

LA COMMISSION DES SONDAGES
FACE AUX ELECTIONS PRESIDENTIELLE ET
LEGISLATIVES DE 2002

L'activité de la commission des sondages, pendant la période précédant les élections présidentielle et législatives de 2002, s'est répartie de la manière suivante :

- la mise en œuvre des dispositions introduites dans la loi du 19 juillet 1977 par la loi n° 2002-214 du 19 février 2002 ;
- l'examen systématique de la fiabilité de tous les sondages publiés ayant un rapport direct ou indirect avec les élections ;
- l'instruction des réclamations ;
- le contrôle du respect de l'interdiction de publication et de commentaire à la veille des scrutins.

Le présent rapport examinera successivement les questions relatives à l'application des nouvelles dispositions législatives et les problèmes ou difficultés qu'a rencontrés la commission dans l'exercice de son contrôle.

1- La mise en œuvre des dispositions issues de la loi du 19 février 2002.

La loi du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion a été modifiée pour la première fois depuis son entrée en vigueur par la loi n° 2002-214 du 19 février 2002¹. Cette loi, à la préparation de laquelle la commission a été associée par le gouvernement, modifie et complète la loi de 1977. Les modifications législatives sont d'inégale portée.

La première partie de ce rapport vise à la fois à présenter ces nouvelles dispositions et à tirer un premier bilan, près d'un an après leur entrée en vigueur, de leur application. Des deux réunions qui ont été organisées en 2002, à l'initiative de la commission avec les représentants des instituts de sondage, la première, qui s'est tenue le 15 mars, était précisément destinée à aborder les questions de principe et d'ordre pratique que pose la nouvelle loi.

1-1 Le raccourcissement de la période d'interdiction.

Rappelons que, par une décision du 4 septembre 2001, la chambre criminelle de la Cour de Cassation avait jugé qu'en « interdisant la publication, la diffusion et le commentaire par quelque moyen que ce soit de tout sondage d'opinion en relation avec les consultations visées par l'article 1^{er} de la loi du 19 juillet 1977, les textes fondant la poursuite instaurent une restriction à la liberté de recevoir et de communiquer des informations qui n'est pas nécessaire à la protection des intérêts légitimes énumérées par l'article 10.2 de la convention

¹ Une version consolidée de la loi figure en annexe.

susvisée » et « qu'étant incompatibles avec ces dispositions conventionnelles, ils ne sauraient servir de fondement à une condamnation pénale ».

Commentant cette décision, dans son rapport pour 2001, la commission des sondages avait estimé qu'une interdiction prenant effet à minuit le vendredi précédant le scrutin pourrait être de nature à concilier le respect de la liberté d'information et l'exigence d'un contrôle efficace.

La loi du 19 février 2002 modifie doublement l'article 11 de la loi du 19 février 2002. Elle limite d'abord la période d'interdiction à « la veille de chaque tour de scrutin ainsi que le jour de celui-ci ».

La période d'interdiction ainsi raccourcie n'a pas été méconnue sur le territoire national. La commission des sondages n'a donc eu à procéder à aucune saisine du parquet pour méconnaissance des dispositions de la première phrase du premier alinéa de l'article 11 de la loi du 19 juillet 1977.

La deuxième phrase de ce premier alinéa complète cette interdiction en disposant qu'elle « est également applicable aux sondages ayant fait l'objet d'une publication, d'une diffusion ou d'un commentaire avant chaque tour de scrutin ».

C'est en fait cette seconde interdiction qui paraît avoir été le plus mal acceptée par les médias.

La commission a éprouvé une certaine difficulté pratique à assurer le respect de cette nouvelle interdiction qui concerne le commentaire ou la reprise de sondages déjà publiés et dont la méconnaissance est moins « voyante » que la publication d'un nouveau sondage pendant la période d'interdiction.

Cela étant, dans trois cas, la méconnaissance de cette disposition a paru suffisamment nette à la commission pour qu'elle saisisse le ministère public, ce qui donnera au juge pénal l'occasion de préciser la portée de la loi sur ce point.

1-2 L'envoi préalable des notices.

La deuxième modification de la loi répond à une demande de la commission des sondages. Comme il vient d'être dit ci-dessus, le raccourcissement de la période d'interdiction implique que la commission soit à même d'agir sans délai afin de pouvoir, le cas échéant, publier en temps utile une mise au point relative à un sondage paru quelques jours avant le scrutin. C'est pourquoi le raccourcissement de la période d'interdiction n'était compatible avec un contrôle efficace des sondages qu'à la condition que la commission et ses experts disposent très rapidement des éléments nécessaires à son instruction. La loi du 19 février 2002 a modifié l'article 3 à cet effet : alors qu'il était prévu que la « notice » des instituts soit adressée à la commission « à l'occasion » de la publication du sondage, l'envoi doit désormais se faire « avant la publication ».

La commission souligne l'importance de cette modification qui est malheureusement encore trop souvent restée lettre morte. Les instituts de sondage rechignent parfois à appliquer la loi sur ce point, contraignant le secrétariat de la commission à d'incessants rappels téléphoniques.

La commission des sondages rappelle encore une fois aux instituts la nécessité de procéder à l'envoi préalable des notices, compte tenu des délais très brefs dans lesquels elle doit exercer le contrôle qui lui incombe afin que celui-ci garde sa pleine efficacité.

1-3 La consultation des notices.

Une des nouveautés les plus frappantes de la loi modifiée est l'ouverture du droit de consulter la « notice » prévue à l'article 3 que les instituts doivent adresser à la commission afin qu'elle puisse exercer son contrôle.

La commission des sondages a été amenée à définir les modalités pratiques de cette consultation : droit ouvert à toute personne, consultation sur place, possibilité de prendre des notes.

Elle a ensuite pris parti sur le contenu des notices consultables. Cette question est délicate, eu égard au caractère confidentiel d'un certain nombre des éléments aujourd'hui adressés par les instituts à la commission des sondages. Etaient notamment en cause le respect du secret qui protège les méthodes de chaque institut ainsi que le risque de voir les résultats bruts ou les critères de redressement faire l'objet de polémique, de la part de certains candidats ou de certaines publications.

La commission a souhaité préserver la richesse des dossiers qui lui sont aujourd'hui adressés afin de permettre à ses experts de conduire correctement l'instruction et de ne demander qu'occasionnellement des pièces supplémentaires.

En effet, au fil des années, et à la faveur des relations de confiance qui se sont établies entre la commission et son secrétariat et les instituts de sondage, l'évolution a conduit à ce que les documents adressés à la commission comprennent plus d'informations et des éléments plus précis que ceux qu'énumère l'article 3 de la loi du 19 juillet 1977.

Il a été décidé que les instituts envoient à la commission des sondages deux jeux de documents, chaque jeu correspondant à un document de nature différente :

- à l'intention des éventuels consultants, une notice correspondant aux éléments visés à l'article 3 de la loi de 1977², à chaque alinéa de l'article 3 devant correspondre un élément de la notice ;
- à l'intention de la commission, un dossier correspondant aux éléments actuellement envoyés et comprenant toutes les données nécessaires à un contrôle efficace des sondages. Ce dossier, éventuellement enrichi par les suppléments d'instruction diligentés par la commission, n'a pas vocation à être consulté.

A ce jour, la commission a été saisie de cinq demandes de consultation dont trois seulement, émanant de deux universitaires et d'un journaliste, ont finalement donné lieu à une consultation effective. Contrairement à ce que l'on pouvait attendre, les élections présidentielle et législatives n'ont pas donné lieu à des consultations de notices par des

personnes envisageant de présenter une réclamation. Ce faible nombre de demandes s'explique certainement, en bonne partie, par le fait que la mention dans la fiche technique qui doit accompagner la publication de tout sondage, en vertu de l'article 2, du droit de consultation n'y figure encore que trop rarement.

1-4 Les autres modifications apportées par la loi du 19 février 2002.

La loi du 19 février 2002 a modifié les obligations de publication qui pèsent sur les organes de presse. D'une part, elle prévoit que 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 » (article 3-1). Il est regrettable que cette nouvelle obligation reste encore trop souvent méconnue. D'autre part, la loi précise et renforce, pendant la période de deux mois précédant le scrutin, les obligations en matière de publication ou de diffusion des mises au point de la commission des sondages (article 11).

Enfin, la loi du 19 février 2002 a modifié la composition de la commission des sondages en ajoutant deux personnalités qualifiées aux membres du Conseil d'Etat, de la Cour de Cassation et de la Cour des Comptes (article 6). Le président de la commission saisit cette occasion de dire avec quel plaisir les autres membres et lui-même ont accueilli, en la personne de Mme Dupoirier, directrice de recherches au CEVIPOF et de M. Bidegaray, professeur des universités, ce précieux renfort.

² Une notice type figure en annexe.

2- Le contrôle de la fiabilité des sondages relatifs aux élections présidentielle du 21 avril et 5 mai 2002 et législatives de juin 2002.

Alors que les élections présidentielles de 1988 et 1995 avait donné lieu respectivement à 153 et 157 sondages relevant du champ de contrôle de la commission et à 17 et 9 réclamations, ces chiffres s'élèvent, pour la période allant du 1^{er} avril 2001 au 5 mai 2002, à **193 sondages ayant un lien direct ou indirect avec l'élection présidentielle et à 5 réclamations.**

S'agissant des élections législatives, les chiffres sont les suivants : 63 sondages et 4 réclamations.

Une constatation s'impose d'emblée : le nombre de réclamations est fort peu élevé compte tenu du volume de sondages réalisés qui est en constante augmentation. S'agissant des cinq réclamations dont la commission a été saisie à propos de l'élection présidentielle, elles ont toutes donné lieu à un rejet dont un pour tardiveté et quatre au fond. Trois réclamations ont toutefois conduit la commission à adresser une lettre d'observations à l'institut ou à l'organe de presse en ayant assuré la publication. Les trois réclamations relatives à des sondages pour les élections législatives ont donné lieu à un rejet pour tardiveté et deux rejets au fond.

Le contrôle exercé sur les sondages n'en est pas moins vigilant, la commission procédant – ce qui paraît parfois ignoré – au contrôle systématique de tous les sondages relevant de sa compétence.

Ceci l'a d'ailleurs conduite à recruter un second expert afin que la mission de contrôle des sondages puisse être assurée avec la réactivité et la rapidité nécessaires.

Ce contrôle d'office, qui s'exerce à partir des notices, peut déboucher, le cas échéant, sur une instruction approfondie, puis éventuellement par auto-saisine, sur une lettre d'observations voire une mise au point. Les sondages relatifs à l'élection présidentielle ont donné lieu à de nombreuses lettres d'observations adressées aux instituts ou aux organes de presse.

La commission, au vu de son examen d'ensemble, est conduite à formuler certaines observations relatives au contrôle qu'elle exerce sur la fiabilité des sondages.

2-1 Les enquêtes sur Internet.

La commission a été saisie de demandes de la part de gestionnaires de plusieurs sites qui réalisent des simulations de vote auprès des internautes. Ils désiraient connaître les obligations légales pesant sur eux. La commission s'en est tenue à la ligne qu'elle avait dégagée lors des élections municipales de 2001 et qui a été exposée dans son rapport. Ce type d'enquêtes ne constituent pas des sondages entrant dans le champ de la loi du 19 juillet 1977. Il n'est donc nul besoin pour les responsables de ces sites de se déclarer auprès de la commission ni de respecter les prescriptions de la loi de 1977. En revanche, il est impératif que ces enquêtes soient accompagnées de précautions de présentation faisant clairement apparaître qu'il ne s'agit pas de sondages au sens de la loi de 1977 et, par voie de conséquence, attirant l'attention des internautes sur la prudence avec laquelle il convient d'en interpréter les résultats.

2-2 Les modalités de constitution des échantillons.

La commission n'entend pas mettre en cause le sérieux avec lequel les instituts constituent leurs échantillons. Il n'en reste pas moins vrai que, pour constituer les échantillons des personnes interrogées, les instituts rencontrent les difficultés suivantes :

- s'agissant des sondages par téléphone, le développement de l'usage exclusif des téléphones portables par certaines catégories de la population, les rendant par là-même insusceptibles d'être sondés, constitue un nouvel obstacle à la représentativité des personnes interrogées ;
- la proportion des personnes sollicitées refusant de répondre au sondage va croissant. Pour obtenir un échantillon brut d'environ 1000 personnes, les instituts sont contraints d'en contacter un nombre bien supérieur, le taux de refus initial étant en effet élevé. Ce phénomène est encore accusé par le fait qu'à l'intérieur de l'échantillon des personnes ayant finalement accepté de répondre au sondage, la proportion de ceux qui n'expriment aucune opinion ou aucune intention de vote augmente également. A la faiblesse de l'échantillon à partir duquel sont établies les intentions de vote (les quelques centaines de personnes ayant accepté de répondre au sondage et ayant exprimé une opinion ou une intention de vote) s'ajoute donc un double biais : seules certaines personnes ont formulé un choix (premier biais) parmi celles qui ont accepté d'être interrogées (deuxième biais). Or, ce biais est aujourd'hui très difficile à redresser faute d'éléments significatifs sur les « non exprimés » d'une part et sur les « refus d'être sondés » de l'autre ;

- la commission souhaite enfin souligner le risque d'erreur significatif pris par les instituts de sondage et leurs commanditaires à opérer à partir d'échantillons de taille réduite. Ce risque, qui est pris pour limiter le coût de réalisation des enquêtes, est plus grand encore lorsqu'il est ensuite procédé à une ventilation des intentions de vote par sous-catégorie comme le vote des jeunes, le vote des ouvriers ou encore le vote des catholiques. La taille, parfois réduite à quelques unités, des sous-échantillons prive en effet de toute fiabilité les résultats obtenus. Seules des précautions dans la présentation de tels résultats permettraient de les interpréter avec la prudence nécessaire.

2-3 La fiabilité des petits scores.

La commission des sondages a été amenée, dans son communiqué du 18 décembre 2001, à attirer l'attention de l'opinion sur les résultats obtenus par les candidats réalisant, dans les intentions de vote, un score qui n'excède pas, après redressement, un pourcentage de l'ordre de 5 %. Après avoir relevé qu'ils n'étaient pas véritablement significatifs, la Commission a demandé aux instituts ainsi qu'aux organes de presse d'alerter l'opinion sur la prudence avec laquelle ces résultats devaient être interprétés.

Bien que fermement contestée par certains instituts, cette mise en garde a conduit quelques publications à assortir la diffusion des petits scores de véritables précautions de présentation. Il y a tout lieu de s'en féliciter.

Les raisons qui ont conduit la commission des sondages à intervenir sont les suivantes :

- l'aléa d'échantillonnage est d'autant plus élevé que l'échantillon est réduit ;
- les erreurs de mesure ne sont pas négligeables ce qui concerne les formations politiques marginales ou extrémistes ;
- de même, s'agissant des candidats issus de ces formations, *a fortiori* s'ils se présentent pour la première fois à l'élection présidentielle, les difficultés à opérer des redressements pertinents sur la base de critères politiques sont réelles ;
- à cela s'ajoute, comme source d'incertitude, les effets de l'arrondi, qui est systématiquement pratiqué, pour les petits scores.

Les appels à la prudence de la commission s'imposaient d'autant plus s'agissant des petits scores qu'une évolution minime est marginalement plus importante pour les moins de 5 % que pour les scores à deux chiffres. Le passage de 4 à 5 % de tel ou tel candidat, seuil du remboursement des dépenses électorales, a parfois été présenté, dans les commentaires ou dans le débat politique lui-même, comme le signe du « décollage » d'une campagne alors qu'en raison de la conjonction des éléments cités ci-dessus, il ne reflétait aucun véritable mouvement de l'opinion.

2-4 Les scores publiés « hors fourchette ».

Il s'agit du phénomène le plus préoccupant que la commission des sondages a observé durant les dernières élections.

Pour son contrôle des scores publiés, la commission a utilisé la notion de « fourchette »³ : il s'agit de l'intervalle entre le score le plus faible et le score le plus élevé obtenus à l'issue des différents redressements opérés par les sondeurs et communiqués à la commission.

L'exercice de la mission de contrôle de la commission a évolué, chaque nouveau domaine de contrôle s'ajoutant aux précédents. Les premiers contrôles portaient sur la vérification de la matérialité des enquêtes (examen des questionnaires papier, contrôles téléphoniques). La commission s'est ensuite attachée à vérifier la qualité de l'échantillonnage, et notamment, sa représentativité. Les principes des redressements selon des critères politiques, notamment à partir des souvenirs de vote aux élections antérieures, ont ensuite été soumis à son contrôle. La commission des sondages a enfin été amenée à vérifier la qualité des redressements : contrôle de vraisemblance dans un premier temps puis désormais contrôle au regard des calculs intermédiaires.

C'est à la faveur cet approfondissement progressif de son contrôle que la commission a constaté, à l'occasion des dernières élections, que les instituts publiaient des scores de plus en plus fréquemment situés « hors fourchette ».

³ Qui n'a rien à avoir avec celle d'intervalle de confiance.

Fidèle à l'idée qu'elle doit agir comme l'organe de contrôle qu'elle est et non comme un « super institut de sondage », la commission a toujours laissé aux instituts la responsabilité des scores qu'ils publient. La commission admet ainsi que les instituts disposent, avec le recours aux souvenirs de vote à références multiples et avec la pratique de redressements faisant appel à plusieurs critères, d'une certaine marge d'appréciation dans le choix des scores finalement publiés.

En revanche, la commission souhaite rester vigilante sur l'appréciation subjective des instituts, lorsque celle-ci se fonde sur des éléments ne découlant pas du sondage, notamment sur le résultat d'enquêtes qualitatives.

La commission a donc décidé, dans ces hypothèses, de distinguer selon que les scores publiés se situent dans ou en dehors de la fourchette. Dans le premier cas, seul un résultat manifestement aberrant entraînera une instruction approfondie, puis le cas échéant, une procédure de mise au point. Dans le second cas, des justificatifs des redressements opérés seront systématiquement demandés aux instituts et pourront, le cas échéant, déboucher sur une procédure de mise au point.

Certains instituts revendiquent en effet le droit de fonder leur choix final sur des éléments extérieurs au sondage réalisé sur le terrain et la possibilité de tenir compte de leur expérience, d'éléments relevant de l'analyse politique voire de résultats émanant d'autres enquêtes. De telles pratiques limitent considérablement l'efficacité du contrôle de la commission. L'exemple suivant l'illustre parfaitement.

La commission a eu à examiner un sondage où le score publié de Lionel Jospin au second tour était de 51 % , alors que la fourchette résultant des différents redressements, allait de 54,3 % à 56,7 %. Les représentants de l'institut, auditionnés par la commission, se sont expliqués sur l'écart entre le score publié et les résultats de l'enquête. Soucieux d'éviter de créer un événement médiatique à partir d'éléments contestables, ils ont cherché à « lisser » le résultat obtenu. Ils ont ainsi tenu compte du contexte politique (comparaison avec la dernière vague, résultats du premier tour) et des résultats obtenus par les autres instituts. La commission estime que la meilleure façon d'éviter de publier ce qui risquait d'être effectivement une aberration statistique, aurait été non de modifier les chiffres obtenus, au point que la nature exacte des chiffres publiés en tant que résultats des sondages s'apparentait davantage à du commentaire politique, mais de s'abstenir de toute publication du sondage.

Afin qu'elle puisse exercer utilement son contrôle, la commission des sondages recommande, à l'occasion des prochains sondages d'intentions de vote :

- aux instituts de sondage de fournir systématiquement tous les éléments extérieurs au sondage à partir desquels les redressements ont été opérés. L'exemple suivant illustre la marge d'appréciation que la commission est prête à reconnaître aux instituts. La commission avait relevé, à l'occasion d'un sondage relatif aux élections législatives, que le score attribué au Mouvement National Républicain (MNR) dépassait nettement le plafond de la « fourchette ». Invité par la commission à justifier ce dépassement, le directeur de l'institut a fourni la clef du redressement final opéré en faveur des candidats MNR. L'institut a en effet estimé que la forte proportion de notables se présentant sous cette étiquette justifiait un dépassement, à la hausse, de la fourchette. La commission a accepté cette explication ;

- aux médias de publier les « fourchettes » de résultats et d'isoler, dans une dernière colonne, le score choisi par l'institut. Une telle méthode de présentation devrait faire l'objet d'un commentaire pédagogique permettant aux lecteurs de clairement distinguer ce qui relève, d'une part, des résultats du sondage (la « fourchette ») et, d'autre part, ce qui s'approche davantage d'un commentaire, le score publié devant apparaître comme résultant du choix de l'institut. Cette « transparence » serait du reste la meilleure façon de mettre les instituts à l'abri de critiques parfois mal informées ou excessives qui leur sont faites.

La plupart des représentants des instituts, auxquels la proposition a été faite lors de la réunion organisée le 17 mai 2002, ont reconnu que cette méthode de présentation était séduisante, sur le plan théorique. Ils ont admis en effet qu'elle reflète fidèlement la réalité du travail des sondeurs. Mais une majorité d'entre eux a indiqué à la commission que les organes de presse n'accepteront pas une telle présentation, évidemment moins lisible, et donc moins médiatique, que la publication d'un seul score.

2-5 La position institutionnelle de la commission des sondages et ses relations avec les médias.

Alors que l'élection présidentielle a été l'occasion dans les organes de presse et l'opinion un débat approfondi sur les sondages, leurs méthodes et leur fiabilité, la commission des sondages regrette la faible audience qui lui est accordée, qu'il s'agisse de son rôle ou de son fonctionnement.

A cela s'ajoute l'insuffisance des moyens dont elle dispose pour alerter l'opinion et, partant, le problème que cela lui crée en termes de crédibilité. La commission voudrait saisir l'occasion que lui offre le présent rapport pour formuler les observations suivantes à propos de sa position institutionnelle et de ses relations avec les médias.

Une partie des difficultés provient de ce que le positionnement des instituts et celui des médias procède en réalité de logiques différentes.

En effet, il convient de bien distinguer le rôle respectif et les responsabilités des instituts, d'une part, auxquels incombe le soin d'établir des résultats avec cohérence et des organes de presse, d'autre part, à qui revient l'impératif de précaution dans la présentation des résultats. La commission souligne l'écart qu'elle relève entre la mission des sondeurs et les besoins de la presse. Alors que les premiers cherchent à obtenir la photographie instantanée de l'opinion la plus exacte, la seconde est à la recherche de résultats lisibles ayant un impact médiatique à la hauteur de l'enjeu commercial que la commande de sondages représente. Or, la présentation et l'utilisation des résultats par les médias s'accommodent mal de la nécessaire précaution avec laquelle les scores publiés doivent être interprétés. En bref, pour intéresser l'organe de presse qui l'a commandité, un sondage doit apparaître comme une prévision claire des intentions de vote alors même que les sondeurs rappellent, à chaque occasion, l'absence de caractère prédictif de leurs enquêtes. La prise en compte d'éléments extérieurs au sondage, tel le lissage entre les différentes enquêtes, n'a d'autre explication que le souci des instituts d'éviter que le résultat obtenu à partir du sondage soit, au final, éloigné de la réalité des urnes.

Cette préoccupation peut conduire les instituts à sensiblement modifier les résultats obtenus sur la base d'éléments échappant à tout contrôle, afin d'éviter une fois les élections

passées d'être mis en accusation pour « s'être trompés »⁴. C'est pourquoi la commission des sondages a décidé de publier, en cours de campagne électorale, un communiqué dans lequel elle rappelait d'une part, la nécessaire prudence devant accompagner l'interprétation des sondages d'opinion de vote et, d'autre part, le fait que les sondages ne sont qu'un instrument d'analyse de l'opinion dépourvu de valeur prédictive. Le contexte particulier de l'élection présidentielle a en effet rendu l'exercice du sondage singulièrement délicat : nombre élevé de candidats, volatilité de l'opinion, possibilité de réaliser des enquêtes jusqu'à la veille du scrutin.

Afin de donner un certain impact à sa mise en garde, dont les résultats du 21 avril 2002 ont confirmé le bien-fondé, la commission a souhaité recourir au dispositif prévu par l'article 9 de la loi du 19 juillet 1977 qui prévoit que « la commission peut, à tout moment, faire programmer et diffuser ces mises au point par les sociétés nationales de radiodiffusion et de télévision ». Ayant contacté à cet effet, les rédactions de France 2 et de France 3, la commission s'est heurtée à une fin de non-recevoir, les journalistes et directeurs de l'information sollicités faisant mine de traiter ce qui relève d'une obligation de service public prévue par la loi comme une information dont la diffusion relèverait de leur seule responsabilité éditoriale. Il y a là un manquement aux obligations de la télévision publique dont il est aisé de comprendre le ressort. Le soir où la commission a demandé à France 2 de diffuser son communiqué de mise en garde général sur la fiabilité des sondages, le « 20 heures » devrait ouvrir sur un sondage exclusif. La commission a connu moins d'insuccès auprès des radios de service public.

⁴ Par définition, l'écart entre un sondage et le résultat d'une élection ne saurait révéler que les sondeurs se sont trompés puisque le sondage d'intention de vote ne relève pas de la prévision électorale

Certains organes de presse écrite renâclent également, parfois peut-être en accord avec l'institut qui a réalisé le sondage litigieux, à l'idée de publier les mises au point de la commission et même au simple fait de tenir compte de ses lettres d'observations. La réforme de l'article 11 de la loi est restée, sur ce point, sans aucun effet.

Certains médias invoquent la liberté de la presse pour justifier leur refus de faire droit à ce qu'ils considèrent à tort comme une ingérence injustifiée de la commission.

Or, la publication des sondages d'opinion de vote met en jeu non pas un mais deux acteurs : le sondeur et le diffuseur qui sont également soumis au contrôle de la commission.

Les deux réunions organisées en mars et mai avec les instituts de sondage ont permis d'aborder sereinement, sans que cela soit rattaché au contrôle d'un sondage particulier, les questions que posent aujourd'hui la réalisation des enquêtes par les sondeurs et leur contrôle par la commission. Il est important que l'année 2003 qui ne verra pas d'élections soit mise à profit pour organiser plusieurs réunions de travail entre la commission et les instituts de sondage en vue d'une réflexion en commun sur les éventuelles évolutions des modalités d'élaboration et de publication des résultats des sondages d'intentions de vote.

Il apparaît d'ailleurs souhaitable que les prochaines réunions permettent d'associer les organes de presse au dialogue déjà largement entamé entre les instituts et la commission des sondages. Ces réunions ne pourront que contribuer à asseoir l'influence de la commission auprès des acteurs qu'elle contrôle.

