

Axel Kahn tance Nicolas Sarkozy

Le généticien a reproché à Nicolas Sarkozy de « s'exonérer par avance de ses responsabilités » en attribuant aux gènes la responsabilité de la pédophilie et des suicides de jeunes, affirmant qu'« il n'y a pas de gène d'un destin malheureux », hier, sur RTL.

(François Guilloit/AFP)



Campagne "zapping et marketing"

Le secrétaire général du syndicat Force ouvrière (FO), Jean-Claude Mailly, a dénoncé hier matin, sur France Inter, une joute présidentielle « décevante » qui donne le sentiment d'une « campagne marketing et zapping ».

(Photo P. Arnassan)



Présidentielle : ce que ne disent pas les sondages

DÉCRYPTAGE D'après un institut niçois spécialisé, l'écart entre les quatre premiers candidats est beaucoup plus serré que ne le laissent supposer les études publiées

Frédéric Ganneval est catégorique : « En 2002, trois semaines avant le premier tour de la présidentielle, on savait que Le Pen avait des chances d'être au second tour car il n'y avait plus d'écart significatif avec Jospin. Je l'ai clamé haut et fort mais aucun média n'a voulu l'entendre. »

Aujourd'hui encore, le directeur de l'institut niçois Artenice, ancien employé d'un gros institut parisien, on ne tient pas assez compte de l'« intervalle de confiance ». Autrement dit la marge d'erreur, applicable aux données de chaque candidat. « Quand mille personnes sont sondées, le résultat des intentions de vote est fiable... à 3,16 % près, à la hausse comme à la baisse ! »

« Trois candidats dans un mouchoir de poche »

Ainsi, pour apprécier les intentions de vote de chaque candidat, on ne peut qu'évaluer une échelle, entre le score le plus haut et le score le plus bas envisagé.

« Avec cette lecture-là, d'après le sondage réalisé par un grand institut le 25 mars dernier (voir infographie), Nicolas Sarkozy, Ségolène Royal et François Bayrou se tiennent vraiment dans un mouchoir de poche. Tout est envisageable pour le premier tour, et chacun peut accéder au second tour. »

En effet, Nicolas Sarkozy, crédité de 24,4 % de voix par le sondage, naviguerait en réalité entre 21,5 et 27,4 % ; Ségolène Royal (23,5 %) entre 20,6 et 26,4 % et François Bayrou (20,7) entre 17,9 et 23,4 %. Dans cette configura-

tion-là, chacun peut espérer devancer les deux autres.

Jean-Marie Le Pen ferme la marche (13,6) entre 11,3 et 16 %, mais de près.

« C'est sûr que pour le grand public tenir compte de ces marges d'erreurs complique la lisibilité d'un sondage mais c'est le commentaire médiatique que l'on en fait qui devrait être plus pertinent », insiste Frédéric Ganneval. Quand un candidat perd ainsi 1 point (-1 %) entre deux sondages une semaine sur l'autre, on ne peut pas parler de chute, ni même de recul car l'écart n'est pas assez significatif ! »

Et les indécis et les jeunes alors ?

Autre source d'écueil : les « indécis » (c'est-à-dire les sondés qui ne se prononcent pas) ne sont pas pris en compte dans le pourcentage des voix distribuées au final.

« C'est comme si on estimait que les indécis votent forcément blanc ou alors dans les mêmes proportions que les électeurs déjà déclarés. »

Enfin, un oubli de taille : le vote des jeunes. Car nombre d'entre eux ne disposent que d'un téléphone portable. Or les instituts composent leurs panels représentatifs de la population d'après les annuaires. « Il existe une vraie inconnue pour cette élection et les médias associés aux grands instituts de sondages ont un peu trop tendance à anticiper une finale Sarkozy-Royal, voire même son issue alors que décidément rien n'est joué. »

ALEXANDRE CARINI



A la lecture des sondages, une chose est sûre : les élections intéressent les Français. Même la publicité récupère cet événement pour ses slogans. (PhotoPQR/J. Pelaez/Le Républicain Lorrain)

Un sondeur décentralisé

« J'avais le projet de me décentraliser pour être au plus près des clients et de leurs attentes en matière de sondages. »

Ancien employé d'un grand institut parisien, Frédéric Ganneval a ouvert Artenice, en 1998 à l'Arénas. Depuis, cette société de deux employés a déménagé rue Defly, emploie vingt-cinq enquêteurs à temps partiel, et a ouvert des bureaux à Marseille, Genève, Milan et... Paris !

Artenice produit des sondages « sur mesure, à l'échelle d'une PME », commandités par des

clients tels que le conseil général, la préfecture, le gouvernement monégasque, une grosse boîte de parfum dans la région grasse, la CCI, des entreprises locales, voire certaines municipalités... Exemple : un sondage sur l'« islam en France », en 2004, pour le compte du Club de la presse Var et de certains journaux nationaux.

Un sondage sur les élections municipales ?

Il arrive aussi à l'institut niçois d'« initier gratuitement certains sondages dans une démarche

citoyenne de participation au débat », telle l'enquête concernant l'avis de la population niçoise sur le projet de grand stade que devait réaliser l'entreprise Cari. La présidentielle ? Artenice n'a pas réalisé de sondage sur les intentions de vote, même s'il décrypte et critique les enquêtes réalisées par ses confrères. Mais il ne s'interdit pas une participation locale aux législatives, puis aux municipales. « Ça risque d'être marrant », prophétise Frédéric Ganneval.

A.C.

Benoît Riandey : « Le vote des Français difficile à cerner »



(Photo DR)

Président du groupe « Enquête » à la Société française de statistiques, Benoît Riandey porte son regard de technicien sur les sondages qui rythment la campagne présidentielle.

La constitution des échantillons d'électeurs est-elle satisfaisante ?

Un échantillon de seulement 1000 électeurs sur 40 millions, ça produit une incertitude d'au plus 3 %. Pour la réduire de moitié, on

doit en interroger quatre fois plus.

Et la méthode des quotas est-elle fiable ?

Le respect des quotas améliore la représentativité des échantillons et, plus encore, ce qu'on appelle le calage. C'est-à-dire qu'en même temps que le sondeur interroge sur son intention de vote, il demande quel a été son vote antérieur. La référence au comportement passé du sondé est efficace s'agissant du second tour.

Quelle est la difficulté majeure ?

Les électeurs français sont difficiles à sonder, plus qu'ailleurs peut-être, parce que le paysage politique est complexe. Ce comportement rétif s'exprime de deux façons : soit ils refusent de répondre, soit ils répondent mal pour ne pas dévoiler leurs intentions de vote.

Les conséquences de ces comportements ?

Généralement, ça tire les échantillons vers le centre et

la gauche modérée. Les instituts en tiennent compte et, sauf conjoncture politique particulière, peuvent corriger en se calant notamment sur les votes antérieurs. Cette réticence est à l'origine d'échecs possibles des sondages.

Il n'y a pas d'entorse à la déontologie à interroger sur les intentions de vote au 2e tour en proposant le nom d'un candidat mourant éliminé au 1er

dans le même sondage ?

Non, ce sont, au contraire, des informations importantes mises à la disposition de l'électeur. L'intention de vote du second tour peut déterminer un vote stratégique au premier tour. C'est simplement ce qu'on appelle le vote utile, une stratégie tout à fait respectable.

PROPOS RECUEILLIS PAR JEAN-MARC RAFFAELLI