

Septembre 2022

- LÉGISLATION COMPARÉE -

**NOTE**

**sur**

**L'ENCADREMENT DES SONDAGES  
EN PÉRIODE ÉLECTORALE**

---

*Allemagne - Espagne - États-Unis - Italie - Royaume-Uni*

---

*Cette note a été réalisée à la demande du sénateur Éric Kerrouche.*

DIRECTION DE L'INITIATIVE PARLEMENTAIRE  
ET DES DÉLÉGATIONS

**LC 308**



## AVERTISSEMENT

Ce document constitue un instrument de travail élaboré à la demande des sénateurs, à partir de documents en langue originale, par la Division de la Législation comparée de la direction de l'initiative parlementaire et des délégations. Il a un caractère informatif et ne contient aucune prise de position susceptible d'engager le Sénat.

## SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
1. <i>L'ITALIE</i> .....	7
a) Les règles de diffusion .....	7
b) Les règles méthodologiques .....	9
c) Le régime de sanctions .....	9
2. <i>L'ESPAGNE</i> .....	10
a) Les règles de diffusion .....	10
b) Les règles méthodologiques .....	11
c) Le régime de sanctions .....	11
3. <i>LE ROYAUME-UNI</i> .....	13
4. <i>L'ALLEMAGNE</i> .....	14
5. <i>LES ÉTATS-UNIS</i> .....	15



## L'ENCADREMENT DES SONDAGES EN PÉRIODE ÉLECTORALE

À la demande de M. Éric Kerrouche, sénateur, la Division de la Législation comparée du Sénat a rédigé une note sur l'encadrement des sondages en période électorale dans quatre pays européens (Allemagne, Espagne, Italie et Royaume-Uni) et aux États-Unis.

Cet échantillon est représentatif de l'état de l'encadrement des sondages dans l'Union européenne (UE) et dans la sphère anglo-saxonne.

Selon une étude des services du *Bundestag* réalisée en 2018<sup>1</sup>, parmi les 27 États membres de l'UE, 18 États membres avaient adopté une interdiction de publication des sondages durant une période variant de 24 heures à 15 jours (Italie, Grèce et Slovaquie) précédant la tenue du scrutin. Ce délai - qui s'établit en moyenne à 4,1 jours dans les pays où une limitation existe - tend à se réduire, notamment à la suite de décisions de juridictions nationales ayant conclu que ces dispositions étaient contraires à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme<sup>2</sup>. En 2017, la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) a cependant rejeté les requêtes de plusieurs citoyens grecs au motif que les requérants n'étaient pas personnellement visés par l'interdiction de publication de sondages sur les intentions de vote durant les 15 jours précédant le scrutin et qu'ils avaient été affectés de la même manière que tous les électeurs<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> <https://www.bundestag.de/resource/blob/556748/ea25753e1c4a357a2c2c1c4791d4c4a8/wd-3-058-18-pdf-data.pdf>

<sup>2</sup> Dans un [avis rendu en 1990](#), le Conseil d'État belge avait considéré que « s'il estime que la publication des résultats des sondages d'opinion est de nature à porter atteinte à la liberté des élections en raison de l'influence produite sur les électeurs, le législateur belge a d'autres moyens à sa disposition pour éviter des abus éventuels ». La loi du 12 juin 1991 a par la suite abrogé l'article 5 de la loi du 18 juillet 1985, supprimant ainsi l'interdiction de publication de sondages 30 jours avant le scrutin. En 2005, la loi relative à la simplification administrative a abrogé dans sa totalité la loi de 1985.

<sup>3</sup> CEDH, 2017, [affaire Dimitras et autres c. Grèce](#)

Au nom de la liberté d'expression, certains pays, comme les États-Unis, privilégient l'absence d'encadrement juridique des sondages, y compris en période électorale. Dans d'autres États, comme en Allemagne et au Royaume-Uni, la loi interdit uniquement la publication des sondages de sortie des urnes le jour du scrutin, tant que les opérations de vote ne sont pas terminées.

La présente note analyse plus en détail les législations en vigueur dans les pays de l'échantillon, de la plus restrictive (Italie) à la plus permissive (États-Unis).

## 1. L'ITALIE

En l'an 2000, le législateur italien a introduit un ensemble complet de règles relatives à la communication politique en période électorale. En particulier, l'article 8 de la loi n° 28 du 22 février 2000 portant dispositions pour l'égalité d'accès aux médias pendant les campagnes électorales et référendaires et pour la communication politique (dite « loi *par condicio* »)<sup>1</sup> soumet la diffusion des sondages dits « politiques et électoraux » à certaines obligations en termes d'information, de publication et de diffusion dans les médias.

Le droit italien distingue ainsi les sondages d'opinion - définis comme des enquêtes réalisées à partir d'un échantillon, au moyen d'un questionnaire structuré visant à recueillir des informations sur les choix, comportements, sentiments, croyances, valeurs, opinions ou attitudes -, des sondages politiques et électoraux, qui visent à évaluer l'orientation des intentions de vote des citoyens envers les partis politiques et les candidats et leur orientation politique<sup>2</sup>.

L'autorité de régulation des médias (*Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni* - AGCOM) est responsable de la mise en œuvre des règles de publication et de diffusion des sondages d'opinion et des sondages politiques et électoraux<sup>3</sup>.

### a) Les règles de diffusion

L'article 8 de la loi *par condicio*, dont les modalités d'application ont été précisées par un règlement de l'AGCOM révisé en 2010<sup>4</sup>, prévoit :

- l'interdiction de rendre publiques ou de diffuser les résultats de sondages politiques ou électoraux **durant les 15 jours précédant la date du scrutin** et jusqu'à la fermeture des bureaux de vote, même si ces sondages ont été réalisés antérieurement à la période d'interdiction. Cette interdiction est sans préjudice des cas où un homme politique rapporte des déclarations concernant les résultats d'un sondage rendus publics dans la période précédant celle de l'interdiction ;

---

<sup>1</sup> [Legge 22 febbraio 2000, n. 28, Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica](#)

<sup>2</sup> AGCOM, [Regolamento in materia di pubblicazione e di diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa](#), ALLEGATO A alla delibera n. 256/10/CSP del 9 dicembre 2010.

<sup>3</sup> [Legge 31 luglio 1997, n. 249, Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo](#), article 1, 6., b), 12.

<sup>4</sup> AGCOM, [Regolamento in materia di pubblicazione e di diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa](#), ALLEGATO A alla delibera n. 256/10/CSP del 9 dicembre 2010.

- en dehors de cette période d'interdiction, les résultats des sondages politiques et électoraux **ne peuvent être diffusés que s'ils sont accompagnés de certaines informations**, simultanément mises à disposition, dans leur intégralité, sur un site internet dédié de la présidence du Conseil des ministres<sup>1</sup>.

Les informations requises par le législateur lors de la publication ou la diffusion d'un sondage dans un média grand public (audiovisuel, presse écrite ou média en ligne), sont :

- l'entité qui a réalisé le sondage ;
- le commanditaire et l'acheteur du sondage ;
- les critères choisis pour la constitution de l'échantillon ;
- le mode de collecte des informations et de traitement des données ;
- le nombre de personnes interrogées et l'univers cible ;
- les questions posées ;
- le pourcentage de personnes ayant répondu à chaque question ;
- la date à laquelle le sondage a été réalisé.

Ces informations sont rassemblées dans une « note d'information » qui doit obligatoirement accompagner la première publication ou diffusion du sondage. En cas de publication dans la presse, la note d'information doit être publiée en intégralité dans un encadré spécial, en cas de diffusion à la télévision, elle doit être présentée sous forme graphique et, en cas de diffusion à la radio, elle doit être intégralement lue aux auditeurs. En revanche, si un média se contente de rapporter la nouvelle de la diffusion d'un sondage ou de reprendre les résultats d'un sondage déjà divulgués, il n'est pas tenu de publier ou diffuser la note d'information. Il doit alors uniquement fournir les informations utiles pour identifier le sondage auquel il se réfère<sup>2</sup>.

Outre la note d'information accompagnant obligatoirement le sondage, l'institut de sondage doit fournir, 48 heures avant la première diffusion dans les médias, un document plus détaillé, en vue de sa publication sur le site internet dédié de la présidence du Conseil des ministres<sup>3</sup>. Ce document reprend les informations obligatoires de la note d'information ainsi que des précisions concernant l'échantillonnage (voir *infra*).

---

<sup>1</sup> Le site <http://www.sondaggipoliticoelettorali.it> recense l'ensemble des sondages politiques et électoraux publiés dans les médias italiens, accompagnés du document d'information. Les sondages d'opinion et leurs notes d'information sont publiés sur le site internet de l'AGCOM.

<sup>2</sup> AGCOM, *Regolamento in materia di pubblicazione e di diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa*, article 4.

<sup>3</sup> AGCOM, *Regolamento in materia di pubblicazione e di diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa*, article 5.



*b) Les règles méthodologiques*

À l'occasion de la révision du règlement en matière de publication et de diffusion des sondages de 2010, l'AGCOM a souhaité renforcer les exigences méthodologiques et de transparence à l'égard des instituts de sondages et des médias<sup>1</sup>. En particulier, le règlement révisé prévoit :

- une distinction claire entre les sondages - fondés sur des méthodes d'enquêtes scientifiques appliquées à un échantillon - et les autres enquêtes sans valeur scientifique telles que les manifestations d'opinion - basées sur la participation spontanée des utilisateurs - et qui ne peuvent donc pas être publiées ou diffusées sous le nom de « sondage »<sup>2</sup> ;

- l'obligation d'indiquer dans le document complet relatif au sondage les informations fondamentales sur la méthodologie de réalisation du sondage, comme la méthode d'échantillonnage (probabiliste ou non) du panel et l'éventuelle pondération, la représentativité de l'échantillon, y compris une indication sur la marge d'erreur et la méthode de collecte d'information<sup>3</sup>.

*c) Le régime de sanctions*

L'AGCOM contrôle le caractère complet et correct des informations figurant dans la note d'information et dans le document complet. Le cas échéant, l'autorité peut demander des informations complémentaires à l'institut de sondage.

En cas de violation des règles de diffusion prévues à l'article 8 de la loi *par condicio*, l'AGCOM ordonne à l'éditeur ou au diffuseur concerné de faire état de cette infraction dans le même média que celui ayant publié ou diffusé les résultats du sondage et selon les mêmes circonstances en termes de créneau horaire, placement et caractéristiques éditoriales<sup>4</sup>.

Dans son rapport annuel pour 2021, l'AGCOM indique avoir engagé cinq procédures durant la campagne électorale pour les élections référendaire, régionales et communales des 20 et 21 septembre 2021. Quatre procédures contestaient l'absence ou le caractère incomplet de la note d'information et une procédure concernait la diffusion de sondages dans la période de 15 jours précédant le scrutin. Dans le cadre de cette procédure, l'AGCOM a ordonné à l'agence de presse ANSA ayant commis cette violation de diffuser un message expliquant la gravité de sa conduite et dans quelle mesure celle-ci a pu avoir un impact sur la libre formation du consentement des électeurs<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> <https://www.agcom.it/diffusione-dei-sondaggi>

<sup>2</sup> AGCOM, *Regolamento in materia di pubblicazione e di diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa*, article 1, e).

<sup>3</sup> AGCOM, *Regolamento in materia di pubblicazione e di diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa*, article 5.

<sup>4</sup> Legge 22 febbraio 2000, n. 28, article 10.

<sup>5</sup> AGCOM, *résolution n° 479/20/CONS*.

## 2. L'ESPAGNE

Depuis 1980, la loi espagnole prévoit des règles relatives à la publication et à la diffusion de sondages en période de campagne électorale. En 1985, les dispositions de la loi du 18 avril 1980 sur le régime des enquêtes électorales ont été réintroduites dans la loi organique du 19 juin 1985 sur le régime électoral général (LOREG)<sup>1</sup>. Le projet de réforme de la LOREG, en discussion au Congrès des députés depuis 2021, pourrait être amené à modifier la période d'interdiction de publication des sondages électoraux dans les médias.

### *a) Les règles de diffusion*

L'article 69 de la LOREG prévoit un régime spécifique de publication des enquêtes électorales entre le jour de convocation des élections et celui de leur tenue.

En premier lieu, toute personne réalisant un sondage ou une enquête électorale durant cette période doit l'accompagner des informations suivantes :

- le nom et l'adresse de l'organisme public ou privé, ou de la personne physique qui a effectué l'enquête, ainsi que ceux de la personne qui l'a commandée ;

- les caractéristiques techniques du sondage, qui comprennent nécessairement le système d'échantillonnage, la taille de l'échantillon, sa marge d'erreur, son niveau de représentativité, la procédure de sélection des répondants et la date d'achèvement de l'enquête de terrain ;

- le texte intégral des questions posées et le nombre de personnes n'ayant pas répondu à chacune d'entre elles.

Ces informations doivent obligatoirement être publiées avec le sondage et ses résultats.

En second lieu, pendant les cinq jours précédant un scrutin, la publication, la diffusion ou la reproduction de sondages ou enquêtes électorales par tout moyen de communication sont interdites.

Par ailleurs, le paragraphe 8 de l'article 69 de la LOREG<sup>2</sup> dispose que « dans le cas où un organisme dépendant des administrations publiques réalise des enquêtes sur les intentions de vote pendant la période électorale, les résultats de celles-ci doivent être communiqués, sur demande, aux entités politiques participant aux élections de la circonscription dans les quarante-huit heures à compter de la demande »<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1985-11672>

<sup>2</sup> Introduit en 1991.

<sup>3</sup> À titre d'exemple, en juin 2022, la Commission électorale centrale a reçu la demande du parti socialiste andalou de se voir communiquer les résultats de l'enquête électorale réalisée par la Fondation publique du Centre d'études andalouses.

Au Congrès des députés, une sous-commission pour la réforme de la loi électorale a été créée en 2021. Elle traite principalement de la réforme des règles et modalités de vote des Espagnols résidant à l'étranger mais certains partis politiques militent également en faveur de la réduction du délai d'interdiction de publier des sondages avant les échéances électorales (de cinq à deux jours pour *Ciudadanos*), assortie d'un durcissement des sanctions en cas d'infraction<sup>1</sup>.

*b) Les règles méthodologiques*

Ni la loi, ni la réglementation espagnoles ne définissent les enquêtes électorales ou sondages mentionnés à l'article 69 de la LOREG.

La Commission électorale centrale retient une définition large, comme l'illustre sa décision rendue en mai 2022 sur les *EmojiPanels*, publiés sur un blog, durant les jours précédant les élections aux *Cortes* de Castille et León. D'après la commission, « dans le cas présent, ces *EmojiPanels* constituent une manière de dissimuler un sondage électoral sous une forme allégorique [représentant des produits gastronomiques], puisqu'en fonction de la couleur associée à chaque formation politique, il est possible de relier facilement ces pourcentages à l'intention de vote correspondant à chaque candidature. De cette manière, l'interdiction générale à laquelle doivent se conformer toutes les organisations préparant des sondages électoraux est contournée »<sup>2</sup>.

La loi espagnole ne fixe aucune exigence concernant la méthodologie des sondages ou des enquêtes électorales. Seul le Centre d'enquêtes sociologiques (*Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)*)<sup>3</sup> est tenu par la loi de publier les micro-données liées à ses enquêtes<sup>4</sup>. Constatant un manque dans l'information fournie aux citoyens, le quotidien *El País* et la chaîne de radio publique Cadena SER ont entamé, en janvier 2022, un cycle de publication mensuelle de baromètres électoraux et d'opinion, comprenant l'ensemble des micro-données ayant permis de construire leurs résultats<sup>5</sup>.

*c) Le régime de sanctions*

La Commission électorale centrale veille au respect des dispositions encadrant les sondages. Elle doit s'assurer que les données et informations des sondages publiés sont complètes et ne comportent pas de falsifications, omissions ou modifications délibérées. La Commission peut demander

---

[http://www.juntaelectoralcentral.es/cs/jec/doctrina/acuerdos?anyosesion=2022&idacuerdoinstruccion=80666&idsesion=1017&template=Doctrina/JEC\\_Detalle](http://www.juntaelectoralcentral.es/cs/jec/doctrina/acuerdos?anyosesion=2022&idacuerdoinstruccion=80666&idsesion=1017&template=Doctrina/JEC_Detalle)

<sup>1</sup> <https://www.epe.es/es/politica/20220525/encuestas-electorales-sanciones-reforma-ley-electoral-13703263>

<sup>2</sup> Junta Electoral Central, *Acuerdo 93/2022*

<sup>3</sup> Le CIS est un centre administratif indépendant, rattaché au ministère de la présidence, dont la mission est de réaliser des études scientifiques sur la société espagnole.

<sup>4</sup> *Ley 39/1995, de 19 de diciembre, de Organización del Centro de Investigaciones Sociológicas*

<sup>5</sup> <https://elpais.com/opinion/2022-01-09/la-credibilidad-de-las-encuestas.html>

toutes les informations techniques complémentaires<sup>1</sup> qu'elle estime nécessaires pour effectuer ses vérifications. Ses décisions sont notifiées aux intéressés et publiées. Elles peuvent faire l'objet d'un recours devant le juge administratif.

Les médias ayant publié ou diffusé un sondage en violation des dispositions prévues par la loi doivent publier ou diffuser dans un délai de trois jours les rectifications requises par la Commission électorale centrale<sup>2</sup>.

Les infractions au régime de diffusion des sondages en période électorale sont punies d'une amende de 3 000 euros à 30 000 euros (article 153.2 LOREG). Les délits sont quant à eux punis d'une peine d'emprisonnement de trois mois à un an, d'une amende de 12 à 24 mois de jours amende<sup>3</sup> et d'une interdiction d'exercer sa profession pendant une durée de un à trois ans (article 145 LOREG).

La Commission électorale centrale prononce fréquemment des sanctions pour infraction aux règles de publication et de diffusion des sondages ; elle fixe généralement le montant de l'amende à son niveau minimal. Par exemple, en mai 2022, elle a prononcé une amende de 3 000 euros contre l'entité Argentum Analytics S.L. pour les publications effectuées sur le blog Electomanía.es reproduisant des *EmojiPanels* (voir *supra*).

Dans une décision du 18 avril 2018<sup>4</sup>, le Tribunal suprême a confirmé que l'interdiction de publier des sondages électoraux durant les cinq jours précédant le scrutin s'appliquait également aux sondages ou enquêtes qui ne fournissaient pas les informations requises par la loi<sup>5</sup>. En outre, le Tribunal suprême a rejeté l'argument de la plaignante selon lequel l'interdiction de publier des sondages avant le scrutin violerait les principes de liberté d'expression et d'information prévus notamment par la Convention européenne des droits de l'homme. En outre, le juge relève « *qu'il convient de noter que la Commission électorale centrale est consciente qu'il serait peut-être pertinent de supprimer l'interdiction de publier des sondages ou des enquêtes dans les jours précédant les élections, ce qui ressort de son appréciation lege ferenda et explique que la sanction prononcée ait été fixée à son degré minimum [soit une amende de ] 3 000 euros* ».

---

<sup>1</sup> À l'exception du contenu des données relatives aux questions qui sont destinées à l'usage propre de l'entreprise ou de son client.

<sup>2</sup> Si la périodicité du média d'information ne permet pas de respecter le délai de trois jours, le directeur du média doit faire publier ou diffuser ces rectifications à ses frais.

<sup>3</sup> Dont la quotité est fixée par le juge selon qu'il s'agit d'une personne physique ou morale et de ses moyens financiers.

<sup>4</sup> Tribunal Supremo, [STS 1421/2018](#)

<sup>5</sup> En l'espèce, l'enquête électorale présentait une estimation de la composition d'un conseil municipal et avait été publiée deux jours avant l'élection dans un quotidien local.

### 3. LE ROYAUME-UNI

La loi britannique ne prévoit pas de restrictions de publication ou de diffusion des sondages électoraux les jours précédant le scrutin, à l'exception des sondages dits de « sortie des urnes », qui ne peuvent faire l'objet d'une publication avant la fermeture du scrutin (*Representation of the people act 1983*, s. 66A)<sup>1</sup>.

Plus précisément, cette disposition interdit à toute personne de publier :

- la moindre déclaration relative à la manière dont les électeurs ont voté lors de l'élection lorsque cette déclaration est (ou pourrait raisonnablement être considérée comme étant) basée sur des informations fournies par les électeurs après avoir voté ;

- toute prévision de résultat de l'élection qui est (ou pourrait raisonnablement être supposée être) basée sur les informations ainsi fournies.

Tout contrevenant s'expose à une amende n'excédant pas le niveau 5 du barème standard (soit 5 000 livres, environ 5 857 euros)<sup>2</sup> ou à une peine d'emprisonnement d'au plus six mois.

L'autorité régulatrice en matière de communications (Ofcom) veille au respect du principe d'impartialité. Elle en déduit deux règles dans la section 6 du code des régulations<sup>3</sup> :

- la règle 6.4, selon laquelle les débats et analyses relatives aux élections doivent s'arrêter à l'ouverture du scrutin ;

- et la règle 6.5, selon laquelle les diffuseurs audiovisuels ne doivent pas publier les résultats de sondages d'opinion tant que le scrutin est ouvert.

Ces principes ont été repris par la ligne directrice éditoriale de la BBC, notamment, qui rappelle que « *aucun sondage d'opinion sur un sujet quelconque lié à la politique ou à l'élection concernée, y compris les sondages d'intention de vote, ne peut être publié le jour du scrutin avant la fermeture des bureaux de vote ; c'est une infraction pénale au Royaume-Uni de publier des informations sur la façon dont les gens ont voté alors que les bureaux de vote sont ouverts* »<sup>4</sup>.

En 2018 puis en 2020<sup>5</sup>, la commission de liaison de la Chambre des Lords s'est intéressée aux enquêtes d'opinion. S'il a été souligné à cette occasion que l'impact des sondages est connu et qu'il existe un risque important que de futures élections soient affectées par des informations

---

<sup>1</sup> <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1983/2>

<sup>2</sup> <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2020/17/section/122>

<sup>3</sup> <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/section-six-elections-referendums>

<sup>4</sup> <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/politics/guidelines/#opinionpollsurveysandvotes>, section 10.3.33

<sup>5</sup> <https://lordslibrary.parliament.uk/political-opinion-polls-should-there-be-greater-oversight/>

trompeuses, susceptibles de fausser le processus démocratique, la question d'une interdiction des sondages à l'approche des élections a été rejetée. Les raisons invoquées tenaient au fait que (i) les sondages ne seraient pas vraiment bloqués puisqu'ils pouvaient être publiés à l'étranger, (ii) cela pourrait entraver l'innovation de l'industrie des enquêtes d'opinion et (iii) cela pourrait menacer la liberté d'expression. Pour autant, la commission a toutefois indiqué que « *si les sondages continu[ai]ent d'être inexacts et si la publication des sondages indui[sai]t en erreur "le discours public et politique", ces options devraient être réexaminées* ».

#### 4. L'ALLEMAGNE

En Allemagne, les enquêtes d'opinion en période électorale ne sont pas encadrées par des dispositions législatives, dans la mesure où elles sont considérées comme une contribution essentielle à la libre formation de l'opinion et, ainsi, protégées par les dispositions de la Loi fondamentale (en particulier son article 5 relatif à la liberté d'expression). Toutefois, les résultats des sondages dits « de sortie des urnes » ne peuvent être publiés avant la fin du scrutin en vertu du § 32 (2) de la loi sur les élections fédérales (*Bundeswahlgesetz*)<sup>1</sup>.

Le code de bonne conduite de la presse (*Pressekodex*) prévoit dans sa ligne directrice 2.1 que « *lors de la publication des résultats d'une enquête d'opinion, la presse précise le nombre de répondants, le moment où elle a été conduite, le commanditaire et la question posée. Il doit également être indiqué si les résultats sont représentatifs. Lorsqu'il n'y a pas de commanditaire, il convient de préciser que l'enquête est conduite de la propre initiative de l'institut de sondage* »<sup>2</sup>.

Une note des services du *Bundestag*<sup>3</sup>, rédigée en 2016, indiquait qu'il existait auparavant une pratique établie selon laquelle les médias publics ne publiaient pas de sondages dans les dix jours précédant une élection. Cette coutume aurait été rompue en 2013, à l'occasion des élections fédérales, par la chaîne ZDF, qui avait publié des résultats d'enquêtes d'opinion trois jours avant le scrutin. Cette publication avait soulevé de nombreuses critiques, certains considérant que la diffusion de ce sondage aurait été la cause de la non-entrée du FDP au *Bundestag* cette année-là. Le débat, alors, n'avait cependant pas conduit à l'adoption de règles législatives encadrant ou restreignant la publication des sondages en période électorale.

---

<sup>1</sup> <https://www.gesetze-im-internet.de/bwahlg/BJNR003830956.html>

<sup>2</sup> <https://www.presserat.de/presssekodex.html>

<sup>3</sup> <https://www.bundestag.de/resource/blob/501190/93c528ed2eea2e3113b3b1210695eed3/wd-1-045-16-pdf-data.pdf>

## 5. LES ÉTATS-UNIS

Aux États-Unis, il n'existe aucun texte législatif ou réglementaire encadrant la publication et la diffusion des sondages durant les périodes de campagne électorale. La couverture médiatique des sondages y est considérée comme faisant partie intégrante de la liberté d'expression. Dès lors, leur publication et diffusion est autorisée à tout moment, y compris le jour du scrutin<sup>1</sup>. De même, les candidats peuvent s'exprimer et continuer à faire campagne le jour de l'élection.

---

<sup>1</sup> <https://aceproject.org/ace-en/topics/me/introduction/me10/me10d>