

EXIGENCES CLÉS D'ESOMAR ET DE WAPOR CONCERNANT LES SONDAGES D'OPINION ET LES ENQUÊTES PUBLIÉES

1. Soyez ouverts et sincères lorsque vous demandez à des personnes de participer à un projet de recherche et veillez à ce que les sondages et les enquêtes soient clairement distingués des activités ne relevant pas de la recherche, comme les campagnes politiques (4.1).
2. Assurez-vous que les enquêteurs s'identifient promptement, donnent aux personnes interrogées l'opportunité de s'assurer de leur bonne foi, expliquent l'objectif de la recherche et permettent aux personnes interrogées d'exercer leur droit de se retirer de l'entretien à tout moment. Les enquêteurs doivent également expliquer que les données personnelles de la personne interrogée ne sont pas divulguées à des tiers sans son consentement et que cette dernière est en droit de demander à faire supprimer ou rectifier les données personnelles inexactes détenues à son sujet. (4.3).
3. Prenez des précautions pour garantir que les personnes interrogées ne subissent aucun préjudice découlant de leur participation à un sondage d'opinion ou à un projet de recherche et que toute information qui pourrait permettre d'identifier un participant est protégée afin de prévenir un accès, une manipulation ou une divulgation quelconques et non autorisés. (4.2 & 4.3).
4. Veillez à ce que les informations recueillies dans le cadre d'un projet de recherche ne soient jamais utilisées à une toute autre fin sans le consentement du participant. (4.3).
5. Utilisez des méthodes appropriées et soyez transparents quant à votre méthodologie, notamment concernant l'échantillonnage, les variables de pondération, la formulation des questions et le timing du sondage d'opinion ou de l'enquête publiée, afin que le public ait confiance en leur précision et leur fiabilité. (5.1)
6. Les décideurs, les journalistes et le public doivent être en mesure de faire la différence entre les sondages professionnels et non professionnels. Les enquêteurs et les personnes chargées de la publication des données de l'enquête doivent mettre à disposition suffisamment d'informations pour permettre au public et aux autres parties prenantes d'évaluer les résultats (5.2).
7. Tout rapport des résultats publié doit au minimum comprendre les noms de la société chargée de la recherche et du commanditaire de l'enquête, le domaine, la taille de l'échantillon, le type d'entretien et les dates d'entretien. Si la place est limitée, les autres informations pertinentes listées dans la directive doivent être mises à disposition en ligne. Toute publication doit également indiquer clairement de quelle manière il est possible d'obtenir plus d'informations et ces informations doivent être disponibles sous 24 heures à compter de la publication (5.1 & 5.2).
8. N'effectuez pas d'affirmations excédant les limites des principes scientifiques sur lesquels repose le sondage d'opinion, et veillez à ce que les interprétations et les affirmations soient cohérentes avec les données (5.1).
9. Informez les clients en amont de l'étude que la société chargée du projet de recherche est liée par le Code de l'ICC/ESOMAR et que toute publication des résultats par les clients devra être conforme à cette directive. Informez les clients que s'ils publient les résultats, ils devront consulter le chercheur quant à la forme et au contenu des résultats, et que si leur rapport fausse les résultats, le chercheur ne pourra pas autoriser l'association de son nom avec la diffusion des conclusions du projet, à moins que ces dernières soient soutenues par des données, et pourra se réserver le droit de publier l'étude entière.
10. Sondage à la sortie des urnes : soyez particulièrement vigilants vis-à-vis de la confidentialité de la personne interrogée lorsque le sondage se déroule dans un lieu public. Utilisez des méthodes transparentes, publiques et bien documentées, et suivez les normes procédurales et les techniques acceptées. Divulgez les résultats accompagnés des informations requises dès que possible après la clôture des sondages (8.2).

11. Comprenez et conformez-vous aux lois en vigueur dans le pays où l'enquête est menée, et respectez les codes du secteur pertinents (1).

Les chiffres entre parenthèses font référence aux parties correspondantes de la Directive d'ESOMAR et de WAPOR relative aux sondages d'opinion et aux enquêtes publiées, disponible sur www.esomar.org ou www.wapor.org.

Official Translation Partner:
Language Connect

