

La Lettre A, 13 juillet 2017



Edition n° 1784 du 13 juillet 2017 - Paraît le jeudi

NOTION PUBLICITE

Sondages : comment les médias ont zappé les marges d'erreur

Le sénateur Jean-Pierre Sueur revient à la charge pour obliger les médias à détailler les marges d'erreur des sondages.

Vice-président de la commission des lois, le sénateur Jean-Pierre Sueur (Parti socialiste, PS) a toujours les sondages dans son viseur (LLA N°1742). L'été, guette la prochaine occasion pour faire passer un amendement contraignant les médias à préciser les marges d'erreur des sondages publiés ou cités à l'antenne. Coauteur d'un rapport sur le sujet en 2010, il pensait avoir imposé cette obligation aux journalistes en avril 2016. Mais le texte adopté limite ces obligations à la première diffusion d'une enquête d'opinion, prévoyant la possibilité de publier les marges d'erreurs sur un site à part. Résultat : la commission des sondages, saisie en avril par le parlementaire et chargée de faire appliquer son texte, n'a rien trouvé à redire aux pratiques des organes de presse, qui s'abstiennent de mentionner ces variables.

La commission devrait toutefois questionner cet état de fait : deux instituts sur leurs taux de marge jugés trop faibles. Autre consolation pour le sénateur, l'arrivée d'Alain Giarrigou, professeur de sciences politiques, à la commission en avril 2017. Ce dernier, qui a conduit de nombreux travaux critiques contre les sondages, avait été nommé par Claude Bartolone, ex-président de l'Assemblée, qui avait critiqué la publication d'un sondage OpinionWay pour Valeurs actuelles le donnant perdant aux régionales de 2015.

© Copyright - Indigo Publications - Reproduction et diffusion interdites (photocopie, intranet, web, etc.) sans autorisation écrite. 109521490