

Grand Prix



MARKETING COMMUNICATION MEDIAS

Stratégies.fr

 [Recherche avancée](#)

 Bienvenue
Thibaut Loubere

[Espace perso](#) [Déconnexion](#)
[Accueil](#) [Créations](#) [Actualités](#) [Etudes/Tendances](#) [New Business](#) [Blogs/Opinions](#) [Guides/Annuaire](#) [Emploi/Formation](#) [Grands Prix](#)

- Blogs / Sites favoris
- **Idées / Tribunes**
- Edito / Billet
- Blogs de la rédaction
- Tchats
- Débats

Rechercher dans Idées / Tribunes

Mots clés

Date de parution :

 Entre

 Et

 Près de
**10 numéros
GRATUITS**

 Pour
tout savoir sur

 marques
en vue

créations

médias

 agences
conseil

tendances

management

 Abonnez-vous
à Stratégies

CLIQUEZ ICI !
[Accueil](#) > [Blogs / Opinions](#) > [Idées / Tribunes](#) > Elections : Twitter, cet arbre qui cache la forêt

Liens sponsorisés de Stratégies

BÉNÉFICIER D'UN CIBLAGE OPTIMAL : Apparaîtrez en liens sponsorisés sur le site de Strategies.fr www.strategies.fr

Élections : Twitter, cet arbre qui cache la forêt

18/03/2010

Publier les résultats d'une élection avant la clôture des bureaux de vote est un délit passible d'une amende de 75000 euros. Pourtant, dimanche dernier, lors du premier tour des élections régionales, la barrière fut allègrement franchie, et notre dispositif législatif a montré toute sa porosité. Contrairement à ce qui fut dit, Twitter ne fut pas le catalyseur de cette transgression, mais plutôt le révélateur d'une réalité nouvelle. [...] Peu après 18 heures, de premiers chiffres ont circulé sur Twitter. Jean-Jacques Bourdin, de RMC, a tiré le premier. Un millier de d'utilisateurs de Twitter lui auraient emboîté le pas. [...]

Le point implicitement dénoncé par ces « fraudeurs » rejoint la Déclaration universelle des droits de l'homme: « *Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit.* » Or le code électoral français autorise à collecter et consolider les données des bureaux de vote dès 18heures, mais à n'en rien publier avant 20heures.

Pourquoi maintenir ce cloisonnement si quelques « happy few » détiennent les résultats avant l'heure et que les informations sont disponibles à l'étranger? Le problème ne date pas d'hier. En 1981 déjà, les instituts disposaient de chiffres très fiables avant 20heures. À l'époque, le processus était sous contrôle et les télévisions régnaient en maîtres sur l'effet d'annonce. Aujourd'hui, le cocktail « téléphone mobile + sites Internet étrangers + Twitter » crée une situation nouvelle. La loi apparaît en décalage avec les usages et les pratiques.

Ouvrir tous les bureaux de vote jusqu'à 20 heures

Pour autant, l'esprit de la loi vise à préserver l'indépendance de jugement des votants, point crucial en cas d'élections serrées. [...] Abroger la loi, et plus encore la supprimer comme le suggèrent certains, ne constitue donc pas la solution. Or les instituts de sondage exploitent les données des bureaux de vote fermant à 18heures (environ 85% des bureaux en France) pour donner, dès 18h45, une image très précise des résultats. En Île-de-France et dans certaines grandes villes, les bureaux restent ouverts jusqu'à 20h. Il est permis de penser qu'une même heure de fermeture imposée à tous réduirait ces conjectures et ces rumeurs. Avant l'heure, les instituts ne disposeraient alors plus que des sondages à la sortie des urnes. Ces sondages continueraient certes à circuler avant 20heures sur Twitter, mais ceux-ci sont bien moins précis que l'estimation des résultats.

En revanche, les résultats eux-mêmes seraient livrés aux télévisions, premiers clients des instituts, peu ou prou au même moment. Annoncés immédiatement par ces dernières, ils ne pourraient plus dès lors circuler sur Internet. Ainsi, nous semble-t-il, l'harmonisation des heures de fermeture des bureaux combinée à une extension encadrée de la loi autorisant à publier dans la journée les sondages à la sortie des urnes permettrait de clarifier la situation vécue dimanche dernier.

Emmanuel de Saint-Bon, fondateur de The Roxane Company

Information traitée dans Stratégies Magazine n°1581

 [Envoyer par email](#) [Réagir à cet article](#) [Créer un lien sur votre blog](#) [Partager cet article](#)

Vos commentaires

Réagissez à cet article


Abonnez-vous à Stratégies
[Réabonnez-vous](#) [Inscrivez-vous aux](#)
[Kiosque / boutique](#) [lettres d'information](#)

 À la une de l'hebdo
 Flux Rss Les alertes

Stratégies
DES MARQUES... ET VOUS

Près de **10 numéros gratuits**
en vous abonnant !

Abonnez-vous !

 Votre Flux Rss Stratégies [Idées / Tribunes](#)


STRATEGIES SERVICES

Stratégies Emploi Toutes les offres d'emploi Recevez l'alerte emploi	Conférences Stratégies Toutes les formations Toutes les conférences	Grands Prix et Événements Les prochains événements Les derniers événements	Annuaire Agences et prestataires Free-Lance et services	Appels d'offres Publiés dans Stratégies Veille de marchés publics
---	--	---	--	--

[Crédits et mentions légales](#) | [Copyright](#) | [Site sécurisé](#) | [Liens utiles](#) | [Stratégies en kiosque](#) | [Qui sommes-nous](#) | [Plan du site](#) | [Contacts](#) | [Espace Annonceurs](#) | [Flux RSS](#) 