

Qu'est-ce-qu'un sondage ?

- ☐ **Un sondage est une enquête réalisée auprès d'un échantillon représentatif de la population étudiée. Les résultats obtenus auprès de l'échantillon sont ensuite extrapolés à la population totale.**
- ☐ 2 grands types de sondage:
 - **Le sondage politique est défini de manière légale depuis 2016. Un sondage politique est « une enquête statistique visant à donner une indication quantitative, à une date déterminée, des opinions, souhaits, attitudes et comportements d'une population par l'interrogation d'un échantillon ».** On peut distinguer 2 formes de sondage politique :
 - ✓ **Le sondage électoral pour connaître les intentions de vote des électeurs.** Un sondage électoral ne peut être publiés la veille et le jour de l'élection.
 - ✓ **Le sondage d'opinion : donne l'avis la population sur des thèmes de société**
 - **Le sondage marketing : étude de marché sur les comportements et opinions des consommateurs.** Il représente 75% du chiffre d'affaires des instituts de sondage.

Quels sont les principes du sondage ?

- ☐ Les sondages sont basés sur la théorie mathématique des probabilités : pour connaître les événements dans une population donnée, il suffit d'étudier une petite partie de celle-ci, à condition que cette partie soit représentative de la population totale.
- ☐ Il y a alors une marge d'erreur. Celle-ci ne dépend pas de la taille de la population étudiée, mais de la taille de l'échantillon : plus la taille de l'échantillon augmente, plus la marge d'erreur diminue. Cependant, cette baisse n'est pas proportionnelle : quand on passe d'un échantillon de 100 à 400 personnes, la taille est multipliée par 4, et la marge d'erreur est divisée par 2. Quand la taille passe de 1000 à 10 000, la taille est multipliée par 10, et la marge d'erreur seulement divisée par 3.

Comment construire un sondage ?

- ☐ **La construction de l'échantillon : en statistique, un échantillon est un ensemble d'individus représentatifs d'une population. La population de l'échantillon doit avoir les mêmes caractéristiques que la population totale.**
- ☐ Il existe deux méthodes pour obtenir un échantillon représentatif

	Méthode aléatoire	Méthode des quotas
modalités	on tire au hasard un certain nombre d'individus à partir d'un fichier complet de toute la population (le recensement de l'INSEE, la liste des abonnés à l'électricité ou au téléphone). Ensuite, ces personnes doivent être obligatoirement questionnées	on construit un échantillon dans lequel les individus sont répartis selon les mêmes proportions que dans le groupe à étudier
Intérêts	Aucune catégorie n'est sur ou sous-représentée La marge d'erreur est calculée de manière scientifique	Méthode moins coûteuse : les sondés sont interchangeables dans la mesure où ils ont les mêmes caractéristiques
Limites	Peu de listes exhaustives de la population Méthode contraignante : la personne sélectionnée doit obligatoirement répondre	L'échantillon peut être biaisé : on n'interroge uniquement les personnes que l'on trouve La marge d'erreur n'est pas calculée scientifiquement : on fait l'hypothèse que la marge d'erreur est la même que dans la méthode aléatoire

- ☐ **La construction du questionnaire :** la qualité du questionnaire est essentielle

- 2 grands types de questions :

	Question fermée	Question ouverte
Définition	e sondé choisit une ou plusieurs réponses dans une liste	Le sondé répond librement
Intérêts	Traitement simple	Plus d'informations apportées
Limites	Peut donner l'impression que les réponses sont codifiées au préalable	Réponse plus difficile à analyser Taux de non réponse plus fort

- Les questions doivent être comprises par tous les sondés. Or une question n'a pas obligatoirement de signification claire. 2 difficultés :

- ✓ 2 formulations apparemment proches peuvent être comprises de 2 manières différentes. Ainsi le terme « souvent » est vague : tous les jours ?, une fois par semaine ?, par an
- ✓ Une même formulation peut avoir des sens différents selon les personnes interrogées ou le contexte : le terme insécurité est souvent compris par les catégories supérieures comme une menace de vol ; les personnes plus modestes le comprennent, en période de fort chômage, comme la peur de perdre un emploi.

- Il faut éviter les questions inductrices : **une question inductrice conduit la personne interrogée à répondre d'une certaine manière.** Ainsi, « êtes-vous d'accord » pousse le sondé à répondre positivement
- L'ordre des questions est aussi essentiel. **La position d'une question par rapport à d'autres peut induire une certaine réponse : c'est l'effet de halo.** Par exemple, une première question demande si « l'arrivée au pouvoir d'un parti politique a eu des effets économiques catastrophiques » et une deuxième « voterez-vous pour ce parti aux prochaines élections ». Dans ce cas, la 1^{ère} question a un effet sur la réponse donnée à la deuxième : l'idée donnée dans la première question est que l'arrivée de ce parti a généré un ralentissement de la croissance économique. La personne ne va donc pas voter pour ce parti.

Comment interpréter les résultats ?

Les résultats sont alors utilisés pour tirer des conclusions. Pour les interpréter, il faut prendre certaines précautions :

- ☐ Il faut présenter les modalités de l'enquête : population étudiée, taille de l'échantillon, méthode d'échantillonnage utilisée (aléatoire ou quotas), la marge d'erreur
- ☐ Il faut ensuite préciser 2 taux de non-réponses :
 - le pourcentage et les caractéristiques des personnes qui ont refusé de répondre au sondage
 - le pourcentage de non-réponse à une ou plusieurs questions du sondage
- ☐ il faut indiquer si les données ont été redressées et comment. **Le redressement est une pratique de traitement de données pour corriger un biais de l'échantillon.** Il y en a deux formes :
 - pour corriger un biais structurel de l'échantillon : le redressement consiste à rendre l'échantillon conforme en proportions à la population de référence
 - pour corriger un biais observé a posteriori dans les réponses : le redressement consiste tenir compte des résultats réels précédents