

## Le cadre juridique des sondages électoraux

**Les sondages électoraux sont strictement encadrés par la loi n°77-808 du 19 juillet 1977 car ils peuvent avoir une grande influence sur l'opinion publique. Sont régis par la loi « les sondages publiés, diffusés ou rendus publics sur le territoire national, portant sur des sujets liés, de manière directe ou indirecte, au débat électoral. » En outre, sont assimilées à des sondages pour l'application de la présente loi les opérations de simulation de vote réalisées à partir de sondages liés au débat électoral.**

### 1. Les différents sondages de nature électorale

Les **sondages de notoriété (dits « quantitatifs »)** sont effectués pour évaluer les chances de succès d'un candidat : les questions ne portent que sur la notoriété et/ou les intentions de vote du corps électoral ; leur coût n'a pas à être intégré dans le compte de campagne. Les **sondages « qualitatifs »** sont ceux qui servent à définir et à orienter les thèmes de la campagne d'un candidat ; ils comportent des questions relatives aux attentes des électeurs et leur montant doit dès lors apparaître dans le compte de campagne.

Les « sondages » ou enquêtes d'opinion sur internet ne sont pas des sondages, au sens de la loi, car ils sont réalisés sans aucune garantie technique. Ces enquêtes ne doivent donc pas être présentées comme des « sondages » par leurs auteurs. Dans le cas contraire, la Commission des sondages intervient pour enjoindre l'auteur et le diffuseur soit de retirer du blog en cause l'enquête à laquelle il procède, soit de l'accompagner d'un avertissement précisant qu'il ne s'agit pas d'un sondage mais d'une simple enquête réalisée auprès des seules personnes volontaires ayant visité le blog dont les résultats ne peuvent être regardés comme représentatifs de l'opinion des électeurs.

### 2. Les règles encadrant la réalisation et la diffusion des sondages électoraux

**Règles à respecter avant toute diffusion.** Préalablement à la réalisation d'un sondage électoral, l'institut engagé

doit adresser une déclaration à la Commission des sondages dans laquelle il s'engage à respecter la législation en vigueur (art. 7 de la loi). Ensuite, avant la publication, l'institut doit déposer auprès de la même Commission une notice d'information précisant notamment : le nom de l'organisme réalisant le sondage ; le nom et la qualité du commanditaire ; le nombre de personnes interrogées ; la méthode de composition de l'échantillon représentatif de sondés ; les dates auxquelles il est procédé aux interrogations ; le texte intégral des questions posées ; une mention précisant qu'il y a une marge d'erreur ; une mention indiquant le droit de toute personne à consulter la notice d'information ; l'objet du sondage... (art.3 de la loi). Enfin, en même temps qu'il remet cette notice d'information, l'institut de sondages doit communiquer à la Commission les documents sur la base desquels le sondage sera publié ou diffusé (art. 5 de la loi).

**Règles à respecter lors de toute publication.** La première publication ou la première diffusion de tout sondage électoral doit être accompagnée de certaines indications, dont le nom de l'organisme ayant réalisé le sondage, le nom et la qualité du commanditaire, le nombre de personnes interrogées ; les dates auxquelles il a été procédé aux interrogations ; le texte intégral des questions posées ; une mention précisant la marge d'erreur... Par ailleurs, lors de la publication ou de la diffusion d'un sondage, les données relatives aux

réponses des personnes interrogées doivent être accompagnées du texte intégral des questions posées.

**Sondages et période de réserve électorale.** En cas d'élections et de référendum, la veille et le jour de chaque scrutin, aucun sondage électoral ne peut faire l'objet, par quelque moyen que ce soit, d'une publication, d'une diffusion ou d'un commentaire. Cette interdiction prend fin à la fermeture du dernier bureau de vote de la circonscription concernée. (art. 11 de la loi). Toutefois, les sondages mis en ligne avant la veille d'un scrutin peuvent être maintenus à condition que soient indiqués la date de première publication, le média qui les a diffusés et l'organisme qui les a réalisés. Les candidats et organes de presse doivent supprimer tous les liens hypertextes éventuels renvoyant vers des sites publiant des sondages, et notamment vers les sites étrangers qui échappent à l'interdiction française.

**David Biroste**

Docteur en droit, auteur de « Transparence et financement de la vie politique » (LGDJ, 2015)