

Conditions pour la publication de résultats d'études (Fiche signalétique de méthode)

Annexe VIII au Règlement sur l'utilisation du label Market and Social Research by SWISS INSIGHTS

Conformément à l'art. 3 d) Obligations publiques, paragraphe 4) Information dans les médias publics, les instituts qui portent le label Market and Social Research by SWISS INSIGHTS s'engagent à attirer expressément l'attention du donneur d'ordre lors d'études ou de parties d'études destinées à être publiées dans des médias publics qu'une fiche signalétique de méthode conforme à ce modèle doit être rendue accessible au public. Sa publication peut avoir lieu, par exemple, sur le site internet de l'institut ou du donneur d'ordre. Les dispositions légales en vigueur s'appliquent aux études du secteur public.

Les éléments suivants doivent figurer dans la fiche signalétique de méthode:

- Définition de l'univers (par ex. population, clients de l'entreprise xy, etc.)
- Taille d'échantillon (nombre d'interviews)
- Type de l'échantillonnage (par ex. random-quota, random-random, etc.)
- Méthode de recherche (par ex. en ligne, téléphonique, etc.)
- Période d'enquête (début et fin de l'étude de terrain)
- Institut / direction de projet
- Intervalle de confiance pour l'échantillon total (optionnel: niveau α)
- Origine des adresses (par ex. courtier en adresses, annuaire téléphonique, etc.)
- Caractéristiques des quotas (par ex. relation âge et sexe, etc.)
- Caractéristiques pondérées

SWISS INSIGHTS conseille à ses membres de compléter, en supplément (facultatif) de la fiche signalétique de méthode, un rapport de rendement.

Le rapport de rendement devrait contenir au moins les éléments suivants:

- Échantillon de départ
- Personnes ne faisant pas partie de l'univers
- Sous-total des personnes faisant partie de l'univers
- Refus
- Autres incidences (toutes les autres incidences concernant le foyer, respectivement la personne faisant partie de l'univers, ou dont l'appartenance à l'univers est inconnue)
- Interviews complètes (interviews valables qui seront incluses dans l'évaluation)

La définition de l'échantillon de départ dépend de la méthode d'enquête et du type d'échantillonnage. On pourra faire état des parts en pourcentage, mais ceci n'est pas obligatoire.

Variante minimum	Exemple	Variante détaillée	Exemple	
Échantillon de départ	2 000	Échantillon de départ	2 000	
./. ne faisant pas partie de l'univers/ du groupe cible	800	./. ne faisant pas partie de l'univers/ du groupe cible	800	
Sous-total des personnes faisant partie de l'univers (inconnues incluses)	1200	Sous-total des personnes faisant partie de l'univers (inconnues incluses)	1200	100%
./. refus	200	./. refus	200	17%
		./. impossible à joindre	100	8%
		./. autres incidences (par ex. problème de langue, interruption, incomplet)	200	17%
		./. excédent de quotas	100	8%
./. autres incidences	400			
Interviews complètes	600	Interviews complètes	600	50%