la majorité de ses confrères vis-à-vis de la publication de résultats bruts des enquêtes : dans son article « Un sondage en pleine lumière », il relate une expérience qu'il a lui-même réalisée en ce sens. Pour ces deux auteurs, progresser vers une transparence accrue est nécessaire pour augmenter la confiance dans l'outil.

Alors, faut-il renforcer la loi ? Le débat est justifié, les « pour » et les « contre » ont de bons arguments à avancer : ce dossier le montre amplement. Le lecteur formera son opinion. Statistique et Société a souhaité pouvoir associer à ce débat la figure de Jacques Antoine, disparu fin 2012. Comme le rappelle Daniel Bachelet dans son « Hommage », Jacques Antoine, qui fut statisticien public puis dirigeant d'un institut de sondages, a épaulé en tant qu'expert la Commission des sondages pendant plus de 25 ans. Les progrès encore à venir de la régulation des sondages auront besoin de compétences et de dévouements comme les siens.