

CROSSING GUARD

SEAN PENN

SÉRIE N°16 - DVD N°7
6,20 € EN PLUS DE « M »
LE MAGAZINE DU « MONDE »
UNIQUEMENT EN FRANCE
MÉTROPOLITAINE

CULTURE & IDÉES

Anonymous : bas les masques !

Enquête sur les plus célèbres pirates du Net, leurs codes, leur idéologie. SUPPLÉMENT

SPORT & FORME

A Bahreïn, un Grand Prix sous tension

La course de formule 1 a été maintenue malgré les appels au boycottage. SUPPLÉMENT

De Rubens à Damien Hirst

M • LE MAGAZINE DU « MONDE »
UNIQUEMENT EN FRANCE MÉTROPOLITAINE,
EN BELGIQUE ET AU LUXEMBOURG



Le Monde WEEK-END

Samedi 21 avril 2012 - 68^e année - N°20918 - France métropolitaine - www.lemonde.fr -

Fondateur : Hubert Beuve-Méry - Directeur : Erik Izraelewicz

Peut-on croire aux ultimes sondages ?

■ Selon notre dernière enquête, Hollande domine le premier tour ■ Le candidat du PS obtient 29 %, contre 25,5 % pour Sarkozy ■ 28 % des sondés affirment qu'ils hésitent encore ■ En 2002 et 2007, les gros écarts entre sondages et résultats

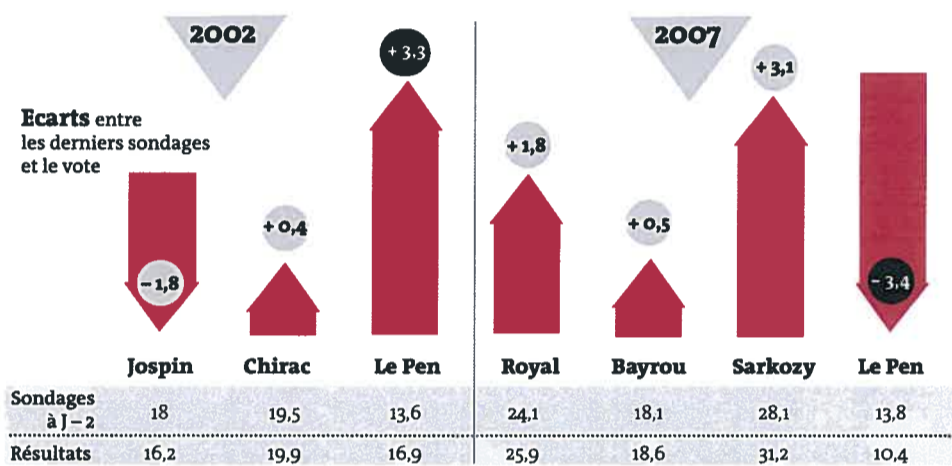
3,20 € ou 9,40 € avec le DVD (en France métropolitaine uniquement). Ne peut être vendu sans « M ».

La loi est claire : passé minuit, le vendredi qui précède un scrutin, toute publication d'un sondage est interdite. Il en est ainsi depuis 2002. Auparavant, la trêve sondagière était plus longue : une semaine entière. Bien sûr, cela n'empêchait pas les sondages de travailler jusqu'au dernier jour. Mais la confidentialité était de mise. Et il était impensable, du temps où les prétendants à l'Élysée s'appelaient Giscard, Mitterrand, Barre ou Balladur, de débattre publiquement, à l'avant-veille d'une l'élection présidentielle, des dernières tendances de l'opinion. Cette époque est révolue. A J-2, il est désormais possible de

publier d'ultimes séries d'intentions de vote. Ce que nous faisons aujourd'hui en diffusant la dix-huitième vague du baromètre Ipsos-Logica Business Consulting. Réalisée par téléphone mercredi 18 et jeudi 19 avril auprès de 1 021 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française en âge de voter, cette enquête, effectuée pour *Le Monde*, Radio France et France Télévisions, confirme le statut de favori de François Hollande au second tour. Et semble indiquer, dès le premier tour, un net décrochage de Nicolas Sarkozy.

THOMAS WIEDER

► Lire la suite page 3



PRÉSIDENTIELLE 2012

CONFIDENCES Le cheminement d'un citoyen, de Sarkozy à Mélenchon en passant par Le Pen. P. 17
SENIORS Comment capter l'électorat âgé, qui fait le vote. P. 2
MEETINGS Mélenchon à Paris, Hollande et Bayrou en Gironde. P. 4-5
TWEETS Nicolas Sarkozy « pas choqué » par l'annonce des résultats avant 20 heures. P. 4

Résister au désenchantement démocratique

C'est une drôle de campagne qui s'achève. Elle fut ennuyeuse, vide, insignifiante, a-t-on entendu. Elle ne se serait animée qu'avec l'irruption de petites polémiques au contenu symbolique fort mais au fond dérisoire, de la viande halal au permis de conduire. Il y a bien eu la primaire socialiste, la perte du triple A, l'horreur de Toulouse, la surenchère entre candidats « antisystème », la constance du favori et l'inconstance du sortant, le combat des trois challengers pour la médaille de bronze, l'essoufflement des « petits », le match des meetings... Malgré ces épisodes successifs, une certaine morosité s'est imposée dans le pays. C'est que le moment est marqué par l'empreinte d'un événement historique

majeur, la crise économique la plus grave qu'ait connue le monde depuis celle de 1929. D'abord américaine et financière, cette crise est aujourd'hui européenne et industrielle et menace de devenir morale et politique. Jamais, sous la V^e République, une élection présidentielle ne s'était inscrite dans une période d'incertitudes et d'inquiétudes aussi fortes pour un pays désormais totalement imbriqué dans le monde.

Editorial

ERIK IZRAELEWICZ

Cette crise, qui n'en finit pas de faire sentir ses funestes effets, a tout changé. Elle a pesé sur le de la campagne comme sur les projets affichés. Elle explique largement que, face aux trois grands enjeux de la France de demain -

l'emploi, l'Europe et l'environnement -, les candidats aient pu donner l'impression d'avoir, tous, adopté une stratégie d'évitement. Ils ont pris en compte ces enjeux, certes, mais sans réussir à présenter de véritables perspectives, à la fois désirables et crédibles.

Les Français sont appelés à choisir leur président de la République. Ils étaient en droit d'attendre de chacun une vision, une ambition pour le pays. Comme dans le roman de Georges Perec *La Disparition*, les prétendants à l'Élysée leur ont finalement raconté une histoire sans « e ».

« E » comme emploi. La crise a naturellement remis l'emploi et le pouvoir d'achat en tête des préoccupations des Français. Le chômage est le cancer de nos sociétés, disait-on il y a trente ans déjà, dans une triste formule. Source de désespoir et d'exclusion, il s'est en réali-

té aggravé et a été accompagné d'une précarisation accrue et d'une extension de la grande pauvreté. « Ensemble, tout est possible », avait proclamé, il y a cinq ans, Nicolas Sarkozy. Le candidat de la « rupture » se faisait fort, à l'époque, de réhabiliter la parole du politique. Les Français ont voulu y croire. Son volontarisme n'a pas permis d'inverser la tendance. Son échec, sur ce plan-là tout particulièrement, est interprété comme un signe supplémentaire, l'ultime pour beaucoup, de l'impuissance du politique. Il a alimenté un sentiment de résignation que les candidats n'ont pas vraiment réussi à contrecarrer.

Comment réanimer la machine à créer des emplois, comment relancer la croissance ? Sur ce thème, essentiel, les pistes évoquées ont été nombreuses, les réponses peu convaincantes.

► Lire la suite page 2

Les frères Bogdanov, terreur des chercheurs



SCIENCE & TECHNO

La communauté scientifique n'en revient toujours pas. Un astrophysicien trop critique a été condamné après une plainte déposée par Grichka Bogdanov. Enquête sur les relations houleuses entre les chercheurs et les célèbres jumeaux. SUPPLÉMENT

Le regard de Plantu



Si un jour, on peut aller voter contre les sondages, j'irai voter!

L'affaire Merah, sujet sensible dans les classes

Est-ce une bonne chose que Mohamed Merah soit mort ? Pour les victimes, leurs familles, le RAID, la justice, sa famille, lui-même, les gens ? Pour avoir posé cette question à sa classe de 3^e, une enseignante a été suspendue fin mars. « Si nous, professeurs, nous ne pouvons plus faire réfléchir nos élèves, qui le fera ? », se défend-elle. Dans les établissements scolaires, l'affaire du tueur de Toulouse et de Montauban continue de susciter des remarques déplacées, des provocations, des tensions communautaires. « Et les enfants palestiniens qui meurent chaque jour ? », lâchent certains élèves. Témoignages.

Lire page 10

ART BRUSSELS

Jeu 19 - Dim 22 avril
www.artbrussels.be



Résister au désenchantement démocratique

►►► suite de la première page

A l'instar des Français, plus réalistes qu'on ne le croit, les candidats savent, tous ou presque, que la crise de l'économie française (son endettement notamment) est bien plus grave qu'ils ne le proclament en meeting, qu'il faudra, tôt ou tard, comme tous nos voisins européens sans exception, procéder à des ajustements brutaux – dans nos finances publiques, dans notre Etat-providence et dans notre organisation industrielle. Mais ils ont préféré se cacher la face, nous voiler la vérité. Le temps d'une campagne sans doute. Ils se sont retrouvés, chacun à leur manière, en faisant porter le chapeau à l'Europe, un commode bouc émissaire, l'« Europe passoire », l'« Europe allemande », l'« Europe de la rigueur »...

Editorial

ERIK IZRAELEWICZ

« E » comme Europe, justement. Avec ses institutions froides et anonymes, ses directives mal comprises et la lourdeur de son fonctionnement, l'Union européenne telle qu'elle est ne saurait plaire. L'Europe est pourtant, plus que jamais, notre avenir – notre choix au Monde depuis longtemps. La petite musique anti-européenne qui a animé toute la campagne nous a été particulièrement désagréable. Elle est surtout inquiétante pour la suite. L'Europe n'est pas qu'un continent, un marché, une puissance, elle est un ensemble de valeurs que le prochain président se doit de défendre. L'Europe, c'est, sur le front politique, la démocratie représentative, les libertés publiques, l'état de droit, la laïcité, l'ouverture et la tolérance. C'est, en matière économique, une organisation originale qui veut concilier efficacité économique et justice sociale, liberté individuelle et solidarité collective, solidarité à l'intérieur de chaque nation, entre les Etats qui la composent et avec les pays les plus pauvres de la planète. Ces « modèles » sont peut-être en crise. Ce n'est pas une raison pour renoncer aux valeurs qui les sous-tendent. D'autant plus que l'Europe est, face au monde multipolaire qui se construit, la seule réponse possible pour la France – en

matière de sécurité tout autant qu'économique.

« E » comme environnement, enfin. Ce monde de 7 milliards d'habitants fait face à un autre défi maltraité dans la campagne, celui de l'environnement. « Notre maison brûle et nous regardons ailleurs. » Depuis que Jacques Chirac, président, avait prononcé cette formule au Sommet de la Terre de Johannesburg en 2002, l'incendie a progressé. Des catastrophes « naturelles » en série, une biodiversité qui se dégrade, un réchauffement climatique qui se confirme et s'accélère. Lors de la présidentielle de 2007, le « pacte écologique » de Nicolas Hulot s'était imposé comme l'un des passages obligés pour chaque candidat et avait conduit l'élu, Nicolas Sarkozy, à engager, dès le début de son quinquennat, le Grenelle de l'environnement. La crise économique n'a pas atténué la crise écologique. Elle l'a malheureusement écartée des priorités de nos prétextants. Ailleurs en Europe, les Verts réussissent à faire exister leurs problématiques ; moins en France. De fiscalité écologique, de stratégie énergétique ou d'écologie industrielle, il ne fut que peu question. La sortie de crise passe pourtant par un nouveau modèle de croissance, qui voit dans l'environnement une source d'opportunités plutôt qu'un handicap.

Malgré toutes ces insuffisances, il ne saurait être question de céder au désenchantement démocratique que l'on sent monter dans le pays, chez les jeunes notamment. La tentation de l'absentéisme ou du vote blanc est forte. Il ne faut pas y succomber. Ce dimanche, il faut aller voter. D'abord parce que c'est un droit durement acquis que nous envient tous ceux qui, dans le monde, en sont privés. Parce que, ensuite, en dépit de la vulgate du moment, ce scrutin offre de véritables choix. Parce que, enfin, il y a parmi les prétendants des personnalités qu'il faut impérativement écarter – car elles constituent un danger pour la démocratie, la République et les valeurs que l'on a rappelées. L'adage politique dit que, « Au premier tour, on choisit, au second, on élimine ». Pour qu'entre les deux tours le vrai débat puisse avoir lieu, il faut, cette fois-ci, s'assurer qu'au premier tour on aura éliminé !

◆ **ANALYSE** Le poids relatif des électeurs âgés, plus assidus que les autres aux urnes, en fait une cible privilégiée pour M. Sarkozy, qui les avait conquis en 2007, et pour M. Hollande, mieux considéré que ne l'est d'habitude la gauche

Pour gagner l'élection, séduire ou rassurer les seniors



Meeting de Nicolas Sarkozy le 6 avril à Caen. « Il cajole les seniors car c'est son cœur de cible électoral », observe Frédéric Dabi, de l'IFOP. OLIVIER LABAN-MATTEI/NEUS POUR « LE MONDE »

Pour qui les seniors voteront-ils ? Cette interrogation constitue l'une des clés du scrutin présidentiel. François Hollande et Nicolas Sarkozy espèrent capter le maximum de suffrages chez les plus de 65 ans, électoral stratégique, en majorité favorable au second. Cette partie de la population représente près d'un quart du corps électoral, selon Edouard Lecerf, directeur général de TNS Sofres. Surtout, elle vote plus que la moyenne, paramètre d'autant plus important que certains sondages font attendre une abstention plus élevée qu'en 2007.

Pour renforcer ses chances d'être réélu, le président-candidat soigne particulièrement cet électoral, qui lui avait donné la préférence il y a cinq ans. Pendant la campagne, il a multiplié les propositions en

souligner que le chef de l'Etat avait tenu sa promesse – formulée en 2007 – de revaloriser de 25 % le minimum vieillesse.

M. Sarkozy a toujours ménagé l'électorat âgé. Lors de la réforme des retraites de 2010, les efforts demandés ne concernaient que les pensionnés futurs. Les retraités actuels ne seront pas non plus concernés par les mesures d'économie sur le système de retraites annoncées par le gouvernement, en novembre 2011, dans le cadre de son plan de réduction des déficits publics.

« Nicolas Sarkozy cajole les seniors, car c'est son cœur de cible électoral », observe Frédéric Dabi, directeur adjoint du département opinion de l'IFOP. « Après avoir favorisé sa victoire en 2007, cette partie de la population a été son principal soutien, depuis le début du quinquennat, et celle qu'il a le mieux remobilisée depuis son entrée en campagne », précise-t-il. Le candidat UMP est crédité de près de 40 % des suffrages dans les intentions de vote de premier tour chez les plus de 65 ans, relève M. Lecerf, soit son meilleur score toutes catégories confondues. « Au second tour, c'est le seul segment électoral où il est donné gagnant face à François Hollande », précise le sondeur.

M. Sarkozy est d'autant plus attentif à cette catégorie de la population que le candidat du PS y est plutôt bien perçu. Au premier tour, les intentions de vote des seniors en faveur du député de la Corrèze, qui s'élèvent à 31 %, sont supérieures à la moyenne nationale, évaluée par l'IFOP à 27 %. M. Hollande n'est pas, pour autant, le

candidat favori de cette classe d'âge. « Nicolas Sarkozy dispose toujours d'un avantage par rapport à lui », observe M. Dabi. Selon son institut, le candidat PS est donné perdant au second tour, à 48 % contre 52 %. Mais c'est une bonne performance pour un candidat de gauche. « Nicolas Sarkozy ne fait pas le "break" comme en 2007. Il disposait d'un avantage très significatif à l'époque, alors que, aujourd'hui, François Hollande est quasiment à égalité avec lui », se réjouit Olivier Faure, spécialiste des questions d'opinion dans l'équipe de campagne du candidat socialiste.

Deux propositions de François Hollande « ont fait mouche » : les mesures pour la jeunesse et le contrat de génération

Dans les intentions de vote, M. Hollande obtient de bien meilleurs résultats que ceux de Ségolène Royal en 2007. Celle-ci n'avait recueilli qu'un tiers des suffrages, au second tour, chez les personnes âgées. « Il y avait plus d'appréhension à son égard, dans un public qui cherche de la protection et de la stabilité, qu'il n'y en a aujourd'hui pour François Hollande », estime M. Faure. Lors de la primaire socialiste, le vote des seniors avait déjà permis à l'ancien premier secrétaire du PS de creuser l'écart avec Martine Aubry.

Dans le camp Hollande, on revendique une stratégie radicalement opposée à celle de son principal adversaire. « Contrairement à Nicolas Sarkozy, notre candidat n'a pas cherché à faire du marketing électoral, en ciblant les seniors en particulier. Il a présenté un projet global qui parle à tous », fait valoir le conseiller opinion de M. Hollande.

Deux propositions de son programme « ont fait mouche » dans cette classe d'âge, selon Olivier Faure : les mesures pour la jeunesse, qui « plaisent beaucoup » aux parents et aux grands-parents, car ces derniers « sont très souvent amenés à soutenir financièrement leurs enfants », et le contrat de génération, qui prévoit une exemption temporaire de cotisation sociale pour tout employeur s'engageant à garder un senior tout en embauchant un jeune en CDI. M. Faure se réfère à ses enquêtes pour affirmer que « les salariés concernés sont très sensibles à l'idée de retrouver une utilité sociale forte et de transmettre leur savoir-faire aux générations futures ».

Quoi qu'il en soit, au PS comme à l'UMP, le senior est un « client » choyé. ■

ALEXANDRE LEMARIE

L'UMP n'a pas manqué de souligner que le chef de l'Etat avait tenu sa promesse de revaloriser de 25 % le minimum vieillesse

faveur des personnes âgées. Il a promis aux « 15,5 millions de retraités », s'il est réélu, le versement de leurs pensions dès le 1^{er} jour du mois, au lieu du 8. Autres mesures proposées : une enveloppe de 700 millions d'euros pour mettre en place « une réforme de la dépendance », et l'exonération de charges sociales pour l'embauche d'un chômeur de plus de 55 ans. A l'approche du scrutin, l'UMP n'a pas manqué de

« Préserver ce qu'ils ont acquis et ce qu'ils transmettront »

Questions à Bernard Denni, professeur à Sciences Po Grenoble

Pourquoi le vote des seniors est-il considéré comme stratégique ?

Les personnes âgées d'au moins 63 ans vont voter nettement plus que la moyenne et surtout davantage que les plus jeunes électeurs. Si les seniors votent en majorité pour les deux principaux candidats de gouvernement, ils préfèrent les sortants ayant l'expérience du pouvoir et issus de la droite républicaine. En 2007, ils ont voté pour Nicolas Sarkozy à plus de 40 % au premier tour, et entre les deux tiers et les trois quarts au second tour. Il s'agissait d'un vote d'adhésion à son programme et en particulier à un certain nombre de mesures proposées par le candidat de l'UMP, qui les touchaient plus ou moins directement, comme l'allègement des droits de succession ou la limitation de l'immigration.

Les mêmes mécanismes de mobilisation semblent se reproduire en 2012. Selon le baromètre TNS Sofres TriElec de fin mars, 76 % jugent que M. Sarkozy « a

l'étoffe d'un président » ; ils ne sont que 44 % à le penser pour M. Hollande. Dispersant peu leurs voix au premier tour, ils sont 42 % à souhaiter la victoire du candidat UMP et 21 %, celle de M. Hollande. Cet électoral politiquement homogène, mobilisé, « légitimiste » et conservateur est sans doute le principal atout du président-candidat, alors que le vote des plus jeunes, plus favorable à la gauche, est beaucoup plus incertain.

Est-ce la peur du changement qui explique leur conservatisme ?

C'est l'explication la plus fréquente, l'avancée en âge favoriserait la crainte du changement. Une étude de l'institut CSA publiée mercredi [18 avril] montre par exemple que seuls 15 % des plus de 65 ans ont cité le mot « changement », qui symbolise le slogan de campagne de François Hollande, comme le reflet de leur état d'esprit actuel. Mais, en même temps, leur préférence va à Nicolas Sarkozy, alors qu'ils sont 60 % à considérer que ce

dernier « veut vraiment changer les choses ». Il y a aussi des raisons sociologiques à leur conservatisme...

Quelles sont les raisons qui peuvent expliquer leur vote ?

Cela tient beaucoup à un effet de composition de cette classe d'âge. 77 % des seniors se déclarent catholiques, contre seulement 41 % des moins de 35 ans, selon le même baromètre. Et on sait que les catholiques votent majoritairement à droite. Le fait d'avoir ou non un patrimoine est un autre déterminant de leur comportement électoral. Même si elles ne sont pas forcément très riches, les personnes âgées ont davantage de biens que les autres. Quand on possède son logement et un peu d'argent, on vote traditionnellement plus à droite. Les seniors sont donc très sensibles aux mesures visant à préserver ce qu'ils ont acquis au cours de leur vie – grâce à leur travail – et ce qu'ils vont transmettre à leurs enfants. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR AL. LE.

Le Monde raconte les années Sarkozy

Un hors-série du Monde - 7,50 €
En vente chez votre marchand de journaux



Société éditrice du « Monde » SA
Président du directoire, directeur de la publication Louis Dreyfus
Directeur du « Monde », membre du directoire, directeur des rédactions Erik Izraelewicz
Secrétaire générale du groupe Catherine Sueur
Directeurs adjoints des rédactions Serge Michel, Didier Pourquery
Directeurs éditoriaux Gérard Courtois, Alain Frachon, Sylvie Kauffmann
Rédacteurs en chef Eric Béziat, Sandrine Blanchard, Luc Bronner, Alexis Delcambre, Jean-Baptiste Jacquin, Jérôme Fenoglio, Marie-Pierre Lannelongue (« M Le magazine du Monde »)
Chef d'édition Françoise Tovo
Directeur artistique Aris Papatheodorou
Médiateur Pascal Galinier
Secrétaire générale de la rédaction Christine Laget
Directeur du développement éditorial Franck Nouchi
Conseil de surveillance Pierre Bergé, président. Gilles van Kote, vice-président

Le Monde est édité par la Société éditrice du « Monde » SA
Durée de la société : 99 ans à compter du 15 décembre 2000. Capital social : 94.610.348,70 €. Actionnaire principal : Le Monde Libre (SOS).
Rédaction 80, boulevard Auguste-Blanqui, 75707 Paris Cedex 13 Tél. : 01-57-28-20-00
Abonnements par téléphone : de France 32-89 (0,34 € TTC/min) ; de l'étranger : (33) 1-76-26-32-89 ou par internet : www.lemonde.fr/abonjournal

La reproduction de tout article est interdite sans l'accord de l'administration. Commission paritaire des publications et agences de presse n° 0712 C 81975 ISSN 0395-2037

publicité
Président : Louis Dreyfus
Directrice générale : Corinne Mirejen

OJD
PRESSE PAYSANNE
PRINTED IN FRANCE

80, bd Auguste-Blanqui,
75707 PARIS CEDEX 13
Tél : 01-57-28-39-00
Fax : 01-57-28-39-26

Imprimerie du Monde
12, rue Maurice-Gunschou, 94852 Ivry cedex