

Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC)

Normes et exigences de divulgation en matière de recherche sur l'opinion publique

La diffusion des résultats de la recherche publique peut entraîner des répercussions, notamment lorsqu'il est question de politique, des affaires publiques et des enjeux importants. Si elle est bien menée, la recherche d'opinion publique permet d'informer la population quant à l'opinion des Canadiens sur les enjeux clés et d'orienter les discussions sur l'établissement de politiques publiques efficaces. Si elle est mal réalisée, elle peut induire le public en erreur, ébranler sa confiance et ainsi entacher la réputation de notre profession. Les normes et exigences de divulgation en matière de recherche sur l'opinion publique ont pour but :

- de soutenir des pratiques exemplaires et éthiques quant à la divulgation des résultats de recherche;
- de s'assurer que la recherche est impartiale et appuie le processus décisionnel dans les secteurs public, privé et à but non lucratif;
- d'accroître la confiance du public et améliorer sa compréhension de l'utilité de ce type de recherche;
- d'assurer un niveau de transparence approprié et la divulgation adéquate des résultats et des méthodes de recherche.

Bien que tous les membres du CRIC soient tenus de respecter ces normes, nous croyons que tous les professionnels et professionnelles œuvrant dans le domaine de la recherche, de l'analytique et de l'intelligence marketing doivent suivre ces normes afin de maintenir la crédibilité de l'industrie lorsqu'ils publient des résultats de recherche. Nous savons qu'il y a plusieurs méthodes légitimes de mener une recherche en opinion publique. Les normes portent sur la réalisation et la divulgation de la recherche quantitative, la recherche qualitative et la recherche axée sur les sources de données secondaires. Elles n'ont pas pour objectif d'évaluer le fondement des méthodes utilisées, mais d'énoncer les critères de divulgation que chacune doit respecter.

I. Principes de responsabilité professionnelle à suivre lors des échanges avec le public

A. Recherche avec participants

1. Nous éviterons toute pratique ou méthode qui peuvent nuire, mettre en danger, humilier ou tromper les participants ou participantes actives et potentiellement actives. .
2. Nous ne tromperons pas nos participants sur la nature de la recherche et ne mènerons pas d'autres activités (vente, collecte de fonds ou campagne politique) sous prétexte de mener une recherche.

3. Nous reconnaissons que la participation à nos recherches est volontaire, sauf indication contraire dans la réglementation, les politiques ou les lois en vigueur. Les participants et participantes ont le droit de prendre une décision libre et informée quant au fait de fournir, sans contrainte, tous les renseignements demandés, une partie de ces derniers ou aucun et de refuser même après avoir donné leur consentement initial.
4. Nous donnerons le nom du fournisseur qui mène la recherche et un code du service de vérification des recherches du CRIC afin de vérifier la légitimité de la recherche et ainsi permettre aux participants et participantes de formuler leurs commentaires sur la recherche.
5. Nous serons honnêtes et répondrons aux questions des participants ou participantes potentiels. Nous ne ferons pas d'allégations fausses ou trompeuses au sujet de la recherche.
6. Nous reconnaissons la grande importance de protéger les droits des mineurs et des personnes vulnérables lorsque nous demandons des décisions quant à la participation et nous menons nos recherches.
7. Nous respecterons les lois et les règlements en vigueur au Canada ainsi que les règles des propriétaires des données (fournisseurs de dossiers administratifs ou de recherche auparavant recueillis à d'autres fins) régissant la collecte, l'utilisation et la divulgation de l'information obtenue auprès des personnes, des groupes ou des organisations ou encore obtenue à leur sujet.

B. Recherche comprenant des renseignements permettant d'identifier une personne

1. Nous reconnaissons le droit des participants et participantes de recevoir de l'information sur la façon dont les renseignements permettant d'identifier une personne que nous recueillons auprès d'eux seront utilisés.
2. Nous reconnaissons l'importance de prévenir la divulgation non intentionnelle des renseignements permettant d'identifier une personne. Nous respecterons les pratiques exemplaires, les lois, les règlements et les règles des propriétaires des données régissant le traitement et le stockage de ces renseignements.
3. Nous limiterons l'accès aux identifiants et les détruirons dès que ces informations ne sont plus requises, conformément aux lois, règlements et règles des propriétaires des données applicables.
4. Nous ne divulguons pas l'information qui pourrait être utilisée, seule ou jumelée à d'autres renseignements raisonnablement accessibles, pour identifier les participants et leurs données, sans l'autorisation des participants.
5. Lorsque nous divulguons des renseignements permettant d'identifier une personne à des fins autres que la recherche actuelle, nous transmettrons aux utilisateurs des données les conditions énoncées dans le consentement que nous avons obtenu des participants.

C. Clients ou commanditaires

1. Lorsque nous entreprenons un projet de recherche au nom d'une organisation cliente, nous garderons confidentiellement tous les renseignements exclusifs obtenus au sujet du client, de la façon dont la recherche sera réalisée et des résultats de recherche, sauf quand le client nous autorise expressément à divulguer l'information.
2. Nous informerons les personnes pour qui nous menons les recherches rendues publiques quant aux normes et exigences de divulgation en matière de recherche sur l'opinion publique du CRIC. Nous leur fournirons aussi de l'information sur ce qui doit être divulgué dans les documents publiés.
3. Nous demeurerons toujours conscients des limites de notre expertise et nos capacités à mener divers types de recherche. Nous accepterons seulement les projets de recherche que nous savons que nous pouvons réaliser.

D. Public

1. Nous divulguerons publiquement les méthodes et procédures utilisées pour obtenir nos propres résultats de recherche rendus publics, conformément au Code international ICC/ESOMAR et à la section III des présentes normes et exigences de divulgation.
2. Nous corrigerons toute erreur dans nos travaux qui sera portée à notre attention et qui pourrait influencer l'interprétation des résultats. Nous enverrons les corrections à tous les récipiendaires initiaux de notre contenu.
3. Nous corrigerons toute déformation des faits, des données ou des analyses, notamment les erreurs d'interprétation des faits par nos partenaires de recherche, nos commanditaires ou nos clients. Nous ferons preuve de bonne foi pour diffuser des énoncés correctifs à toutes les parties qui ont reçu l'information trompeuse. Si cette dernière a été rendue publique, nous diffuserons un énoncé correctif dans un forum public, au meilleur de nos capacités et d'une façon aussi semblable que possible.
4. Nous reconnaissons que les différences d'opinions dans l'interprétation de l'analyse ne sont pas nécessairement des déformations des faits. Nous ferons preuve de jugement professionnel dans le traitement de ces différences.

E. Profession

1. Nous reconnaissons l'importance pour la science de la recherche de diffuser aussi librement que possible les idées et les conclusions qui découlent de nos recherches.
2. Nous sommes fiers d'être membres du CRIC et le respect des normes du CRIC est une preuve de notre engagement à l'égard des normes éthiques les plus élevées dans nos relations avec les participants, nos clients ou nos commanditaires, le public et la profession.

II. Principes régissant la pratique professionnelle

1. Nous ferons preuve de diligence dans l'établissement des recherches, des échantillons et des instruments ainsi que dans la collecte, le traitement et l'analyse des données, en prenant toutes les étapes nécessaires pour assurer la fiabilité et la validité des résultats.
2. Nous recommanderons et utiliserons seulement les outils et les méthodes d'analyse qui, selon notre avis professionnel, sont les mieux adaptés aux questions de recherche.
3. Nous ne choisirons pas délibérément des outils et des méthodes d'analyse qui pourraient mener à des conclusions trompeuses.
4. Nous ne ferons pas délibérément des interprétations des résultats de recherche qui ne sont pas cohérentes avec les données disponibles. Nous n'autoriserons pas non plus, implicitement, que de telles interprétations soient faites. Nous nous assurerons que les conclusions que nous divulguons, de façon privée ou publique, soient cohérentes et dressent un portrait exact des résultats de recherche.
5. Nous n'insinuerons pas délibérément qu'il faut accorder une plus grande importance aux interprétations que ce que les données justifient. Lorsque nous généralisons à partir d'échantillons, nous ferons seulement des allégations précises et applicables à un vaste groupe de la population. Ces allégations seront justifiées par les méthodes d'échantillonnage et les autres méthodes utilisées.
6. Nous ne procéderons pas à la fabrication ni à la falsification de données.
7. Nous décrirons et attribuerons de façon précise les recherches provenant d'autres sources (que nous citons dans nos travaux) en ce qui concerne la méthodologie, le contenu, la comparabilité et la source.
8. Nous décrirons nos méthodes et nos conclusions de façon précise et avec suffisamment de détails dans tous nos rapports de recherche, conformément à la section III des présentes normes et exigences de divulgation.

III. Normes de divulgation

Te qu'indiqué précédemment, la publication des conclusions de recherche peut avoir une grande incidence sur la vie des Canadiens et des Canadiennes, les entreprises et les institutions publiques. Elles peuvent influencer l'orientation d'un enjeu ou d'un événement et la façon dont les médias le couvrent, la façon dont les intervenants, le gouvernement et les entreprises réagissent ainsi que la façon dont le public le comprend. Une bonne pratique professionnelle impose une obligation cruciale à tous les praticiens qui rendent publiques des recherches : ils doivent divulguer suffisamment d'information sur la façon dont la recherche a été effectuée ou dont les données ont été recueillies pour assurer un examen indépendant et une vérification par les pairs des allégations de recherche.

Il revient à la personne et à l'entreprise d'assumer cette responsabilité, et chacun est individuellement responsable de ses actions et de son défaut d'agir. Lorsqu'une personne représente une société, cette personne et la société sont individuellement et conjointement responsables. Toutes les parties impliquées dans une infraction aux normes du CRIC (par commission ou omission) seront tenues responsables puisque la responsabilité est la pierre angulaire de chaque structure éprouvée.

Exigences de divulgation

1. Nous publierons sur notre site Web les détails sur la façon d'obtenir les consentements de divulgation nécessaires pour les recherches rendues publiques.
2. Nous informerons les personnes qui veulent mener des recherches qui seront rendues publiques, notamment leur utilisation (en tout ou en partie) aux fins de publicité ou d'autres types d'affichage public, des normes et exigences de divulgation en matière de recherche sur l'opinion publique du CRIC et de nos obligations professionnelles avant qu'elles entreprennent un projet de recherche.
3. Nous divulguerons qui commandite la recherche et qui le réalise. Si la source de financement n'est pas le commanditaire, nous le divulguerons aussi.
4. Nous divulguerons le nom et l'adresse électronique d'une personne-ressource. Nous répondrons à toute autre demande raisonnable relative aux données nécessaires aux lecteurs et lectrices de la recherche pour évaluer la validité de la recherche.
5. Nous incluons clairement une adresse URL sur le site Web du CRIC vers les normes et exigences de divulgation en matière de recherche sur l'opinion publique et un énoncé confirmant le respect des normes du CRIC.
6. Nous divulguerons les éléments suivants dans un format courant et facilement accessible sur un site Web vérifiable ou officiellement commandité, et les afficherons dès qu'un **rapport ou des résultats de sondage** seront rendus publics :
 - a. Formulation et présentation exactes des questions et des choix de réponses liés aux résultats publiés. Elles peuvent être divulguées de façon distincte ou sous forme de tableau de données croisées. Cela comprend les directives précédentes à l'intention du personnel intervieweur ou des répondants et répondantes ainsi que toutes les questions précédentes qui pourraient raisonnablement influencer les réponses dans les résultats publiés. Le pourcentage des indécis ou qui ont refusé de répondre à une question doit aussi être indiqué.
 - b. Définition de la population étudiée.
 - c. Dates auxquelles les données ont été recueillies.
 - d. Description du ou des cadres d'échantillonnage et la couverture de la population cible.
 - e. Nom du fournisseur de l'échantillon, si le cadre d'échantillon ou l'échantillon en soi a été fourni par une tierce partie (toujours inclure l'adresse URL vers la page d'accueil du site Web du fournisseur).

- f. Si l'échantillon est un groupe de participants prérecrutés ou un panel de répondants et, si applicable, les méthodes utilisées pour recruter le groupe ou les répondants.
 - g. Détails sur les stratégies utilisées pour assurer la coopération (p. ex. contact préliminaire, rémunération ou mesures incitatives).
 - h. Description de la conception de l'échantillon, en indiquant clairement la méthode au moyen de laquelle les répondants ont été choisis, recrutés, interceptés ou contactés/rencontrés, ainsi que les exigences d'admissibilité ou les cas de suréchantillonnage. Description détaillée du cadre d'échantillonnage et de la conception de l'échantillonnage afin de déterminer si les répondants ont été sélectionnés en utilisant une méthode probabiliste ou non probabiliste.
 - i. Méthodes et moyens utilisés pour réaliser le sondage (p. ex. ITAO, IPAO, AIAAO, réponse vocale interactive, sondage par courriel, sondage en ligne)¹ et langue(s) offerte(s).
 - j. Statistiques sur le nombre d'erreurs dans les résultats de sondage (comme la marge d'erreur ou l'intervalle de crédibilité bayésien), si scientifiquement applicable.
 - k. Si on a appliqué une pondération, un étalonnage ou une normalisation pour ajuster les résultats et incidence de la procédure sur les données telles que mesurées au moyen d'un calcul d'efficacité de la pondération ou de la divulgation de la fourchette (p. ex. minimum et maximum) ainsi que l'écart de pondération.
 - l. Pour les recherches rendues publiques portant sur les politiques publiques ou les intentions de vote aux élections, des tableaux détaillés ou des représentations des questions démographiques habituelles, avec le nombre de répondants.es (pondéré et non pondéré) afin que le public puisse voir, de façon transparente, le nombre initial de réponses par catégorie démographique et le nombre de réponses pondéré par catégorie démographique. Ces données doivent être fournies sur demande pour toute recherche portant sur d'autres sujets.
 - m. Pour les recherches rendues publiques et menées avec la collaboration d'un partenaire médiatique, les éléments devant être divulgués doivent être accessibles dans les 90 minutes suivant la publication des résultats parce partenaire médiatique.
7. Nous divulguerons les éléments suivants dans un format courant et facilement accessible sur un site Web vérifiable ou officiellement commandité, et les afficherons dès qu'un **rapport ou des résultats de recherche qualitative** seront rendus publics :
- a. Définition de la population étudiée et son emplacement géographique.
 - b. Instrumentation utilisée (p. ex. questions, guides de discussion), description des stratégies de collecte de données utilisées (p. ex. groupes de discussion, entrevues semi-structurées) et langue(s) utilisée(s).
 - c. Énoncé indiquant que les résultats de la recherche ne sont pas statistiquement extrapolables, mais plutôt directionnels puisqu'ils sont basés sur les réponses d'une petite partie des répondants recrutés en fonction de critères précis en utilisant des pratiques de recrutement qualitatives. La publication des résultats ne doit pas comprendre des pourcentages ni des proportions qui pourraient laisser entendre que les résultats sont extrapolables.
 - d. Description de tout stimulus pertinent, comme des preuves visuelles ou sensorielles ou encore affiches sur chevalet.
 - e. Dates de collecte de données.

¹ Les acronymes en langue anglaise sont CATI, CAPI, ACASI et IVR.

- f. Emplacement physique où les activités de collecte de données ont été effectuées (p. ex. résidence du participant, lieu de travail, clinique, installation de groupes de discussion, rue, en ligne, téléphone).
 - g. Description de l'admissibilité du sujet (p. ex. exigences en matière d'âge ou de sexe) et des procédures utilisées pour trier et recruter les sujets de la recherche.
 - h. Nombre de sujets de recherche, selon la stratégie de collecte de données.
 - i. Durée de la participation à la recherche (p. ex. durée des entrevues ou des séances de discussion en groupe).
 - j. Rémunération ou mesures incitatives offerte(s) aux sujets.
8. Nous divulguerons les éléments suivants dans un format courant et facilement accessible sur un site Web vérifiable ou officiellement commandité, et les afficherons dès qu'un **rapport ou des résultats de l'analyse des données secondaires** seront rendus publics :
- a. Description de la façon dont le contenu analysé a été recueilli ou obtenu. Cette description indiquera les sources utilisées, la quantité de contenu analysé (p. ex. nombre et longueur moyenne des articles, des gazouillis, des publications de blogue ou des bulletins de nouvelles), dates où le contenu a été analysé, langues incluses et critères de décision utilisés pour inclure ou exclure des éléments ou du contenu.
 - b. Approche utilisée en matière d'échantillonnage. Si un recensement de la population cible du contenu a été utilisé, il faudra l'expliquer en détail.
 - c. Discussion sur toute menace ou préoccupation détectable au sujet de la validité ou de la qualité du contenu (p. ex. commentaires en ligne créés par des robots informationnels, faux profils de médias sociaux, contenu pertinent manquant dans les sources utilisées) et toute étape prise pour les atténuer.
 - d. Description de la façon dont l'analyse a été faite. Elle doit indiquer si du codage a été fait par un logiciel ou des codeurs humains (ou les deux) et si des méthodes quantitatives ou qualitatives (ou les deux) ont été utilisées.
 - e. Unité d'analyse (p. ex. articles de nouvelles, bulletins, gazouillis ou publications de blogue).
 - f. Description de la façon dont la pondération a été calculée, y compris les variables utilisées, si la pondération a été employée pour créer un code ou produire des estimations finales.
 - g. Autres renseignements qui pourraient devoir être divulgués si l'analyse du contenu comprend une collecte de données qualitatives (voir l'article 7 de la section III) ou une collecte de données de sondage (voir l'article 6 de la section III).
9. Nous corrigerons toute erreur dans nos travaux qui sera portée à notre attention et qui pourrait influencer l'interprétation des résultats. Nous enverrons les corrections à tous les récipiendaires initiaux du contenu.
10. Dans la mesure du possible, nous corrigerons toute déformation des faits, des données ou des analyses, notamment les déformations faites par nos partenaires de recherche, nos commanditaires ou nos clients, qui seront portées à notre attention.
11. Nous comprenons que si un de nos projets rendus publics fait l'objet d'un examen officiel pour une infraction présumée au code du CRIC, nous collaborerons dans le cadre des évaluations professionnelles exigées par le CRIC. Le CRIC traitera seulement les allégations fondées et n'agira pas en tant que forum pour que les parties visées règlent leurs comptes ou qui voudraient utiliser le processus d'examen comme tactique pour arriver à leurs fins.

12. Le nom des membres du CRIC qui rendent publique une étude de marché ou une recherche sur l'opinion publique sera affiché sur le site Web du CRIC (avec un lien vers la page d'accueil de leur organisation) afin de prouver qu'ils respectent les normes de divulgation du CRIC. La liste des entreprises affiliées au CRIC permettra tant aux médias qu'au public de confirmer que nos membres appliquent les normes de divulgation les plus élevées pour la profession. En un clic, ils auront accès à l'entreprise visée et pourront ainsi obtenir de plus amples renseignements sur cette dernière et ses publications.

13. À la lumière des objectifs fondamentaux en matière de transparence et de reproductibilité, les membres du CRIC s'attendent à ce que l'accès aux ensembles de données et à la documentation connexes permettent d'effectuer un examen indépendant et de vérifier les allégations de recherche au besoin. Les ensembles de données pourraient être conservés (sans avoir été rendus publics) pendant une période allant jusqu'à un an après que les conclusions aient été publiées afin de permettre une analyse primaire. Afin de protéger l'identité des répondants, ces ensembles de données doivent être anonymisés afin de retirer les variables qui pourraient raisonnablement permettre d'identifier un répondant. Ceux qui demandent une recherche qui sera rendue publique ont l'obligation de divulguer la raison pour laquelle la publication éventuelle ou l'accès aux ensembles de données ne sera pas possible, le cas échéant.

Déclaration de divulgation du CRIC pour les recherches rendues publiques

Les tableaux simplifiés qui suivent sont fournis à titre de référence. Si les chercheurs veulent présenter l'information dans un autre format, ils peuvent le faire à condition que les éléments soient conservés.

Exemple de déclaration sur le statut de membre en règle du CRIC et de conformité aux normes du CRIC

Recherche XYZ Inc. est un membre du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC) et confirme que cette recherche est entièrement conforme aux normes du CRIC, notamment ses normes et exigences de divulgation en matière de recherche sur l'opinion publique (LIEN VERS LES NORMES).

A. Exemple de formulaire de divulgation pour la publication d'un sondage

ÉLÉMENTS DE DIVULGATION DE BASE	DÉTAILS
Commanditaire de la recherche (y compris les commanditaires financiers)	Revue ABC et Recherche XYZ Inc.
Fournisseur de la recherche ou des données	Recherche XYZ Inc.
Population représentée	Adultes au Canada
Taille de l'échantillon	1 001
Méthode de collecte des données	Téléphone (composition aléatoire sur les lignes terrestres et cellulaires)
Source de l'échantillon	S.O.
Type d'échantillon (probabiliste ou non probabiliste)	Probabiliste
Dates de début et de fin de la collecte de données	Du 3 au 7 avril 2019
Marge d'erreur pour l'échantillonnage (échantillon complet)	+/- 3,1 points de pourcentage à un niveau de confiance de 95 %
Marge d'erreur pour l'échantillonnage (sous-groupes clés, le cas échéant)	+/- 4,3 points de pourcentage à un niveau de confiance de 95 %, pour les gens qui s'attendent à recevoir un remboursement d'impôt ou qui en ont déjà reçu un
Les données sont-elles pondérées?	Oui, en fonction des données du Recensement 2016 (âge, sexe, région et niveau d'éducation)
Personne-ressource	Hélène Recherche, directrice de sondage Revue ABC (123) 456-7890, sondage@revueabc.com
Joindre le questionnaire complet du sondage, fournir le lien vers le site Web où on peut accéder à l'information ou fournir l'information sur la façon dont on peut accéder au contenu du sondage. Inclure toutes les questions précédentes qui pourraient raisonnablement influencer les réponses dans les résultats publiés.	

B. Exemple de formulaire de divulgation pour une recherche qualitative

ÉLÉMENTS DE DIVULGATION DE BASE	DÉTAILS
Commanditaire de la recherche (y compris les commanditaires financiers)	Revue ABC et Recherche XYZ Inc.
Fournisseur de la recherche ou des données	Recherche XYZ Inc.
Population étudiée	Adulte votants dans des villes sélectionnées
Nombre de participants, stratégie de collecte de données, durée	Deux séances de discussion en groupe de 90 minutes avec 8 participants dans 5 villes (Halifax, Montréal, Toronto, Calgary, Vancouver). Les séances à Montréal ont été menées en français. Les autres étaient en anglais. Toutes les séances ont eu lieu dans des installations prévues à cette fin.
Énoncé de non-extrapolation	Les résultats de la recherche ne sont pas statistiquement extrapolables, mais plutôt directionnels puisqu'ils sont basés sur les réponses d'une petite partie des répondants recrutés en fonction de critères précis en utilisant des pratiques de recrutement qualitatives.
Dates de début et de fin du travail sur le terrain	Du 3 au 7 avril 2019
Personne-ressource	Jean Qual, directeur de la recherche qualitative Revue ABC (123) 456-7890, sondage@revueabc.com
Joindre le questionnaire complet et les copies de tout stimulus ainsi que le lien vers le site Web où on peut accéder à l'information. Inclure toutes les questions précédentes qui pourraient raisonnablement influencer les réponses.	