

A S S E M B L É E N A T I O N A L E

1 7 ^e L É G I S L A T U R E

Compte rendu

Commission d'enquête concernant l'organisation des élections en France

- Audition, ouverte à la presse, de M. Jean Gaeremynck,
président de la commission des sondages, et de M. Stéphane
Hoyneck, secrétaire général..... 2
- Présences en réunion..... 18

Jeudi
13 mars 2025
Séance de 9 heures 30

Compte rendu n° 22

SESSION ORDINAIRE DE 2024-2025

**Présidence de
M. Thomas Cazenave,
Président de la commission**



La séance est ouverte à neuf heures trente.

M. le président Thomas Cazenave. Nous avons le plaisir d'accueillir M. Jean Gaeremynck, président de la commission des sondages depuis janvier 2024 et président de section honoraire au Conseil d'État, et M. Stéphane Hoyneck, secrétaire général de la même commission depuis juillet 2020.

Créée par la loi du 19 juillet 1977, la commission des sondages a pour mission d'étudier 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, et de contrôler les pratiques de diffusion des sondages électoraux.

L'article 6 de l'ordonnance du 17 novembre 1958 relative au fonctionnement des assemblées parlementaires impose aux personnes auditionnées par une commission d'enquête de prêter serment de dire la vérité, toute la vérité, rien que la vérité.

(MM. Jean Gaeremynck et Stéphane Hoyneck prêtent successivement serment.)

M. Jean Gaeremynck, président de la commission des sondages. La commission des sondages est chargée de veiller à l'application des règles définies par le législateur et le pouvoir réglementaire, s'agissant des sondages politiques. Elle dispose d'un site internet qui retrace son activité et publie ses rapports d'activité et toutes ses prises de position – communiqués de presse, avertissements, mises au point. Entièrement renouvelée en janvier 2024, elle est composée de neuf membres titulaires, deux issus du Conseil d'État, deux de la Cour des comptes, deux de la Cour de cassation, et de trois personnalités respectivement nommées par le président de la République et les présidents de l'Assemblée nationale et du Sénat, ainsi que de six suppléants.

Depuis 2024, la commission a auditionné les dirigeants des principaux instituts de sondage auxquels elle a l'habitude de demander des informations. Elle a travaillé sur les élections européennes, puis législatives. Son rapport d'activité de l'année 2024 vient d'être finalisé. Depuis début 2025, elle se penche sur les premiers sondages dans la perspective des élections municipales qui auront lieu dans un an, ainsi que sur l'hypothèse de référendums et sur la popularité de personnalités politiques en vue de l'élection présidentielle. Nous avons également pris l'attache d'institutions dont les missions sont proches des nôtres : l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) ; la Commission nationale de contrôle de la campagne électorale en vue de l'élection présidentielle (CNCCEP), la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil). Cette année comme les précédentes, la Commission est donc très mobilisée d'autant que si l'on se réfère aux différents commentaires, l'hypothèse d'élections législatives n'est pas exclue.

M. Stéphane Hoyneck, secrétaire général de la commission des sondages. En créant la commission des sondages, le législateur a considéré que les sondages rendus publics, lorsqu'ils touchent à la matière électorale, sont susceptibles d'influencer le comportement des électeurs. Il faut donc s'assurer qu'ils sont réalisés de manière objective, avec la meilleure qualité possible. En 1977 en effet, la situation était caractérisée par une absence totale de régulation : des officines, aux méthodes non scientifiques, se faisaient passer pour des instituts et diffusaient des données chiffrées avec l'apparence du sérieux d'un sondage. Historiquement, l'objectif était donc de lutter contre une forme de *fake news*, de faux sondages.

Dans le cadre de notre mission de contrôle, les instituts doivent nous communiquer un certain nombre d'informations, portant notamment sur la nature des sondages : depuis 2016, nous sommes tenus de publier ces informations sur notre site internet. Nous contrôlons systématiquement, de manière exhaustive, la conformité des sondages à la loi. Nous gardons à l'esprit la volonté du législateur de 1977 : pour être utile, la commission doit intervenir dans le temps de l'élection. Les sondages sont donc contrôlés dans les vingt-quatre à quarante-huit heures suivant leur transmission ; nous adressons nos éventuelles remarques à l'institut concerné dans un délai extrêmement bref. L'appréciation du caractère d'urgence varie bien sûr selon la proximité de l'élection.

M. le président Thomas Cazenave. Quels sont vos moyens d'intervention ? Vous appuyez-vous sur des experts ?

M. Jean Gaeremynck. La commission peut s'appuyer sur des personnes expertes – l'une issue de l'Insee et l'autre ayant une formation de statisticien –, qui effectuent un examen systématique de tous les sondages. J'insiste sur ce dernier point, déjà évoqué, du principe de l'exhaustivité.

M. Stéphane Hoynck. La commission s'appuyant sur la loi et sur un décret de 1980 qui a fixé les grands principes en matière de qualité des sondages, ses rapports d'activité publiés depuis 1979 font apparaître qu'elle a progressivement resserré son contrôle sur un certain nombre de points : la matérialité des sondages, afin d'éviter les faux sondages ; la qualité de l'échantillonnage, l'échantillon devant être suffisamment large – davantage que les 200 personnes interrogées dans les sondages qui ont fait l'objet de nos premières mises au point au début des années 1980 ; la représentation de l'échantillon, qui doit inclure les villes moyennes et les communes rurales et ne pas se contenter d'interroger des personnes issues de quelques grandes agglomérations d'autant qu'à cette époque, les sondages étaient effectués en face à face, même pas par téléphone. Ces éléments n'ont désormais plus besoin d'être contrôlés de manière systématique, les instituts les ayant parfaitement intégrés.

Actuellement, les questions qualitatives prédominent, comme celle de la traçabilité du sondage. Comment l'institut passe-t-il de données brutes – par exemple, les intentions de vote à une élection donnée – aux données publiées ? Si l'institut n'est pas en mesure de répondre sur ce point, ou si ce qui a été déclaré ne correspond pas à la réalité, nous signalons la mauvaise qualité du sondage.

Il y a vingt ou trente ans, les exigences étaient moindres, car la qualité des sondages était bien moins bonne. Les sondeurs s'autorisaient à ne pas appliquer les mêmes redressements aux différents candidats, laissant ainsi la place à l'arbitraire ou à la subjectivité. Actuellement, au-delà de l'existence des critères de redressement et de leur bonne application, sont exigés, pour l'ensemble des candidats testés, les mêmes critères de redressement. Enfin, lorsqu'un institut réalise plusieurs vagues de sondage pour la même élection, la commission vérifie que les mêmes critères de redressement sont appliqués pour chacune d'entre elles.

M. Jean Gaeremynck. La commission dispose de moyens juridiques considérables, fixés par la loi de 1977 et le décret de 1978. Les instituts de sondage sont tenus de fournir un certain nombre de renseignements : les informations requises lors de la première publication d'un sondage – nombre de personnes interrogées, nom de l'organisme ayant effectué le sondage, nom du commanditaire, texte intégral des questions posées ; une notice contenant des éléments d'information plus précis, permettant de comprendre le processus d'élaboration du sondage – les modalités selon lesquelles les données brutes ont été recueillies ainsi que les

conditions du passage des données brutes aux données redressées. Si la commission n'a pas reçu cette notice, elle la réclame et l'obtient. D'une manière générale, les organismes qui procèdent à un sondage sont tenus de diffuser tous les documents sur la base desquels le sondage a été publié ou diffusé. La Commission a également la possibilité de demander des renseignements complémentaires et d'assurer ainsi la nécessaire transparence.

M. Antoine Léaument, rapporteur. Combien de sondages recevez-vous chaque année ? Si vous en recevez un grand nombre, disposez-vous de ressources humaines suffisantes pour les analyser de manière exhaustive ? Les notices publiées sur le site de la commission des sondages sont-elles celles fournies par les sondeurs ? La loi de 1977 dispose qu'elles doivent mentionner les redressements, ainsi que la technique avec laquelle il y a été procédé. J'ai en effet remarqué que, si les données brutes et redressées sont communiquées, tel n'est pas le cas pour le procédé qui a permis le passage des unes aux autres.

L'exemple le plus récent est un sondage Ifop-Fiducial pour Sud-Radio et *Le Figaro* – « Le baromètre de l'ambition présidentielle, vague 1 ». La notice technique détaillée fournit la taille de l'échantillon – autour de 800 personnes –, avec des marges d'erreur comprises entre 1,5 et 3,5 points. S'agissant de la reconstitution du premier tour de l'élection présidentielle de 2022, le pourcentage brut de votants est très inférieur pour Jean-Luc Mélenchon puisqu'il s'élève à 14,7 % alors qu'il a réalisé un score de 21,9 %, soit un écart assez important avec la réalité ; et aucune explication n'est donnée sur le pourcentage redressé à 21,5 %. Sur la question posée – le souhait d'une candidature de Jean-Luc Mélenchon en 2027 –, on passe de 15,2 % à 16 % après redressement ; je m'étonne du différentiel entre ce dernier chiffre et les 21,5 % précédemment mentionnés. Quelle a été la méthode de redressement utilisée ?

J'ai également remarqué que l'institut CSA vous a communiqué une notice technique. Or, il nous a indiqué ne pas pouvoir participer à nos travaux, au motif qu'il ne réalisait pas de sondages en lien avec les élections. Selon vous, devrions-nous faire venir l'institut CSA dans le cadre de cette commission d'enquête ?

D'un point de vue technique, le site internet fait apparaître trois niveaux de publications : des communiqués, des avertissements et des mises au point. Comment s'effectue le choix entre ces différentes options ? Comment les mises au point – le niveau maximal – sont-elles reçues par les médias qui publient les sondages ? Vos recommandations sont-elles suivies ?

L'article 3 de la loi de 1977 dispose que les notices doivent préciser, « s'il y a lieu, la nature et la valeur de la gratification perçue par les personnes interrogées ». Or, je n'en ai pas trouvé de trace. Recevez-vous de telles notifications ? Si oui, sont-elles publiées ? L'une des questions soulevées relève justement de l'utilisation par les instituts de sondage de rémunérations pour constituer leurs échantillons.

M. Jean Gaeremynck. Les années d'élections, on note en moyenne 200 sondages, même si ce chiffre varie selon les années et la nature de l'élection. En 2017, il y a eu 618 sondages, dont 560 au moment de l'élection présidentielle. L'année 2022 en a compté 514 au total, dont 467 avant la présidentielle – soit presque 100 de moins. Les élections qui génèrent le plus de sondages sont les municipales : en 2014, il y a eu 248 sondages, pour 158 en 2020 ; les élections législatives de 2017 ont donné lieu à 58 sondages, contre 47 en 2022 et 42 en 2024.

M. Stéphane Hoynck. Nos rapports d'activité prennent en considération l'ensemble du cycle électoral. Ainsi, en 2022, nous avons eu un peu moins de sondages qu'en 2017, année

qui constitue un pic par rapport aux périodes précédentes – 2012 et 2007. L'essentiel des sondages a lieu dans l'année précédant immédiatement le scrutin. Si notre activité varie effectivement selon les cycles électoraux, nous sommes en mesure d'en gérer le flux.

M. Jean Gaeremynck. Les notices sont publiées sur le site – il s'agit d'une obligation – telles que transmises par les instituts de sondage.

M. Stéphane Hoynck. La loi stipule que la notice rendue publique doit préciser les critères de redressement. Elle reste toutefois assez générale, sans entrer dans le détail des méthodes de redressement. Les éléments qui nous sont fournis au titre de l'article 4 de la loi de 1977 sont plus précis sur les méthodes effectives de redressement, ce qui nous permet de contrôler la traçabilité entre les données brutes et celles publiées.

Le débat parlementaire porte régulièrement sur l'exigence d'une plus grande transparence vis-à-vis du grand public. Dans le cadre de la notice mentionnée à l'article 3, certains instituts de sondage ont d'ores et déjà fait le choix de ne pas distinguer entre les données qui nous sont fournies et le contenu rendu public, ce qui génère davantage de transparence. D'autres instituts revendiquent, au contraire, une forme de secret des affaires sur les méthodes employées ; si celui-ci n'est pas opposable à la commission des sondages, peut-être ne souhaitent-ils pas divulguer leurs méthodes à leurs concurrents. Il appartient donc au législateur de déterminer le nouvel équilibre opportun.

Quant au sondage particulier que vous mentionnez, il m'est difficile de le commenter. Nous vous adresserons une réponse écrite concernant celui-ci.

Nous constatons de manière récurrente que le souvenir de vote concernant M. Mélenchon est moins bon que pour les autres candidats – les représentants des instituts de sondage pourront vous l'indiquer directement. Dans l'exemple que vous donnez, si M. Mélenchon a remporté plus de 21 % à l'élection présidentielle de 2022, mais que son score brut est de 15 %, c'est que le sondage a « manqué » 6 % de ses électeurs. Peut-être les sondeurs ne parviennent-ils pas à atteindre certains d'entre eux ? Ou est-ce parce que les répondants au sondage ayant voté pour M. Mélenchon ne le déclarent pas ? C'est une vraie question.

Lorsque les sondages étaient menés par téléphone, après l'élection présidentielle de 2002, le souvenir de vote pour Jean-Marie Le Pen, qui avait pourtant obtenu près de 17 % des voix au premier tour, pouvait descendre à 5, 6, ou 7 %. Les sondeurs ont ce problème en tête. Ils le corrigent en accroissant le poids des réponses des personnes déclarant avoir voté pour le candidat concerné. C'est l'une des faiblesses de la méthode.

M. Antoine Léaument, rapporteur. Les sondeurs vous donnent-ils le détail des redressements effectués sur les sondages et leurs motivations ?

M. Stéphane Hoynck. En règle générale, les sondeurs fournissent un tableau très complet : « les colonnes de redressement », qui présentent les différents critères de redressement, avec les paramètres et pondérations associés. Nous vérifions que le même critère de redressement est appliqué à chacun des candidats, afin de réduire les phénomènes tant de sous-évaluation que de surévaluation – il ne s'agit évidemment pas d'appliquer un même coefficient pour chacun, sinon les résultats dépasseraient le quota de 100 %.

M. Jean Gaeremynck. Votre dernière question portait sur un institut de sondage en particulier. Lors des auditions que nous avons menées en début d'année, nous avons constaté

que, quel que soit l'institut de sondage, les sondages politiques occupent une place marginale dans leur activité – les sondages sur la vie économique et les questions commerciales en représentent en revanche 90 à 95 %. Toutefois les sondages politiques ont une importance symbolique très forte ; ils constituent une vitrine pour les instituts, qui doivent se montrer irréprochables en la matière. Nous les y aidons.

M. Stéphane Hoynck. À notre connaissance, l'institut CSA ne fait pas de sondage d'intentions de vote au sens strict, c'est-à-dire qu'il ne teste pas des hypothèses de candidature à une élection donnée. Normalement, nous n'aurions donc pas à en connaître.

Toutefois, la loi prévoit que nous sommes compétents non seulement pour les sondages d'intention de votes, mais aussi pour tous ceux qui entretiennent un lien direct ou indirect avec le débat électoral. Il me semble que le sondage de l'institut CSA que vous évoquez portait sur le souhait de voir tel ou tel thème abordé dans le cadre d'une consultation référendaire.

Lors d'une récente réunion de la commission des sondages, nous avons décidé d'examiner de manière systématique les sondages sur les référendums, notamment à la suite de prises de paroles publiques du président de la République concernant l'opportunité de ces consultations. Nos compétences le permettent, car elles incluent les référendums. L'institut CSA nous a donc communiqué sa notice à notre demande et nous avons publié un communiqué de presse pour demander à tous les instituts qui feraient des sondages sur les référendums de nous les transmettre.

M. Jean Gaeremynck. Comme vous le mentionnez, il existe effectivement une gradation entre les avertissements et les mises aux points, qui ont en commun de concerner un institut particulier. Les communiqués sont quant à eux destinés à l'ensemble des instituts de sondage, pour leur bonne compréhension des exigences de la loi. De fait, les instituts suivent très attentivement notre site – et s'ils ne le faisaient pas, nous leur rappellerions qu'ils doivent le faire.

M. Hoynck a présenté notre communiqué du 6 mars 2025 relatif aux référendums. Avant sa publication, les sondages relatifs aux référendums n'entraient dans le champ de la commission qu'au cas où un référendum était annoncé. Avec ce communiqué, nous permettons aux sondages sur les souhaits des Français en matière de référendum d'entrer dans le champ de la commission, même quand aucune consultation de ce type n'est prévue.

Le 6 mars, nous avons en outre publié un communiqué précisant qu'à partir du 15 mars 2025 – c'est-à-dire un an avant les élections municipales de l'an prochain – tous les sondages portant sur la popularité du maire et les bilans de l'action municipale – création d'une ligne de tram, et ainsi de suite – entreraient dans le champ de la commission.

M. Stéphane Hoynck. La mise au point renvoie à notre pouvoir de contrainte le plus fort à l'égard des instituts et des organes de presse. Nous pouvons exiger la publication d'une mise au point sur un site de presse ou sur un média audiovisuel – la loi de 1881 sur la liberté de la presse prévoit des dispositions équivalentes.

Nous essayons de réagir dans la temporalité pertinente par rapport au débat électoral. Il nous faut être rapide et nous montrer à la hauteur de la polémique qu'a suscitée un sondage, lorsque nous estimons qu'il n'est pas entièrement légitime. Or la mise au point est lourde à organiser, puisqu'elle implique de convoquer l'institut mis en cause devant la Commission des

sondages pour lui permettre d'exprimer son point de vue. Nous l'utilisons donc avec parcimonie.

Quand nous prenons position sur un institut particulier, nous recueillons toujours son avis, mais, dans le cas des avertissements, nous pouvons le faire de manière plus rapide, pour que l'empreinte négative qu'aurait un sondage mal réalisé sur l'électeur et le débat électoral soit corrigée.

Le cas de figure le plus fréquent est celui de candidats à des élections locales se prévalant dans la presse quotidienne régionale ou sur les réseaux sociaux de sondages qui n'existent pas et ne sont donc pas publiés sur le site de la commission. Si une personne constate une telle pratique, elle nous saisit. Après vérification, nous contactons le média en cause et nous publions un communiqué de presse, qui pourra être utilisé par tous ceux qui souhaitent rétablir les choses. Nous devons mener cet effort dans la temporalité de l'élection. Une réaction qui aurait lieu six mois plus tard n'aurait aucun intérêt, au vu de nos missions.

M. Jean Gaeremynck. Votre «*salve*» de questions concernait également les notices techniques. L'article 3 de la loi du 19 juillet 1977 prévoit que ces notices doivent préciser, «*s'il y a lieu, la nature et la valeur de la gratification perçue par les personnes interrogées.*»

Il serait grave qu'un institut de sondage accorde des gratifications sans nous l'indiquer. Si nous avons des raisons de croire que c'est le cas, nous demandons aux représentants de cet institut de compléter la notice. S'ils rechignent à le faire, nous enclenchons un processus de discussions plus tendues.

M. Stéphane Hoyneck. Normalement, oui, les instituts précisent l'existence d'une gratification. Pour vous donner un ordre de grandeur, quand une personne consacre trente ou quarante minutes à un sondage, la gratification est d'un montant inférieur à 1 euro. Elle n'est même pas directement financière. Elle prend la forme de points de fidélité, dont l'accumulation donne droit à des cadeaux. Rappelons que la question ne concerne que les sondages par internet – aucune gratification n'était prévue à l'époque des sondages en face à face et des sondages téléphoniques.

Sur le fond, j'entends la critique : une personne, quand elle a un intérêt financier à répondre à un sondage, risque de ne pas répondre de la même manière que lors des élections, où elle n'a pas d'intérêt financier à voter. Il nous semble toutefois que le système actuel de sondages par internet, qui passe par des panels administrés par différentes entités, soit au sein des instituts eux-mêmes, soit par leurs sous-traitants, a ses vertus.

Les sondeurs ont toujours eu des difficultés à convaincre les gens de répondre à leurs enquêtes. C'était le cas en 1980, en face à face, en 2000, par téléphone et c'est le cas en 2025, par internet. Quand un sondeur demande un quart d'heure pour répondre à un sondage, beaucoup refusent, que ce soit dans la rue, au téléphone ou par internet.

Une rémunération équivalente à 1 euro pour quarante-cinq minutes ne permet évidemment pas de gagner sa vie. Les instituts font donc un pari qui repose moins sur l'intérêt pécuniaire que sur une logique de fidélisation. Les répondants savent que leur participation leur permettra d'accumuler des points, qui donneront droit à un cadeau, ou à une somme qu'ils pourront donner à une association – les motivations des personnes sondées diffèrent.

Nous avons mené une série d'auditions à ce sujet à la fin de l'année 2021 avec des instituts et des panels. Il apparaît que la motivation n'est financière ni du côté des sondés, ni du côté des instituts, qui seraient de toute manière incapables de rémunérer les répondants avec un véritable salaire.

La gratification n'est pas une panacée. Elle peut entraîner des biais, mais corrige beaucoup de ceux qui apparaissent lors de l'administration d'enquêtes par téléphone ou en face à face.

M. Antoine Léaument, rapporteur. Si le sondeur recourt à des sous-traitants tels que Bilendi, Dynata ou Toluna pour trouver des répondants, la rémunération est-elle attribuée par le sondeur ou par son sous-traitant ? Dans ce dernier cas, l'institut pourrait considérer que la rémunération n'est pas son affaire, qu'elle fait partie d'un service global du sous-traitant, si bien qu'il ne vous transmettra pas d'information à ce sujet.

Par ailleurs, comment les instituts détaillent-ils les rémunérations ? Par exemple, si un sondage rémunéré 25 euros et comptant cent questions ne comprend qu'une question d'ordre politique, les instituts indiquent-ils seulement la rémunération de cette question – dans cet exemple, 25 centimes – ou vous donnent-ils l'ensemble des chiffres ?

M. Jean Gaeremynck. Dans le cadre des entretiens du début de cette année, la commission s'est intéressée non seulement aux instituts de sondage, mais aussi aux entreprises d'*access panel*, qui constituent de très vastes panels de personnes susceptibles de répondre aux sondages administrés en ligne, panels à l'intérieur desquels sont constitués les échantillons représentatifs servant aux sondages politiques. Nous avons donc reçu Bilendi et Toluna, pour des discussions assez serrées concernant leurs conditions d'intervention et leurs relations avec les instituts de sondage.

M. Stéphane Hoynck. Au moins depuis 2021, nous avons acquis la conviction qu'il existe désormais deux métiers. Le premier métier, celui de sondeur à strictement parler, consiste à élaborer des questionnaires et à traduire les données brutes en données restituables et publiables. Le second consiste à donner accès aux répondants et à les interroger. Lorsque les sondages par téléphone étaient prédominants, les instituts de sondage recouraient souvent à des étudiants pour leurs plateaux d'appel – qu'ils les recrutent directement, dans le cadre d'une vacation, ou qu'ils passent par un sous-traitant.

Le démarchage des répondants s'est professionnalisé sous la forme d'entreprises d'*access panel*. Certaines entreprises ont internalisé ce métier, par exemple Harris Interactive ou Ipsos. D'autres sociétés, telles que l'Ifop, font appel à des sous-traitants. Les deux modèles coexistent.

Je m'inquiérais si l'ensemble des instituts de sondage recouraient à un seul fournisseur d'*access panel*. La variété des modèles et des acteurs ainsi que leur relatif éparpillement sont plutôt rassurants.

Lorsque les instituts indiquent une gratification de 0,75 euro, c'est pour l'ensemble de l'enquête et non pour une question électorale isolée, comme il y en a dans les sondages dits omnibus. C'est du moins ce que je comprends. Je ne vois pas quel modèle économique permettrait aux instituts de rémunérer les répondants à hauteur de 25 euros, même pour un sondage de cent questions auquel il faudrait consacrer une heure.

Bien évidemment, nous considérons que si le répondant a reçu une gratification, il doit en être fait mention même si celle-ci n'a pas été versée par l'institut lui-même, mais par le sous-traitant. C'est bien là l'esprit de la loi.

M. Jean Gaeremynck. La majorité des membres de la commission, moi y compris, ont découvert le métier de fournisseur d'*access panel* en auditionnant ces entreprises. Nous avons notamment découvert que leurs pratiques sont très éprouvées sur le plan méthodologique. Ils constituent des panels de personnes susceptibles de répondre à n'importe quel sondage et non spécifiquement aux sondages politiques. De fait, la majorité des sondages sont d'ordre commercial.

Ces entreprises prévoient en outre tout un dispositif de contrôle interne pour sécuriser le système. Une personne qui a répondu à un sondage ne sera pas systématiquement sollicitée pour le suivant.

Les représentants des entreprises d'*access panel* se sont volontiers prêtés à nos questions. Ils se montreront disponibles si nous avons des questions complémentaires.

M. Thomas Cazenave, président. Les journalistes et les universitaires que nous avons auditionnés – je pense notamment à MM. Bronner et Dézé, hier – ont eu des mots très durs sur la qualité des sondages, qui m'ont surpris. Ils ont évoqué des sondages *low cost*, un modèle économique qui fragilise la qualité des sondages.

Considérez-vous que la qualité des sondages s'est dégradée ces dernières années ? L'usage plus important des sondages par internet est-il en cause ? Par ailleurs, selon vous, la qualité des instituts de sondage est-elle homogène ?

Les instituts doivent indiquer et justifier les redressements dans les notices. Or certains ont souligné que la justification se limitait souvent à la mention « en raison du contexte ». Je comprends que vous avez davantage d'informations en matière de redressement et que si vous n'émettez pas d'avertissement ou de mise au point en la matière, c'est parce que vous considérez que les redressements effectués sont de bonne qualité. Est-ce bien le cas ?

Vous déclarez réagir très vite, en vingt-quatre ou quarante-huit heures. D'un autre côté, votre réponse graduée peut paraître un peu faible. Quand une mise au point a lieu, le mal a déjà été fait, d'une certaine manière. Pourquoi n'avez-vous donc pas envisagé un contrôle *a priori* ? Après tout, vous traitez déjà l'intégralité des sondages en flux continu, dans un délai très bref. Cela permettrait de garantir la fiabilité des sondages publiés.

Concernant votre dernier communiqué, relatif aux sondages sur les bilans municipaux, faut-il comprendre que de tels sondages, s'ils ne sont pas effectués dans l'année précédant les élections municipales, n'entrent pas dans le champ de la commission des sondages ?

M. Jean Gaeremynck. Président de la commission depuis début 2024, j'ai suivi très attentivement les deux vagues de sondages de l'an dernier, liées respectivement aux élections européennes et aux élections législatives.

Les sondages reflètent l'opinion, qui peut évoluer très rapidement et au dernier moment, en fonction des circonstances de la vie politique. Cela étant précisé, nous avons constaté que les résultats des sondages concernant les élections européennes et législatives réalisés aux dates les plus proches des élections prédisaient très bien le résultat des votes. Ceux-ci se situaient même à l'intérieur des marges d'erreur des sondages. S'agissant des sondages

sur les élections législatives, je fais uniquement référence au nombre de voix. La question de la projection en sièges est différente ; nous l'avons d'ailleurs abordée dans notre rapport d'activité.

M. Stéphane Hoynck. L'amélioration est réelle concernant les données brutes. Celles-ci sont par définition moins fiables que les données redressées, mais c'est au cours du redressement que le risque de manipulation apparaît.

À l'époque où les sondages étaient réalisés par téléphone ou en face à face, les données brutes étaient beaucoup plus éloignées de la réalité qu'elles ne le sont actuellement. Nous pourrions reprendre l'exemple du souvenir de vote pour Jena-Marie Le Pen en 2002 ou en 1995. De même, dans les années 1970, alors que le vote communiste était très important, il était sous-déclaré dans les souvenirs de vote.

En outre, quand les sondages étaient menés en face à face, les échantillons étaient moins bien constitués. Il était difficile de refléter le maillage territorial du pays, en incluant tant les communes rurales que les petites villes, les villes moyennes, les grandes villes, les banlieues, les centres urbains et ainsi de suite. Ce travail était coûteux et n'était pas souvent mené.

L'enquête par internet permet d'atteindre une partie plus importante de la population, mieux répartie sur le territoire. Certes, des biais subsistent car certains n'ont pas accès aux ordinateurs, mais les données brutes de ces sondages ont le mérite de refléter la variété du corps électoral.

Il serait insensé d'évaluer la capacité de prédiction de sondages réalisés six mois avant une élection, alors que ni l'offre électorale ni l'opinion ne sont stabilisés. Nous pouvons en revanche évaluer les derniers sondages publiés avant l'élection. Sur ce plan, les sondages actuels sont de bien meilleure qualité que dans le passé.

La plupart des sondages réalisés par les sept ou huit instituts principaux dans les jours précédant l'élection présidentielle de 2022 classaient dans le bon ordre les six ou sept premiers candidats, alors que les derniers d'entre eux n'ont obtenu que 2 ou 3 % des voix. Évidemment, les résultats de ces sondages ne sont pas exactement ceux de l'élection, mais leur précision est remarquable, rapportée aux accidents industriels des sondages concernant le premier tour de l'élection présidentielle de 2002 – où les sondeurs n'ont pas annoncé l'accession de Jean-Marie Le Pen au second tour –, ou, encore pire, aux sondages concernant le premier tour de l'élection présidentielle de 1995 – le score de M. Jospin avait été sous-estimé de 6 ou 7 points.

Les sondages ne prennent pas en compte les évolutions de dernière minute des intentions de vote. Et même si les biais, les risques de manipulation et les erreurs de méthodologie sont moindres que dans le passé, nous ne prétendons pas qu'ils doivent bénéficier d'une croyance aveugle.

Il serait en revanche inexact de prétendre que les sondages actuels sont de moins bonne qualité que ceux réalisés dans le passé avec d'autres modes d'administration. Du moins, nous n'avons pas observé un tel phénomène.

M. Jean Gaeremynck. La commission porte un intérêt très vif aux travaux, notamment scientifiques, effectués autour des sondages. Nous avons bien l'intention d'établir des contacts avec des universitaires, des chercheurs, des politologues et des sociologues pour évaluer le rôle des sondages dans le système.

J'ai cru comprendre que le qualificatif dont vous avez fait mention reflétait une opinion individuelle. La commission s'attache, quant à elle, à prendre connaissance de la diversité des travaux scientifiques. Une opinion est une opinion : même si elle est parfaitement respectable, elle ne peut pas être mise sur le même plan que des travaux conduits en suivant des méthodes universitaires éprouvées, ni qu'une pluralité d'opinions.

M. Stéphane Hoynck. Pour ce qui est du profil des instituts, ils présentent des organisations et des intérêts économiques hétérogènes. La plupart ne gagnent pas principalement leur vie grâce aux sondages électoraux. Certains sont adossés à de grands groupes internationaux, d'autres sont des petites entreprises de quelques personnes, qui font appel à des sous-traitants ; certains réalisent essentiellement des sondages de marketing, d'autres assurent des missions de conseil. Les modèles sont donc très variés, ce dont il faut plutôt se féliciter : le fait que le paysage soit composé d'une variété d'acteurs est un élément rassurant, qui nous permet de comparer des sondages produits avec des méthodes et des moyens divers.

Constatons-nous de véritables différences de qualité qui constitueraient des motifs d'inquiétude ? Globalement, non. Même si des phases d'apprentissage et d'échange plus ou moins longues sont parfois nécessaires pour faire comprendre l'importance des règles que nous avons édictées, les choses se passent généralement bien et les instituts ont plutôt à s'en féliciter : si les résultats des sondages sont globalement bons, c'est peut-être aussi parce qu'ils respectent nos préconisations. Avant l'élection américaine de novembre, il était frappant de constater, aux États-Unis, où aucun encadrement réglementaire des sondages ne s'applique, le désarroi des commentateurs journalistiques ou politiques, qui, confrontés à des sondages complètement partisans et contradictoires, ne savaient plus à quel saint se vouer et étaient contraints de décrypter les liens entre tel institut et telle université ou tel autre acteur pour détecter d'éventuels biais. Dans le système français, les instituts, même s'ils présentent une grande variété dans leur organisation, sont tous soumis à la même réglementation et, sauf cas particuliers – par exemple des instituts qui réalisent moins de sondages politiques et sont donc moins aguerris –, la qualité générale est plutôt bonne, ce qui ne nous empêche pas de faire des mises au point lorsque nous constatons un débordement ou un manque de rigueur.

M. Jean Gaeremynck. Ce qui m'a frappé, lorsque nous avons auditionné les instituts de sondage en début d'année, c'est qu'ils comprenaient presque tous, dans leurs équipes, des personnes formées à la statistique. Comme vous le savez, la loi de 1977 dispose qu'un sondage est « une enquête statistique ». Or, la France possède, en la matière, une école et une tradition dont la qualité est reconnue partout. Même si les instituts de sondage sont des entreprises privées à visée commerciale et non des services publics, ils intègrent des personnes ayant suivi une formation scientifique. Cet élément a été noté et jugé plutôt rassurant par les membres de la commission.

L'affaire la plus difficile que nous ayons eue à traiter, et qui a donné lieu à une mise au point, a concerné l'institut YouGov. Comme nous éprouvions des difficultés à comprendre sa méthode, qu'il s'agisse du passage des données brutes au résultat final ou des redressements effectués, nous l'avons reçu deux fois – car nous sommes tenus, avant de publier une mise au point, de donner à l'institut concerné la possibilité de faire entendre sa défense –, en faisant même venir d'Angleterre des représentants de son siège. Or j'ai été quelque peu troublé de constater que, même si nous ne comprenions toujours pas leur méthode, leurs résultats n'étaient pas si différents de ceux des autres instituts considérés comme plutôt sérieux.

Ce n'est donc pas parce qu'un institut publie des résultats globalement conformes à ceux des autres qu'il est irréprochable : nous nous attachons avant tout au respect des règles fixées par le législateur en matière d'éléments et de documents à transmettre, et surtout à notre capacité de saisir la traçabilité des données. Si nos experts ne comprennent pas, nous allons plus loin. En l'occurrence, après deux séances assez serrées sur le plan technique, un de nos experts a repris tous les documents ayant servi à l'enquête pour faire lui-même les opérations. Comme il n'est pas parvenu à reconstituer les résultats, nous avons fait la mise au point, dont nous avons imposé la publication au *Huffington Post*.

M. Stéphane Hoynck. S'agissant des méthodes de redressement, la commission des sondages vérifie, autant que possible, qu'aucune erreur n'a été commise, ce qui ne signifie pas que rien ne lui échappe. Cette remarque vaut d'ailleurs aussi pour la question d'un contrôle *a priori* : la responsabilité d'un sondage et de la qualité des informations transmises aux électeurs incombe à l'institut qui le réalise. Si ce dernier publie des chiffres erronés, que ce soit en raison d'un manque de maîtrise, d'une trop faible traçabilité ou de la volonté de manipuler une élection, c'est sa responsabilité qui peut être engagée, avec toutes les conséquences, y compris pénales, qui peuvent y être attachées. C'est là un élément fondamental.

J'ai donc tendance à penser qu'il ne serait pas bon de donner le sentiment que le contrôle d'un sondage par la commission, que ce soit *ex ante* ou *ex post*, constituerait un brevet de qualité. Le fait qu'un sondage ne soit pas manipulateur ou ne manque pas de rigueur n'en fait pas une information à apprécier sans aucune distance : un sondage est une photographie de l'état de l'opinion à un instant T et n'a pas vocation à devenir l'*alpha* et l'*oméga* des choix électoraux de nos concitoyens.

La commission étant régulièrement mise en cause par ceux qui critiquent les sondages, nous nous trouvons souvent mis dans la position de donner l'impression de les défendre. Nous nous efforçons pourtant seulement de montrer que nous faisons notre travail sérieusement et que nous contrôlons de très nombreux éléments lorsque nous ouvrons le moteur : cela ne signifie évidemment pas que nous souhaitons que les sondages deviennent un élément central du débat démocratique en France. Veillons donc à ne pas donner l'impression qu'un tampon de la commission des sondages donnerait une aura de véracité aux sondages et supprimerait la distance critique que chacun est légitime à conserver par rapport à leur importance dans le débat. Si nous ne disons mot, cela signifie simplement que nous n'avons pas repéré de difficulté particulière sur un sondage donné, et non que l'un est meilleur que l'autre, qu'ils ne présentent aucun biais ou qu'ils doivent être lus sans aucune distance.

M. Jean Gaeremynck. La question du contrôle *a priori* est très intéressante, mais elle m'amène à rappeler la distinction très forte établie par la loi entre le contrôle de la qualité des sondages et leur publication. La commission n'examine que les sondages ayant vocation à être publiés : il en existe de très nombreux autres, qu'elle n'a pas vocation à contrôler. Le critère retenu par la loi est bien la perspective de la publication – une notion qui peut d'ailleurs avoir des acceptions diverses. Même si nous nous en tenons très rigoureusement à ce critère, nous nous intéressons surtout à ce qui intervient avant la publication, puisque les textes qui nous régissent visent principalement à encadrer les conditions d'élaboration des sondages destinés à être publiés.

Vous saluez à raison la rapidité de la commission, qui fait partie de ses forces : elle peut se réunir d'un jour à l'autre ou, si le temps manque, communiquer par mail – le secrétaire général a même constitué une boucle WhatsApp. Nous nous donnons tous les moyens d'intervenir collectivement pour traiter rapidement les points les plus délicats. Néanmoins,

décider en amont qu'un sondage destiné à être publié ne convient pas nous conduirait à interdire une publication. On rentrerait alors dans le domaine très vaste du droit de la presse, qui est complètement différent de celui de la réglementation des sondages.

M. le président Thomas Cazenave. Votre mission consiste à contrôler l'objectivité et la qualité des sondages publiés. Vous apposez en quelque sorte votre tampon *a posteriori* : soit vous alertez l'opinion en signalant qu'un sondage présente des difficultés, soit, si vous n'émettez pas de critique, vous considérez qu'il a été fait dans les règles de l'art, ce qui ne revient pas à dire qu'il peut être lu sans recul ni distance. Or s'il y a vraiment un problème, la publication d'une mise au point me paraît constituer une réponse un peu faible. Comme vous travaillez très vite, ne pourriez-vous pas décider qu'un sondage ne respectant pas les règles qui garantissent sa qualité et son objectivité ne sera pas publié ? Je comprends bien que l'immense majorité des sondages ne seraient pas concernés, mais si une enquête est réalisée n'importe comment, je préférerais presque qu'elle ne soit pas diffusée.

M. Jean Gaeremynck. Je maintiens mon observation respectueuse : il me semble qu'on entrerait dans le domaine du droit de la presse en interdisant la publication d'un sondage au motif qu'il est de très mauvaise qualité. Pour l'instant, ni la loi de 1977 ni la loi sur la liberté de la presse ne prévoient cette possibilité, dont j'ai le sentiment qu'elle soulèverait des questions constitutionnelles.

Il n'est certes pas satisfaisant qu'un sondage qui dit n'importe quoi puisse être publié, car, dès lors, le mal est fait. La perspective d'une mise au point est toutefois très dissuasive car, en plus de mettre en cause la réputation de l'institut de sondage concerné, elle s'impose aux organes de presse, à l'instar d'un droit de réponse, et doit être publiée de façon aussi visible que le résultat du sondage. Les mises au point sont d'ailleurs assez peu nombreuses, précisément parce que les instituts de sondage et les médias font très attention.

M. Stéphane Hoynck. Les sondages électoraux occupent dans l'activité des instituts une place paradoxale : ils ne représentent généralement qu'une part limitée de leur chiffre d'affaires, mais constituent aussi pour eux une vitrine, et sont étroitement contrôlés. Si la commission des sondages pointe des insuffisances ou des manquements de la part d'un sondeur, cela affectera sa réputation pour le reste de son activité.

En outre, la mise au point doit être publiée dans un média et n'exclut pas la menace de la sanction pénale que peut entraîner la publication d'un sondage ne respectant pas les termes de la loi. Des contrats conclus entre un sondeur et un organe de presse ont ainsi déjà été rompus en raison de l'émission d'une mise au point. Cela ne remédie certes pas au mal qui est fait, mais cela a un effet sur la façon dont l'institut travaillera à l'avenir.

M. Jean Gaeremynck. Pour répondre à votre question sur les échéances municipales, nous pourrions par exemple considérer qu'un sondage réalisé à Romorantin en 2027 pour savoir si le maire a eu raison de refuser l'installation du tramway dans la ville ne relève pas forcément du champ de la commission, alors que la même question, posée à l'automne 2025, prendrait une connotation électorale.

M. Stéphane Hoynck. En revanche, une enquête portant sur les intentions de vote sera contrôlée, peu importe le moment où elle est effectuée. La date n'importe que pour les questions ne touchant pas directement à l'élection.

Mme Nicole Dubré-Chirat (EPR). Les sondages se multiplient généralement à l'approche des élections, même si la règle empêche d'en faire vingt-quatre heures avant l'échéance. Cette accélération a-t-elle un impact sur l'activité de la commission et sur votre appréciation de la qualité des enquêtes ? Que penseriez-vous d'un éventuel allongement de la durée d'interdiction des sondages ?

M. Jean Gaeremynck. L'interdiction concerne uniquement la publication des sondages : aucune règle n'interdit d'en faire et notre activité ne porte que sur ceux qui sont destinés à être publiés.

M. Stéphane Hoynck. La loi de 1977 prévoyait initialement d'interdire la publication des sondages pendant une semaine avant le premier tour de chaque élection. La Cour de cassation, en 2001, a estimé que ce délai, jugé disproportionné, était contraire à la Convention européenne des droits de l'homme et contrevenait au principe de liberté d'expression. Le législateur est donc intervenu pour le ramener à vingt-quatre heures, interdisant en pratique toute publication à partir du vendredi précédant l'élection, à minuit. Un éventuel rallongement du délai serait donc soumis à cette contrainte juridique.

Nous faisons respecter la règle en rappelant aux instituts qu'ils ne doivent pas publier de sondage dans cette période de trêve électorale. Se pose aussi la question, à mon sens assez anecdotique, des médias étrangers qui font valoir des sondages qui, en réalité, s'apparentent davantage à des rumeurs. Nous avons d'ailleurs insisté, dans nos deux derniers rapports d'activité, sur le fait que les chiffres émanant de journaux belges ou suisses, assez fantaisistes et très éloignés de la réalité, n'ont pas réellement de valeur. Cette forme d'ingérence *soft* le jour de l'élection, même si elle n'a probablement pas une influence importante sur le vote des électeurs, est problématique et nous la déplorons.

M. Pierre-Yves Cadalen (LFI-NFP). Vous avez parlé à plusieurs reprises de méthode scientifique. Pierre Weill déclarait pourtant, à propos des sondages : « *Il y a une part de pifomètre, mais cela n'empêche pas de suivre quelques recettes.* » Quel est le rapport entre le pifomètre et la science ? Vous expliquez notamment que, puisque l'opinion peut changer très rapidement, un sondage, au fond, ne se trompe jamais, ce qui le rend infalsifiable. Or il est admis, depuis Karl Popper, qu'une des caractéristiques de la science est la falsifiabilité : un résultat doit être falsifiable pour pouvoir être considéré comme scientifique. Si, chaque fois qu'on critique un sondage, on nous répond que l'opinion a simplement évolué très vite, il n'y a là rien de scientifique.

Vous indiquez par ailleurs veiller à ce que les mêmes critères de redressement s'appliquent à tous les candidats. Or, par définition, ces critères diffèrent d'un candidat à l'autre. Pouvez-vous préciser votre propos ?

S'agissant de l'écosystème des instituts et des entreprises commerciales de sondage, une question me taraude : le fait qu'un milliardaire comme Vincent Bolloré possède *Le Journal du dimanche*, Europe 1 et l'institut CSA ne conduit-il pas à un fonctionnement circulaire entre la commande de sondages par la presse, la réalisation des enquêtes et l'installation dans le débat public de sujets affectant le débat électoral ? Surtout, cette concentration de capital a-t-elle une incidence sur les marchés obtenus par les instituts de sondage – en d'autres termes, l'institut CSA bénéficie-t-il de marchés liés à l'empire Bolloré ?

D'après un sondage réalisé par OpinionWay et publié le 10 mars dernier par le journal 20 Minutes, 49 % des 18-30 ans seraient prêts à s'engager en cas de conflit en France. Ces

résultats portent sur un échantillon de 314 personnes et ni l'article ni le communiqué de presse de l'institut OpinionWay ne précisent les questions posées. Ce genre de publications nourrit une ambiance guerrière particulièrement dangereuse. Vous êtes-vous saisis de ce sondage, qui verse dans l'approximation la plus totale, le Moyen-Orient évoqué dans le communiqué de presse devenant, dans l'article de 20 Minutes, le Proche-Orient ?

Vous expliquez que les sondages publiés six mois avant une élection n'ont aucun rapport avec les résultats. Quel est donc leur intérêt ? Je peux avancer quelques hypothèses : en 2017, les sondages ont permis de faire monter un candidat qui n'était connu par personne ; en 2022, ils ont servi à faire pencher le débat à l'extrême droite en suggérant qu'Éric Zemmour pourrait se qualifier pour le second tour.

Pourquoi ne pas limiter la production de sondages, puisque leur nombre connaît une inflation générale et que leur qualité ne s'est pas autant améliorée que vous le suggérez ? L'exemple de l'élection de 1995 me semble contestable : il est vrai que les sondeurs de l'époque n'avaient pas placé les candidats dans le bon ordre, mais, dans le dernier sondage de TNS Sofres, Jacques Chirac était donné 4 points au-dessus de son résultat, l'écart étant de 2,5 points pour Lionel Jospin. À titre de comparaison, en 2022, Jean-Luc Mélenchon était donné 4,5 points en dessous de son score par Ipsos, 4 points par Harris Interactive, 4,5 points par Elabe et BVA et 5 points par OpinionWay. Ces écarts considérables ont pu influencer sur le contexte préélectoral, certains électeurs ayant pu juger inutile de voter pour un candidat dont ils pensaient qu'il ne serait pas en mesure de se qualifier pour le second tour.

Enfin, que pensez-vous de la procédure engagée par l'Ifop contre Alexandre Dézé, politologue spécialiste des sondages ? Vous semble-t-il admissible, dans une démocratie, qu'une entreprise commerciale tente de bâillonner la recherche par une procédure dont le seul effet aura été de pourrir la vie d'un chercheur pendant deux ans, la plainte ayant été retirée deux jours avant le procès ?

M. Jean Gaeremynck. Il me semble plus pertinent de parler de méthode statistique que de méthode scientifique – même si les deux se rejoignent, puisque les statisticiens observent des pratiques très rigoureuses. D'après ce que j'ai compris, les nouveaux modes d'administration des sondages – notamment en ligne – permettent de contrôler plus facilement les redressements opérés.

Je me suis fait la même réflexion que vous : après tout, puisque l'opinion peut changer à tout moment, un sondage ne se trompe jamais. Nous apprécions tout de même la qualité des sondages et leur valeur prédictive – faute d'un meilleur terme – avec d'autant plus d'attention à mesure qu'ils se rapprochent de l'élection. En l'occurrence, ceux qui ont été conduits juste avant les élections européennes et législatives de 2024 se sont révélés très fidèles aux résultats des élections. Pour autant, dans le cas de YouGov, la Commission s'est concentrée sur la nécessité de comprendre la méthode appliquée, sans se contenter d'observer les résultats. En la matière, les instituts sont soumis à une obligation de moyens. Si un sondage prétend donner une indication de l'état de l'opinion à un moment donné, cette appréciation doit être aussi rigoureuse que possible. Le rôle de la commission est de s'assurer que toutes les conditions de la bonne administration des sondages, dans la rigueur de la méthodologie scientifique, sont réunies.

M. Stéphane Hoynck. J'ai employé les termes de subjectivité ou d'arbitraire, vous celui de pifomètre ; nous parlons de la même chose. Indéniablement, ces pratiques ont existé. Lisez par exemple notre rapport sur l'élection de 2002 : on acceptait à l'époque non seulement que les sondeurs appliquent une méthode de redressement beaucoup moins rigoureuse que celle

qui prévaut depuis une dizaine d'années, en faisant varier les critères d'un candidat à l'autre, mais aussi qu'ils sortent de la fourchette, c'est-à-dire de l'intervalle permis par ces différents critères. Lorsqu'on leur demandait de justifier leurs choix, ils pouvaient simplement expliquer vouloir s'aligner sur les résultats obtenus par leurs confrères ou tenir compte du contexte sociologique, sans plus de précision. Ces pratiques ne sont plus acceptées. Cela ne signifie pas pour autant qu'un sondage obéit à une démarche purement scientifique, puisque même si les chiffres et les marges d'erreur avancés s'appuient sur la science statistique, il s'agit avant tout de sonder des humains, ce qui est forcément compliqué. Nous ne prétendons pas donc que les sondages sont parfaitement scientifiques. En revanche, leur dimension subjective me semble beaucoup plus cantonnée qu'auparavant.

M. Antoine Léaument, rapporteur. La loi dispose que la commission contrôle les sondages liés au débat électoral. Cette notion peut recouvrir de nombreux sujets : les personnalités politiques, le pouvoir d'achat, l'immigration, la sécurité, etc. Vous semblerait-il judicieux d'inclure ce type de sondages dans la définition du « débat électoral » ?

Combien de fois les pouvoirs de sanction pénale de la commission ont-ils été utilisés ?

Dans votre rapport d'activité de 2022, vous indiquez que « seuls les sondages réalisés par interrogation en ligne et reposant sur des panels offraient des garanties d'absence d'artefact et permettaient de fonder un véritable contrôle statistique. [...] Des chercheurs en sciences sociales contestent cette réalité empirique, préférant, par exemple, s'adosser au mythe de la pureté des sondages strictement aléatoires ou porter aux nues les sondages administrés par téléphone. Sans doute ont-ils raison s'agissant de l'avantage théorique de véritables sondages aléatoires par rapport à des sondages par quota, mais on ne peut aisément les suivre dans la mesure où la base de données de la Commission ne contient aucune étude qui s'approche réellement du prétendu modèle pur et parfait ». Vous donnez ainsi le sentiment de prendre vos distances vis-à-vis des chercheurs et de donner un satisfecit aux instituts de sondage, ce qui me semble étrange, votre rôle étant précisément de garantir la validité scientifique de leurs méthodes.

Disposez-vous de pouvoirs d'enquête puissants ?

Dans l'exemple de YouGov, la mise au point de la commission a paru le 2 avril 2024, pour une enquête publiée le 8 février. Un tel délai ne laisse-t-il pas le temps à un sondage d'une validité moyenne, voire médiocre, de se diffuser assez longuement ?

On nous a indiqué hier que vos locaux se situaient dans le Conseil d'État. Or vos décisions sont susceptibles de recours devant ce même Conseil d'État. Ne faudrait-il pas vous en séparer davantage, pour gagner en indépendance ?

L'article 6 de la loi de 1977 me semble envisager un risque corruptif : il dispose que « Ne peuvent être membres de la commission les personnes qui perçoivent ou ont perçu dans les trois années précédant leur désignation une rémunération, de quelque nature que ce soit, de médias ou d'organismes réalisant des sondages tels que définis à l'article 1^{er}. » Avez-vous déjà été témoins, de la part d'instituts de sondage, de tentatives d'approche qui pourraient faire peser sur vous un risque de corruption ?

Le 8 avril 2022, la commission des sondages a fait paraître un communiqué à propos de l'organisme AtlasIntel, basé à São Paulo, indiquant n'avoir reçu aucun élément à propos d'un sondage qu'il venait de publier. Pourtant, les chiffres qui y figuraient faisaient partie de

ceux qui se rapprochaient le plus des résultats de l'élection présidentielle. L'écart de voix entre Jean-Luc Mélenchon et Marine Le Pen y était ainsi estimé à 2,7 points contre 1,2 point dans la réalité, soit une erreur de 1,5 point. À titre de comparaison, Cluster17 avait commis une erreur de 1,8 point, OpinionWay et Ipsos de 3,8 points, Harris Interactive de 4,8 points, BVA, l'Ifop, YouGov et Kantar de 5,8 points, Elabe de 6,3 points et Odoxa de 6,8 points. Avez-vous, depuis, eu des retours de cet institut ?

M. Jean Gaeremynck. S'agissant des locaux, je suis d'accord avec vous, comme le sont les autres membres de la commission et le secrétaire général du Conseil d'État : nous devons en trouver d'autres, par exemple en nous rapprochant d'une autorité administrative indépendante (AAI) – car, même si nous ne figurons pas sur la liste des AAI, nous nous considérons un peu comme l'une d'entre elles. Aucun calendrier n'a en revanche été fixé.

Lors de l'examen de la loi de 2016, s'était effectivement posée la question de savoir si le périmètre d'action de la commission devait inclure toutes les questions politiques, ou plutôt celles se rapportant au débat électoral. La préférence du législateur s'était portée sur la seconde option, pour ne pas décorrélérer complètement notre activité du calendrier électoral. Certaines questions politiques relèvent manifestement du débat électoral, même si elles ne visent pas à recueillir des intentions de vote – ces sujets sont connus. D'autres n'en relèvent pas. Cette solution nous convient.

M. Stéphane Hoyneck. Nous sommes très attentifs aux travaux des chercheurs qui font valoir qu'en théorie, un vrai sondage aléatoire est préférable à tout autre, y compris à un sondage par quotas. Seulement, il n'est pas possible de réaliser de tels sondages en France. L'Insee pourrait éventuellement s'en charger, mais les délais requis seraient beaucoup trop longs, car un sondage aléatoire suppose non seulement de disposer d'une liste exhaustive de la population parmi laquelle tirer des personnes au hasard, mais aussi de solliciter ces dernières jusqu'à ce qu'elles répondent – puisque quelqu'un qui refuse de répondre a potentiellement des choses intéressantes à dire et ne devrait donc pas être écarté des résultats. Les enquêtes de l'Insee demandent ainsi trois à six mois, une durée incompatible avec l'objectif de donner une photographie de l'opinion. Tel était le sens de notre critique : nous mesurons tout à fait la pertinence théorique du sondage aléatoire, mais cette méthode ne fonctionne pas pour les sondages politiques qui nous sont soumis.

Nos pouvoirs d'enquête nous permettent d'exiger d'un sondeur tous les éléments lui ayant permis de réaliser un sondage. Dans l'affaire YouGov comme dans d'autres, nous avons demandé l'ensemble des fichiers, des tableaux Excel et des données brutes nécessaires pour reconstituer les résultats. Si un institut ne nous les fournit pas, nous estimons que le sondage doit être dénoncé. L'exemple d'AtlasIntel est intéressant : peut-être ne l'avez-vous pas noté, mais le sondage auquel vous faites référence prévoyait une victoire de Mme Le Pen au second tour de l'élection, par 50,5 % contre 49,5 %. Nous avons interrogé l'organisme, mais n'avons reçu aucune information à propos de ce sondage qui nous a été transmis le jeudi ou le vendredi précédant l'élection. Dans ces conditions, nous avons décidé de réagir immédiatement. Ce sondeur est actif aux États-Unis et ailleurs. Clairement, si AtlasIntel nous transmet un autre sondage, nous l'examinerons attentivement et, si nous n'obtenons pas davantage d'informations et qu'une saisine du procureur paraît pertinente, nous envisagerons sérieusement de le faire. En tout cas, lorsque nous n'obtenons pas les éléments que nous demandons, nous considérons que le sondage en question est *a priori* vérolé.

Pour ce qui est des mécanismes corruptifs, la loi fixe des obligations claires d'absence de liens avec les sondeurs, pour les membres de la commission comme pour les agents. Nous

nous y tenons de façon stricte. Je n'ai pas connaissance de situations dans lesquelles des sondeurs auraient cherché à nous influencer, mais nous y serions évidemment très attentifs. En la matière, nous bénéficions des mêmes garanties qu'une AAI. Nous serions évidemment très choqués par de tels comportements et envisagerions les voies et moyens d'y réagir le cas échéant.

M. le président Thomas Cazenave. Merci beaucoup pour votre disponibilité et vos réponses précises, qui ont permis d'enrichir nos travaux.

La séance s'achève à onze heures vingt-cinq.

Membres présents ou excusés

Présents. - M. Pierre-Yves Cadalen, M. Thomas Cazenave, Mme Nicole Dubré-Chirat, M. Antoine Léaument

Excusé. - M. Xavier Breton