

CAMERA DEI DEPUTATI N. 2103

PROPOSTA DI LEGGE

d'iniziativa del deputato **GAMBALE**

Disciplina della realizzazione
e della diffusione dei sondaggi di opinione

Presentata il 13 dicembre 2001

ONOREVOLI COLLEGHI! — Sempre più diffuso è, anche in Italia, l'impiego, da parte della stampa, della radio e della televisione, dei sondaggi d'opinione.

Altri Paesi, che hanno colto con maggiore tempestività e lungimiranza l'importanza che questi rivestono nel mondo moderno, si sono dotati per tempo di adeguati strumenti legislativi atti a regolamentare il settore e, soprattutto, a tutelare i diritti dei cittadini.

La presente proposta di legge è diretta a coprire un vuoto legislativo a causa del quale oggi si può con tranquillità affermare che, nel nostro Paese, il sondaggio, da strumento di analisi, si sta sempre più trasformando in un'arma politica, un mezzo di pressione e di controllo sull'opinione pubblica. La proliferazione di istituti demoscopici di scarsa attendibilità e serietà e le continue manipolazioni di dati condotte ad arte sono sotto gli occhi di tutti.

Dopo una prima regolamentazione della diffusione dei sondaggi in occasione delle campagne elettorali, dettata più dalla pressante urgenza di una base minima di convergenza in vista delle elezioni politiche, piuttosto che dalla volontà di una sistemazione organica, appare giunto il momento di approdare ad una normativa più soddisfacente e completa della materia.

Per offrire una disciplina che aspira ad ottenere i consensi di tutte le forze politiche, si è valutato opportuno ispirarsi alla legislazione di uno dei Paesi che tra i primi ha regolamentato i sondaggi: la Francia.

Il sistema è basato sul raggiungimento di due obiettivi principali. Il primo è la massima trasparenza dell'intero sistema. Il cittadino deve, cioè, poter conoscere il nome dell'organizzazione che propone il sondaggio così come quello di chi lo commissiona, il numero delle persone inter-

pellate, la distribuzione geografica del campione e così via. Egli deve cioè essere messo in condizione di scegliere, in piena libertà, se ritenere il sondaggio credibile o meno e se servirsene oppure no. Sempre con riferimento alla più elevata trasparenza possibile, ciò che viene diffuso attraverso i *mass-media* deve essere affidabile e corrispondente al vero. Con un sistema di regole all'uopo finalizzate questo è quanto si è inteso fare attraverso gli articoli da 2 a 4.

Il secondo obiettivo è costituito dalla qualità e dall'obiettività dei sondaggi pubblicati o diffusi. Del suo raggiungimento si occupa una commissione istituita presso il

Ministero della giustizia, composta in modo da garantirne autorevolezza e imparzialità e rappresentare anche le categorie maggiormente coinvolte e, cioè, soprattutto, mezzi di comunicazione e consumatori. I poteri e le funzioni della commissione sono esposti negli articoli da 5 a 12.

L'articolo 13 fa esplicito divieto, ma solo per la settimana che precede il turno elettorale, di pubblicazione e di diffusione di qualunque tipo di sondaggio.

Tra questi si è ritenuto opportuno, come specificato dall'articolo 1, far rientrare, a tutti gli effetti, i cosiddetti *exit-poll*.

PROPOSTA DI LEGGE

—

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI.

ART. 1.

1. La presente legge disciplina la pubblicazione e la diffusione di tutti i sondaggi di opinione aventi un rapporto diretto o indiretto con consultazioni referendarie, elezioni politiche o amministrative, nonché elezione dei rappresentanti del Parlamento europeo.

2. Le operazioni di simulazione di voto realizzate a partire dai sondaggi di opinione sono assimilate ai sondaggi di opinione, ai fini dell'applicazione della presente legge.

CAPO II

CONTENUTO DEI SONDAGGI.

ART. 2.

1. La pubblicazione e la diffusione di tutti i sondaggi di cui all'articolo 1 devono essere accompagnate dalle seguenti indicazioni, redatte sotto la responsabilità dell'organizzazione che ha realizzato il sondaggio:

a) il nome dell'organizzazione che ha realizzato il sondaggio;

b) il nome e la qualifica dell'acquirente il sondaggio;

c) il numero delle persone interpellate;

d) le date in cui sono avvenute le rilevazioni.

ART. 3.

1. In occasione della pubblicazione o della diffusione dei sondaggi di cui all'articolo 1, l'organizzazione che li ha realizzati deve procedere al deposito, presso la commissione dei sondaggi, istituita ai sensi dell'articolo 5, di una nota informativa che segnatamente indichi:

a) l'oggetto del sondaggio;

b) il metodo attraverso il quale le persone interpellate sono state selezionate, la scelta e la composizione del campione;

c) le condizioni in cui si è proceduto alle interviste;

d) il testo integrale del questionario;

e) il numero delle persone che non hanno risposto ad ognuna delle domande;

f) i limiti di interpretazione dei risultati pubblicati;

g) eventualmente, il metodo utilizzato per dedurre i risultati di carattere indiretto che sono pubblicati.

2. La commissione dei sondaggi può ordinare la pubblicazione, a coloro che hanno proceduto alla pubblicazione o alla diffusione di un sondaggio, ai sensi dell'articolo 1, delle indicazioni che figurano all'interno della nota informativa che l'accompagna o di alcune di queste.

ART. 4.

1. L'organizzazione che ha realizzato un sondaggio di cui all'articolo 1 conserva a disposizione della commissione dei sondaggi, istituita ai sensi dell'articolo 5, i documenti sulla base dei quali il sondaggio è stato pubblicato o diffuso.

CAPO III
COMMISSIONE DEI SONDAGGI.

ART. 5.

1. È istituita una commissione dei sondaggi incaricata di studiare e di proporre regole tendenti ad assicurare in materia di previsioni elettorali l'obiettività e la qualità dei sondaggi pubblicati o diffusi.

2. La commissione di cui al comma 1 è competente altresì a definire le clausole che devono risultare obbligatoriamente nei contratti di vendita degli stessi sondaggi e segnatamente quelle aventi per oggetto l'interdizione della pubblicazione, prima del primo turno elettorale, di tutti i sondaggi relativi ai voti del secondo turno.

3. La commissione controlla inoltre che le persone o le organizzazioni che realizzano sondaggi destinati a essere pubblicati o diffusi, non procedano tramite azioni concertate, contratti, intese espresse o tacite, o coalizioni di qualunque tipo e per qualsiasi causa, aventi come oggetto o come possibile effetto quello di impedire o di ridurre la stessa attività ad altre persone od organizzazioni.

ART. 6.

1. La commissione dei sondaggi ha sede presso il Ministero della giustizia ed è composta da nove membri.

2. Sono membri di diritto della commissione il presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che la presiede, un rappresentante dell'Istituto nazionale di statistica (ISTAT) ed il Presidente della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi.

3. Gli altri membri della commissione dei sondaggi sono nominati, d'intesa, dai Presidenti della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica e sono: un magistrato del Consiglio di Stato, un magistrato della Corte di cassazione, un magistrato della Corte dei conti, un rappresen-

tante delle associazioni dei consumatori e due rappresentanti delle organizzazioni sindacali degli operatori dei mezzi di comunicazione. Essi rimangono in carica per la durata della legislatura.

ART. 7.

1. Ciascun membro della commissione può cessare dall'incarico, oltre che per dimissioni volontarie, solo in caso di incompatibilità sopravvenuta o di impossibilità ad esercitare la sua funzione, accertate dalla commissione stessa. In tali casi si provvede immediatamente alla sua sostituzione.

2. I membri della commissione designati in sostituzione dei componenti cessati anticipatamente dall'incarico rimangono in carica fino alla scadenza originariamente prevista per il componente sostituito.

ART. 8.

1. Le funzioni di membro della commissione sono incompatibili con quelle di amministratore, gestore, membro della direzione o direttore generale unico o membro del consiglio d'amministrazione di società di stampa, di sondaggi d'opinione o di radiodiffusione, nonché con quelle di membro del consiglio di amministrazione di società di impianti di radiodiffusione o televisione o con il possesso di azioni di tali società.

2. Non possono essere membri della commissione le persone che ricevono o hanno ricevuto, nei cinque anni precedenti la loro nomina, una remunerazione di qualsivoglia natura da parte di una società di sondaggi di opinione.

ART. 9.

1. È vietato ai membri della commissione rivelare a terzi le informazioni di cui sono venuti a conoscenza in occasione dell'espletamento del loro incarico.

ART. 10.

1. La commissione dei sondaggi ha il potere di verificare che i sondaggi di cui all'articolo 1 siano stati realizzati e che la loro vendita sia avvenuta conformemente alla presente legge e alle disposizioni emanate ai sensi dell'articolo 5.

ART. 11.

1. Gli organi di stampa che pubblicano o diffondono i risultati di un sondaggio di cui all'articolo 1, violando le disposizioni della presente legge e quelle emanate ai sensi dell'articolo 5, o alterando i risultati ottenuti, sono tenuti a pubblicare senza indugio le rettifiche richieste dalla commissione.

2. La commissione può, in ogni momento, far diffondere tali rettifiche dalle emittenti nazionali e locali di radiodiffusione e televisive. Le rettifiche sono annunciate come richieste dalla commissione.

ART. 12.

1. Le decisioni della commissione dei sondaggi sono soggette a notifica agli interessati e a pubblicazione. Esse sono trasmesse alle agenzie di stampa.

2. Le decisioni di cui al comma 1 possono essere oggetto di ricorso in sede amministrativa.

CAPO IV

DISPOSIZIONI SPECIALI APPLICABILI
IN PERIODO ELETTORALE.

ART. 13.

1. Durante la settimana che precede ogni turno elettorale, nonché durante lo svolgimento di questo, sono vietati la pub-

blicazione, la diffusione ed il commento, tramite qualunque mezzo, di tutti i sondaggi di cui all'articolo 1.

2. Il divieto di cui al comma 1 non si applica alle manifestazioni che hanno per oggetto la conoscenza immediata dei risultati di ogni turno elettorale e che sono effettuate tra la chiusura dell'ultimo seggio e la proclamazione dei risultati.

CAPO V SANZIONI.

ART. 14.

1. La commissione dei sondaggi, in caso di violazione delle disposizioni previste dalla presente legge, irroga una sanzione amministrativa pecuniaria da 25.000 a 250.000 euro.

