

Article sélectionné dans

La Matinale du 05/05/2017 [Découvrir l'application](http://ad.apsalar.com/api/v1/ad?re=0&st=359392885034&h=5bf9bea2436da250146b6e585542f4e74c75620e) (http://ad.apsalar.com/api/v1/ad?re=0&st=359392885034&

h=5bf9bea2436da250146b6e585542f4e74c75620e)

## Présidentielle : Filteris ou l'échec du big data

La société canadienne avait annoncé François Fillon au second tour de la présidentielle. Si elle a échoué dans sa prédiction, elle a réussi à créer le buzz.

M le magazine du Monde | 05.05.2017 à 14h44 • Mis à jour le 06.05.2017 à 07h27 | Par François Krug

Ce matin de mars, Bruno Retailleau, coordinateur de la campagne de François Fillon, est l'invité de Radio Classique. Arrive l'inévitable question sur les sondages. Ils donnent désormais son candidat éliminé au premier tour de la présidentielle.

Le sénateur (Les Républicains) de la Vendée enclenche le pilotage automatique : « *Les sondages, parlons-en. J'ai appris depuis la primaire à les regarder de très, très loin.* »

Il pourrait s'en tenir à cet argument, usé mais efficace. Mais il en dégage un autre, inédit : « *Nous avons aussi des sondages qui sont faits avec ce que l'on appelle le big data et qui placent François Fillon en numéro deux, malgré l'énorme matraquage qu'il y a eu depuis des semaines. Donc tout est ouvert.* »

### Le mérite de la nouveauté

Le big data, c'est l'un des nouveaux totems de l'époque : l'immense masse de données circulant sur le Web et les réseaux sociaux, depuis les blogs jusqu'aux tweets. Il suffit de les extraire et de les passer à la moulinette de quelques algorithmes pour dégager les buzz, positifs ou négatifs, liés aux candidats.

En poussant un peu plus loin l'analyse, il est possible d'en tirer des cotes de popularité. Voire, avec un peu d'imagination, des intentions de vote. A défaut d'avoir prouvé sa fiabilité, l'outil a le mérite de la nouveauté.

Et chez les fillonistes, on s'intéresse au sujet depuis la primaire de la droite et du centre. Or à l'encontre des pronostics des sondeurs, une société canadienne inconnue mais spécialisée dans le big data et la « web-réputation », Filteris, avait prédit que Fillon arriverait en tête au premier tour. Voilà maintenant qu'elle assure, jour après jour, qu'il passera bien le premier tour de la présidentielle.

Le site de *Valeurs actuelles* reprend chaque jour ses études. Les militants tweetent et retweetent (« *Ne lâchez pas Fillon, il remonte selon @Filteris* », avertit @Fillonvictoire), des élus s'y mettent aussi (« *François Fillon en tête conserve la confiance des Français !* », annonce la députée (LR) des Bouches-du-Rhône Valérie Boyer).

Le vendredi 21 avril à 23 h 50, Filteris confirme tous leurs espoirs en révélant sa dernière étude avant le premier tour : 21,57 % pour Fillon, certes derrière Marine Le Pen, mais devant Jean-Luc Mélenchon et Emmanuel Macron.

Deux jours plus tard, le candidat de LR n'obtient finalement que 20,01 % des suffrages, derrière Le Pen, mais aussi derrière Macron, qui n'est plus quatrième, mais premier, et finit quatre points au-dessus de son score chez Filteris. Big data, grosse cata.

### Tous les analystes du big data se sont plantés

La start-up Vigiglobe, l'application GOV ou le projet Predict the president monté par des étudiants de Télécom ParisTech, [tous les analystes du big data se sont plantés](http://pixels/article/2017/04/24/big-data-buzz-sur-les-reseaux-sociaux-la-defaite-des-previsions-alternatives_5116570_4408996.html) (/pixels/article/2017/04/24/big-data-buzz-sur-les-reseaux-sociaux-la-defaite-des-previsions-alternatives\_5116570\_4408996.html) .

Mais Filteris attire tous les regards depuis que certains la suspectent d'être une officine filloniste chargée de répondre avec ses algorithmes au *Canard enchaîné* et aux coups des prétendus cabinets noirs.

En étudiant l'organigramme de Filteris, des journalistes de LCP-Assemblée nationale y ont découvert un vice-président ayant siégé au conseil d'administration de l'Automobile Club de l'Ouest (ACO), l'organisateur des 24 Heures du Mans, aux côtés de Pierre Fillon, le frère de François. La piste sarthoise ne s'arrête pas là : les fondateurs de la société, un couple de Français expatriés au Canada depuis les années 1990, ont grandi au pays de François Fillon.

Cela n'a pas empêché les militants de Jean-Luc Mélenchon de se passionner eux aussi pour les chiffres de Filteris. Début février, la société situait le candidat à 18 %, huit points de plus que dans les sondages. L'information circule vite sur Discord, la plate-forme utilisée par les « insoumis » pour débattre et préparer leurs prochaines actions d'agit-prop.

Chez eux aussi, les doutes sur la fiabilité de Filteris sont vite balayés. « *J'ai regardé le sérieux du type et c'est bon bon bon pour nous !* », rassure un participant. « *Vous organisez une opération sur les réseaux sociaux pour le faire savoir ? Un bon sondage c'est bien, mais c'est encore mieux si ça se sait !* », suggère un autre.

Comme chez les fillonistes, on tweete et on retweete. « *Les vrais sondages placent #JLM2017 aux portes du second tour* », s'enthousiasme Liêm Hoang-Ngoc, le conseiller économique du candidat. A quelques jours du premier tour, c'est Antoine Léaument, responsable de la communication de Jean-Luc Mélenchon sur les réseaux sociaux, qui tweete la bonne nouvelle : « *@Filteris met pour la première fois @JLMelenchon au second tour. Dimanche, tout est possible.* »

## **Faire trembler les géants du sondage**

Au téléphone, Jérôme Coutard (47 ans) s'amuse de cette agitation : « *Nous sommes à trente kilomètres de Québec, dans les montagnes. Nous avons été propulsés au centre de beaucoup de conversations, alors que nous n'étions pas du tout dans le tumulte français.* »

Après avoir passé son bac à Sablé-sur-Sarthe et étudié l'histoire à la fac du Mans, il a profité d'une bourse du gouvernement canadien pour faire sa thèse au Québec. Sa compagne, Isabelle Dornic, a suivi le même parcours. Passionnés tous deux par la statistique, les réseaux et les données qu'on peut y récolter, ils créent Filteris en 2002.



En s'appuyant sur les données du Web, Filteris avait prédit un second tour Le Pen-Fillon. EBOY

L'entreprise inconnue qui devait faire trembler les géants du sondage est un nain. Ses deux fondateurs sont ses seuls permanents. Jérôme Coutard refuse de révéler le chiffre d'affaires de Filteris. Ils auraient réalisé des missions pour quelques pointures, comme Areva ou le ministère français de la défense, mais enchaînent les contrats modestes au Canada et en France. Comme des missions le long de la côte vendéenne il y a quelques années : une étude sur l'image des stations balnéaires locales, une application touristique pour smartphone à Saint-Jean-de-Monts... Ils ont aussi tenté de s'implanter dans l'Est, en s'associant à un consultant alsacien, mais n'y ont décroché aucun contrat.

« IL SERAIT  
MALHONNÊTE DE  
MA PART DE VOUS  
DIRE QU'ON N'A  
PAS PENSÉ QU'UN  
PEU DE PUB ÇA

Le couple de statisticiens travaillerait aujourd'hui sur une application permettant à une entreprise ou à une personnalité d'évaluer et de gérer sa réputation en ligne. Avec le soutien de leurs trois actionnaires extérieurs.

Parmi eux, Daniel Quéro, celui qui fréquentait Pierre Fillon à l'Automobile Club de l'Ouest. Cet ancien chef d'entreprise préside l'association Quarante millions d'automobilistes, créée par l'ACO. Echaudé, il n'a pas souhaité répondre à nos questions. Interrogé en mars par LCP-Assemblée nationale,

NE NOUS FERAIT PAS DE MAL. »  
JÉRÔME  
COUTARD,  
COFONDATEUR  
DE FILTERIS

il s'insurgeait qu'on puisse imaginer que ses contacts avec le frère de François Fillon aient eu la moindre influence sur les travaux de Filteris.

Un autre Sarthois a lui aussi investi dans le microgroupe monté autour de Filteris : installé en Belgique, il y est le correspondant local de l'ACO. Le troisième n'a rien à voir avec les bolides. Il est chiropracteur en Gironde, et explique avoir sympathisé avec Jérôme Coutard lors d'une conférence sur les réseaux sociaux à Bordeaux. Il lui a même permis de gagner un client : l'Association française de chiropraxie a commandé une analyse à Filteris.

On est loin de la politique. Les élections, Filteris ne s'y intéresse qu'à des fins scientifiques, assure Jérôme Coutard : le buzz généré par une campagne permettrait de tester les algorithmes maison sur des volumes de données importants, « *entre 500 000 et 1,5 million d'occurrences en vingt-quatre heures* ».

## Le coup de main d'une lobbyiste

Mais « *il serait malhonnête de ma part de vous dire qu'on n'a pas pensé qu'un peu de pub ça ne nous ferait pas de mal* », admet-il. En 2012, Filteris avait déjà étudié la présidentielle française et sorti une application, BuzzPol, permettant de consulter ses études. Un bide. En 2017, pour que l'on parle enfin d'elle, la société a bénéficié du coup de main d'une experte.

Véronique Queffélec est une lobbyiste chevronnée. Et, en ce moment, elle est agacée par les soupçons pesant sur son partenaire canadien. Elle prévient qu'elle enregistre notre conversation car « *il y a eu tellement de désinformation sur Filteris* ». Et rappelle deux jours plus tard, nous suspectant de préparer « *un article à charge* ».

Son petit cabinet, Euromédiations, est installé à quelques mètres de l'Élysée, rue du Faubourg-Saint-Honoré. Elle a ses entrées chez les politiques (elle figure au registre des « représentants d'intérêts » autorisés à fréquenter l'Assemblée nationale) comme chez les people (elle est la mère de l'écrivaine Amanda Sthers et, à ce titre, l'ancienne belle-mère de Patrick Bruel).

Elle travaille entre la France (elle raconte avoir, par exemple, été missionnée par les producteurs de margarine, désireux de convaincre que leur produit valait bien le beurre) et l'Inde (pour des entreprises comme pour des politiciens locaux).

Sur les conseils de relations communes, elle aurait contacté les fondateurs de Filteris par le biais de LinkedIn. « *Elle nous aide, et elle nous utilise pour ses clients*, résume Jérôme Coutard. *On se rend des services mutuels.* »

« PENDANT QUELQUES SEMAINES, FILTERIS M'AVA ENVOYÉ SES GRAPHIQUES ET ON LES PUBLIAIT SUR LE SITE. ÇA FAISAIT UN BUZZ DE MALADE. »  
GEOFFROY  
LEJEUNE,  
DIRECTEUR DE LA RÉDACTION DE  
« VALEURS ACTUELLES »

Les médias restant indifférents aux études de Filteris, Véronique Queffélec se tourne vers une vieille connaissance : [Robert Lafont, l'empereur de la presse low cost](#) ([/m-actu/article/2015/06/12/robert-lafont-editeur-version-copier-coller\\_4651222\\_4497186.html](#)), qui a lancé une centaine de titres dans tous les domaines. La lobbyiste lui propose ce qu'il apprécie le plus, du contenu gratuit. Les analyses de Filteris trouvent refuge sur le site de son mensuel économique *Entreprendre*. Elles y gagnent l'apparence de validation journalistique qui leur manquait.

« *C'était un accord non exclusif, mais, au début, nous étions les seuls à les reprendre*, se félicite Robert Lafont. *C'était intéressant d'avoir du buzz, nous avons été beaucoup retweetés.* » Et pas seulement par le lectorat d'*Entreprendre* : les militants mélenchonistes s'enthousiasment pour les sondages publiés par ce magazine défendant l'entreprise et pourfendant l'étatisme.

Véronique Queffélec réussit ensuite à placer les analyses de Filteris sur le site de *Valeurs actuelles*. La lobbyiste a utilisé [une autre vieille connaissance, le journaliste André Bercoff](#) ([/idees/article/2017/04/13/andre-bercoff-la-vf-de-trump\\_5110655\\_3232.html](#)), une des plumes de l'hebdomadaire. « *Elle m'a raconté comment Filteris opérait. J'ai trouvé ça intéressant, et ils m'ont envoyé leurs études par mail, explique-t-il. J'ai présenté ça à la direction de Valeurs.* »

Celle-ci n'a pas été totalement convaincue, admet Geoffroy Lejeune, le directeur de la rédaction. Mais en pleine affaire Penelope, quand il découvre que « *les fillonistes se rattachent aux analyses de Filteris* », il tente finalement le coup : « *Pendant quelques semaines, la société m'a envoyé ses*

*graphiques par WhatsApp. Je les recevais la nuit à cause du décalage horaire et on les publiait sur le site. Ça donnait un autre son de cloche et faisait un buzz de malade. »*

## **Des chiffres déjà erronés pour la primaire de la droite**

Les résultats passés de Filteris incitaient pourtant à la prudence. Y compris ses titres de gloire, comme l'annonce d'une victoire de François Fillon au premier tour de la primaire de la droite et du centre.

Filteris lui accordait tout de même un score deux fois moins important que son résultat final. Elle plaçait Nicolas Sarkozy en seconde position, sous-estimait Alain Juppé et surestimait tous les autres, accordant par exemple 8,8 % à Jean-François Copé (contre 0,3 % au final) ou 11,4 % à Jean-Frédéric Poisson (contre 1,4 % au final), le candidat inconnu qui s'était démarqué lors des débats télévisés et avait donc « buzzé » sur les réseaux sociaux.

*« Nous n'avons jamais dit que nos chiffres étaient des intentions de vote, se défend Jérôme Coutard. Nous avons toujours dit que notre objectif était de vérifier le lien entre le poids numérique d'un candidat et le résultat du scrutin. »*

Les sondeurs ont pris leur revanche au soir du premier tour de la présidentielle, enchaînant les tweets vachards sur Filteris. *« Nous ne sommes pas en compétition. Les sondeurs font un très bon travail, ils ont eu des échecs et nous en avons eu un au premier tour »,* se rassure Jérôme Coutard.

## **« Escroquerie intellectuelle », « charlatanisme »**

C'est une « *pseudo-enquête électorale à prendre avec des pincettes* », ont conclu les Décodeurs du Monde ([/les-decodeurs/article/2017/04/03/election-presidentielle-filteris-la-pseudo-enquete-electorale-a-prendre-avec-des-pincettes\\_5105106\\_4355770.html](http://les-decodeurs/article/2017/04/03/election-presidentielle-filteris-la-pseudo-enquete-electorale-a-prendre-avec-des-pincettes_5105106_4355770.html)) en avril. D'autres n'y vont pas avec des pincettes, mais à la machette. Notamment « *le Petit Belge* », comme l'appelle Jérôme Coutard.

Tout au long de la campagne, Nicolas Vanderbiest, doctorant au département de communication de l'Université catholique de Louvain et blogueur, a dénoncé l'opacité de la méthodologie de Filteris et le manque de représentativité de leurs données, piochées sur les réseaux sociaux : sur Twitter, les militants sont plus nombreux que dans le monde réel. Une « *escroquerie intellectuelle* » et du « *charlatanisme* », selon lui.

Au téléphone, il confirme son jugement, renforcé par les résultats du premier tour. Et tente une comparaison pour les néophytes : *« Ils disent qu'ils ont une recette pour couper les patates et les faire cuire, mais ils ne vous disent pas combien de patates il y a, comment ils les coupent et combien de temps ils les font cuire. »*

Jérôme Coutard a raté son pari mais, à défaut d'asseoir la crédibilité du big data, il aura enfin réussi à faire parler de Filteris en France. Sa première et dernière exposition médiatique nationale avait été une tribune publiée dans *Le Monde* en 2011 ([/idees/article/2011/05/20/oscillations-d-une-web-reputation\\_1524965\\_3232.html](http://idees/article/2011/05/20/oscillations-d-une-web-reputation_1524965_3232.html)), en pleine affaire DSK, cosignée avec Olivier Hassid, expert en cybersécurité et en intelligence économique. Les deux auteurs tentaient d'évaluer le buzz, positif ou négatif, entourant Dominique Strauss-Kahn depuis son arrestation.

Ces dernières semaines, ils avaient d'ailleurs eu en tête de renouveler l'expérience en consacrant une nouvelle tribune à François Fillon et à la stratégie qui lui permettrait de rebondir avant le scrutin. Le titre était déjà arrêté : « *La tentation du buzz* ». Pour François Fillon, c'est trop tard. Pour Filteris, la tentation reste entière.