

L E G U I D E



le guide
des relations
entre
laboratoires et
sociétés d'études

laboratoires
sociétés
d'études

ASOCS

INFSTAT

UDA
UNION
DES ANNONCEURS

Le présent guide n'a pas pour objet de rajouter de nouvelles dispositions aux référentiels déjà élaborés sur la qualité des études de marché.

En effet, pour améliorer leurs méthodes de travail et leur organisation les professionnels des études disposent de référentiels généraux sur le management de la qualité (les normes ISO 9000) ou de référentiels spécifiques aux études de marché (norme Afnor NF X 50-057). Les procédures de certification qui en découlent se mettent progressivement en place en France.

Par contre, il reste un champ non strictement couvert par ces documents et ces procédures qui est celui des relations qui se nouent au gré des demandes d'études des Laboratoires-clients, des réponses des instituts d'études de marché, de la mise en œuvre des travaux d'études, de l'utilisation de leurs résultats. C'est-à-dire tout ce qui se rapporte à la pratique commerciale et aux relations entre Sociétés d'études et donneurs d'ordre.

Ces domaines, s'ils relèvent de l'éthique professionnelle définie par le Code de pratiques loyales de la Chambre de commerce internationale et Esomar, reposent sur des principes qui nécessitent d'être réactivés aujourd'hui pour l'industrie du médicament et les sociétés d'études.

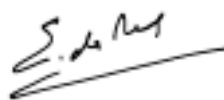
Par ailleurs, nous nous sommes attachés dans cette réflexion à tenir compte des contraintes spécifiques au secteur de la santé. Nous accordons une grande importance à la qualité des études marketing de par leur proximité méthodologique avec les études épidémiologiques et médico-pharmaceutiques qui ont une influence non négligeable dans les milieux scientifiques et administratifs de la santé.

Ce document traite de toutes les étapes qui vont de l'expression du besoin d'étude au sein du laboratoire à la remise des résultats par l'institut qui aura réalisé l'étude, en passant par la rédaction d'un brief et l'énoncé de critères clairs et transparents permettant de déterminer le choix du prestataire.

En rappelant les droits et les devoirs de chacun – laboratoires et sociétés d'études – les organismes signataires qui ont pris cette initiative ont le sentiment de contribuer à faire progresser le métier des études de marché en donnant à leurs adhérents les moyens de préparer les meilleures décisions possibles.



Eric Moirand
Président
ASOCS



Eliane des Francs
Présidente
INFOSTAT



Christian Eole
Président
de la section UDA
Industrie du Médicament

l'appel d'offres et le choix

Nous avons résumé en 10 principes les bonnes pratiques devant présider à la consultation et au choix d'une société d'études.

1 savoir ce que l'on recherche

Le besoin d'études s'exprime par la nécessité de trouver des réponses aux questions que l'on se pose. Le premier travail consiste donc à sérier les questions et les traduire en objectifs d'étude. Le second à hiérarchiser ces objectifs en les exprimant au travers d'une finalité qui consiste à préciser ce à quoi vont servir les résultats. Cette réflexion doit être menée au sein du laboratoire entre le responsable des études de marché et le responsable marketing opérationnel.

2 désigner un chef de projet chez le donneur d'ordre

Il s'agit d'un membre du service études ou d'un membre des équipes marketing.

3 sélectionner les sociétés d'études

Toutes les sociétés sont, a priori, capables d'entreprendre toute forme de recherche. Néanmoins, en fonction de sa propre expérience, le spécialiste des études ou du marketing doit s'assurer de l'expertise éventuelle que la société a déjà acquise dans le type d'investigations demandé, en termes de problématique posée, de connaissances, mais aussi de moyens effectifs, qu'ils soient matériels ou humains.

Le laboratoire donneur d'ordre s'assurera – si besoin est – que les sociétés d'études ne travaillent pas au même moment sur les mêmes thèmes pour un laboratoire concurrent. Il appartiendra alors aux sociétés d'études de déclarer ces situations susceptibles de créer un conflit d'intérêt.

D'autre part, le laboratoire devra s'assurer que les sociétés consultées sont en conformité avec les obligations de déclaration aux Conseils de l'ordre concernés (médecins, pharmaciens, etc.).

Les organismes signataires recommandent de limiter la consultation à un petit nombre de sociétés d'études. Consulter un grand nombre de sociétés n'offre pas une garantie d'effectuer le meilleur choix et fait perdre du temps, y compris au donneur d'ordre. Il est normal d'informer les sociétés interrogées sur le nombre de sociétés consultées. Les sociétés d'études consultées ne doivent accepter de participer à la consultation que dans la mesure où elles sont réellement en état de pouvoir s'y consacrer pleinement.

***Rappel déontologique et réglementaire :** les sociétés d'études membres de l'ASOCS se sont imposées un certain nombre de règles contenues dans la *Charte de pratiques loyales en matière d'études des opinions et comportements dans le domaine de la santé*. Rappelons simplement ici que lorsqu'une société d'études propose à un médecin de collaborer à une étude moyennant une rémunération, elle doit établir une convention que le médecin a l'obligation de communiquer à son Conseil de l'Ordre départemental (Loi 93-121 du 27 janvier 1993 portant diverses mesures d'ordre social et circulaire du 9 juillet 1993 relative à l'application de l'article L. 365-1 du code de la santé publique).

4 rédiger un brief écrit

Il est validé par l'équipe du donneur d'ordre et constitue une discipline indispensable.

a. Quand la consultation s'adresse à plusieurs sociétés d'études, il est nécessaire pour des raisons d'équité et pour que la consultation soit la plus efficace possible, que le problème posé soit exprimé à tous dans les mêmes termes avec les mêmes documents par des interlocuteurs de même niveau et si possible par les mêmes personnes.

b. Si une modification du cahier des charges intervient en cours de consultation elle doit être transmise à l'ensemble des sociétés consultées.

Cette modification peut d'ailleurs résulter des questions qu'une ou plusieurs sociétés auront posées au laboratoire après le brief. Par contre, la pertinence des remarques ou des questions d'une société d'études consultée ne nécessite pas que les réponses soient communiquées aux autres compétiteurs.

c. Faire une vraie consultation.

N'engager la consultation que si l'on est sûr de faire réaliser l'étude envisagée. Il peut cependant arriver que l'on soit dans l'obligation d'interrompre une consultation et/ou que l'on ne puisse donner suite à une proposition. Mais au départ, l'intention doit être authentique. Il ne doit pas s'agir de lancer une consultation simplement pour voir, sans être assuré que l'on dispose d'un budget pour la mener à bien.

5 administrer la consultation

C'est faire savoir, au moment de la consultation, aux sociétés interrogées :

a. d'une part la nature des informations qui devront être incluses dans la proposition (par exemple les intervenants, la structure de l'échantillon, le niveau de détail exigé pour le devis en précisant, le cas échéant, un ordre de grandeur du budget consacré à l'étude),

b. d'autre part les modalités de présentation des projets (envoi ou présentation orale) ainsi que les critères sur lesquels seront analysées les propositions,

c. les conditions générales de collaboration du donneur d'ordre avec les sociétés d'études : les délais d'obtention des résultats (déjà vus ci-contre pour la proposition), les conditions de présentation des résultats (présentation orale), la forme (ou support) sous laquelle les résultats de l'étude devront être fournis, le nombre d'exemplaires du rapport à fournir, les éventuelles traductions, etc.

d. Les conditions d'obtention du bon de commande et les conditions de paiement.

6 donner du temps

Le temps nécessaire, ni trop court ni trop long, pour que la ou les société(s) consultée(s) ai(en)t la possibilité de faire une proposition valide. Cela dépend du problème posé et de sa complexité. Il faut l'appréhender au moment où la consultation est engagée pour que chaque société ait les mêmes délais pour présenter sa proposition.

7 rémunérer la consultation

Ce n'est pas l'usage. Toutefois, dans la mesure où le travail demandé pour la consultation nécessite des investigations préalables particulièrement importantes ou très spécifiques, le laboratoire et les Sociétés d'études consultées peuvent s'accorder sur un principe et un montant d'indemnisation des propositions non retenues. Dans ce cas, les compétiteurs dont les propositions de qualité n'ont pas été retenues reçoivent la même indemnité. L'indemnité n'emporte pas propriété de la proposition ; elle peut être assortie d'une condition de gel (non transmission à un concurrent du donneur d'ordre pendant une certaine durée par exemple). Les modalités de l'accord doivent être écrites.

8

recevoir

les propositions

Les modalités de remise de la proposition sont les mêmes pour toutes les sociétés consultées, soit par simple envoi, soit par présentation, ces modalités étant décidées au moment du brief. L'envoi est la solution préconisée pour les études "tactiques" : recall tests, tests ADV, tests annonces presse, etc. La présentation orale peut être préférée pour les projets "stratégiques" : études de positionnement, analyses de marchés, monitoring de lancement.

S'il y a présentation orale, celle-ci sera faite par chaque société d'études consultée devant la même équipe que celle ayant participé au brief.

On trouvera en annexe une grille d'appréciation standard de la proposition.

9

analyser

le contenu des propositions

C'est la responsabilité du chef de projet désigné au sein du laboratoire.

La proposition elle-même doit comporter des informations sur :

a. La problématique posée ;

b. La justification des choix méthodologiques sur :

1. la description de l'échantillon (effectif, représentativité – méthode de quotas ou tirage aléatoire dans un fichier exhaustif de la population étudiée),
2. les critères et moyens de recrutement de l'échantillon,
3. la qualité des enquêteurs,
4. le mode de recueil des données (face à face, groupe, téléphone, internet),
5. la durée de l'entretien,
6. les supports d'enregistrement des données, (papier crayon, capi, magnétophone, vidéo),
7. les lieux/zones d'interviews, etc.

c. Le prix de l'étude : le coût global, segmenté par phase si le projet en comporte plusieurs (quali/quant) avec les précisions suivantes :

1. Dépenses liées à la mise en œuvre de la méthode
 - défraiement des participants,
 - terrain : recueil des données,
 - traitement des données.
2. Prestations intellectuelles
 - préparation,
 - analyse et rédaction d'un rapport,
 - présentation et recommandation,
 - consulting, suivi de l'étude.

d. La personne responsable de l'étude ;

e. Description de la partie du travail effectué par la société d'études en interne et de la partie sous-traitée ;

f. Un calendrier prévisionnel.

10

choisir

et communiquer sa décision

Prévenir les sociétés non retenues dès que la décision est prise.

Motiver le refus de la proposition permet à la société d'études de comprendre les raisons qui ont écarté sa proposition et de s'améliorer pour d'autres consultations. Communiquer les noms des sociétés ayant participé à l'appel d'offre est également utile.

L E G U I D E



Pour connaître en détail
le déroulement des étapes
durant la collaboration,
pour trouver des exemples
de devis détaillé ou
de grille d'évaluation
de propositions d'études
et pour toute
autre information,
consultez nos sites



ASOCS

Association des sociétés d'étude
de l'opinion et du comportement
dans le domaine de la santé

336, rue Saint-Honoré - 75001 Paris
Tél. : 01 49 09 83 03

www.asocs.info

INFOSTAT

Association des professionnels
des études de marché
des laboratoires pharmaceutiques

15, rue Rieux - 92100 Boulogne
Tél. : 01 41 10 26 26

www.infostat.fr

UDA
UNION
DES ANNONCEURS

53, avenue Victor-Hugo - 75016 Paris
Tél. : 01 45 00 79 10

www.uda.fr



ANNEXES

I - Détail des relations durant la collaboration

1. Pendant la préparation de l'étude

1. Composition et information
2. Planification opérationnelle écrite
3. Mise à jour du calendrier chaque fois que cela est nécessaire
4. Briefing de l'équipe prestataire
5. Organisation du recueil d'information
6. Validation du matériel d'enquête
7. Phase pilote (si nécessaire)
8. Traçabilité du recueil d'information
9. Qualité du recrutement
10. Protection des données à caractère personnel
11. Anonymat du client
12. Transparence à l'égard des interviewés
13. Contrôle du recueil de l'information
14. Plan de code
15. Contrôle et apurement des fichiers de données

2. Au moment de la remise des résultats

1. Personnes présentes à la remise de l'étude
2. Informations méthodologiques
3. Description des méthodes de calcul
4. Interprétation et recommandations
5. Facteurs pouvant affecter la validité des résultats

II - Exemple de devis détaillé

III - Exemple d'une grille d'évaluation d'une proposition d'étude de marché

I - DETAIL DES RELATIONS DURANT LA COLLABORATION

Pendant la collaboration, un certain nombre de points doivent rester présents à l'esprit des collaborateurs, tant chez l'annonceur que dans la société d'études. Une réponse précise à chacun de ces points lorsqu'ils se présentent permet d'établir de bonnes conditions de travail, de créer une relation harmonieuse et confiante et d'assurer la qualité de l'étude pour la satisfaction des partenaires.

Ces points concernent principalement :

- L'homogénéité des termes utilisés dans les groupes de travail.
- L'existence d'un projet à tiroirs quand c'est le cas.
- Le cas des produits en développement.
- Le cas des coupures budgétaires (interruption en cours d'étude).
- L'existence d'un contrat juridique, pas toujours formalisé, mais à défaut, reposant sur les usages professionnels.
- La nécessité de formaliser le bon pour accord au démarrage de l'étude, avec émission systématique d'un bon de commande.
- La définition des standards de remise de documents (documents papiers, réunions, ...)
- L'obligation de confidentialité, même si elle n'est pas formellement prévue au contrat ou dans la commande (rappel à faire figurer sur tous les documents de l'étude).
- Chaque société d'études tient à jour la liste des médecins interviewés ou ayant participé à une table ronde, indiquant les sujets et les périodes de participation, afin de ne pas solliciter toujours les mêmes individus et éviter ainsi de professionnaliser certains médecins en matière d'interview. Cette liste est confidentielle, mais peut être consultée par le donneur d'ordre.
- La prévision et le cadrage, autant que possible, de demandes complémentaires à l'issue de l'étude.
- Les critères sur lesquels une fiche d'évaluation pourra être remplie concernant la qualité de l'étude
- Les spécificités des études ayant un caractère international.

Cela dit, examinons les différentes phases de la collaboration selon la chronologie de la réalisation de l'étude et les obligations qui en découlent pour le laboratoire client et pour le cabinet d'études.

1 – Pendant la préparation de l'étude

Au cours des différentes phases de l'étude, le chef de projet du laboratoire et de la société d'études devront veiller scrupuleusement aux obligations qui leur incombent.

1. Composition et information sur les équipes

Au sein du laboratoire

Le Chef de projet est identifié : il sera l'interlocuteur unique pour la société d'études.

Le chef de projet rédige une note de synthèse (avec les objectifs de l'étude, la méthodologie et le planning) qu'il diffuse en interne aux parties intéressées, sans oublier l'équipe terrain du laboratoire si nécessaire.

Au sein de la société d'étude

Le Chef de projet (qui n'est pas forcément le directeur d'études) est identifié : il sera l'interlocuteur privilégié pour le laboratoire.

La composition de l'équipe est précisée au laboratoire. Les références des personnes impliquées sont données.

La société d'études indique au laboratoire les parties de l'étude qui seront sous-traitées. Si tel est le cas, elle spécifie les contrôles qu'elle effectuera et donne les références sur le ou les sous-traitant(s).

2. Planification opérationnelle écrite

Cette disposition reprend le paragraphe 5.1. de la norme Afnor et s'applique notamment à la date de soumission du guide d'animation.

Le chef de projet de la société d'études s'assure de la disponibilité du personnel requis pour la réalisation de l'étude dans tous ses aspects et propose au laboratoire un premier projet de calendrier en fonction des besoins de ce dernier, en même temps que le chef de projet du laboratoire s'informe, en interne, des disponibilités des personnes concernées par l'étude et de la disponibilité du matériel.

Le Laboratoire et la société d'études déterminent ensemble les villes (ou régions) où seront collectées les données.

Après avoir échangé entre eux toutes les informations utiles à la planification de l'étude et notamment celles relatives aux contraintes de réalisation signalées par le prestataire dans un souci de qualité, les chefs de projet du laboratoire et de la société d'études adoptent un calendrier comportant toutes les grandes phases de l'étude, allant jusqu'au paiement final de l'étude.

Une note de synthèse (potentielle) peut servir de support au lancement concret de l'étude.

Les rapports et présentations intermédiaires et finaux sont prévus. Aucun autre élément ne peut être ajouté, sauf devis complémentaire.

3. Mise à jour du calendrier chaque fois que cela est nécessaire

Tout au long de l'étude, les chefs de projet du laboratoire et de la société d'études réactualisent le calendrier, lorsqu'il est modifié en fonction des impondérables et communiquent ces modifications au sein de leurs structures.

4. Briefing de l'équipe prestataire

Le laboratoire communique l'ensemble des informations nécessaires au brief des enquêteurs et de l'équipe de la société d'études. Si nécessaire, le laboratoire sera présent au brief.

Lors du brief, le chef de projet de la société d'études informe son équipe des objectifs et modalités de l'ensemble de l'étude.

Ce brief peut se faire par écrit, par téléphone ou en réunion, selon la nécessité.

Dans ces conditions, les dispositions de l'article 5.3. de la norme Afnor relatives à la conservation de l'enregistrement des formations réalisées auprès du personnel chargé du recueil des données ne s'appliquent pas à toutes les situations.

Art 5.3. Formation du personnel (briefing) en charge du recueil d'information

L'ensemble du personnel d'enquête (enquêteurs, encadrement, animateurs,...) reçoit une formation au cours de laquelle sont précisées :

- les objectifs de l'étude ;*
- les consignes et méthodes spécifiques à appliquer ;*
- les points à explorer (questionnaires, guide d'animation,...) ;*
- l'utilisation du matériel, etc. ;*

L'enregistrement des formations réalisées est conservé.

5. Organisation du recueil d'information

L'indication au client des dates et des lieux de formation du personnel en charge du recueil d'information selon les termes de l'article 5.2. de la norme Afnor, est possible, notamment si le laboratoire est présent au brief.

Art. 5.2. Organisation du recueil d'information

La société d'études élabore un calendrier complet (date, éventuellement horaires et lieux) du déroulement du recueil d'information et le communique au client s'il le demande.

S'il y a lieu, les dates et lieux de formation (briefing) du personnel en charge du recueil d'information sont également indiqués.

La société d'études facilite la présence du client ou de son représentant, lorsqu'il le demande, à certaines étapes du recueil d'information, à condition que :

- cela n'entraîne pas de retard préjudiciable pour l'étude ;*
- cela ne nuise pas au bon déroulement et à la qualité du recueil d'information ;*
- cela ne remette pas en question la confidentialité des réponses ;*
- cela ne remette pas en cause l'anonymat des autres clients dans le cas d'une étude omnibus ou multi-clients.*

Dans le cas des études qualitatives, le client ou ses représentants peuvent observer des entretiens (interviews) ou des réunions de groupe, mais les participants en sont informés et donnent leur accord avant le début de la séance.

D'une façon générale, toutes les mesures assurant la confidentialité sont appliquées.

6. Validation du matériel d'enquête

Le chef de projet de la société d'études transmet au laboratoire les propositions de guide d'entretien.

Le chef de projet du laboratoire reçoit les propositions de guide d'entretien. Il les diffuse en interne aux parties intéressées.

Il recueille les modifications désirées, en respectant les contraintes de temps.

Il fait un arbitrage des modifications demandées dans le respect des objectifs de l'étude, des contraintes de temps et du budget de l'étude.

Il transmet les corrections à la société en une seule fois.

Dans l'évaluation des corrections, le chef de projet de la société d'études fait en sorte que les contraintes de durées d'entretien soient respectées.

7. Phase pilote (si nécessaire)

La société d'études propose au laboratoire des modifications de questionnaires, voire de méthodologie si nécessaire.

Le chef de projet du laboratoire s'implique, propose et valide avec la société d'études les modifications de questionnaires, voire de méthodologie.

8. Traçabilité du recueil de l'information

Les documents sont disponibles et peuvent être transmis au laboratoire à la demande de ce dernier. Selon les prescriptions du code de pratiques loyales en matière d'études de marché adopté par la Chambre de commerce international et Esomar, la conservation doit être assurée pendant un an.

La norme AFNOR préconise en la matière les dispositions suivantes :

Art 5.4 Traçabilité des opérations de recueil d'information

Afin de disposer de tous les éléments nécessaires pour l'évaluation de la qualité du recueil d'information, la société d'études assure la traçabilité des différents documents et en particulier les documents relatifs :

- aux sources utilisées pour la constitution de l'échantillon ;*
- aux taux de pénétration ;*
- aux questionnaires ;*
- aux instructions destinées au personnel d'enquête (enquêteurs, encadrement, animateurs,...) ;*
- aux procédures utilisées pour le recrutement des personnes interrogées ou participants aux réunions de groupe ;*
- aux écarts éventuels entre échantillons recherchés et échantillons obtenus (taille et structure) ;*
- aux taux de refus, lorsque cela est pertinent ;*
- aux éventuelles difficultés rencontrées concernant le matériel d'enquête et produits à tester.*

....

Dans le cadre d'une étude ad hoc, les données recueillies sont la propriété du laboratoire

9. Qualité du recrutement

La société d'études respecte les critères de recrutement (quota, effectif...)

Le chef de projet du laboratoire participe à la définition des filtres de recrutement.

Tout décalage est explicité et documenté.

Le chef de projet de la société d'études informe le laboratoire en cas de difficultés de recrutement et propose des aménagements éventuels.

10. Protection des données à caractère personnel

Pour utiliser les enregistrements vidéos dans un cadre extérieur aux personnes directement impliquées dans l'étude, le laboratoire, via la société d'études, doit demander l'autorisation écrite de la personne interrogée en lui précisant le contexte et la durée de cette utilisation.

Au sein de la société d'étude, on veille à respecter les dispositions de la norme Afnor :

Art 5.6. Protection des données à caractère personnel

Toutes les opérations de recueil et d'enregistrement des informations s'effectuent dans le respect de l'anonymat des personnes interrogées et conformément à la législation de protection des données à caractère personnel.

Cet engagement s'applique au client, en particulier lorsqu'il assiste à des entretiens ou réunions de groupe. Dans ce cas, la société d'études demande l'engagement formel du client sur la confidentialité et l'utilisation stricte de ces données à des fins d'étude .

11. Anonymat du client

La société d'études veille à respecter les dispositions de la norme Afnor :

Art 5.7. Anonymat du client

La Société d'études ne révèle pas aux personnes interrogées l'identité du client, sauf si celui-ci et la société d'études décident d'un commun accord qu'il est utile ou nécessaire de le faire .

12. Transparence à l'égard des interviewés

La société d'études veille au respect de la transparence à l'égard des personnes interviewées tel que le prévoit la norme Afnor

Art 5.8. Transparence à l'égard des personnes interrogées

Avant l'entretien ou la réunion de groupe, la société d'études se présente et expose le thème de l'étude. A la fin de l'entretien, la société d'études met ses coordonnées (raison sociale, adresse, téléphone, etc.) à la disposition de la personne interrogée.

13. Contrôle du recueil de l'information

La société d'études mettra en œuvre les opérations de contrôle du terrain conformément aux dispositions de la norme Afnor en la matière :

Art 5.9. Suivi et contrôle du recueil d'information

Les informations recueillies font l'objet d'un contrôle.

Chaque société d'études est libre de déterminer ses méthodes de contrôle et de fixer ses propres règles en la matière, mais celles-ci sont spécifiées dans le projet d'étude et confirmées à la remise des résultats. Quand des accords mutuels ont été passés entre la société d'études et le client, les contrôles s'effectuent selon les modalités convenues. Quel que soit le mode de recueil d'information, chaque personne ayant conduit un entretien, est identifiée à des fins de contrôle. La société d'études analyse et conserve les informations concernant la nature des contrôles, les critères d'évaluation et les résultats.

Lorsque le recueil d'information est effectué par des appareils, les résultats des contrôles sont enregistrés et la trace des défaillances est conservée.

S'il le souhaite, le client peut avoir communication des informations sur le contrôle du personnel d'enquête, dès lors que l'anonymat des personnes est respecté.

En ce qui concerne la saisie des données, une saisie simple est la règle pour un travail standard.

14. Plan de code

Le chef de projet du laboratoire communique, s'il y a lieu, des exigences particulières relatives aux éléments spécifiques de codification (regroupement de produits, de pathologies, ...). La société d'études propose un plan de code qui doit être validé par le laboratoire.

15. Contrôle et apurement des fichiers de données

La société d'études veille à mettre en œuvre le contrôle et l'apurement des fichiers de données conformément à la norme Afnor :

Art. 5.12 Contrôle et apurement des fichiers de données.

La société d'études décrit et met en œuvre des procédures de contrôle des données ou d'apurement des fichiers après saisie et avant traitement. Lorsque le contrôle nécessite un retour au document de base (questionnaires), les résultats des contrôles et les modifications qu'ils peuvent engendrer sont enregistrés.

Lorsque le contrôle est « automatisé » (« apurement des fichiers »), la logique de ce « contrôle automatisé » est décrite. Des tests de validation sont réalisés afin que ce contrôle a produit les effets désirés.

Les enregistrements de contrôle et de validation sont conservés afin de contribuer à la résolution de problèmes éventuels. La société d'études fournit au client, à sa demande, toutes informations sur les procédures de contrôle et d'apurement de fichier (principes et méthodes) et sur les résultats de ces opérations.

Art 5.13 Dossier de contrôle et d'apurement des fichiers

Lorsqu'elle procède à un apurement de fichier, la société d'études met en œuvre des procédures qui sécurisent l'exploitation des données.

Il peut s'agir, en particulier, de s'assurer que :

- les données d'origine et les données apurées sont clairement identifiables ;*
 - les tris à plat ou contrôles équivalents sont effectués avant et après apurement des données ;*
 - la dernière version (mise à jour) du fichier est utilisée pour le traitement.*
- Sur sa demande, le client a accès aux informations sur ces procédures.*

2 – Au moment de la remise des résultats

1. Personnes présentes à la remise de l'étude

Le chef de projet du laboratoire organise la réunion des personnes concernées par l'étude et intéressées par les résultats de celle-ci.

Le chef du projet de la société d'études, qui s'en est vu confier la responsabilité, est présent lors de la remise des résultats.

2. Informations méthodologiques

La société d'études fournira les informations relatives à la méthodologie selon les dispositions rappelées par la norme Afnor :

Art. 6.1. Informations méthodologiques

Les informations méthodologiques sont suffisamment détaillées pour permettre d'évaluer les conditions de réalisation de l'étude et de réaliser des analyses complémentaires.

La description de ce qui a été étudié et analysé est étayée par des documents. Les techniques de recueil ou d'analyse de données, les matériels d'enquête ou produits à tester utilisés, sont décrits en détail.

En particulier, les points suivants peuvent être précisés ou fournis au client à sa demande :

L'objectif de l'étude ;

La (les) méthodes de recueil des données primaires ;

Les dates de recueil des données primaires, couverture géographique, durée d'interview ou d'entretien ;

La description des populations interrogées, tailles et structures des échantillons recherchés et obtenus ;

Le(s) questionnaires(s) ou guide(s) d'entretien ou d'animation utilisés ;

Les règles de renouvellement des panels ;

Les méthodes de pondération et d'analyse des données ;

Les limites d'interprétation statistique (seuil de significativité, marge d'erreur, comparabilité des méthodes, etc.)

La société d'études recommande au client d'accompagner la diffusion des résultats de l'étude d'éléments techniques tels que :

Les méthodes d'enquête, La date de l'étude, Le nom de l'institut d'études La période, Taille de l'échantillon. (norme Afnor)

3. Description des méthodes de calcul

Les méthodes de calcul seront présentées ainsi que le prévoit la norme Afnor :

Art.6.4. Description des méthodes de calcul

Les méthodes de calcul d'indices, de scores, les échelles ou les regroupements utilisés dans l'analyse des données sont décrits.

Ces informations techniques figurent dans les tableaux de résultats, dans le rapport ou dans une annexe technique.

4. Interprétation et recommandations

Le résultat final doit être conforme au cahier des charges. L'étude consiste en un recueil de données et en l'analyse des résultats. Selon le projet, la synthèse des résultats comporte une partie analyse des résultats et une partie conseil (la société d'études prend plus ou moins position) dans le but d'apporter une solution à la problématique.

5. Facteurs pouvant affecter la validité des résultats

Art 6.3. Facteurs pouvant affecter la validité des résultats

Les résultats d'une étude peuvent être entachés d'un certain degré d'incertitude. C'est une obligation éthique pour la société d'études de mentionner explicitement les sources identifiées d'inexactitude potentielle dans les résultats.

Par exemple, il est essentiel de déterminer :

Si des biais de méthode peuvent entraîner des difficultés de lecture ou d'interprétation des résultats (artéfact), si la méthode d'échantillonnage peut avoir induit un biais, ou si un fait exogène intervenu en cours d'étude peut avoir influencé de façon importante la validité des résultats.

In fine, il convient de rappeler la **distinction entre les résultats et leur interprétation**, selon un principe déontologique bien établi dans le monde des études et celui de la communication. Il est rigoureusement nécessaire, comme le rappelle l'article 6.2 de la norme Afnor, de distinguer les résultats eux-mêmes de l'interprétation que l'on peut en faire.

II - EXEMPLE DE DEVIS DETAILLE

I - Préparation			Montants
	Honoraires pour : Mise en place de l'étude, réalisation du questionnaire, programmation informatique (si nécessaire), recrutement et briefing des enquêteurs, pilote du questionnaire <i>Le fournisseur devra fournir son estimation budgétaire sur :</i> - les types d'intervenants : directeur de mission, chargé d'étude, opérateur de saisie - coût par unité de temps pour chaque intervenant - nombre d'unités de temps (jours, heures)		
II - Terrain	a) Recueil de l'information Technique retenue	Cible	
	- Entretiens face à face (préciser durée : 45', 1 heure....) - Entretiens téléphoniques (préciser durée : 5', 10', 15'...) - Questions internet (préciser le types...) - Tables rondes (préciser nombre de participants) - Groupes créatifs (préciser nombre de participants) Cas patients Pige documentaire <i>Le fournisseur devra fournir son estimation budgétaire sur :</i> - un coût unitaire des techniques en fonction des cibles - la durée des entretiens	MG Spécialistes Pharmaciens Patients ... Hôpital Ville	
	b) Indemnisations prévues Le fournisseur devra préciser l'indemnisation par type d'interviewé		
	c) Frais de logistique : déplacement, repas, vidéo, locations salles traduction....		
	d) Traitement de l'information Traitement des questions ouvertes Verbatims Codification et saisie Traitement informatique Tri à plats, tris croisés		
III - Remise des résultats	Présentation orale : rapport final (nombre d'exemplaires, support informatique...) Synthèse Consulting (suite de l'étude)		
Total du budget			Total

III - EXEMPLE D'UNE GRILLE D'EVALUATION D'UNE PROPOSITION D'ETUDE DE MARCHE

	Prestataire 1	Prestataire 2	Prestataire 3
Compréhension de la problématique - Qualité de la reformulation - Valeur ajoutée par rapport au brief			
Méthodologie - Adaptée aux objectifs fixés - Innovante - Transparente			
Cibles investiguées - Pertinence des cibles proposées Par cible - Effectif de l'échantillon - Recrutement : critères et moyens - Qualité des enquêteurs - Mode de recueil : face/face, groupe... - Support d'enregistrement (papier, audio téléphone, internet...) - Représentativité (méthode quotas, tirage aléatoire dans un fichier exhaustif de la population étudiée) - Lieu/zones d'interviews - Durée de l'entretien			
Structure du questionnaire - Ebauche du questionnaire -			
La méthodologie proposée (cibles , mode de recueil, questionnaire.) donne-t-elle une réponse aux objectifs de l'étude - Objectif n°1 (oui/non, pourquoi ?) - Objectif n°2 (oui/non....) - Objectif n°3 ...			
Déontologie - Confidentialité - Exclusivité			
Garantie d'une qualité des données			
Garantie de qualité des recommandations			
Coût - Devis détaillé (coût terrain / honoraires / indemnités interviewés...) <i>cf proposition devis</i> - Montant total - Rapport qualité/coût			
Les points positifs du projet			
Les points négatifs du projet			
Recommandation du service étude (donner une priorité aux 3 projets)			