

## **Corrette modalità di diffusione dei sondaggi politici ed elettorali**

Corrette modalità di diffusione dei sondaggi politici ed elettorali (Autorità per le garanzie nelle comunicazioni- Circolare del 14 febbraio 2008)

### **Corrette modalità di diffusione dei sondaggi politici ed elettorali (Circolare del 14 febbraio 2008)**

l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ricorda a tutte le emittenti televisive e radiofoniche e alle testate giornalistiche che, ai sensi dell'articolo 8 della legge n. 28 del 2000, i risultati dei sondaggi elettorali possono essere diffusi soltanto se accompagnati, in forma leggibile, dalle seguenti indicazioni, che devono essere rese contestualmente disponibili, nella loro integralità, sull'apposito sito internet della Presidenza del Consiglio dei Ministri – [www.sondaggipoliticoelettorali.it](http://www.sondaggipoliticoelettorali.it):

- soggetto che ha realizzato il sondaggio;
- committente e acquirente;
- criteri seguiti per la formazione del campione;
- metodo di raccolta delle informazioni e di elaborazione dei dati;
- numero delle persone interpellate e universo di riferimento;
- domande rivolte;
- percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda;
- data in cui è stato realizzato il sondaggio.

Pertanto, come già precisato nella circolare diffusa in data 22 febbraio 2006, disponibile nel sito dell'Autorità [www.agcom.it](http://www.agcom.it), nel caso in cui emittenti o organi di stampa diffondano la notizia, da chiunque divulgata, di risultati, anche parziali, di sondaggi politici ed elettorali, devono precisare se il sondaggio sia stato o meno realizzato con le modalità sopra indicate, cui la legge condiziona la loro diffusione.

Qualora tali precisazioni non siano state date all'atto della diffusione della notizia del sondaggio, le emittenti e gli organi di stampa devono, se l'autore della notizia le fornisce, riportare, entro 24 ore, le precisazioni integrative richieste dalla legge sul mezzo di comunicazione che ha diffuso il sondaggio con il medesimo rilievo, per fascia oraria, collocazione e caratteristiche editoriali, con cui i sondaggi stessi sono stati pubblicizzati.

In caso contrario essi sono tenuti a diffondere, con le stesse modalità di cui sopra, la precisazione che si tratta di sondaggio non rispondente alle prescrizioni di legge.

Resta fermo che nei quindici giorni precedenti la data della votazione e fino alla chiusura delle operazioni di voto, è vietato rendere pubblici o comunque diffondere i risultati di sondaggi elettorali ancorché effettuati anteriormente.

L'Autorità precisa che tale divieto si applica nei confronti di qualsiasi soggetto, anche politico.

## **Corrette modalità di diffusione dei sondaggi politici ed elettorali**

Roma, 14 febbraio 2008