

La riduzione dei limiti temporali sulla diffusione dei sondaggi elettorali

di Maurilio Gobbo

La problematica dei sondaggi elettorali e del loro impatto nei confronti dell'elettorato è da tempo particolarmente avvertita nell'ordinamento francese, costituendo oggetto privilegiato di studio da parte di giuristi e politologi (v., per tutti, Gerstlé, *La Communication politique*, 2^{ème} ed., Paris, 1993, spec. p. 50 ss.; Gazier - De Leusse, *La Commission des Sondages face à l'élection présidentielle de 1988*, in *Pouvoirs*, n. 48, 1989, p. 147 ss.). Tale interesse è motivato, oltre che dalla constatazione che «la France détient, depuis des années, le record du monde de la publication de sondages», dal fatto che tale fenomeno lievita enormemente in costanza di campagna elettorale (la citazione è tratta da Cayrol, *Sondages et campagnes électorales: faire de chacun un stratège*, in *Pouvoirs*, n. 63, 1992, p. 81).

Norma cardine rimane la legge (più volte modificata) n. 77-808, la quale indica i criteri guida che dovrebbero garantire imparzialità e rigore tecnico alle rilevazioni demoscopiche in campo politico. Tale legge, alla cui disciplina danno successivamente attuazione i regolamenti emanati con i decreti n. 78 e n. 79 del 15 gennaio 1979 e n. 351 del 16 maggio 1980, conferisce a un organo amministrativo appositamente istituito, la *Commission des sondages*, la competenza a vigilare sul rispetto dei requisiti di obiettività e di attendibilità da parte degli operatori del settore, tanto nella fase della rilevazione dei dati che nel momento della divulgazione dei medesimi. Ne risulta una disciplina assai rigorosa, soprattutto per quanto concerne l'estensione del periodo protetto. Infatti la succitata legge n. 77-808 del 1977, all'art. 11, comma 1, così come novellata ai sensi della legge 2002-214 pone espresso divieto di pubblicare, diffondere o commentare, mediante qualsiasi mezzo, i risultati dei sondaggi elettorali a partire dalla vigilia delle consultazioni (si noti che la disciplina originaria faceva iniziare tale divieto a decorrere dalla settimana precedente). Tale norma prevede esplicite deroghe, in particolare per quanto concerne le elezioni «parziali» che eventualmente dovessero svolgersi in corso di legislatura - nel qual caso il divieto concerne unicamente i sondaggi che riguardano l'elezione in atto - , nonché per ciò che riguarda i rilievi effettuati tra la chiusura dei seggi e la proclamazione dei risultati definitivi (e riguardanti le c.d. "proiezioni").

Pur essendo in Francia il periodo «protetto» notevolmente inferiore a quanto previsto in Italia, le sanzioni applicabili dalla *Commission des sondages* in caso di inosservanza delle norme in materie di sondaggio paiono rappresentare un valido deterrente. Infatti, in caso di violazione delle norme in materia di sondaggi la Commissione può rivolgersi all'autorità giudiziaria competente affinché venga applicata la sanzione prevista, che può consistere in una pena pecuniaria, fino a giungere all'annullamento dell'elezione in caso di violazione del divieto previsto per la settimana precedente le consultazioni.

Analogamente a quanto previsto per i limiti di spesa in campagna elettorale, la *ratio* delle sanzioni connesse alla violazione dei limiti posti ai sondaggi sembra perseguire una duplice finalità. Da un lato, infatti, tende a rifondere quei candidati che sono stati danneggiati dal comportamento di un loro avversario difforme alle regole durante la competizione elettorale; a tal fine vengono ripristinate le condizioni previste dalla legge in tema di imparzialità e di parità di accesso ai mezzi di informazione. Dall'altro, l'apparato sanzionatorio ha soprattutto il fine di disincentivare in via preventiva i comportamenti difformi dalle norme, mediante la predisposizione di misure afflittive a danno dei trasgressori: oltre alle pene pecuniarie, è prevista altresì, per le emittenti radiotelevisive, la sospensione della concessione o dell'autorizzazione e, di conseguenza, l'oscuramento delle trasmissioni.

In tema di sondaggi o ricerche svolti da enti pubblici, la legge 90-55 introduce un secondo alinea all'articolo L. 52, comma 1 del *Code électoral*, il quale vieta specificamente agli enti pubblici di svolgere, nei sei mesi precedenti le elezioni, qualsiasi tipo di attività promozionale o di sondaggio dell'indice di gradimento che pubblicizzi gli obiettivi conseguiti e la gestione svolta sul territorio interessato alla consultazione. La violazione di tale divieto è pesantemente sanzionata dal *Code électoral*: si parte infatti dalle sanzioni economiche previste dall'art. L. 90, comma 1, fino ad arrivare a una pena detentiva compresa tra un mese e un anno per coloro che abbiano richiesto o espressamente consentito di beneficiare di tale tipo di propaganda indiretta (art. L. 113, comma 1).

Da ultima, è intervenuta la legge n° 2002-214 del 19 febbraio scorso, la quale - oltre a specificare ulteriormente le modalità e i requisiti di nomina dei membri designati dal Consiglio dei Ministri alla *Commission des sondages* - limita alla vigilia delle elezioni, come accennato, la decorrenza del periodo "protetto", puntualizzando al contempo le modalità di divulgazione dei risultati dei sondaggi e gli adempimenti da porre in essere in caso di rettifica. Da ultimo, la legge in

questione estende l'applicabilità della disciplina dei sondaggi ai territori francesi d'oltremare.

Agli occhi dell'osservatore italiano, le differenze paiono assai rilevanti sotto il profilo qualitativo, dimostrandosi la disciplina francese assai più precisa ed efficace. In particolare, gli organi incaricati di far rispettare in Francia le norme vigenti in materia di regolarità nello svolgimento e nella diffusione dei sondaggi, sembrano forniti - se non altro perché le rispettive competenze vengono puntualmente attribuite *ratione materiae* a centri di imputazione diversi - di pregnanti poteri istruttori, cautelari e sanzionatori, esercitabili in maniera immediata e assai incisiva.

Forum di Quaderni Costituzionali

Costituzionali