



Crédit : UGO AMEZ/SIPA

[Accueil](#) > [Actualités](#) > [Politique](#) > Municipales 2026 : un électeur sur six a utilisé l'IA pour l'aider

Municipales 2026 : un électeur sur six a utilisé l'IA pour l'aider dans son choix de vote, révèle une étude

Les élections municipales ont vu, pour la première fois en France, un nombre significatif d'électeurs, environ un sur six, faire appel à l'IA conversationnelle pour déterminer leur choix de vote, d'après une étude Toluna Harris Interactive. Une pratique encore très minoritaire, mais qui interroge sur l'influence politique réelle de l'IA à un an de l'élection présidentielle.



Par **Christian Mouly**

Temps de lecture : 6 min

Publié le 18/05/2026 à 17:07

La politique n'échappe pas à son utilisation croissante. Mobilisée par les partis pour produire visuels, tracts et plans stratégiques, [en agnui quotidien du travail parlementaire](#), l'IA s'invite désormais dans la décision des électeurs. Au moins d'une partie d'entre eux : 16 % des Français ont ainsi fait appel à un outil d'intelligence artificielle pour orienter leur choix de vote lors des municipales 2026, d'après une étude Toluna Harris Interactive*, dont le Think Tank Terra Nova publie ce lundi [les conclusions](#).

« Un Français sur six a consulté une IA générative en se disant qu'il allait lui poser des questions sur son comportement électoral, c'est un phénomène important », assure à Public Sénat Jean-Daniel Lévy, auteur de l'étude et directeur délégué de Toluna France. De quoi faire des municipales de mars dernier l'acte 1 de l'utilisation électorale de l'IA en France : « Elle n'est plus réservée à quelques technophiles isolés mais commence à s'inscrire dans les pratiques politiques ordinaires d'une part identifiable de l'électorat », pointe le sondeur.

5 % des Français ont changé de vote après consultation d'une IA

L'enquête, réalisée à partir d'un sondage le jour du vote auprès de plus de 4 000 électeurs répartis dans des communes d'au moins 3 500 habitants, distingue plusieurs types d'usagers. Le chiffre de 16 % additionne ainsi les Français ayant été confortés par l'IA dans leur choix (7 %), ceux ayant changé d'avis à son contact (5 %) et ceux qui, ne sachant pour qui voter, s'en sont servis pour adopter une position (4 %).

Outil de confirmation, d'influence ou d'aide à la décision : l'IA offre diverses possibilités. Sans surprise, ce sont les publics les plus habitués à son usage qui s'en sont emparés pour ces municipales. 20 % des hommes y ont eu recours (contre 10 % des femmes) et 35 % des moins de 25 ans (contre seulement 1 % des 75 ans et plus).

Si près de la moitié de ses adeptes l'ont donc utilisé comme simple gage de contrôle de leur choix, l'IA inquiète par sa capacité à modifier les positions de vote. Presque un tiers des utilisateurs en ont fait l'expérience lors des municipales. « Les IA sont des boîtes noires et posent la question de savoir comment se forgent les opinions politiques », prévient Jean-Daniel Lévy, rappelant toutefois qu'il s'agit encore là d'un phénomène très minoritaire.

« Je ne sais pas ce que ChatGPT va recommander de voter »

En novembre dernier, Emmanuel Macron s'inquiétait de leur influence grandissante devant un parterre de lecteurs de La Voix du Nord. « Aux prochaines municipales et présidentielle, je vais vous dire ce qu'il va se passer : de plus en plus de nos compatriotes vont aller sur leur agent IA et ils vont dire « pour qui je dois voter ? ». Là, on va rentrer dans un autre monde, parce que je ne sais pas ce que ChatGPT va recommander de voter. »

L'impact d'un dialogue prolongé avec une IA générative a déjà été mis en lumière par plusieurs chercheurs du Massachusetts Institute of Technology (MIT) pour l'élection présidentielle américaine de 2024. Dans leur étude publiée le 4 décembre dans [Nature](#), les auteurs ont observé un renforcement de la préférence partisane des électeurs placés face à un modèle conçu pour défendre leur favori (Donald Trump ou Kamal Harris) et, à l'inverse, un effritement de leur adhésion après des contacts avec un modèle opposé à leur candidat.

Les CSP- s'informent davantage via l'IA

En attendant pareille conclusion dans le cas français, une partie de l'électorat a également utilisé l'IA comme source d'information sur la campagne des municipales. Ils sont 11 % dans ce cas, ce qui n'en fait que le quatorzième canal d'information, d'après l'étude Toluna Harris Interactive, loin derrière les tracts (59 %), le bouche à oreille (47 %), la presse quotidienne régionale (36 %) ou encore les réseaux sociaux (32 %). De quoi nuancer, là encore, son importance.

L'utilisation informationnelle de l'IA révèle, elle aussi, une surreprésentation des hommes (14 %, contre 8 % de femmes) et des plus jeunes. Mais, même pour ces derniers, l'IA demeure dernière dans la hiérarchie des sources d'information utilisées au cours de la campagne. Moins âgés que la moyenne, les sympathisants de La France insoumise sont les plus nombreux à l'avoir adoptée (16 %).

Plus étonnant, cette utilisation « touche des catégories de population dont on aurait pu considérer, a priori, qu'elles ne font pas partie des principaux usagers », analyse Jean-Daniel Lévy. Les CSP-, soit les ouvriers et employés, se sont ainsi davantage informés via l'IA (17 %) que les cadres et professions intellectuelles supérieures (13 %). Des électeurs qui « se sentent moins proches de l'information politique et dont l'opinion est parfois moins constituée », précise le sondeur.

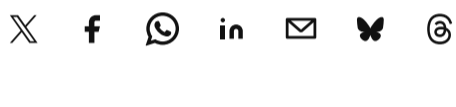
« Un outil de référencement important »

L'apparition de l'IA dans la conversation politique était prévisible. [Une étude Ipsos-bva](#) parue en janvier, avant le scrutin municipal, révélait que près d'un Français sur deux (48 %) avait déjà utilisé ou envisageait d'utiliser un outil d'IA générative pour se renseigner sur la politique à l'occasion des municipales ou de la présidentielle. Ce chiffre grimpe à 75 % chez les 18-24 ans. Outre des renseignements sur des mesures programmatiques ou les positions des candidats, 30 % des sondés imaginaient y recourir pour identifier le parti le plus en adéquation avec leurs idées.

« L'IA s'est imposée comme un outil de référencement important. Comme avec l'émergence des réseaux sociaux, les partis politiques ont un peu de retard mais ils commencent sérieusement à s'y mettre », explique Jean-Daniel Lévy. A ceci près que, contrairement aux réseaux sociaux dont on peut en partie décoder les impératifs pour y figurer en bonne place, les réponses apportées par les assistants conversationnels restent difficiles à comprendre, et donc à influencer. Un défi majeur pour la campagne de 2027.

*Méthodologie

Enquête réalisée en ligne tout au long de la Journée électorale du 15 mars 2026, 1^{er} tour des élections municipales. L'échantillon est composé de 4 145 personnes inscrites sur les listes électorales dans les communes de 3 500 habitants et plus, issu d'un échantillon de 6 288 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



Pour aller plus loin

ELECTIONS MUNICIPALES 2026

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

POLITIQUE

SONDAGE

Dans la même thématique

Voir tous

3 min

POLITIQUE

Crise pétrolière : « Avec le transport maritime à la voile on est à 1g de CO2 par tonne de matériel transporté au km » se réjouit cet entrepreneur

Alors que le détroit d'Ormuz est toujours bloqué, et que les prix des hydrocarbures sont toujours au plus haut, certaines solutions de...

Le 23 mai 2026

4 min

POLITIQUE

Esclavage : « L'identité française est faite de grands récits et de grands crimes », reconnaît Emmanuel Macron

A l'occasion des 25 ans de la loi Taubira, reconnaissant la traite et l'esclavage comme crime contre l'humanité, l'Élysée organisait un...

Le 22 mai 2026

4 min

POLITIQUE

Présidentielle 2027 : en Av...
officialise sa candidature

C'est fait, Gabriel Attal a mi...
suspense sur sa candidature...
Le patron de Renaissance a...

Le 22 mai 2026



Retrouvez-nous sur :

Accès rapide

En direct
Replay
L'Actualité
Notre programme
Nos documentaires
Nos émissions
Nos podcasts

À propos

L'équipe
Conseil d'administration
Comité d'éthique
Le site du Sénat
Nos partenaires
Marchés publics
Rapport d'activités
Appel à projets documentaire

Services

Espace Presse
Nous contacter
Newsletter
Où nous voir ?
Recrutement
Flux RSS

Préférence cookie

Politique de gestion des cookies

Politique de protection des données

Mentions légales

Charte de modération

Plan du site

Crédits : GO&UP

© Public Sénat - 2026