



L'ÉDITO

de

STÉPHANIE MAYOL

Rédactrice en chef adjointe
edito@nicematin.fr

Publicité sondagière

Le sondage est-il devenu un « influenceur » comme les autres, à l'image des candidats de télé-réalité répandant leur – plus ou moins bonne – parole sur les réseaux sociaux ? De télé et autres médias, il en est bien question. De réalité, à six mois de l'élection présidentielle, on peut en douter. Alors que

quasi quotidiennement, de nouvelles enquêtes d'opinion font monter les interactions et alimentent les conversations sur les plateaux des chaînes d'info, des voix s'élèvent contre cette surenchère. Et la potentielle influence qu'elle pourrait avoir sur les Français. Nos confrères de *Ouest-France* ont ainsi pris la

décision de ne pas en commander – et surtout de ne plus les commenter. Rien à voir avec la percée d'un certain « pas encore candidat », assure la rédaction en chef du journal. Mais plutôt une défiance envers une fiabilité jugée très, trop relative. Effectivement : méthodes de calcul, marges d'erreur, prises en compte du poids de l'abstention, représentativité et nombre de sondés sûrs (ou pas) de se rendre aux urnes... sont autant d'éléments fluctuants qui rendent bien fragiles ces enquêtes, dont les commen-

tateurs ne cessent d'ailleurs de répéter qu'elles sont « une photographie à l'instant T ». Mais les politiques, pourtant très enclins à les cri-

« Dans un monde mené par les sondages, Juppé serait aujourd'hui à la tête de l'État »

tiquer pour peu qu'elles leur soient défavorables, les scrutent tel un baromètre de l'air du temps. À droite, on parle du mieux placé pour battre le Président sortant, idem à gauche lorsqu'il s'agit d'envi-

sager un hypothétique rassemblement. De futures décisions qui reposent sur... les sondages. Nous ne sommes pas à un paradoxe près. D'autant que le passé ne joue pas vraiment en faveur de ces consultations si surveillées, analysées, décortiquées. Aux régionales, le RN aurait dû remporter presque une Région sur deux selon plusieurs instituts. Résultat : pas une dans son escarcelle. Dans un monde parallèle mené par les sondages, Juppé serait aujourd'hui à la tête de l'État tandis que Chi-

rac n'aurait jamais été élu, balayé par un Balladur ultra-favori à six mois de l'échéance. Patatras. L'actuelle « publicité » sondagière ne serait-elle pas, dès lors, mensongère ? Les doutes quant à un vote déterminant pour l'avenir du pays, les envies de « dédagisme » ou, à l'inverse, de « conservatisme », les tourments du cœur et de la raison, etc. ont leur poids dans le secret de l'isolement. Et l'histoire tend donc à prouver que l'électeur ne semble guère apprécier de se laisser dicter son choix à coups de pourcentages. Influenable ? Pas français.