

Document introductif du CRIC sur les sondages électoraux – Trousse de communication

Le Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC) est l'association officielle canadienne de l'industrie de la recherche, de l'intelligence marketing et de l'analytique. Le CRIC est le porte-étendard de la qualité de la recherche et des normes de renommée mondiale.

Nous y arrivons en veillant à ce que la recherche menée par les entreprises membres du CRIC appliquent des pratiques exemplaires et des normes éthiques rigoureuses. Le CRIC exige que ses membres veillent à ce que les recherches et les conclusions qui sont rendues publiques soient soutenues par des données. Le CRIC exige également que ses membres respectent des exigences de divulgation relativement à leurs recherches afin que le public et les médias puissent évaluer la fiabilité de ces dernières. Si une entreprise de recherche ne peut pas s'y conformer ou ne veut pas s'y conformer, elle ne peut pas être membre.

Alors que nous sommes à l'ère de la désinformation, des communications partisans et des pratiques de collecte de données non éthiques, les normes de qualité revêtent toute leur importance.

Lorsque les Canadiens lisent les résultats d'un sondage électoral ou d'un autre type de sondage publié par une entreprise membre du CRIC, ils savent que les conclusions reposent sur des pratiques exemplaires et respectent les normes élevées du CRIC.

La raison pour laquelle les sondages sont efficaces (lorsqu'ils sont bien réalisés) est qu'ils sont basés sur des méthodes de science statistique. Cela comprend l'utilisation d'échantillons bien choisis, des questionnaires valides et le respect rigoureux des procédures et des normes établies depuis plusieurs décennies par les meilleurs spécialistes en statistique au monde et qui sont continuellement améliorées pour tenir compte des changements qui touchent la recherche que nous effectuons.

Analyse de l'élection présidentielle américaine de 2020

Les médias et les experts ont beaucoup critiqué la tenue de la soirée du 3 novembre et peu de temps après, la façon dont les sondeurs ont prédit le résultat de l'élection. En fait, une fois tous les votes comptés (y compris les millions de bulletins de vote postaux dénombrés après la soirée d'élection), on se rend compte que les prédictions des sondeurs étaient relativement précises. La plupart des sondages respectaient leur marge d'erreur, et le résultat pour la majorité des États était exact, tout comme le gagnant général :

Le CRIC s'est engagé à faire avancer et à élargir la portée de la pratique de la recherche, de l'intelligence marketing et de l'analytique au Canada. Le CRIC représente les normes et le code d'éthique les plus élevés ainsi que les pratiques exemplaires régissant la recherche qui protège l'intérêt public et qui assurent un environnement favorable pour l'industrie.

« ... les prédictions pour un pourcentage élevé d'États (probablement 48 sur 50) étaient justes, de même que celles sur le collège électoral et le gagnant des suffrages exprimés (Biden). » (Nate Silver, [FiveThirtyEight](#), 11 nov. 2020)

Par contre, cela ne signifie pas qu'il n'y a pas eu de problèmes avec les sondages, puisque plusieurs d'entre eux ont sous-estimé les votes pour les républicains dans de nombreux États, ce qui a fait en sorte que la course était plus serrée que ce que les sondages laissaient entendre.

Il y a deux principales théories pour expliquer cette sous-estimation du soutien à l'égard des républicains :

1. **Une partie des partisans de Trump est susceptible de ne plus participer à la recherche sur l'opinion publique.** Le rapport [An Evaluation of 2016 Election Polls](#), préparé par l'American Association for Public Opinion Research (AAPOR) après l'élection de 2016, indique que les personnes ayant fait des études qui ont tendance à voter pour les démocrates sont plus susceptibles de participer aux sondages, alors que les personnes n'ayant pas fait d'études collégiales qui ont tendance à voter pour les républicains sont moins susceptibles de répondre aux sondages. En 2020, les théories laissent entendre que certains partisans de Trump, en raison du manque de confiance dans les institutions publiques, ont été moins enclins à participer aux sondages. Dans la mesure où cela est exact, des efforts supplémentaires devront être déployés pour recruter des partisans des républicains à participer aux sondages ou il faudra appliquer une pondération pour bien représenter leur part de la population.
2. **Les sondages n'ont pas pu correctement évaluer le taux de participation en raison de la pandémie.** Un des grands défis liés aux sondages électoraux n'est pas seulement d'évaluer le soutien, mais aussi de déterminer la probabilité que les personnes aillent voter. Ce défi a été exacerbé par le fait que l'élection a eu lieu pendant une pandémie. Les sondages ont clairement démontré que les personnes qui ont voté pour le parti démocrate étaient plus susceptibles de voter par la poste. Les sondages ont-ils surestimé la volonté des partisans démocrates de voter en personne pendant la pandémie? Certains des électeurs démocrates ont-ils eu de la difficulté avec les bulletins de vote postaux? Les sondages

L'avenir des sondages après 2020

Le CRIC, en collaboration avec l'[ESOMAR](#), le [Market Research Institute International](#) (MRII) et la University of Georgia, présentera un **webinaire gratuit** : [Future of Polling after 2020](#) le **mercredi 16 décembre 2020 à midi HNE** (et qui sera accessible sur demande après la diffusion en direct).

Les présentateurs discuteront de plusieurs sujets liés aux sondages et à l'élection présidentielle aux États-Unis, notamment :

- Comment les preuves expliquent ce qui est réellement arrivé lors de l'élection aux États-Unis
- Comment les critiques relatives aux sondages préélectoraux ont soulevé des questions sur la viabilité de la recherche sur l'opinion publique
- Comment évaluer l'incidence

Le CRIC s'est engagé à faire avancer et à élargir la portée de la pratique de la recherche, de l'intelligence marketing et de l'analytique au Canada. Le CRIC représente les normes et le code d'éthique les plus élevés ainsi que les pratiques exemplaires régissant la recherche qui protège l'intérêt public et qui assurent un environnement favorable pour l'industrie.

ont-ils sous-estimé l'enthousiasme des partisans de Trump à voter malgré la pandémie? Bien que toutes ces raisons puissent expliquer pourquoi les sondages étaient différents des résultats de l'élection, le point positif est qu'elles ne devraient pas avoir d'incidence sur la fiabilité de la recherche sur l'opinion publique.

En février 2020, l'AAPOR a annoncé qu'elle mettrait sur pied un [groupe de travail pour officiellement examiner le rendement des sondages réalisés pendant l'élection présidentielle de 2020](#). Un rapport final du groupe de travail est attendu au début de 2021, après que les totaux définitifs officiels des votes soient disponibles pour chaque État. Ce rapport devrait comprendre des recommandations sur la façon d'améliorer la précision de la recherche sur l'opinion publique aux États-Unis.

Le CRIC a aussi récemment mis sur pied le **Conseil sur le leadership éclairé pour la recherche sur l'opinion publique**, qui regroupe les meilleurs spécialistes canadiens en recherche sur l'opinion publique. Le mandat du Conseil est de tenir l'industrie au courant des méthodes et technologies innovatrices, de déterminer les nouvelles pratiques et de soutenir l'établissement de normes supplémentaires.

Le CRIC s'est engagé à faire avancer et à élargir la portée de la pratique de la recherche, de l'intelligence marketing et de l'analytique au Canada. Le CRIC représente les normes et le code d'éthique les plus élevés ainsi que les pratiques exemplaires régissant la recherche qui protège l'intérêt public et qui assurent un environnement favorable pour l'industrie.

Quelle est l'incidence des sondages relatifs à l'élection américaine sur les sondages réalisés au Canada?

- Les Canadiens ont toutes les raisons d'avoir confiance dans les sondages effectués par les entreprises membres du CRIC. **Les membres du CRIC respectent les [normes et pratiques les plus élevées](#) tant relativement à la recherche qu'à la transparence** relative à la publication de cette recherche.
- En réalité, tous les sondages réalisés par les **entreprises membres du CRIC dans la dernière semaine menant à l'élection fédérale canadienne de 2019 sont très précis**, comme indiqué dans l'article de Claire Durant paru dans *Options politiques* (voir l'extrait).
- Une [récente analyse mondiale \(ESOMAR\)](#) sur la précision des sondages révèle que s'ils sont bien effectués, les sondages sont toujours très efficaces pour prédire le résultat d'une élection. L'analyse portait sur plus de 31 000 sondages provenant de 473 événements de vote, dans 40 pays, sur la période allant de 1936 à 2017. Elle confirme qu'**à l'échelle mondiale, l'erreur moyenne des sondages menés dans les sept jours précédant une élection est de +/-2,5 %**.
- L'analyse de l'ESOMAR comprenait des sondages réalisés lors des quatre dernières élections fédérales canadiennes (avant celle de 2019) et **démontre que l'erreur moyenne des sondeurs canadiens était inférieure à la moyenne mondiale**.
- Bien qu'il y ait de la spéculation sur le déclin potentiel de la précision des sondages, **l'analyse de l'ESOMAR conclut qu'il n'y a aucune preuve d'un déclin à long terme quant à la précision des sondages**.

« **Les sondages réalisés lors de la campagne électorale fédérale de 2019 étaient globalement précis, comme à l'habitude.** Les résultats confirment qu'il n'y a pas eu de problème majeur quant aux méthodes utilisées pour estimer les votes. Les sondages ont permis de bien informer les électeurs sur le résultat de l'élection. Ils démontraient clairement que dans l'ensemble du pays, on soutenait principalement deux partis. Ils ont aussi révélé que la lutte n'était pas la même selon la région. »

Claire Durant, professeure au département de sociologie de l'Université de Montréal et ancienne présidente de l'Association mondiale de recherches sur l'opinion publique

[Options politiques](#), 6 novembre 2019

Rôle de la recherche sur l'opinion publique dans une démocratie saine

- La recherche sur l'opinion publique favorise la démocratie en permettant aux Canadiens de s'exprimer et d'exercer leur influence.
- Les sondages électoraux jouent un rôle essentiel puisqu'ils aident à dépeindre la situation électorale de façon très claire, en mettant en lumière l'évolution des éléments ainsi que les tendances en matière d'opinion publique.

Le CRIC s'est engagé à faire avancer et à élargir la portée de la pratique de la recherche, de l'intelligence marketing et de l'analytique au Canada. Le CRIC représente les normes et le code d'éthique les plus élevés ainsi que les pratiques exemplaires régissant la recherche qui protège l'intérêt public et qui assurent un environnement favorable pour l'industrie.

- La recherche par sondage éclaire les Canadiens tout au long de la période électorale. Lorsque vient le temps de voter, les électeurs sont en mesure d'aller au bureau de vote en sachant comment leur vote joue un rôle dans le tableau général.
- La réelle valeur ne réside pas dans la précision des sondages quant aux résultats définitifs, mais plutôt comment les sondages contribuent au récit de l'élection, mobilisant les Canadiens pour les principaux enjeux relatifs à l'élection et leur indiquant comment leur vote compte.

Soutenir les médias et le public dans l'évaluation de la recherche grâce à une transparence accrue

Avec une quantité limitée de renseignements à l'appui, il peut être difficile pour les médias ou le public d'évaluer la fiabilité de la recherche ou de déterminer toute intention cachée.

C'est pourquoi ces dernières doivent appliquer les [Normes et exigences de divulgation en matière de recherche sur l'opinion publique](#). Ces normes imposent la plus grande transparence en matière de publication des recherches sur l'opinion publique, en plus d'aider les journalistes et le public à évaluer la qualité et la validité des recherches publiées.

La divulgation comprend :

- Commanditaire de la recherche, responsable de la recherche et financeur de la recherche (si différent du commanditaire)
- Formulation et présentation exactes des questions et des choix de réponses.
- Dates auxquelles les données ont été recueillies.
- Détails sur la conception de l'échantillon et s'il s'agit d'un échantillon probabiliste ou non
- Description de l'erreur d'échantillonnage (s'il est scientifiquement applicable de le faire)
- Si on a procédé à une pondération pour ajuster les résultats afin qu'ils reflètent mieux la population visée

Trois outils pour les médias

Pour déterminer s'il faut signaler les résultats d'une recherche :

- Le CRIC a publié la liste [Dix questions que les journalistes devraient se poser avant de publier les résultats d'un sondage](#).
- Le CRIC tient à jour un [répertoire de ses entreprises membres qui rendent régulièrement publics les résultats de leurs recherches](#).
- Le CRIC exige que ses membres enregistrent toute recherche dans son [service de vérification des recherches](#). Ce portail en ligne permet au public de trouver les projets de recherche qui sont en cours et de confirmer qu'ils sont légitimes. Les visiteurs peuvent aussi envoyer des commentaires ou déposer des plaintes au sujet des projets de recherche menés par les entreprises membres du CRIC.

Le CRIC s'est engagé à faire avancer et à élargir la portée de la pratique de la recherche, de l'intelligence marketing et de l'analytique au Canada. Le CRIC représente les normes et le code d'éthique les plus élevés ainsi que les pratiques exemplaires régissant la recherche qui protège l'intérêt public et qui assurent un environnement favorable pour l'industrie.

- Des tableaux détaillés, par données démographiques générales, montrent le nombre réel et pondéré de répondants pour la recherche sur des sujets liés à la politique publique et les élections.

Qu'arrive-t-il si un membre du CRIC ne respecte pas les règles établies?

- Le fait de prendre des raccourcis ou de compromettre la qualité est une infraction flagrante de la confiance du public et des normes du CRIC.
- Notre objectif est simple : l'adhésion à notre organisation signifie le respect absolu d'un ensemble rigoureux de normes de classe mondiale. Si une entreprise de recherche ne peut pas s'y conformer ou si elle ne veut pas s'y conformer, elle ne peut pas être membre. Nos piliers sont la qualité, l'éthique et la pertinence des données.
- Nos normes de renommée mondiale sont un élément différenciateur majeur entre les sondages de qualité et les sondages bâclés, biaisés ou intentionnellement trompeurs. Une entreprise de sondage réputée travaille de façon transparente et ouverte. Elle fournira l'information dont vous avez besoin pour évaluer ses sondages.
- En fournissant suffisamment d'information pour être en mesure de remettre en question et d'examiner minutieusement les résultats, les médias peuvent appliquer les mêmes pratiques journalistiques critiques que pour toute autre source d'information.
- Grâce à son partenariat avec l'ESOMAR, le CRIC souscrit à un processus juridictionnel international qui permet de traiter les plaintes par un groupe de spécialistes indépendant, à l'extérieur du Canada.

Le CRIC s'est engagé à faire avancer et à élargir la portée de la pratique de la recherche, de l'intelligence marketing et de l'analytique au Canada. Le CRIC représente les normes et le code d'éthique les plus élevés ainsi que les pratiques exemplaires régissant la recherche qui protège l'intérêt public et qui assurent un environnement favorable pour l'industrie.

Ressources :

Dix questions que les journalistes devraient se poser avant de publier les résultats d'un sondage

<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2019/09/Dix-questions-que-les-journalistes-devraient-se-poser-avant-de-publier-les-r%C3%A9sultats-d%E2%80%99un-sondage-1.pdf>

Autres ressources à l'intention des journalistes sur la publication des résultats de sondage

[Normes et exigences de divulgation en matière de recherche sur l'opinion publique](#)

[British Polling Council: Opinion Polls:Guidance for Journalists](#)

[Lignes directrices sur les sondages d'opinion publique et les sondages publiés de l'ESOMAR/WAPOR](#) (en anglais)

[Aide-mémoire de l'AAPOR pour aider les journalistes à bien interpréter les sondages](#) (en anglais)

[Cours de la Poynter News University :Comprendre et interpréter les sondages](#) (en anglais)

[ESOMAR – Information et ressources sur les sondages électoraux](#)

Le CRIC s'est engagé à faire avancer et à élargir la portée de la pratique de la recherche, de l'intelligence marketing et de l'analytique au Canada. Le CRIC représente les normes et le code d'éthique les plus élevés ainsi que les pratiques exemplaires régissant la recherche qui protège l'intérêt public et qui assurent un environnement favorable pour l'industrie.