

SONDAGE IFOP/LEFIGARO : UN POINT DE VUE CRITIQUE SUR L'ANALYSE D'OWNI

LE 9 AOÛT 2010 GUILLAUME MAIN

Sur Statosphère, Guillaume Main, ancien salarié d'institut de sondage, critique dans un billet argumenté notre article analysant l'étude Ifop/Le Figaro.

Autant lorsque Jean-François Kahn ou Ségolène Royal décide de "se faire" un institut de sondage, l'effet de surprise est quasi nul : après tout, la discréditation des sondages est un fond de commerce et une pratique outrageusement éprouvée. Il faut bien vendre des bouquins, et en faire la **promotion chez Ruquier**. En revanche, si **Owني** se prête à son tour à ce jeu simplet, alors j'avoue que la donne n'est plus la même : on ne peut pas se targuer de décrypter l'information tout en s'attaquant à des méthodologies complexes, ne laissant (quoi qu'on en dise et contrairement à la croyance devenue populaire) strictement rien au hasard. Bon nombre de trolleurs qui ont pour passe-temps de s'attaquer aux instituts de sondage s'emploient à les démonter systématiquement, en tirant à boulet rouge sur tout ce qui leur semble, de près ou de loin, "anormal".

Owني n'est pas de cette trempe et m'a toujours habitué à des articles brillants, éclairés et à la valeur ajoutée indiscutable. Le décryptage est une matière compliquée, nécessitant un recul de tous les instants et une excellente maîtrise des sujets traités. Si Owني est incontestablement la référence du journalisme de données au sein de la blogosphère française, force est d'avouer que le magazine s'est copieusement planté dans son article "**Annonces sécuritaires : IFOP a déconné**", lançant une véritable fronde contre IFOP en particulier et les méthodologies sondagières en général. Ainsi l'article se révèle être une réplique mi-fadasse mi-éclairée de ce qu'on peut déjà trouver sur les très médiocres **Opiniongate's Blog** et **Observatoire des sondages**, ou encore dans **L'ivresse des Sondages** d'Alain Garrigou.



Or, tous ces gens ont au moins un point commun : ils n'ont vraisemblablement effleuré qu'une poignée des enjeux conditionnant le fonctionnement d'un panel d'institut de sondage. Non pas, bien sûr, qu'il soit fondamental de travailler en institut pour être capable d'en parler, mais que certains aspects du propos tiennent trop peu la route pour assurer la crédibilité du reste. Ayant été chargé de traitement statistique pendant huit ans, au sein de deux instituts de sondage, j'ai eu largement l'occasion de travailler sur des panels auto-administrés (essentiellement postaux et internet, mais aussi téléphoniques) où les sélections d'échantillon sur quotas et les redressements en tout genre étaient mon quotidien. J'ai également été programmeur de questionnaires Internet pour un de ces instituts. Par ailleurs, je m'exprime librement à ce sujet, étant actuellement à la recherche d'un emploi dans un autre secteur des statistiques.

La vérité sur les biais des différents modes de recueil

Il existe essentiellement quatre modes de recueil des données : le face à face, le postal, le téléphonique et Internet. Aucun de ces modes ne peut se targuer d'être exempt d'aucun biais : ils présentent tous des avantages et des inconvénients de taille.

Le **face à face** est un mode de recueil très lent, complexe et de nature à déranger le sondé : capté dans la rue ou directement à son domicile, le contexte est rarement propice. Il est donc exclu d'aborder des sujets touchant à son intimité ou à ses convictions politiques. Le taux de remplissage est souvent mauvais, le sondé perdant vite patience.

Le **courrier** est un mode de recueil lent lui aussi, adapté à des questionnaires plus longs ou aux questions ouvertes, auquel les personnes âgées répondent bien mieux que les jeunes générations. Par ailleurs, en cas de mauvais taux de retour, il est souvent trop tard et trop cher pour relancer une vague d'envois visant à combler un éventuel manque sur un quota.

Le **téléphone** est un mode de recueil rapide et offrant une sensation d'anonymat assez sécurisante au sondé : sur des questions sensibles, nécessitant un aveu, il répondra plus spontanément que par courrier et se livrera plus facilement qu'en face à face. Les chômeurs et les personnes âgées sont généralement sur-représentés.

Enfin, **Internet** est un mode de recueil assez pratique car très maléable : à l'instar du téléphone, il est possible de suivre en temps réel l'état d'avancement des quotas de l'étude. Les sous-représentations sont donc instantanément détectées. Si les plus âgés sont beaucoup plus difficiles à sonder, cela reste néanmoins de moins en moins vrai.

Internet, un mode de recueil aussi bon que les autres

Au final, les pondérations sont bien moins conséquentes par Internet que par courrier. C'est aussi pour cette raison que de plus en plus souvent, les instituts de sondage proposent de mener des terrains sur des modes de recueil mixtes, Internet et téléphone, avec des résultats excellents. Mais dans tous les cas, les redressements ne sont pas colossaux et n'induisent pas de problème de représentativité irrémédiable, car les panels d'institut sont régulièrement renouvelés et se voient réinjectés prioritairement des populations déficitaires (il existe des services spécialisés, "fournisseur" de panélistes d'un certain âge ou correspondant à une certaine catégorie socio-professionnelle).

De fait, compte tenu des enjeux, les clients des instituts de sondage souhaitent de plus en plus souvent connaître l'opinion et les habitudes des internautes. Internet, en tant que mode de recueil, devient alors une bénédiction puisqu'on ne cherche plus à être représentatif de la population d'un pays, mais des internautes d'un pays, ce qui n'a plus rien à voir. Ainsi, l'échantillon pourrait pratiquement être construit naturellement puisque sélectionner 1000 internautes en respectant des quotas reviendrait théoriquement à les sélectionner aléatoirement. Mais même dans ces cas là, la sélection aléatoire est proscrite et on applique des quotas afin de maximaliser la précision des résultats.

Une autre problématique d'Internet est qu'il est assez difficile de connaître le véritable profil des internautes d'un pays, puisqu'il n'existe pas à proprement parlé de recensement d'internautes (contrairement au recensement classique de la population réalisée par l'INSEE, lequel, malgré les **nouvelles méthodes d'extrapolation**, n'a pas d'équivalent en terme d'exhaustivité). Chaque institut de sondage dispose de son propre panel prétendument représentatif et dépassant allègrement la dizaine de milliers d'individus. Or, si on compare les différentes structures de panel d'internautes, d'un institut à l'autre, on constate qu'elles sont très proches. Il n'est donc pas rare que les instituts comparent leur structure : ils savent que cela leur permet d'affiner leur représentativité. On les compare également aux panels "Site-Centric", comme celui de **StatCounter Global Stats** : sans être parfait, ce type de panel contribue à améliorer la qualité d'un panel d'internautes.

Pour aller plus loin :

Sondages en ligne : une méthodologie éprouvée par Yves-Marie Cann

Un livre blanc sur les études en ligne par OpinionWay

Les 10 mauvaises interprétations dans l'article d'OWNI

1 – « *La méthodologie du sondage nous a surpris. En effet, on n'y retrouve pas les habituels "ne se prononce pas".* »

Les cases NSPP dépendent directement de la demande du client : il n'y a aucune règle absolue là dessus, à moins qu'il s'agisse d'un baromètre, auquel cas on prend soin de ne pas changer la méthode en cours de route. Les NSPP sont simplement introduites ou non aux tris élaborés selon les desideratas du client. Par ailleurs, enfonçons des portes

ouvertes : sur Internet, ce sont ceux qui veulent donner leur avis qui le donnent. Ceux qui ne se prononcent pas n'ont tout simplement pas cliqué sur le lien de l'enquête.

2 – « *La méthode, tout d'abord. Tous les français ne sont pas connectés à internet.* »

Internet ne biaise pas plus les résultats qu'un autre support. Mieux, il reste le meilleur recueil en période estivale puisqu'il fonctionne sur un support nomade. Le téléphone portable, lui aussi parfaitement nomade, induit les mêmes biais qu'Internet (jeunes générations sur-représentées, vieilles générations sous-représentées, localisation géographique compliquée), on en retirerait donc qu'un inconvénient de taille : le coût des communications téléphoniques.

3 – « *L'ifop nous assure que les résultats sont redressés pour les 25% de non-internautes (31% selon l'ITU).* »

De fait, aujourd'hui, sauf cas très particulier (tests de produits, études qualitatives), toutes les études quantitatives reposent nécessairement sur des échantillons finaux construits selon la méthode des quotas ! Mettre le doigt sur un écart de 6% entre les chiffres de l'ITU et ceux de l'IFOP ne reviendrait guère qu'à contester un petit dixième de pourcent sur le résultat d'un tri marginal, d'autant que les chiffres de l'ITU ne reposent, eux non plus, sur rien d'exhaustif, ni de parfait.

4 – « *Comment contacter les estivants ? L'ifop assure que 60% des Français ne partent pas (30% selon le Credoc, mais passons) et que ceux qui partent restent connectés.* »

Pour le coup, l'argument a de quoi surprendre. Owni frise carrément la mauvaise foi ! De quoi parle-t-on ? Du nombre total de français partant en vacances durant toute l'année (chiffre du CREDOC avancé par Owni), ou du nombre de français en vacances au moment de l'enquête IFOP ? Bien entendu, on est plus près des 60% selon **l'enquête sur les conditions de vie** de l'INSEE.

5 – « *Est-ce qu'ils possèdent des statistiques sur le nombre de personnes ayant répondu de leur iPhone, ou ceux dont l'adresse IP montre une localisation différente de leur ville de résidence ?* »

N'a-t-on pas suffisamment marteler en France que l'adresse IP n'est pas une donnée fiable ? Dans le cas présent, d'autant plus sur le réseau 3G des téléphones portables, plusieurs millions d'internautes (au moins tous les clients Orange, et en grande partie des possesseurs d'iPhone justement) se connectent via une IP dynamique. Croyez-vous qu'il soit possible rapidement et sans autorisation spécifique d'analyser des adresses IP quand on est un institut de sondage ? Pour quelle fiabilité et quel résultat ?



6 – « *Mais la chance et les statistiques se marient mal ensemble* »

En effet ! Il n'a d'ailleurs jamais été question de céder la moindre parcelle à « la chance » dans les champs du traitement de données statistiques. Je vous rassure, donc : la chance n'est pas une matière dispensée dans les IUT et IUP de statistiques ou même à l'ENSAE. Plus sérieusement, l'aléatoire n'est que très exceptionnellement utilisé comme modèle pour constituer des échantillons.

7 – « *Il aurait pu être intéressant de demander aux sondés si ils étaient favorable à...* »

Certes, la remarque est pertinente mais le sondeur n'est pas le client ! En l'occurrence, le commanditaire étant Le Figaro, on peut imaginer aisément ce que cela implique sur l'orientation politique des questions.

8 – « ...revient à dire... »

Une question est une question ! On touche du doigt le problème de l'interprétation quand on en vient à dire qu'une question X « revient à » se poser une autre question Y. Restons pragmatique ! Si une question est mal posée ou ambiguë, c'est effectivement un problème auquel il aurait fallu s'attaquer en amont. On n'y peut plus rien une fois le terrain finalisé. Au passage, pourquoi OWNI ou Marianne ne commanderaient-ils pas un sondage en bonne et due forme, en posant les questions qu'ils estiment légitimes et adaptées ? Comme le font d'ailleurs régulièrement le Parti Socialiste, la Mairie de Paris ou Le Monde en s'adressant à... Opinion Way (!).

9 – « Cette erreur d'interprétation était d'autant plus à éviter en 2002 que le nombre de sondés qui se déclaraient indécis était toujours très important. »

Alors on le savait ? Si l'information de cette indécision était connue, alors c'est qu'elle était fournie par les instituts de sondage. Pourquoi donc les journalistes ne se la sont pas appropriée ? Et pourquoi reporter la faute sur les instituts de sondage si les journalistes ont joué l'intox !? Pour information, le problème s'était déjà posé lors des **présidentielles de 1974**. Si les journalistes s'étaient souvenus que ces sondages ont pour vocation d'être des **révélateurs de tendance**, alors probablement auraient-ils "démasqué" la nette croissance du vote Front National au cours des dernières semaines précédant le premier tour des présidentielles de 2002.

10 – « Mieux, elle avait même rédigé les questions que l'institut a posé aux sondés, qui devaient peu ou prou répondre à cette question... »

Oui, c'est tout ce qu'il y a de plus classique, et je me répète : les clients posent les questions, ils sont les commanditaires et apportent évidemment toute la matière première du sondage. De plus, compte tenu de la nature de certains sondages (ceux de type **Omnibus**), il est probable que l'institut n'ait de toute façon pas le temps matériel pour réviser l'intégralité du questionnaire. Puis, généralement, on le prie de ne pas le faire, tout simplement.

Le sempiternel amalgame entre les métiers, les types de données...

Les critiques de sondage tombent systématiquement dans les mêmes travers : on amalgame les méthodologies, les questions, les chiffres (données à priori objectives, fournies en tant que telles), avec les analyses de tout poil qui en sont faites (analyses forcément subjectives). On confond le pragmatisme des questions et des résultats chiffrés, avec l'interprétation sujette à caution qui en est faite en aval : on mélange les métiers (institut de sondage, analyste, journaliste, client, prestataire, commanditaire...), les données à analyser (tantôt on prendra un chiffre dans un tableau, tantôt une interprétation bancaire qu'on prendra soin de mettre sur le même plan). Puis, on se contente de pointer l'institut du doigt, responsable sans distinction de tous les maux.

Car, comme d'habitude dans ce type d'incrimination, on voit la paille dans l'oeil du sondeur sans que le journaliste voit la poutre qu'il a dans le sien : un des plus forts biais des sondages est relatif aux erreurs d'interprétation, mais aussi aux partis pris des journalistes politiques, métier sur lequel il y aurait également beaucoup à dire en matière de conflit d'intérêt. La preuve : quand les résultats d'une enquête n'arrangent pas ses commanditaires, ça donne ce fameux **sondage IPSOS** sur les pratiques de piratage, très très peu relayé.

Pourquoi incriminer l'institut de sondage lorsqu'on évoque le manque de neutralité des questions posées ? C'est comme si vous trouviez logique qu'un publicitaire refuse un slogan qui sonne bien sous prétexte qu'il est ambigu ou mensonger. Les sondages n'ont jamais eu pour vocation d'être non partisan, et s'intègrent désormais naturellement dans les campagnes de communication. Le sondeur n'a pas à juger le bien fondé d'une question. On peut éventuellement le déplorer, mais il me semble malhonnête d'en tenir rigueur à l'institut de sondage qui vend une prestation de conseil et met ses panélistes à la disposition du client. Le commanditaire et l'analyste sont libres d'estimer si les données sont à la hauteur de ce qu'ils essayent de prouver. Les aberrations qui en résultent ne sont pas le fait des instituts.

Conclusion

L'absence de fiabilité du mode de recueil par Internet est un mythe : le même mythe qui fit passer le mode de recueil téléphonique pour une aberration méthodologique il y a une quarantaine d'années. Naturellement, le problème essentiel qui se pose aujourd'hui pour le sondeur est celui de la véracité des opinions et comportements déclarés par le sondé. Le

panéliste nous dit-il la vérité ? Si le problème se pose de plus en plus dans le cadre des sondages d'opinion politique, je doute qu'il en soit de même avec les autres types d'étude. D'autant que les sondages d'opinion, s'ils constituent la vitrine d'un institut, ne représentent guère qu'une petite dizaine de pourcent de son chiffre d'affaire global.



L'institut de sondage joue certes son rôle de conseil, mais il est avant tout là pour se porter garant de la fiabilité des résultats, quand bien même les questions seraient non pertinentes ou mal posées. L'institut n'est pas tout puissant : il est souvent pieds et points liés aux desideratas du client, dans un contexte concurrentiel très fort. La super caste des professeurs en science politique, sorte de lobby anti-sondage, use de leur verve outrancière et mène la fronde, refusant catégoriquement d'entrer dans la sphère des considérations techniques. Et se défendre attise systématiquement la suspicion... De trop rares spécialistes (comme le très fiable **Dr Panel sur Rue89**) aiment encore soulever le capot et comprendre comment ça marche.

Article initialement publié sur Statosphère

Illustrations par Laurent Taudin et CC Flickr Paulgi

A lire ailleurs :

L'analyse (détaillée) de Rue89 : [Sondage Ifop/Le Figaro sur la sécurité : la méthode en question](#)

La critique d'Anthony Hamelle : [De l'art de la critique et de l'intérêt des sondages](#)

BRUNO

le 9 août 2010 - 21:48 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Encore une fois les vendeurs de sondage tentent de nous faire croire à leur pseudo neutralité politique justifiée par une technique inaccessible au commun des mortels.

Hors, il faut bien se rendre compte de la perversité du système, qui prétend se substituer à la parole des citoyens.

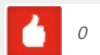
En effet dans notre oligarchie les citoyens en sont réduit à élire des représentants qui votent les lois qui les arrangent (eux et leurs lobbies) et comme par hasard utilisent les instituts de sondage pour légitimer leurs actions.

Dans ces conditions l'institut de sondage n'est que l'étouffoir de la vraie démocratie. Dans une vraie démocratie ce sont les citoyens et non leur représentants qui seraient amenés à élaborer et voter directement les lois. Le développement de l'internet nous permettrait de mettre en place un tel système.

Mais dans ce cas il n'y a plus d'utilité pour les politiciens et leurs instituts de sondage.

Citoyens, il faudrait songer à virer les vrais parasites et à abolir les privilèges !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE



le 9 août 2010 - 23:02 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"Encore une fois les vendeurs de sondage tentent de nous faire croire à leur pseudo neutralité politique justifiée par une technique inaccessible au commun des mortels."

1/ Pourquoi ne devrions nous pas incriminer les acheteurs de sondage ? La neutralité du sondeur est la même que celle du publicitaire : il n'adhère pas nécessairement au message que souhaite faire passer le client. L'analogie reste la même qu'entre un éditeur et un livre : si le propos du livre est maladroit, si le livre est mauvais ou si le propos est mensonger, peut-on en tirer des conclusions sur l'idéologie de l'éditeur ? Encore un exemple ! Ma femme est graphiste : elle est amenée très régulièrement à défigurer son travail à la demande du client. Le résultat est final est très souvent beaucoup plus décevant que la proposition initiale. Doit-on en conclure que le graphiste n'a aucun talent ?

2/ Le procès sur la "technique inaccessible" au commun des mortels est totalement bidon : jamais les instituts de sondage n'ont essayé autant de communiquer, de proposer des livres blancs, d'expliquer les méthodologies embarquées... La tendance s'est littéralement inversée depuis l'avènement d'Internet comme méthode de recueil. Et bizarrement, l'argument des détracteurs persiste. C'est totalement affligeant !

3/ Enfin, m'as-tu pris pour un vendeur de sondages ? Parce que si oui, il y a comme qui dirait erreur sur la personne. Je suis avant tout un technicien des sondages, un ex-employé des équipes techniques qui s'emploient à soigner le traitement statistique des études.

Citoyens, ne faites pas l'erreur de jeter le bébé avec l'eau du bain. Lisez ce qui s'écrit sur les techniques de sondage et affranchissez-vous du discours lobbyiste des professeurs de science politique qui ressassent le même discours depuis les années 80 ...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

HERVÉ

le 9 août 2010 - 23:41 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*@statosphere (que je lis par ailleurs et remercie pour la qualité de ces articles)
"Pourquoi ne devrions nous pas incriminer les acheteurs de sondage ?"*

Bien sûr qu'ils sont aussi responsables, mais ce qui me dérange le plus, c'est la caution "pseudo scientifique" que donne les instituts de sondage.

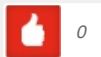
Ne voit-on pas régulièrement leur direction se pavaiser dans les grands débats (politiques/économiques) pour nous expliquer à nous pauvre quidam : comment pensent la France ??

De nombreux politiques s'appuient ensuite sur ces sondages pour nous faire avaler la pilule. Je ressens cela comme de la manipulation et comme un climat déresponsabilisant !

Les techniques statistiques, économiques ne sont que des outils, qui devraient être au service de l'homme (et cela nécessite des modes opératoires précis, transparents) avec des précautions d'usage et de présentation (la carte n'est qu'une photo partielle et partial pas la réalité complète).

Aujourd'hui elles sert essentiellement nos élites à s'auto-entretenir.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CUXAC PASCAL

le 10 août 2010 - 3:23 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



houla, pour le spécialiste que vous prétendez être, vous faites preuve de beaucoup de légèreté et inconsistance. Je m'autorise à vous citer:

- "Le sondeur n'a pas à juger le bien fondé d'une question." : ha bon??? Bien au contraire, le sondeur doit assister son client afin que ses questions soient le plus neutres possible ; autrement, le sondeur se rend complice d'introduction d'un biais qui dénature/travestisse l'opinion recueillie.

- "L'absence de fiabilité du mode de recueil par Internet est un mythe": il vous manquez de démontrer que l'avis des non internautes est similaire à celui des internautes. D'ailleurs, cela servirait à quoi d'ignorer ce critère si c'est pour ensuite introduire des quotas sur d'autres critères ? Et quand on fait un sondage sur Hadopi, vous pensez bien qu'on en tient compte !

- "...sur Internet, ce sont ceux qui veulent donner leur avis qui le donnent. Ceux qui ne

se prononcent pas n'ont tout simplement pas cliqué sur le lien de l'enquête." : C'est bien la preuve qu'il y a un biais internet ! Car l'avis des personnes désintéressées s'en trouve masqué. Car si la proportion de ces personnes désintéressées était prise en compte, nous aurions une meilleure vision de l'opinion générale et le taux de 80% serait amoindri. Dans les enquêtes par téléphone, le taux de refus est de 90% (ce qui ne veut pas dire qu'ils n'ont pas d'avis !).

- "Les cases NSPP dépendent directement de la demande du client : il n'y a aucune règle absolue là-dessus" : permettez-moi de vous corriger car il existe au moins 1 règle édictée par la commission des sondages stipulant que les parts de non répondants à chaque question doivent être consignées (art. 3, <http://www.commission-des-sondages.fr/lois/lois.htm>).

- "En l'occurrence, le commanditaire étant Le Figaro..." : le cas OpinionWay nous avait montré que l'équipe de rédaction du Figaro se contentait de commenter des sondages dont les questions émanaient de l'Elysée (le cofinçant).

- "Et pourquoi reporter la faute sur les instituts de sondage si les journalistes ont joué l'intox !?" : et bien, parce que les représentants des instituts de sondage se bousculaient pour commenter leur sondage en ne soulignant pas suffisamment les taux d'abstention ; certainement, pas assez sensationnels.

- " Les critiques de sondage tombent systématiquement dans les mêmes travers : on amalgame les méthodologies, les questions, les chiffres (données a priori objectives,...)" : vous semblez avoir de l'humour ! Mais dans mon cas, j'ai une critique récurrente: supposons que l'on demande à des sondés ce qu'il penserait du fait d'intercaler le dimanche entre mercredi et jeudi. Quel usage pourrions-nous faire du résultat ? Car manifestement, la population totale française ne pense pas du tout à la question ! Donc, ce n'est pas son opinion que l'on recueille, mais bien celui d'un échantillon dont on voudrait qu'il soit le plus conforme à la population totale. Si comme vous le dites, vous vous exprimez librement, il vous manquera encore de nous préciser pour quel institut vous travaillez...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE

le 10 août 2010 - 5:18 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Gloups, j'ai prétendu être un spécialiste ? Où ça, dites moi vite !

Et en ce qui concerne ma légèreté et mon inconsistance, je m'autorise à vous signaler que nous n'avons pas été présenté et que j'ai (pour le coup) la prétention de croire que les encouragements et compliments que j'ai reçus à la suite de cet article me confortent très largement dans ma légitimité d'écrire des articles sur le sujet.

1/ Relisez l'article d'Yves-Marie Cann, vous y trouverez des indices. ;)

2/ Au sujet de l'absence de fiabilité du mode de recueil par Internet, je persiste et signe : c'est un mythe. Démontrez que l'avis des non internautes est celui des internautes ? S'est-on déjà demandé si l'avis des sondés par téléphone est différent de l'avis des sondés par courrier ? Pour HADOPI, le problème n'est pas tant d'être un internaute (65% des français) que d'être un internaute qui télécharge illégalement (10% des français). Désolé, l'argument ne tient pas la route...

3/ Non, c'est bien la preuve que les NSPP ne sont pas utiles dans ces cas là. Taux de refus de 90% pour les enquêtes de téléphone ? C'est une blague ? Les bras m'en tombent... En moyenne, le taux de "chute" sur ce mode de recueil tourne autour de 50%. Je ne sais pas d'où vous tenez vos chiffres mais ils ne concordent absolument pas avec ceux observés sur les terrains téléphoniques des deux instituts où j'ai travaillé.

4/ Oui, et sont jointes aux tris en fonction de la demande du client. Il y a la pratique et la théorie. Par ailleurs, les lois de la commission des sondages ont en grande partie été conçues pour être appliquées aux sondages d'opinion spécifiquement.

5/ Le cas OpinionWay ne me contredit pas tellement... Le client n'est pas le prestataire, le sondeur n'est pas le commanditaire etc... Qu'il y ait eu magouille entre Le Figaro et L'Elysée, c'est possible, je n'en sais rien.

6/ Quel rapport entre le fait de souligner les taux d'abstention le soir des résultats, et le fait qu'on savait depuis plusieurs semaines que l'électorat de Le Pen était en progression constante ? Pas compris le rapport. Mon propos était simplement de rappeler que les journalistes auraient pu signaler cette tendance bien avant la dernière semaine avant le scrutin du premier tour.

7/ Ce n'est pas très clair, désolé... Si on DEMANDE à des sondés ce qu'ils penseraient de l'idée d'intercaler le dimanche entre le mercredi et le jeudi, alors, si, on recueille une opinion. Après, effectivement, quel usage faire de ce résultat, je ne vois pas trop...

8/ Je m'exprime tout à fait librement : mon profil LinkedIn est public et les deux instituts y sont indiqués. Comprenez bien que cela n'apporte pas grand chose au débat de savoir que j'ai travaillé pour untel ou untel. Du coup, le crier sur les toits me semble juste inopportun d'autant que l'information est très facile à trouver.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CUXAC PASCAL

le 10 août 2010 - 8:05 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Si vous vous targuez d'avoir eu autant d'expérience en autant d'années, vous échappez difficilement au qualificatif de "spécialiste" à moins que vous ne confirmiez que cela ne voulait finalement rien dire.

1/ L'article d'Yves-Marie Cann ne m'apprend absolument rien du tout !

2/ Libre à vous de vous contenter d'une simple affirmation, mais cela ne suffirait pas à en faire un dogme. Car, quoi que vous en pensiez, ce mode d'enquête est le moins fiable. A la différence de toutes les autres enquêtes, on ne peut vérifier, même grossièrement, si le sondé réside au moins en France à défaut d'être Français, on ne peut vérifier son sexe, ni son âge apparent, ni l'unicité de sa participation. [au moins, j'argumente mes dires]

*3/ Je vous concède volontiers le taux de chute de 50%. Si on l'appliquait à ce sondage l'fop, cela voudrait dire que les 80% de répondants correspondent à 40% (=80%*50*) du global. Voila l'utilité des non répondants que vous semblez ne pas voir et qui permet de mieux relativiser les chiffres. En fait, selon mon expérience en sondage, les non répondants sont un indice de fiabilité / de coopération / d'intéressement à l'enquête.*

4/ Je connais le champ d'application de cette commission. Je me suis simplement contenté de vous rappeler une règle dont vous aviez nié l'existence.

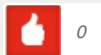
5/ C'est vous qui voulez croire que le Figaro est commanditaire. Le cas OpinionWay ne nous permet plus cette naïveté. Il vous faudrait peut-être remplacer "commanditaire" par simple "diffuseur".

6/ Vous me faites sourire à vouloir tenir rigueur les journalistes en aval et à ménager les sondeurs commentateurs en amont.

7/ Comme bon nombre de vos ex-confrères, vous semblez ne pas voir la petite subtilité dans l'extrapolation souvent injustement opérée. Elle ne peut se faire que dans des rares cas bien précis qui n'englobent pas l'exemple que j'ai présenté. J'aurai encore pu demander à des sondés : "Si un modèle de préservatif s'appelait Sarkozzi, vous penseriez que cela ferait vendre ?" Il est clair que le reste de la population totale ne pense pas à cette question soulevée. Cette opinion recueillie est uniquement exploitable en terme marketing comme outils d'aide à la décision. Dans ce cas l'fop, je n'avais pas d'opinion sur les mesures abordées vu que je ne les connaissais pas précisément. J'imagine aisément ne pas être un cas isolé. Pourtant, c'est présenté comme l'avis DES Français.

8/ je n'ai pas de compte linkedin (comme tous les non-internautes !!!).

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

JEAN-NO

le 10 août 2010 - 8:58 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bravo pour cette défense argumentée et honnête.

Néanmoins, vous passez à côté des deux grandes questions :

- le résultat du sondage reflète-t-il effectivement l'état de l'opinion sur le sujet ?

- dans quelle mesure les sondages servent-ils à façonner l'opinion plus qu'à la connaître ?

Les sociétés de sondage se défontent un peu en brandissant leur méthodologie d'une part, et en considérant que les torts liés aux questions ou à l'exploitation du résultat échoient aux commanditaires. C'est compréhensible et même fondé, du point de vue des sondeurs, mais ça ne l'est pas du point de vue des observateurs et des citoyens qui, eux, s'intéressent moins à départager les torts qu'à comprendre si les sondages servent à comprendre la société ou s'ils sont au contraire un vecteur de propagande.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

JEAN-NO

le 10 août 2010 - 9:05 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Point de détail : je trouve que ce genre de sondage "internet" devrait indiquer le nombre de personnes qui a abandonné l'étude à telle ou telle question. Personnellement chaque fois que j'ai répondu à ce genre de sondages, j'ai fini par laisser tomber au milieu soit parce que je trouvais le processus exagérément long, soit parce que les biais que je voyais dans les questions me révoltait.

Au fond les seuls sondages qui me semblent significatifs sont ceux qui sont répétés régulièrement : une même question posée à intervalle régulier permet d'établir une tendance, mais à ma connaissance on ne peut pas dessiner une courbe ni même évaluer une pente en changeant constamment d'unité et de repères.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE

le 10 août 2010 - 14:40 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@ Jean-No

Merci pour les compliments ! Effectivement, mais ces deux questions s'inscrivent dans un débat qui dépasse très largement l'analyse de ce sondage. Et je suis tout à fait d'accord pour admettre que les citoyens n'ont pas à départager les torts. Seulement, ce qui est généralement irritant dans ce genre de débat, c'est qu'on s'en prend exclusivement à l'institut de sondage alors qu'il reste à mon avis le protagoniste le moins incriminable. Si les observateurs et citoyens s'en prenaient directement aux commanditaires, je pense que les choses évolueraient dans le bon sens. Les clients savent qu'ils peuvent se cacher derrière le prestataire de service, ou s'en servir comme d'un bouclier. Et c'est un fait, l'institut est le reflet des intentions du commanditaire... Mais ce type de rapport client / prestataire se retrouve dans de très nombreux métiers et ça choque généralement beaucoup moins !

Pour les gens ayant abandonnés, sachez que dans une très large majorité de cas, on ne retient que les panélistes ayant répondu au questionnaire dans son intégralité. Ainsi lorsque vous lisez "un échantillon de 1004 individus", vous pouvez avoir l'assurance qu'ils ont terminé l'enquête. Ensuite, évidemment, il y a des filtres : selon les différentes réponses, les points de passage ne seront pas forcément les mêmes. C'est pour cette raison que les tableaux de résultats sont systématiquement accompagnés d'une "base" : cette base indique le nombre de personnes ayant répondu à la question.

@ Cuxac Pascal

C'est très particulier de débattre avec vous : vous me dites que je prétends être un spécialiste, ce dont je me défends, et vous me répondez que j'échappe difficilement au qualificatif. Bref...

2/ Quoi que vous en pensiez, il n'est pas moins fiable que les autres modes de recueil. A l'occasion d'une enquête postale, vérifiez vous la personne qui a rempli le questionnaire ? Pour une enquête téléphonique, comment s'assurer que la personne que vous avez au téléphone est bien celle censé répondre ? De même, comment vérifiez-vous l'âge "apparent" au téléphone ou sur un questionnaire papier ? Je vous invite à lire le livre blanc d'OpinionWay, même si je suis absolument certain que vous me direz qu'il ne vous a absolument rien appris du tout. Au fait, de quel argument parlez-vous ?

3/ Au téléphone, il n'y a absolument aucun rapport entre un "ne se prononce pas" et une personne qui refuse de répondre à une enquête.

4/ J'ai nié quoi ? Quand ?

5/ Le Figaro serait le diffuseur de l'Elysée, ça ne fait aucun doute, et je n'ai jamais dit le contraire.

Pour le reste, vous m'excuserez mais ça frise le ras des pâquerettes... Pour LinkedIn, il n'est pas du tout utile d'avoir un compte... Puis votre remarque sur le fait d'être un non-internaute, pouvez-vous m'expliquer ce que vous êtes en train de faire ? (d'ailleurs, je ne suis pas né de la dernière pluie, évitez de prétendre n'importe quoi pour avoir gain de cause...)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CUXAC PASCAL

le 10 août 2010 - 17:39 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



2/ Dans une enquête postale, le sondé ciblé a au moins un nom (sexe) et une adresse. Par téléphone, nous arrivons + ou - moins à déterminer le sexe, l'âge et la localisation du sondé. Certes, ce n'est pas aussi précis que nous le voudrions dans le cadre d'une enquête ; mais par internet, c'est le sondé qui paramétrise librement et autant de fois voulue l'ensemble de son profil. Donc les risques d'erreur s'en trouvent accrus.

3/ Que ce soit par téléphone ou internet, votre argument n'y change rien à la prise en compte du taux de NSP. Vous pédalez dans le vide !

4/ Je vous ai rappelé l'existence (d'au moins) une règle que vous prétendiez inexistante.
8/ C'est juste pour vous montrer qu'étant internaute, j'ai le PROFIL PARTICULIER d'une personne sachant lire et écrire, ayant accès à certains modes de communication et d'information, et ayant un certain niveau de vie ; nous sommes 60% à avoir ce profil. A fortiori, notre avis ne peut pas être assimilé à celui qui n'utilise pas internet ! Cette différence de profil ignorée est aussi importante que, celle retenue dans les quotas, entre sondés Marseillais et Strasbourgeois.

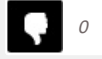
Au final, vous aurez compris que je suis déçu que vous ne soyez pas à la hauteur des critiques annoncées en intitulé. S'il vous est loisible de dénoncer la médiocrité d'"Opiniongate's Blog", "Observatoire des sondages" et "L'ivresse des Sondages", il est dérangeant que vous apportiez comme uniques références les écrits d'Yves-Marie Cann ou d'OpinionWay ; ça ne vole pas au même niveau !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE

le 10 août 2010 - 18:05 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



2/ Absolument pas ! Les internautes sondés sont presque toujours issus de panel. Concrètement, un internaute devient éligible à un panel à partir du moment qu'il a fourni une certaine quantité d'informations (et à minima toutes celles entrant dans le cadre des données signalétiques classiques). Les panels postaux sont constitués de la même façon : on "recrute" préalablement des panélistes volontaires, et ils deviennent éligibles seulement à partir du moment qu'ils ont mis leurs informations à la disposition du sondeur. Vous n'y connaissez visiblement rien : il est impensable de sonder des internautes sans connaître leur sexe, âge, région, profession etc...

3/ Bof, comme vous le sentez ! :)

4/ Vous êtes de mauvaise foi et dangereux, je ne l'ai prétendu inexistante absolument nulle part. Je dis simplement ce qu'il en est réellement dans les instituts de sondage.

8/ J'attends depuis le départ un argument de votre part. Dites moi clairement ce qui peut différencier la vision d'un internaute de celle d'un non-internaute sur des questions sécuritaires de vie quotidienne. C'est comme si on décrétait qu'il ne fallait pas sonder par courrier ou téléphone des panélistes sur ce même type de question...

Et puis sur le fait que je ne suis pas à la hauteur, pardonnez moi mais libre à chacun de se faire sa propre opinion là dessus, aucun souci ! OWN I me fait confiance, RWW aussi, Numerama apprécie également mes articles etc... Leur avis compte pour moi infiniment plus que le votre sur ce point précis ! ;)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

HERVÉ

le 10 août 2010 - 18:57 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bon on se trouve un peu de la mauvaise foi des 2 cotées au fur et à mesure que l'Ego monte, même si d'emblée j'ai trouvé @cuxac assez agressif !!

Il y a 2 problèmes avec les sondages :

- qualification des sondés.
- utilisation des sondages

1°) qualification des données

Je relève que @statosphere refuse catégoriquement la responsabilité du sondeur [@statosphere: Pourquoi ne devrions nous pas incriminer les acheteurs de sondage ? La neutralité du sondeur est la même que celle du publicitaire] A partir de ce moment le débat devient impossible !!

Effectivement on peut mentir dans la rue, au téléphone, mais c'est quand même plus facile (et souvent nécessaire) par Internet

[Mon expérience : j'ai adhéré à un panel d'un "sondeur" parce que j'ai besoin de sous et j'ai mis quelques informations exactes mais aussi d'autres inexactes parce que ces informations me semblaient indiscrètes et permettait de faire un profiling un peu trop marqué.]

Je souhaite absolument que cela ne reste pas réservé à un débat de spécialistes (qui peuvent nous donner leur avis mais pas plus) officiels ou non

2°) utilisation des sondages :

Les sondages est un véritable marché dans un environnement où le pouvoir économique/politique tient à conserver ses privilèges.

Dans cette situation, il leur est très utile de multiplier les sondages. On gagne beaucoup

de temps.

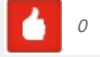
On "jète" les enquêtes qui ne nous plaisent pas et on communique énormément sur ceux qui vont dans les sens de nos intérêts/idées (c'est humain !!).

Si nous n'avons pas accès aux médias, il est assez difficile de contre carter la communication de ces idées et les décisions qui en découlent.

J'espère et attends toujours une attitude critique et citoyenne pour prendre les décisions autrement qu'à coup de sondage

A chacun de creuser ;-)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE

le 10 août 2010 - 19:17 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Ah merde, je rends le débat impossible ? Je pensais l'avoir créé au contraire, avec cet article...

1/ Pourquoi serait-il plus facile de mentir par Internet qu'au téléphone ou dans la rue ? Ce n'est pas une question piège, je veux bien être convaincu. Il y a souvent un pas entre ce qu'on croit savoir instinctivement et la réalité des choses. Le débat était exactement le même avec le courrier puis le téléphone vis à vis du face à face il y a plusieurs dizaines d'années. Le même ! On prétendait qu'à partir du moment que le sondeur n'était pas en face de soi, alors il pouvait prétendre être un homme, une femme ou une girafe.

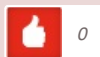
Par ailleurs, vous avez précisé un point très important : "que vous aviez besoin de sous". Connaissiez vous la part des panels où sont proposés des incentives aux panélistes ? C'est totalement à la marge. Ces incentives ne sont que très rarement de l'argent (à part peut être pour des sociétés comme Ciao, mais ça reste très rare). Il existe diverses façon de fidéliser un panéliste, les équipes commerciales consacrées à la gestion des panels en proposent en permanence : test de produit, capitalisation de points cadeaux, loterie (et j'en passe).

Il y a également des périodes de roulement pour éviter qu'un panéliste "menteur" soit régulièrement interrogé. On le sollicite moins souvent. Il existe également des questions clés qui reviennent régulièrement dans les sondages. Si on détecte un changement radical de comportement ou d'équipement, on va lui accorder une fiabilité moindre.

Etc...

2/ Alors là, je suis totalement d'accord avec vous, de A à Z. Ca rejoint d'ailleurs mon propos : ce sont bien les commanditaires qu'il faut responsabiliser et non les sondeurs. ;)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CUXAC PASCAL

le 10 août 2010 - 19:38 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



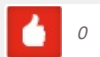
2/ Je me suis inscrit à plusieurs panels d'enquête en ligne afin de vérifier en pratique les méthodes des instituts que je dénonce. J'ai effectivement fourni les informations de profil FICTIF et je n'ai fait l'objet d'aucun contrôle.

4/ Relisez moi, je me dispense de refaire un copier-coller de votre citation

8/ Ce n'est pas à vous (ni à moi) d'imaginer/anticiper que sur le thème particulier de la sécurité, l'internaute a le même avis qu'un non internaute ; autrement, cela viderait de leur sens l'analyse des tableaux croisés. Et c'est bien là que se situe la faille principale de votre argumentation de défense des sondages en ligne qui ne repose sur rien d'autre que votre simple affirmation.

Je ne vois toujours pas la liste de vos ex-employeurs. Je suis content que vous dressiez une liste de confiance ; mais ici, il est question de compétence !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE

le 10 août 2010 - 19:56 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK





2/ De quel type de contrôle parlez vous ? Savez-vous si vous êtes moins sollicités que les autres panélistes (Cf. mon commentaire précédent). Par ailleurs, je tiens

à signaler que ça dénote tout de même une certaine personnalité que de s'amuser à rejoindre des panels pour les fausser. Au passage, ce n'est pas en fournissant des données bidons que vous allez faire avancer les choses...

4/ "il n'y a aucune règle absolue" : c'est le mot "absolue" que vous maîtrisez mal ? Je maintiens : aucune règle absolue appliquée par les instituts de sondage, c'est selon la demande du client. La loi que vous m'évoquiez est une recommandation presque toujours respectée sur les sondages d'opinion. Mais ça aussi, je l'ai déjà dit plusieurs fois.

8/ La défense des sondages repose sur ma simple affirmation... J'ai évoqué des procédés, des techniques, des méthodes, des gardes-fous, j'ai eu le malheur de vous conseiller un livre blanc sur le sujet (ce que vous m'avez balancé dans les dents comme étant mon seul argument...). Franchement, arrêtons nous là, c'est plus possible ...

Ah, au fait, je découvre votre verve sur LePost.fr en ce moment ! Est-ce que vous me confirmez toujours que vous n'êtes pas un internaute ? :)

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

HERVÉ

le 10 août 2010 - 20:11 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK





Bon ok je ne suis peut-être pas un bon exemple, d'autant que je n'aime pas trop me faire sonder ;-))

C'est vrai que j'ai peut-être des croyances sur l'anonymisation sur internet (même si c'est plus proche de mes compétences). Mais sans revenir sur vos arguments, il me semble que vous (comme tout en chacun) avait les vôtres même dans votre sphère de connaissances.

Le point principal qui me gêne dans votre argumentation, c'est que vous en revenez toujours à "ce sont bien les commanditaires qu'il faut responsabiliser et non les sondeurs."

Hors je crois qu'il y a toujours co-responsabilité (et là je ne vais pas rentrer plus précisément dans le 40/60, 50/50, 60/40). Cela rejoint les débats philosophiques de la responsabilité des scientifiques qui firent la bombe nucléaire ou d'autres techno. La technologie n'est jamais neutre. Pour moi les scientifiques sont aussi responsables, mais c'est vrai qu'il est difficile de le démontrer, cela reste en dernier ressort de la responsabilité de chacun.

Bonne soirée

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0



LUI RÉPONDRE

CUXAC PASCAL

le 10 août 2010 - 20:21 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je parais peut-être agressif dans mes propos, mais je ne fricote pas avec la mauvaise foi intellectuelle que vous semblez me prêter.

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE


le 11 août 2010 - 14:11 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Hervé :

Je suis totalement d'accord avec tout ce qui concerne votre premier paragraphe.

Pour les deux suivants, je trouve votre analyse honnête et satisfaisante. Pour faire une analogie par rapport à ce débat, je trouve qu'on est souvent obligé de dire "noir" face à quelqu'un qui dit "blanc" si on souhaite obtenir du "gris". Et là, en l'occurrence j'ai la sensation d'avoir obtenu du "gris" et cela me convient tout à fait. :-)

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

CUXAC PASCAL

le 11 août 2010 - 16:22 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je ne pourrais manquer de signaler qu'Ifop a manqué la seule occasion de légitimer l'intérêt du sondage par internet (<http://fr.readwriteweb.com/2010/08/10/a-la-une/sondage-biaise-hadopi/>).

C'est juste un sondage pour évaluer le caractère dissuasif de la loi Hadopi. Ifop l'a administré par TÉLÉPHONE et sur l'ENSEMBLE des internautes. Sachant qu'il y a quelque 60% d'internautes dans la population et seulement 17% qui téléchargent illégalement, la suite se passe de commentaire.

Qu'un prétendu spécialiste vienne livrer un tel rapport (cosigné) et se dégage de toute responsabilité au motif que tout est de la faute/responsabilité du client et de l'usage qu'en fait la presse... ça frise la totale mauvaise foi

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE

le 11 août 2010 - 16:33 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Vous êtes d'une mauvaise foi affligeante : dans l'article de ReadWriteWeb que vous signalez (au passage, j'en suis également l'auteur si vous n'avez pas remarqué), j'explique pourquoi le SNEP n'a pas commandé une étude sur Internet. C'est expliqué ! Il y a un paragraphe entier sur les raisons de ce choix. Quand on ACHETE des questions dans un Omnibus TELEPHONIQUE, forcément il n'y a pas de miracle : les questions sont forcément posées au téléphone... Je peux vous certifier que l'IFOP aurait largement préféré une étude sur un panel Internet exclusif, ne serait-ce que pour la facture bien plus élevée qu'une telle méthodologie aurait impliquée.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CUXAC PASCAL

le 11 août 2010 - 18:13 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Si vous êtes l'auteur de l'article désigné, (j'ai déjà mentionné que) je vous en félicite car il y a trop peu d'articles, sur le sujet des sondages, dignes d'intérêt ; on est plutôt habitué à des critiques partisans. Donc il n'y a pas de mauvaise foi de ma part.

Ce que je veux souligner dans ce sondage Hadopi et vous avez assez bien fait le constat PARTIEL, c'est qu'à partir du moment où la cible (très minoritaire) de téléchargeurs n'est pas discriminée, on ne peut rien conclure et le résultat en demeure sans intérêt. A partir de là, je me demande comment le prétendu professionnel du sondage Ifop peut livrer un tel rapport cosigné dont il sait à l'avance l'inutilité ?

Vous vous contentez de souligner la motivation du SNEP en rajoutant qu'IFOP aurait préféré le faire par internet. Mais c'est là que vous vous trompez et je vous fais les faveurs du contenu de mon prochain billet.

Car sur son site internet (http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=1227), Ifop fait ce commentaire : "69% des Français âgés de 15 ans et plus déclarent que les sanctions prévues par la loi HADOPI,

à savoir l'amende de 1500 euros et la suspension d'abonnement Internet seraient à même de les faire renoncer à télécharger illégalement... » Ifop laisse volontairement croire que plus de 69% sont concernés par les téléchargements vu qu'ils déclarent vouloir changer de comportement. Ifop est donc trompeur, dans la mesure où il avait précisé au sondé, l'hypothèse de son indécatesse avec la loi.

Par son commentaire, Ifop a transformé l'hypothétique nature de téléchargeur illégal du sondé en réalité. Tel que vous voulez faussement nous le faire croire avec vos leçons de bonne foi, Ifop ne montre aucun signe de regret. Je ne suis pas encore crétin au point d'avaler une telle pilule. Au demeurant, il vous est loisible de continuer à vouloir dédouaner ces instituts de sondage au motif qu'ils sont "pieds et poings liés face aux désidératas de leurs commanditaires."

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE

le 11 août 2010 - 18:38 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"Si vous êtes l'auteur de l'article désigné"

Mais... Il n'y a pas de mystère... Vous ne regardez jamais la signature des articles que vous lisez ? Et n'avez-vous pas constaté qu'ils sont tous les deux des republications du

blog Statosphere.fr ? Quand on met face à face mes deux articles, je pense qu'on peut se rendre compte que je suis conscient qu'un sondage peut être très mal fait mais que la critique qui en découle peut se révéler pas du tout légitime. C'est pour ça qu'il est important et compliqué de faire la part des choses sans foncer tête baissée sur un rapport de sondage en ayant la conviction, à priori, qu'il y aura forcément un truc qui cloche dedans. Je lis régulièrement des centaines de sondages bien conçues...

"comment le prétendu professionnel du sondage IFOP peut livrer un tel rapport cosigné dont il sait à l'ance l'inutilité"

Parce que c'est la commande du client... Il faut bien honorer le contrat...

"Ifop laisse volontairement croire que plus de 69% sont concernés par les téléchargements vu qu'ils déclarent vouloir changer de comportement"

IFOP reprend les résultats du sondage tels qu'ils sont : ils n'ont strictement rien changé à la forme des questions ni à leur fond. IFOP utilise les résultats tels qu'ils ont été posés. L'institut fait ce que lui a demandé le SNEP : débiller un argumentaire inutile sur des questions posées à un échantillon inadapté. Ensuite, j'avoue qu'effectivement, il est nécessaire de faire fonctionner ses neurones "pour entrevoir qu'éventuellement IFOP laisserait croire la possibilité que..." mais si on est un peu pragmatique, on prend le message pour ce qu'il est.

Après tout, il n'est écrit absolument nulle part que 69% des sondés sont concernés par le téléchargement. Vous faites une déduction hypothétique d'un truc qui n'a pas écrit sous prétexte qu'il est probable que l'IFOP soit de mauvaise foi... C'est exactement dans ce type de démonstration qu'on parvient à faire dire n'importe quoi à un sondage. La preuve...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CUXAC PASCAL

le 11 août 2010 - 19:24 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Vous relevez plein de passages et laissez le plus important de côté.

1/ Ifop a demandé au sondé par téléphone : « DANS L'HYPOTHÈSE où vous auriez personnellement l'habitude de télécharger illégalement des contenus comme de la musique ou des vidéos sur Internet, diriez-vous le fait de risquer la suspension de votre abonnement à Internet ou une amende de 1.500 euros vous ferait renoncer à cette pratique ?

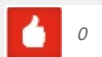
2/ Ifop a commenté le résultat de la précédente : "69% des Français âgés de 15 ans et plus déclarent que les sanctions prévues par la loi HADOPI, à savoir l'amende de 1500 euros et la suspension d'abonnement Internet seraient à même de les faire renoncer à télécharger illégalement..."

Ifop ne précise pas que ces personnes sont placées dans une situation hypothétique ; et cela change tout !!! Leur commentaire ne pourrait être valable QUE SI les sondés étaient effectivement d'habituels téléchargeurs illégaux, ce qui n'est pas le cas. Ifop laisse donc croire délibérément à un changement de comportement généralisé non conditionné par l'hypothèse exposée. Cela s'appelle de la mauvaise foi.

Et si vous n'avez toujours pas compris la grossièreté de la manipulation, ce n'est très pas grave. Mais dans ce cas, abstenez-vous de critiquer la prétendue médiocrité de sites tels <http://observatoire-des-sondages.org/> qui offrent une qualité d'analyse bien au-delà de ce que vous pourriez effleurer dans le plus fantasque de vos rêves.

J'oubliais aussi de vous dire que je ne vous en veux pas si vous aviez aussi compris que je ne suis pas un internaute malgré que je vous réponde par ce biais ...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE

le 11 août 2010 - 20:12 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"Ifop ne précise pas que ces personnes sont placées dans une situation hypothétique"

Ah bon ? Pourtant les questions et les résultats sont consignés dans le rapport. Donc en lisant les questions (ce qui est tout de même la moindre des choses), on découvre le caractère hypothétique des questions.

D'autre part, aucun souci, je vous laisse fantasmer sur les démonstrations grossières de vos idoles. ;)

Ah ! Et sinon votre dernière phrase ne veut pas dire grand chose (sans parler de la tournure grammaticale niveau collègue)... Je résume : vous m'expliquez que vous êtes un "non-internaute" et je constate que vous tenez un blog sur LePost.fr et que vous

laissez très régulièrement des commentaires sur le Web (ici ou ailleurs). Faut pas me prendre pour un con...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CUXAC PASCAL

le 11 août 2010 - 21:33 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Vous vous obstinez à ne pas voir l'écart entre la question posée (situation hypothétique) par IFOP et son commentaire (omettant l'hypothèse). Je ne peux être plus clair.

IFOP explicite le renoncement de 69% des Français sachant que c'est faux. Il n'y a que 17% de personnes concernées par les téléchargements illégaux. Les 83% autres personnes ont déjà fait le choix de ne pas télécharger illégalement ; Ifop enfonce une porte déjà ouverte. Mais si on y regarde plus près, on peut aussi se demander pourquoi il n'y a pas plus de 83% à annoncer leur (hypothétique) renoncement ? J'en conclus à une inadéquation de la loi.

C'est donc bien que la manière de présenter les choses par IFOP qui est volontairement trompeuse.

[Je ne vous suivrais pas sur les autres points qui parasitent le contenu de mes propos]

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

TIMOTHÉE

le 20 août 2010 - 13:49 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Ce que j'adore, c'est qu'au milieu de toute cette vibrante démonstration d'affection aux méthodes de sondage, on trouve ça

"Certes, la remarque est pertinente mais le sondeur n'est pas le client ! En l'occurrence, le commanditaire étant Le Figaro, on peut imaginer aisément ce que cela implique sur l'orientation politique des questions."

Si la critique de base qu'on adressait à ce sondage est que les questions ne pouvaient pas donner un autre type de réponse, l'auteur se tire une balle dans le pied ! Si la façon dont on pose la question affecte le résultat, le scientifique en moi est tenté de regarder ça avec à peine un sourcil levé. Pas très intéressant comme résultat, s'il est à ce point contingent à la question...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE

le 20 août 2010 - 14:10 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Curieuse réflexion pour un doctorant... Ne savez-vous pas qu'un résultat peut varier en fonction de l'hypothèse de départ ? Par analogie, les questions sont des hypothèses... Difficile sur ce point d'enfoncer portes plus ouvertes ! Si les grands journaux nationaux commandaient des sondages pour avoir un instantané objectif de l'état de l'opinion, cela se saurait, ne croyez-vous pas ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

TIMOTHÉE

le 20 août 2010 - 14:17 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bah non, pas si curieuse réflexion pour un doctorant que ça, justement.

Si on se met à faire des hypothèses qui conditionnent nos résultats, il y a un problème de méthode assez grave (en gros, on ne peut pas obtenir autre chose que ce qu'on obtient : quel intérêt?).

Si la question est mal posée, l'étude est biaisée et donc ni intéressante ni recevable. J'imagine que si les instituts de sondages passaient par le même système que les chercheurs pour publier leurs résultats on aurait des "instantané" un peu plus intéressants.

On peut traiter des données biaisées aussi sérieusement qu'on le veut, au final, ça ne change pas le résultat: ça vaut 0...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

STATOSPHERE

le 20 août 2010 - 15:06 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je ne comprends pas vraiment... A chaque hypothèse posée, ses propres résultats... C'est ce qu'on apprend en probabilité, statistique : si on change l'hypothèse, alors on change les résultats.

Par commodité, on va dire qu'une question est "mal posée". Mais "mal posée" par rapport à quoi ? Par rapport à quel référentiel ? Existe-t-il une encyclopédie des questions de référence non biaisée, avec une garantie scientifique de leur neutralité ? Le langage est-il une science ? etc...

Et puis surtout, est-ce le rôle de l'institut de sondage de s'intéresser à ça ? La scientificité du sondage ne réside pas dans l'élaboration des questions. Elle réside dans la création d'un échantillon, selon des règles de représentativité, régis par des quotas correspondant à des données statistiques vérifiées portant sur une population exhaustive (le recensement par exemple). La scientificité des sondages, c'est également les pondérations, redressements consentis à posteriori pour restructurer un échantillon éventuellement déformé par des contraintes de population.

Le reste, c'est du marketing (ou du journalisme).

Si je vous prends au mot, c'est donc le problème de fond de toute la presse engagée... Vaut-il mieux une dépêche AFP dépourvue de parti pris, ou une information interprétée ? La parfaite démonstration de ça, c'est qu'on obtient des résultats diamétralement opposés avec un sondage commandé par Marianne et un sondage commandé par Le Figaro. Seule différence dans le processus de ces sondages : la formulation des questions. Et je ne comprends toujours ce que ça a de surprenant...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

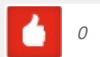
TIMOTHÉE

le 20 août 2010 - 16:06 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Oui, mais il faut arrêter d'être totalement relativiste par rapport aux hypothèses : toutes ne se valent pas, certaines sont mauvaises; il en va donc de même pour les énoncés de question. La rigueur de l'analyse statistique n'y change rien.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CUXAC PASCAL

le 21 août 2010 - 1:15 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@ Timothée > inutile de persister avec Statosphere qui ne voudra jamais voir la différence entre d'une part:

- "Quelle était la couleur du cheval blanc d'Henry IV?"

et d'autre part:

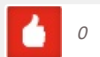
- "Quelle était la couleur du cheval d'Henry IV?"

Statosphere a déjà fait preuve de suffisamment de discernement dans ses écrits pour écarter l'idée de son insuffisance de jugement; autrement dit, il le fait exprès.

Continuer à discuter avec lui, c'est justifier sa motivation inavouée.

A.B.E.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

SIMPLET

le 24 août 2010 - 13:53 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour,

Je rejoint le sujet un peu tardivement après avoir lu l'article incriminé et la réponse, tous

deux fort intéressants.

J'ai pour ma part l'impression que les instituts de sondages font leur boulot avec une relative bonne foi et un pragmatisme économique inévitable (après tout, ils ont des clients qui les font vivre, et c'est plutôt la bonne foi des clients qui est à interroger). Cependant, comme le mentionne l'auteur, il ne faut pas mélanger les critiques, entre celles qui doivent être adressées à l'institut, au commanditaire, aux journalistes qui transmettent le résultat...

Et c'est là que le bât blesse : j'aurais tendance à dénoncer davantage les journalistes que les instituts. Entre dire "70% des français pensent ...", "70% des français, avec une marge d'erreur de x%, pensent...", "70% des personnes interrogées pensent ..." ou encore "70% des personnes interrogées on répondu oui à la question ...", il y a 4 conclusions totalement différentes à tirer, et seule la deuxième (jamais entendue) ou la dernière me paraît honnête.

Et au-delà de cette remarque, une question (HS désolé) qui me paraît beaucoup plus pertinente est : "à quoi peut bien servir un sondage aujourd'hui ?"

Je pense notamment aux périodes électorales, et j'avoue que je rêve d'une élection en 2012 non polluée par les trop nombreux sondages quotidiens, qui influencent inévitablement l'auditeur (le lecteur), et qui orientent nécessairement la campagne électorale (par un amalgame entre statistique et probabilité beaucoup trop répandu). L'honnêteté devrait alors conduire à utiliser le sondage non pas comme un outil de mesure (comme il est trop souvent présenté), mais comme un outil de communication, auquel cas leur diffusion à grande échelle par les journalistes devrait être soumise aux mêmes obligations (de vérification, de mise en avant de la subjectivité...) que les citations de personnes impliquées dans la campagne.

Et pour finir, j'imagine également que tous les commanditaires n'achètent pas des sondages pipés (par les questions non neutres) en permanence : eux aussi ont besoin de savoir ce que pensent réellement la population.

Il y a donc une nécessaire différenciation à opérer par les journalistes entre le sondage-com, et le sondage-mesure. Cette différenciation est malheureusement rendue difficile par la subjectivité personnelle du journaliste, et par la difficulté d'élaborer des questions véritablement neutres. Et selon moi, seul le sondage mesure peut-être soumis à une obligation de rigueur scientifique (tout à fait accessible dans le monde des statistiques), car le sondage-com est pratiquement déjà pipé par les questions, et donc se cacher derrière une rigueur scientifique sur le panel, les méthodes ... est une manière trop facile de se dédouaner...

Cordialement,

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

2 pings

Les tweets qui mentionnent Statosphère: point de vue critique sur l'analyse d'Owni » Article » OWNI, Digital Journalism -- Topsy.com le 9 août 2010 - 14:19

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Nicolas Voisin, Guillaume Ledit, Statosphère, fransk26, Antoine Carette et des autres. Antoine Carette a dit: Statosphère: point de vue critique sur l'analyse d'Owni <http://goo.gl/fb/qFBXp> via @owni // Le pb n'est pas la méthode mais la question! [...]

Article de la semaine : comment manipuler un sondage ? « Le Gavroche – Blog du Réseau Jeunes du Parti de Gauche le 16 août 2010 - 11:53

[...] de «s'en prendre au thermomètre», ou Guillaume Main, ancien salarié d'institut de sondage, qui les met dans le même sac que Bourdieu et autres contempteurs de la mesure d'opinion: de quoi je me mêle, ils n'y [...]