

Calcul des Intervalles de Confiance (« marges d'erreur »)

Table des Intervalles de Confiance

Nombre d'Interviews	à 5% et à 95%	à 6% et à 94%	à 8% et à 92%	à 10% et à 90%	à 12% et à 88%	à 15% et à 85%	à 20% et à 80%	à 25% et à 75%	à 30% et à 70%	à 35% et à 65%	à 40% et à 60%	à 45% et à 55%	à 50% et à 50%
50	6.2	6.8	7.7	8.5	9.2	10.1	11.4	12.3	13.0	13.5	13.9	14.1	14.2
75	5.0	5.5	6.2	6.9	7.5	8.2	9.2	10.0	10.5	11.0	11.3	11.4	11.5
100	4.4	4.8	5.4	6.0	6.5	7.1	8.0	8.7	9.2	9.5	9.8	9.9	10.0
150	3.6	3.9	4.4	4.9	5.3	5.9	6.6	7.1	7.5	7.8	8.0	8.1	8.2
200	3.1	3.4	3.8	4.3	4.6	5.1	5.7	6.1	6.5	6.8	7.0	7.0	7.1
250	2.7	3.0	3.4	3.8	4.1	4.5	5.0	5.5	5.8	6.0	6.0	6.2	6.3
300	2.5	2.8	3.1	3.5	3.8	4.1	4.6	5.0	5.3	5.5	5.7	5.8	5.8
400	2.2	2.4	2.7	3.0	3.3	3.6	4.0	4.3	4.6	4.8	4.9	5.0	5.0
500	2.0	2.1	2.4	2.7	2.9	3.2	3.6	3.9	4.1	4.3	4.4	4.5	4.5
600	1.8	2.0	2.2	2.5	2.7	2.9	3.3	3.6	3.8	3.9	4.0	4.1	4.1
800	1.5	1.7	1.9	2.1	2.3	2.5	2.8	3.0	3.2	3.3	3.4	3.5	3.5
1000	1.4	1.5	1.7	1.9	2.1	2.3	2.5	2.8	2.9	3.1	3.1	3.2	3.2
1500	1.1	1.2	1.4	1.6	1.7	1.9	2.1	2.3	2.4	2.5	2.5	2.6	2.6
2000	.96	1.0	1.2	1.3	1.4	1.6	1.8	1.9	2.0	2.1	2.2	2.2	2.2
5000	.62	.68	.77	.85	.92	1.0	1.1	1.2	1.3	1.4	1.4	1.4	1.4
10000	.44	.48	.54	.60	.65	.71	.80	.87	.92	.95	.98	.99	1.0

Source : <http://www.h-consultants.com/consultants/etudes%20marketing/intervalle.htm>

Le nombre d'interviews est déterminé en fonction des trois critères combinatoires.

1 - Le degré de précision souhaité

Quelle "incertitude" (intervalles de confiance) acceptez-vous ? (ce critère est particulièrement important dans l'analyse des écarts entre deux mesures successives).

Exemple : Un taux d'équipement de 50% sur 400 interviews a 95% de chances de varier entre + ou - 5 points, si l'on considère la population totale, c'est à dire de se situer entre 45% et 55%.

Variation des % (marges indiquées pour un taux observé)	50 interviews	400 interviews
5 % ou 95 %	+/- 6,2 %	+/- 2,2 %
50 %	+/- 14,2 %	+/- 5 %

(Voir ci-dessous : le Tableau des Intervalles de Confiance)

2 - Le nombre de segments d'analyses souhaités

Chaque segment et sous-segment d'analyse doit contenir au moins 50 questionnaires exploitables (exemple : si vous souhaitez analyser les " Entreprises du Textile de plus de 50 personnes ", vous devez avoir au moins 50 questionnaires exploitables sur ce segment).

3 - Les publics soumis à la présentation et l'analyse des résultats

De même, si vous souhaitez établir des analyses par zone géographique, l'intervalle de confiance devra être "crédible" pour chacune d'entre elles (exemple : si vous souhaitez analyser les " Entreprises de l'Île de France ", vous devez avoir au moins 50 questionnaires exploitables sur cette zone).