



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

Internet

Question écrite n° 80645

Texte de la question

M. Patrick Hetzel attire l'attention de M. le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique sur les nombreux sondages et diverses consultations en ligne ouvertes au public et exploitées par les médias, sans possibilité pour les lecteurs de connaître la fiabilité des sources qui fondent ces sondages, ni le degré de représentativité des populations interrogées. Les instituts de sondage craignent de perdre la confiance de leurs clients, du fait de l'amalgame entre les consultations en ligne non ciblées et n'obéissant à aucune rigueur scientifique et les sondages menés sur une population précise reposant sur les règles de représentativité et assises sur des quotas soigneusement définis. L'ajout d'une mention précisant la source et la représentativité de ces sondages, ainsi que leur adéquation aux critères établis par la loi du 19 juillet 1977, serait une façon d'éviter la confusion entre les différents types de sondages, et de protéger la crédibilité des instituts de sondages. Aussi, il lui demande si le Gouvernement envisage de prendre des dispositions en la matière.

Texte de la réponse

Ainsi que l'a estimé la Commission des sondages dans un communiqué du 28 mars 2012, les modalités de constitution des échantillons d'internautes interrogés par voie d'enquêtes en ligne ne permettant pas d'assurer leur caractère représentatif, celles-ci ne constituent pas des « sondages » au sens de la loi n° 77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion. Pour la Commission, il était dès lors « impératif que des précautions de présentation entourent ce type d'enquêtes afin que l'opinion soit avertie de leur caractère non représentatif ». La question de l'utilisation par les médias audiovisuels des résultats de ces consultations ouvertes en ligne renvoie à l'exigence d'honnêteté dans le traitement de l'information. Cette exigence constitue l'un des motifs pour lesquels la liberté de communication audiovisuelle, garantie par l'article 11 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen, et réaffirmée par la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986, peut être limitée. La loi a confié à une autorité publique indépendante, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), le soin de s'assurer du respect, par les éditeurs de services de télévision et de radio, de ces principes. Il dispose à cette fin d'un pouvoir de sanction. Ainsi, les éditeurs de services, publics comme privés, sont libres de diffuser les programmes qu'ils souhaitent dans les limites qui viennent d'être rappelées et sous le contrôle de l'instance de régulation. Dans ce cadre, l'honnêteté de l'information constitue l'un des vecteurs essentiels de l'action du CSA. C'est d'abord l'un des critères dont il doit, en vertu des articles 29 et 30 de la loi du 30 septembre 1986, tenir compte lorsqu'il accorde des autorisations d'usage de fréquences audiovisuelles. Elle figure également parmi les obligations de service public des sociétés de l'audiovisuel public. À ce titre, l'exigence d'honnêteté est inscrite et affinée dans le cahier des charges de ces sociétés, dont le suivi est assuré par le CSA, qui établit annuellement un rapport d'exécution. C'est enfin l'un des éléments que le CSA s'est attaché à préciser dans les conventions qu'il a conclues avec les éditeurs de services audiovisuels privés. Sur le fondement des articles 28 et 33-1 de la loi du 30 septembre 1986, il a par exemple inséré dans ces conventions les stipulations suivantes : « Le recours aux procédés de micro-trottoir ou de vote de téléspectateurs qui ne peut être qualifié de sondage ne doit pas être présenté comme représentatif de l'opinion générale ou d'un groupe en particulier, ni abuser le téléspectateur sur la compétence ou l'autorité des personnes

sollicitées ». S'agissant des sondages politiques, le Conseil rappelle, dans le cadre de ses recommandations aux diffuseurs, préalablement à toute campagne électorale, les dispositions de la loi n° 77-808 du 19 juillet 1977, qui fixent un cadre précis pour la publication et la diffusion de tout sondage d'opinion ayant un rapport direct ou indirect avec un référendum ou une élection. Au vu de ces éléments, le CSA dispose donc d'outils adaptés lui permettant d'assurer l'honnêteté de l'information, et plus particulièrement de veiller à ce que les résultats des consultations en ligne soient clairement distingués, dans la présentation qui en est faite par les médias audiovisuels, des résultats des sondages d'opinion.

Données clés

Auteur : [M. Patrick Hetzel](#)

Circonscription : Bas-Rhin (7^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 80645

Rubrique : Télécommunications

Ministère interrogé : Économie, industrie et numérique

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [2 juin 2015](#), page 4047

Réponse publiée au JO le : [18 août 2015](#), page 6380