

## Élections présidentielles françaises 2007

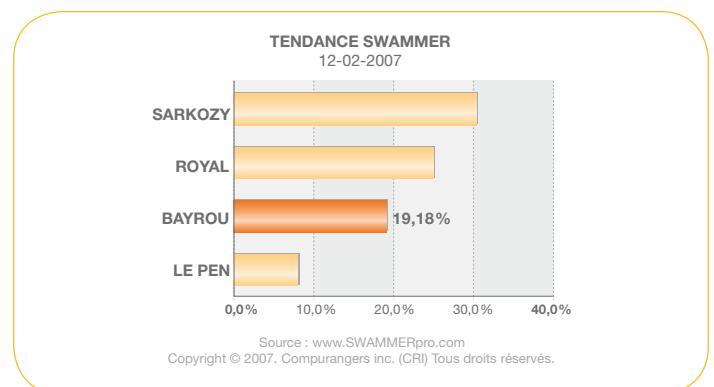
### Une corrélation évidente entre visibilité médiatique (Presse et Web) et résultats des élections?

Internet qui couvre près de 75 % des foyers de l'Hexagone, a potentialisé l'intérêt des Français en regard de l'élection présidentielle 2007. Réactif, interactif, populaire, Internet a révolutionné le monde de l'information politique jadis dirigé par les grands organes de presse. Ce bassin d'information, le plus grand et le plus influent au monde, a généré un nombre impressionnant de sites Internet, de dossiers spéciaux, de blogs partisans ou non durant la campagne électorale.

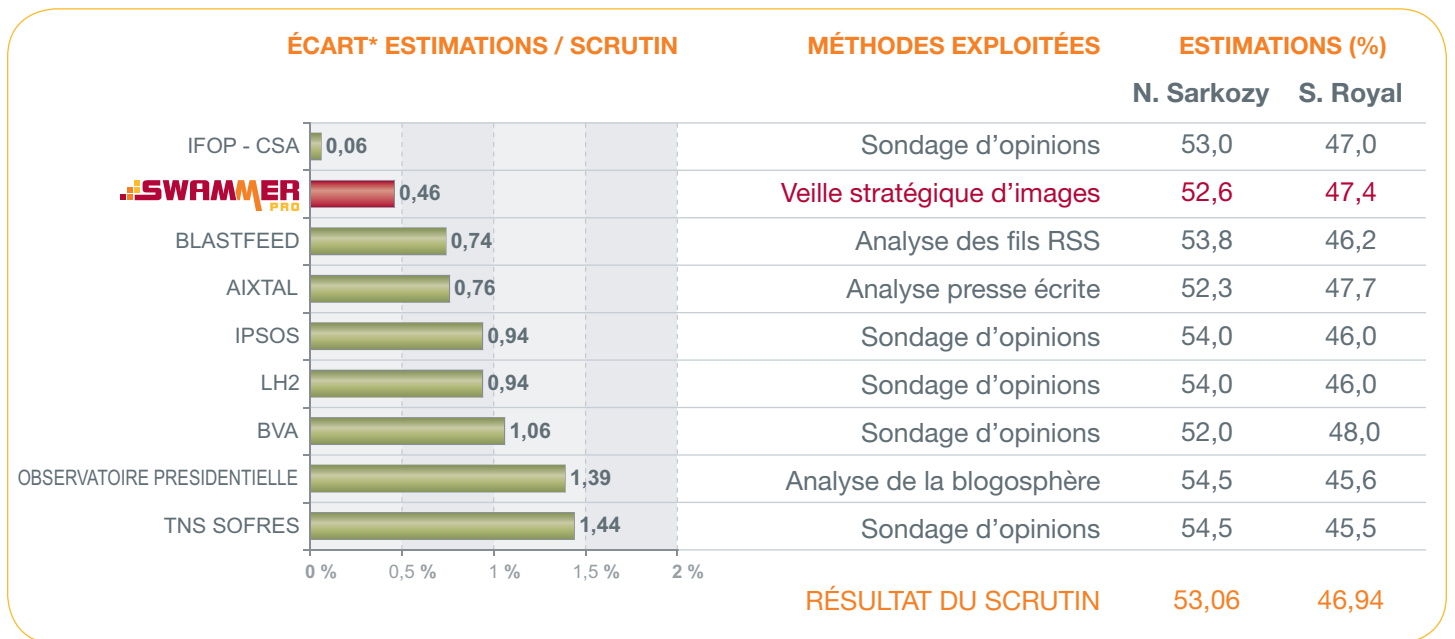
Les électeurs français ont également pu découvrir avec autant d'étonnement que de suspicion divers sites Web proposant des analyses prédictives. Internet est ainsi devenu la boule de cristal censée refléter les sensibilités collectives. Outre les instituts de sondages habituels, l'*Observatoire Présidentielle*, *Blastfeed*, ou encore le blog *Aixtal* du linguiste Jean Véronis, ont mis en exergue des analyses principalement basées sur des dénombrements d'articles ou de billets électroniques permettant, au final, le calcul et le classement de ratios. SWAMMER, outil canadien de veille stratégique d'images supporté par des méthodologies d'analyse uniques, s'est, lui aussi, remarquablement distingué durant l'élection présidentielle.

([www.SWAMMER.com](http://www.SWAMMER.com))

Comme le démontre le graphique comparatif, SWAMMER se classe au deuxième rang, tout type d'analyses con- fondu, des firmes ayant prédit, avec plus ou moins de justesse, le résultat du second tour de l'élection. Avec un écart moyen de 0,46 %, SWAMMER a de nouveau<sup>1</sup> montré l'étonnant potentiel d'analyse offert par Internet. Paramétré avec minutie, SWAMMER récupère, filtre, analyse et calcule constamment différentes mesures de **visibilité**, d'**actualité** et de **popularité** qui offrent un classement pertinent et actualisé des objets soumis à sa surveillance. Ainsi SWAMMER a-t-il patiemment scruté l'image médiatique des principaux candidats durant les élections françaises de 2007 allant même jusqu'à détecter, bien avant tout le monde, la présence d'un *outsider* qui allait bouleverser la donne : **François Bayrou**.



<sup>1</sup> SWAMMER avait prédit avec justesse les résultats du scrutin des élections fédérales canadiennes de 2006 et des élections provinciales québécoises de 2007.



\* Écart : il s'agit de l'écart quadratique moyen

Les résultats obtenus avec ces « nouvelles méthodes » sont étonnants de précision et ont soulevé de nombreuses interrogations. Et pourtant! Une simple énumération de points fort connus des sociologues et des spécialistes des communications aurait pu simplement éclairer les esprits suspicieux.

**1-** Internet est le plus grand réservoir d'information au monde et compte plus de 100 millions de sites Web et près de 75 millions de blogs. L'utilisation de moteurs de recherche habituels permet d'y forer avec une relative précision tout ce qui se dit et tout ce qui se pense dans un domaine précis. Mais plus encore, à l'instar de l'historien Pierre Renouvin pour qui la presse tenait à la fois lieu de guide et de miroir de l'opinion publique, force est d'admettre qu'Internet, réceptacle de toute

l'information publique, joue désormais ce double rôle. Internet est donc, loin de ce bazar médiatique inutile dont on l'accusait il y a encore si peu de temps, lieu et relais de toutes les expressions, de toutes les représentations sociales qui, finalement, traduisent toujours des intentions de comportements, voire des comportements (pratiques). Forer l'Internet, c'est donc puiser dans un immense réservoir de sensibilités que les outils d'analyses actuels peuvent disséquer, catégoriser, filtrer et enfin analyser en continu.

<sup>2</sup> « Le journal commence par être reflet et, presque aussitôt, cherche à devenir guide ». Pierre Renouvin, « Chronique : histoire et presse », *Revue du Nord*, vol. 212, tome LIV (1972), p.72.

<sup>3</sup> « Les représentations qu'un individu se fait du monde, d'un éventuel au-delà, de lui-même et de l'autre règlent le jeu du désir et de la répulsion; décident des figures de l'angoisse et de l'horreur. Le système de représentations ne fait pas qu'ordonner le système d'appréciation, il détermine les modalités de l'observation du monde, de la société et de soi; en fonction de lui s'organise la description de la vie affective », Alain Corbin, « Le vertige des foisonnements. Esquisse panoramique d'une histoire sans nom », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, vol. 39, n° 1 (janvier-mars 1992), p.117.

2- Partant de ce constat de potentiels d'analyse, il convient d'énumérer les avantages qu'offre l'analyse des opinions via Internet par rapport aux techniques habituelles de sondages, si souvent décriées.

Internet donne en effet accès aux opinions, pour qui sait les puiser. Mais au contraire des techniques utilisées par les sondeurs, nulle question orientant la réponse n'est posée, aucun non-répondant ne vient briser les balises des échantillons, aucun redressement des résultats n'est opéré à la lumière des résultats antérieurs. Bref, Internet nous permet, sans artifice, d'accéder à la noosphère, la sphère des idées et des sensibilités à l'état brut.

## NOOSPHERE





Il y a fort à parier que ces nouveaux outils et ces méthodes axés vers Internet vont poursuivre leur développement et être utilisés de manière exponentielle. Les applications tant sociales que « *business* » sont en effet infinies, comme en témoignent ces champs d'ores et déjà investis par SWAMMER :

- Prédiction politique<sup>4</sup>
- Prédiction boursière<sup>5</sup>
- Prédiction de menaces économiques<sup>6</sup>
- Prédiction de menaces terroristes
- Prédiction populaire<sup>7</sup>

---

Isabelle Dornic, Ph.D.  
Jérôme Coutard, Ph.D.

## JOINDRE SWAMMER



---

<sup>4</sup> SWAMMER s'est illustré à 3 reprises dans des cadres électoraux : canadien (2006), québécois (2007) et français (2007).

<sup>5</sup> SWAMMER a signé un partenariat avec le Groupe Centauris afin de coupler des indicateurs de mesure de perceptions aux indicateurs boursiers habituels.

<sup>6</sup> SWAMMER est en partenariat avec la firme SECOR dans la production d'un indicateur de mesure de la menace chinoise sur l'industrie manufacturière québécoise.

<sup>7</sup> SWAMMER s'est déjà illustré dans la prédiction des vainqueurs en compétition lors de galas ou festivals majeurs (*Artis, Cannes...*)