
PERSONNALISER LA RELATION AVEC LES ENQUETES POUR LIMITER L'ATTRITION: RETOUR D'EXPERIENCE DE LA COHORTE ELFE

X. THIERRY, D. E. AMMAR, R. POPA, C. ZAROS, J.-L. LANOE, M.-A. CHARLES (*)
et F. EL MALTI, V. BLINEAU, M. NOUCHI, C. DAVID (**)

(*) UMS ELFE INED/INSERM

(**) IPSOS

thierry@ined.fr

Mots-clés: Enquête longitudinale, relation enquêteur/enquêté, personnalisation de la lettre-avis, déterminants de la participation.

Résumé

L'Etude longitudinale française depuis l'enfance (Elfe) est la première cohorte nationale de naissances. Depuis 2011, des enfants recrutés à leur naissance dans un échantillon aléatoire de 349 maternités de France métropolitaine lors de 25 jours ciblés répartis sur l'année sont suivis avec leur famille. L'objectif de l'étude Elfe est de mieux comprendre les facteurs influençant le développement, la santé, la socialisation et le parcours scolaire des enfants. Différentes étapes du suivi, qui s'effectue essentiellement par enquête téléphonique auprès des parents, ont été réalisées 2 mois, 1 an, 2 ans, 3,5 ans et 5,5 ans après la naissance. Sur les 18 041 familles incluses en maternité (51% des parents contactés en maternité ont signé le formulaire de consentement au suivi de leur enfant), 91 % ont été interrogées à l'âge de 2 mois. La participation a été moindre au fil des enquêtes successives. Les pourcentages de répondants ont été par la suite de 82 %, 78 % et 74 %, aux enquêtes à 1 an, 2 ans et 3,5 ans respectivement. Pour limiter l'attrition dans la cohorte de naissance française Elfe, différentes approches ont été utilisées lors du lancement de l'enquête à 5 ans. Parmi les familles n'ayant pas participé à toutes les enquêtes précédentes, nous avons testé l'effet d'un retour de résultats personnalisés liés à l'enfant. Ainsi, un retour sur le temps passé par l'enfant devant les écrans, documenté dans les enquêtes précédentes, a été joint ou non à la lettre-avis annonçant l'enquête et ceci de manière randomisée. Deuxièmement, la relation enquêteur / enquêtée a été repensée pour favoriser l'adhésion à la cohorte et augmenter le taux de participation à cette enquête en variant les modes de contact et en développant des interactions. Les parents ont pu devenir acteurs grâce à la disponibilité d'un site internet et d'une hotline dédiés à la prise de rendez-vous. Ils ont pu choisir la date et l'heure de l'appel d'un enquêteur. Ceci est a priori un moyen de les impliquer: prendre rendez-vous engage le parent. L'article détaille le profil des parents qui ont utilisé ces services ainsi que l'efficacité d'un retour personnalisé des résultats. Nous concluons que ce dernier n'a pas impact positif sur la participation des parents à l'enquête, mais que l'amélioration de la relation enquêteur / enquêtée semble efficace.

Abstract

To limit attrition in the French birth cohort Elfe, different approaches were used when the 5 years old survey was launched. Among families who did not participate in all previous surveys, we tested the effect of a return of personalized results related to the child. Thus, first a return on the time spent by the child in front of screens, documented in previous surveys, was attached or not to the letter

announcing the survey and this at random. Secondly, the interviewer /respondent relationship has been redesigned to facilitate the survey and foster cohort membership by changing the lines of contact and to develop interactions. Parents were able to become actors thanks to the availability of a website dedicated to make appointments. They were able to choose the date and time of an investigator's call. This was supposed to be a way to get them involved: making an appointment is a commitment from the parent. The article details the parents' profile who used this service and the effectiveness or the results' personalization. We conclude that the latter has no positive impact on parents participation to the survey but improving the relationship between parents and interviewers appears to be effective.

Introduction

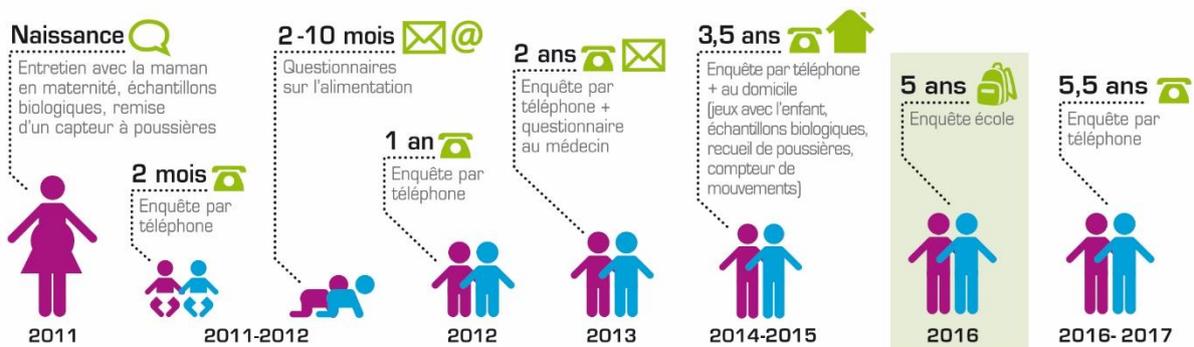
L'Etude longitudinale française depuis l'enfance (Elfe) est la première cohorte nationale de naissances. L'objectif général est de mieux comprendre les facteurs influençant le développement, la santé, la socialisation et le parcours scolaire des enfants (Pirus et al. 2010). L'enquête à 5 ans et demi est la cinquième enquête réalisée depuis l'inclusion en maternité en 2011. Cette communication traite des moyens mis en œuvre par l'équipe de coordination Elfe et le prestataire Ipsos pour inciter les familles à répondre à une enquête téléphonique réalisée en 2017. La première partie dresse le bilan de la participation à cette enquête et de l'attrition depuis le début du suivi. La deuxième partie expose les déterminants socioéconomiques de la participation selon trois profils de parents répondants aux enquêtes précédentes. La troisième partie évalue l'efficacité de deux expérimentations, d'une part un retour de résultats personnalisés aux familles dans le courrier annonçant l'enquête, d'autre part une individualisation des méthodes de prise de contact avec les parents.

1. Mobilisation des familles de la cohorte Elfe

1.1 Participation aux enquêtes

Les enfants de l'étude Elfe ont été recrutés à leur naissance dans un échantillon aléatoire de 349 maternités de France métropolitaine, lors de 25 jours répartis sur l'année 2011. Leur suivi s'effectue en questionnant les deux parents. Différentes étapes d'enquête, qui s'effectuent essentiellement par recueil téléphonique, ont été réalisées 2 mois, 1 an, 2 ans, 3,5 ans et 5,5 ans après la naissance. D'autres types d'enquêtes (internet, papier, face-à-face, avec les professionnels de santé et de l'Education nationale) se sont intercalés, confirmant le caractère multimodal du recueil de données.

Figure 1 : Chronologie des premières étapes du suivi des enfants de la cohorte Elfe



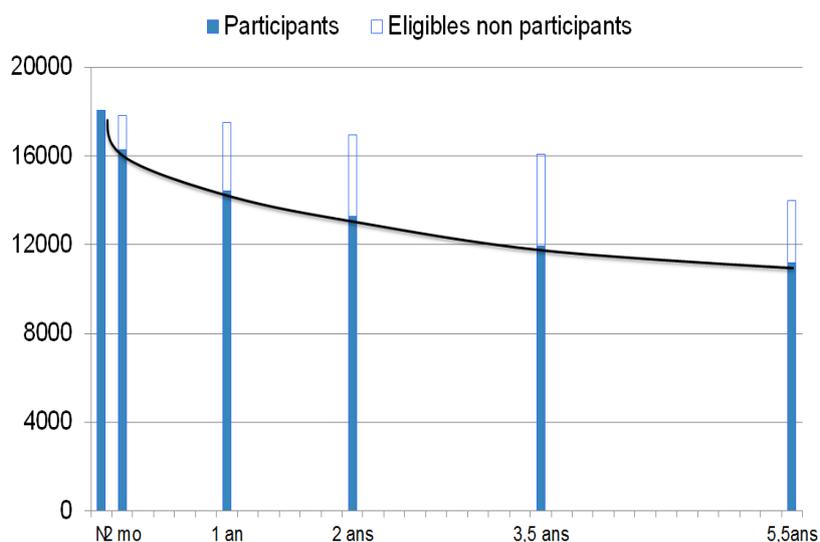
L'enquête à 2 mois est la première étape de suivi après l'inclusion des enfants Elfe en maternité. Sa grande proximité avec l'enquête maternité répondait à plusieurs impératifs à cette date : fidéliser les parents en les recontactant peu de temps après leur consentement en maternité, profiter de la disponibilité des mères puisque beaucoup étaient encore en congé maternité, enfin les questionner précisément sur le vécu de la grossesse à un moment encore proche de celle-ci afin de minimiser les biais de mémoire. Les principales informations recueillies décrivent les caractéristiques sociodémographiques des familles, l'état de santé de cet enfant et des membres du ménage, l'alimentation du nourrisson, les soins prodigués, les langues parlées...

Le protocole de l'enquête à 1 an a été quasi-identique à celui mise en œuvre à 2 mois. Les objectifs principaux de cette deuxième enquête étaient d'actualiser les changements sociodémographiques, repérer les déménagements et actualiser les adresses, poursuivre la collecte de données sur la santé, l'alimentation et le mode de garde des enfants, mesurer leur développement psychomoteur, mieux connaître les familles à travers des questionnements relatifs à leurs valeurs, leurs pratiques

éducatives et culturelles. A l'enquête à 2 ans, des blocs de questions présentes à 2 mois, ont été reposés tels que le rôle des grands-parents, l'entente au sein du couple, ses relations sociales et sa perception du quartier.

Sur les 18 041 familles incluses en maternité (résultant du fait que 51% des parents contactés en maternité ont consenti au suivi de leur enfant), 91 % ont été interrogées à l'âge de 2 mois (16 281 répondants pour une base de familles à contacter de 17 850). La participation a été moindre lors des enquêtes suivantes. Les pourcentages de répondants (rapportés à la base enquêtée de chaque enquête, décroissant suite aux demandes de sorties d'études) ont été de 82 % (14 439 répondants) à 1 an, 78 % (13 277) à 2 ans et 74 % (11 935) à 3,5 ans. Cette érosion a été freinée à l'enquête à 5,5 ans avec 80 % de répondants (11 173). Les conditions de réalisation de cette dernière est l'objet de ce document.

Figure 2 : Participation aux premières étapes du suivi



1.2 Attrition au fil du suivi

La cohorte Elfe est initialement représentative de la génération 2011 née en métropole, compte tenu des pondérations et redressements appliqués aux familles recrutées, à l'exclusion de quelques critères d'exclusion (Juillard 2016, Juillard et al. 2017). Cette représentativité s'altère avec l'attrition sélective au fil du temps. L'attrition de la base des familles à contacter résulte soit d'une demande spontanée des familles de mettre fin au suivi de leur enfant (formalisée par courrier postal ou mail), soit d'une décision de l'équipe Elfe de radier les familles perdues de vue ou n'ayant répondu à aucune enquête (ou quasiment aucune) depuis l'inclusion en maternité. La non-participation à une ou deux enquêtes successives n'est donc pas en soi un facteur d'attrition¹.

Ces radiations à l'initiative de l'équipe ont été mises en œuvre pour constituer la base des familles éligibles de l'enquête à 2 ans, puis à celle à 3,5 ans, parmi les familles n'ayant fait aucune des trois enquêtes téléphoniques précédentes. Par exemple à l'enquête à 3,5 ans, 10,9 % (1969) des familles recrutées en maternité n'ont pas été contactées, soit à leur demande, soit par radiation (tableau 1). Dans ce dernier cas, il s'agit de familles n'ayant répondu à aucune des trois enquêtes à 2 mois, 1 an

¹ Le suivi des enfants ainsi interrompu peut sous certaines conditions se poursuivre à partir des données de l'assurance maladie.

et 2 ans (ni même répondu au recueil minimal²). Ont été également radiées les familles qui, bien qu'ayant répondu à l'une d'elle, ont oralement exprimé deux fois un refus définitif de poursuivre leur participation ou bien un refus après un abandon en cours d'entretien à une enquête précédente (Thierry et al., 2018).

A cette étape à 3,5 ans, on dispose d'une information longitudinale complète pour trois familles incluses en maternité sur cinq (59,2 %), à savoir au moins un questionnaire³ pour chacune des quatre enquêtes téléphoniques proposées. Sur le champ des familles enquêtées à 3,5 ans, sorties d'études exclues, l'information longitudinale est partielle pour un tiers des familles (au moins une enquête non faite).

Tableau 1 : Régularité de la participation des familles aux enquêtes de la naissance à 3,5 ans

	Effectif	Répartition en % des familles contactées à 3,5 ans (N = 16 078)	Répartition en % des familles incluses en maternité (N = 18 041)
Total participation en maternité	18 041		
Non contactées à 3,5 ans	1 963		10,9 %
Contactées à 3,5 ans	16 078		
Ont fait, quand l'enfant avait 5,5 ans :			
les 4 enquêtes (2 mois, 1, 2, 3,5 ans)	10 688	66,5 %	59,2 %
3 enquêtes	2 376	14,8 %	13,2 %
2 enquêtes	1 487	9,2 %	8,2 %
1 enquête	1 315	8,2 %	7,3 %
0 enquête	212	1,3 %	1,2 %
Total	16 078	100%	100%

Source : Enquêtes de l'Etude longitudinale française depuis l'enfance (Elfe)

A l'enquête à 5,5 ans, outre les demandes écrites de sortie d'étude, la procédure de radiation a été reproduite dans la même logique qu'à 3,5 ans (sur la participation aux enquêtes à 1 an, 2 ans et 3,5 ans)⁴. Rapporté aux 18 041 familles incluses en maternité, 22, 5 % (4 071) n'ont pas été contactées, soit 13 970 familles éligibles à cette enquête. L'attrition de la base enquêtée a donc doublé entre les deux dernières enquêtes (entre 3,5 ans et 5,5 ans), par rapport à celle observée entre l'enquête d'inclusion et celle à 3,5 ans (10, 9 %). L'attrition est socialement déterminée, avec une propension plus forte de la part des familles modestes. Les sorties à la demande de la famille concernent des parents plus aisés que les sorties à l'initiative de l'équipe⁵.

² Depuis l'enquête à 2 ans, un recueil minimal d'informations (par questionnaire internet ou papier) est réalisé auprès des familles n'ayant pas répondu à l'enquête téléphonique.

³ Questionnaire du parent dit « référent, c'est-à-dire recueillant un maximum de données sur l'enfant. Il est complété par celui posé à l'autre parent (excepté à 3,5 ans où un seul parent a été interrogé).

⁴ Les radiations à l'initiative de l'équipe Elfe représentaient 55% du total des sorties d'études.

⁵ « Les mères sans profession, étudiantes, sans activité ou ne pouvant classer leur profession sont celles qui quittent le plus la cohorte et ce plus spécifiquement à l'initiative de l'équipe, donc sans avoir notifié de refus par écrit. Les mères cadres et les professions intermédiaires sont les catégories qui restent le plus dans la cohorte. Parmi les familles sorties d'étude, les proportions les plus importantes de sorties à la demande de la famille se retrouvent lorsque la mère est cadre, de profession intermédiaire mais aussi ouvrière. La même tendance s'observe sur le niveau d'étude maternel ou son statut vis-à-vis de l'emploi » cf. T. Pilorin, Note interne.

La participation plus élevée à cette dernière enquête peut s'expliquer par l'attrition sélective de la base enquêtée (les familles restantes sont les plus motivées), un pilotage plus attentif de l'enquête (personnalisation des contacts avec les familles), une recherche plus efficace des perdus de vue... L'objectif de cet article est d'apprécier l'efficacité des mesures mises en œuvre par l'équipe Elfe et son prestataire Ipsos.

2. Déterminants de la participation à l'enquête à 5 ans et demi

2.1 Analyse univariée

Pour l'administration de cette enquête et dans cette analyse, les familles ont été partagées en trois groupes de contact selon leur degré de participation aux trois enquêtes précédentes.

Groupe 1 : 10 614 familles (76 %), les plus assidues, ayant participé aux trois enquêtes précédentes,

Groupe 2 : 816 familles (6 %) ayant participé à l'enquête 3,5 ans mais seulement à l'une des enquêtes à 1 an ou à 2 ans,

Groupe 3 : 2 540 familles (18 %), les moins assidues, n'ayant pas participé à l'enquête 3,5 ans, mais ayant participé à l'une des enquêtes à 1 an ou à 2 ans, ou bien n'ayant participé à aucune des trois enquêtes bien que joignables à au moins l'une d'elle ou n'ayant jamais exprimé un refus définitif.

Les taux de participation à l'enquête à 5 ans et demi s'établissent à 93 %, 66 % et 29 % de la base enquêtée respectivement dans les groupes 1, 2 et 3. Ces écarts de participation résultent de caractéristiques différentes des familles dans chaque groupe, caractéristiques associées à la propension à répondre à une enquête.

Pour caractériser ces trois groupes et modéliser leur participation, diverses informations socioéconomiques ont été prises en compte. S'agissant de la description de la mère, elle l'est par son âge, son niveau d'études, sa participation à une activité associative (ou non) et sa situation professionnelle (PCS et secteur d'activité) et, pour le père, par son statut d'activité. Des informations précisent le statut conjugal du couple parental, le nombre d'enfants dans le foyer, le niveau de revenu du foyer par unité de consommation, la perception ou non d'aides sociales, l'origine migratoire (naissance à l'étranger de deux grands-parents paternels ou maternels de l'enfant), la région d'habitation et la possibilité d'adresser un email aux parents pour faciliter les contacts. Des variables du plan de sondage du recrutement à la naissance (nombre de naissances dans la maternité) et vague (saison de recrutement des enfants Elfe) ont été prises en compte. Ces variables sont issues de l'enquête à 1 an (complétées par l'enquête à 2 mois pour 5 % des familles) et de l'enquête à 3,5 ans pour des variables spécifiques susceptibles d'évoluer depuis l'âge de 1 an (nombre d'enfants, situation professionnelle et conjugale). Les données de l'enquête à 1 an ont été préférées à celles à 2 ans car un plus grand nombre de familles ont répondu à cette enquête.

Les groupes de contact ont des structures socioéconomiques différentes. Les différences sont très nettes considérant la proportion des mères ayant un diplôme au moins équivalent à bac + 2 (68 %, 48 %, 37 % dans les groupes 1, 2 et 3), travaillant comme employée ou ouvrière (respectivement 36 %, 50 %, 61 %). Sur d'autres critères, les groupes 2 et 3 se ressemblent davantage, mais ils se différencient encore nettement du groupe 1. La part de mères sans emploi aux 3,5 ans de l'enfant est respectivement égale à 32% et 41 % (contre 17 % pour celles du groupe 1), tandis que 82 % et 83 % n'ont pas engagement associatif (72 % du groupe 1) et respectivement 33 % et 31 % des couples parentaux ont une ascendance migratoire (18 % dans le groupe majoritaire). L'indisponibilité d'adresse mail concerne 9 % des familles du groupe 1, 34 % du groupe 2 et 26 % du groupe 3. Le nombre d'enfants est proche dans les trois groupes (24 %, 28 %, 24 %).

Tableau 2 : Taux de participation à l'enquête à 5 ans et demi selon les caractéristiques des parents

Variable	Modalité	Effectif total	Sous-total	Taux de participation	Pr > Khi-2
Age de la mère	moins de 26 ans	13 970	1 932	56%	<.0001
	entre 26 et 30 ans		4 248	81%	
	plus de 30 ans		7 790	86%	
Situation conjugale	Mariés / pacsés	13 893	9 591	85%	<.0001
	Union informelle		3 481	72%	
	Pas en couple		821	62%	
Niveau d'études de la mère	<=bepc /cap-bep	13 881	2 797	60%	<.0001
	bac		2 537	76%	
	bac +2		3 113	85%	
	>bac +2		5 434	90%	
Situation professionnelle de la mère	Travaille	13 921	10 492	85%	<.0001
	Ne travaille pas		3 429	66%	
Situation professionnelle du père	Travaille	13 444	12 271	82%	<.0001
	Ne travaille pas		1 173	68%	
Aides sociales perçues	Non	13 745	12 954	83%	<.0001
	Oui		791	51%	
Secteur du travail de la mère	Privé/ indépendant	13 518	9 161	80%	<.0001
	Public		4 357	84%	
Nombre d'enfants dans le foyer	1	13 937	3 722	74%	<.0001
	2		6 825	85%	
	3 ou plus		3 390	78%	
Catégorie socioprofessionnelle de la mère	Agricultrice	13 230	34	82%	<.0001
	Artisane, commerçante, cheffe d'entreprise		301	75%	
	Professions intermédiaires		2 590	92%	
	Employée		4 940	87%	
	Ouvrière		4 583	73%	
Engagement associatif	Non	13 119	9 749	80%	<.0001
	Oui		3 370	89%	
Revenu par unité de consommation (€)	moins de 1190	13 671	3 530	64%	<.0001
	entre 1190 et 1699		4 043	82%	
	entre 1700 et 2099		2 677	88%	
	plus de 2100		3 421	91%	
Ascendance migratoire des parents	Etrangère	13 617	2 887	72%	<.0001
	Française		10 730	83%	
Région d'habitation	Ile de France	13 969	2 742	78%	<.0001
	Centre		1 303	82%	
	Nord-Ouest		2 262	76%	
	Ouest		2 043	85%	
	Sud-Ouest		1 038	82%	
	Est		1 303	79%	
	Centre-Est		1 714	83%	
	Sud-Est		1 564	78%	
Disponibilité d'une adresse de contact par mail	Oui	13 958	12 091	83%	<.0001
	Non		1 867	61%	

Variables non significatives : période de naissance et taille de la maternité.

Source : Enquêtes Elfe aux 3,5 ans, 1 an et 2 mois des enfants, 2011-2015

Tous groupes confondus, la participation est significativement plus élevée parmi les mères plus âgées, davantage diplômées, exerçant une profession de cadre supérieur ou intermédiaire, salariée du secteur public, ainsi que dans les foyers aux ressources plus importantes (tableau 2). Elle est en revanche moindre parmi les mères ne vivant pas en couple, sans engagement associatif ou lorsque l'un ou l'autre des parents est sans emploi, s'il est issu d'un ascendant né à l'étranger, ainsi que dans les foyers ayant un seul enfant à charge ou percevant des aides sociales. Le fait que la famille ait fourni un mail pour la contacter est associé à une meilleure participation.

En distinguant les divers groupes, la participation est déterminée par des facteurs communs. En analyse univariée, le niveau d'études, la situation professionnelle de la mère et le niveau de ressources du foyer sont particulièrement explicatives de la participation au sein de chaque groupe (la p.value étant toujours inférieure à 1%).

2.2 Analyse multivariée

L'analyse multivariée procède d'une régression selon un modèle à effets mixtes (combinant des effets fixes dus aux variables socioéconomiques et des effets aléatoires dus aux clusters des maternités) avec la procédure 'Glimmix'. Les variables sont ordonnées par degré de pertinence à l'aide d'un test de Fischer (tableau 3). La probabilité de participer à l'enquête reste significativement associée à la quasi-totalité des critères.

Tableau 3 : Analyse multivariée de la participation à l'enquête à 5 ans et demi selon les caractéristiques des parents

Estimation du rapport de cotes				
Variables	Modalités	Référence	Odds-Ratio	IC95%
Situation professionnelle de la mère	Travaille	Ne travaille pas	1,53	[1,36 1,72]
Niveau d'études de la mère	>bac+2	<=bepc / cap-bep	2,64	[2,24 3,11]
	bac +2		1,47	[1,28 1,69]
	bac		1,82	[1,56 2,12]
Ascendance migratoire des parents	Française	Etrangère	1,48	[1,31 1,67]
Disponibilité d'une adresse de contact	Oui	Non	1,51	[1,31 1,74]
Situation conjugale	Union informelle	Pas en couple	1,06 (ns)	[0,87 1,30]
	Mariés / pacsés		1,56	[1,28 1,91]
Nombre d'enfants dans le foyer	0	2 ou plus	0,75	[0,64 0,86]
	1		1,15 (ns)	[1,01 1,31]
Age de la mère	entre 26 et 30 ans	moins de 26 ans	1,39	[1,19 1,63]
	plus de 30 ans		1,70	[1,44 1,99]
Revenu par unité de consommation	entre 1190 et 1699	moins de 1190	1,37	[1,20 1,57]
	entre 1700 et 2099		1,67	[1,41 1,99]
	plus de 2100		1,88	[1,56 2,27]
Région d'habitation	Centre	Nord-Ouest	1,32	[1,08 1,62]
	Centre-Est		1,25	[1,04 1,51]
	Est		1,10 (ns)	[0,90 1,34]
	Ile de France		0,90 (ns)	[0,76 1,07]
	Ouest		1,49	[1,24 1,79]
	Sud-Est		1,078 (ns)	[0,90 1,30]
	Sud-Ouest		1,28	[1,03 1,59]

Variables listées dans l'ordre décroissant de leur pouvoir explicatif (Test de Fischer)

Variables non significatives : engagement associatif, perception d'aides sociales.

Source : Enquêtes Elfe aux 3,5 ans, 1 an et 2 mois des enfants, 2011-2015

La modélisation dans des modèles propres à chaque groupe met en évidence une faible puissance explicative des familles les moins assidues (tableau 4). Dans le groupe 3, aucune variable n'est significative ($Pr > F : 95\%$), hormis l'âge et l'origine migratoire. Dans le groupe 2, en dépit de la petitesse des effectifs (364 observations utilisées sur 816 lues), les facteurs socioéconomiques s'effacent plus nettement.

La synthèse des effets éclaire le fait que la participation actuelle, dans les familles ayant peu participé aux enquêtes passées, est davantage liée à des critères plus fins telles que les pratiques socioculturelles et de communication numérique qu'à des facteurs classiques de positions sociales. Ce qui s'explique par le fait que ce groupe est assez homogène sur des conditions sociales plus défavorisées de sorte que participants et non participants sont moins discriminés par ces facteurs.

Tableau 4 : Résultats des statistiques du test de Fischer

Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3
Niveau d'études de la mère ***	Engagement associatif ***	Ascendance migratoire *
Age de la mère ***	Disponibilité d'une adresse mail**	Age de la mère*
Situation professionnelle de la mère***	Ascendance migratoire *	<i>(Disponibilité d'une adresse mail)</i>
Ascendance migratoire ***	<i>(Nombre d'enfants dans le foyer)</i>	<i>(Situation conjugale)</i>
Situation conjugale ***	<i>(Revenu)</i>	<i>(Revenu)</i>
Disponibilité d'une adresse mail **	<i>(Région)</i>	<i>(Région)</i>
Aides sociales perçues **	<i>(Situation conjugale)</i>	<i>(Aides sociales perçues)</i>
Revenu **	<i>(Niveau d'études de la mère)</i>	<i>(Nombre d'enfants dans le foyer)</i>
<i>(Région)</i>	<i>(Situation professionnelle de la mère)</i>	<i>(Niveau d'études de la mère)</i>
<i>(Engagement associatif)</i>	<i>(Age de la mère)</i>	<i>(Situation professionnelle de la mère)</i>
<i>(Nombre d'enfants dans le foyer)</i>	<i>(Aides sociales perçues)</i>	<i>(Engagement associatif)</i>

Variables listées dans l'ordre décroissant de leur pouvoir explicatif (Test de Fischer)

$Pr > F$: *** <1% ; ** <5% ; * <10% ; Non significatif (au seuil de > 10%)

Source : Enquêtes Elfe aux 3,5 ans, 1 an et 2 mois des enfants, 2011-2015

Effets de la personnalisation des contacts

3.1 Personnalisation de la lettre-avis

Afin d'augmenter la participation à l'enquête, une expérimentation a été effectuée sur la présentation de la lettre-avis, suivant la préconisation du Comité du label de lui adjoindre la présentation de quelques résultats statistiques issus d'une enquête antérieure. Ceci est déjà fait pour les familles Elfe par différentes opérations de communication afin de les informer sur les grands résultats scientifiques (newsletter, conférence web, etc.), ainsi par des actions de fidélisation plus directes (échange individuel par mail pour répondre à des questions, mise à jour des jour des adresses au fil de l'eau à réception de NPAI, envoi de cartes de vœux et cadeaux d'anniversaire à l'enfant...). Le caractère longitudinal de l'étude Elfe offre en outre la possibilité d'approfondir la

restitution collective et uniforme d'informations, en fournissant des données personnelles aux familles, anticipant en quelque sorte le droit d'accès prévu par la loi Informatique et Libertés⁶.

A notre connaissance, une démarche similaire n'a pas été réalisée ni testée dans aucune des grandes enquêtes longitudinales françaises. A l'étranger, les participants sont parfois rétribués financièrement et une certaine efficacité a été démontrée au Royaume-Uni (Brown et al. 2014). La maîtrise de l'attrition procède parfois par des actions de communications ciblées sur des sous-groupes de participants (Fumagalli et al. 2012).

Parmi les familles Elfe des groupes 2 et 3, n'ayant pas participé à toutes les enquêtes antérieures, un retour de résultats personnalisés situant l'enfant par rapport à une moyenne, a donc été mis en œuvre. Ainsi, une information sur le temps passé par l'enfant devant les écrans a été joint, ou non, à la lettre-avis et ce, de façon randomisée (les lettres-avis sont présentées en annexe).

L'information personnalisée est issue des réponses des familles à l'enquête à 3,5 ans pour le groupe 2 et de celles à l'enquête à 2 ans pour le groupe 3⁷. Cette information fait état des durées hebdomadaires passées par l'enfant dans les activités suivantes : utiliser une tablette ou un ordinateur à domicile ; jouer à des jeux vidéo sur console ; regarder la télévision (à domicile ou ailleurs), parler sur un téléphone portable (question posée seulement à partir de l'enquête 3,5 ans).

Le tirage au sort du groupe 2 représente 348 familles (*versus* 345 familles témoins sans retour personnalisé) et celui pour le groupe 3 un effectif de 443 familles (*versus* 440 familles dans le groupe témoin)⁸. Compte tenu des effectifs de ménages de taille sensiblement différente selon les vagues d'inclusion, la population de familles susceptibles de recevoir un retour personnalisé a été déterminée par vague ainsi que le tirage au sort des groupes études et témoin.

Le retour de résultats personnalisés n'a pas eu d'effet sur la participation des familles (tableau 5). La participation dans les groupes ayant reçu une lettre personnalisée est même inférieure (quoique peu significative) à celle du groupe témoin. Le taux de participation atteint respectivement 39 % et 40 % dans le groupe 3 (63 % et 69 % dans le groupe 2). 43% mères ouvrières et employée, majoritaires dans ces deux groupes réunis, ayant reçu une lettre personnalisée ont participé à l'enquête, alors que celles ayant reçu la lettre-type l'ont fait à 50%. L'opération n'a bien fonctionné que chez les professions indépendantes. C'est un résultat décevant pour les l'ensemble des producteurs d'enquêtes, révélateur des très grandes difficultés à agir sur les causes de la non-participation.

⁶ Cette expérimentation est aussi une réponse aux demandes de parents souhaitant récupérer des informations suite aux enquêtes. Ces demandes portent souvent sur les réponses de l'enfant, par exemple dans le cadre d'un test cognitif ou scolaire à propos duquel les parents souhaitent en connaître le résultat synthétique.

⁷ Pour le groupe 3, il était en outre indiqué aux parents qu'ils recevraient quelques résultats personnalisés à partir de leurs réponses à cette enquête.

⁸ Il arrive que la durée passée sur l'écran ne soit pas calculable. Certains parents avaient déclaré que l'enfant n'était pas utilisateur de l'un de ces appareils, ou bien ils n'étaient pas en mesure d'en préciser la durée, ou encore la durée totale calculée était peu vraisemblable (supérieure à 25 heures par semaine). C'est le cas de 123 enfants dans le groupe 2 et de 1 633 enfants dans le groupe 3. Ce dernier nombre est élevé en raison, non seulement des familles ayant fait seulement l'enquête 1 an, mais aussi du protocole de l'enquête à 2 ans, posant les questions sur l'usage des écrans aux pères cohabitants. Or les pères sont plus difficiles à joindre que les mères. Signalons également que familles de jumeaux sont incluses dans ce troisième sous-groupe afin de ne pas avoir à restituer les durées d'usage de chacun des enfants.

Tableau 5 : Effet de la personnalisation de lettres d'avis sur la participation à 5 ans et demi

		Effectif total	Taux de participation	Khi2
Groupe 2	Groupe témoin	345	69%	0,110
	Groupe avec résultat personnalisé	348	63%	
Groupe 3	Groupe témoin	440	40%	0,935
	Groupe avec résultat personnalisé	443	39%	
Groupe 2 + 3, dont :				
Employée, ouvrière	Groupe témoin	334	50%	0,0593
	Groupe avec résultat personnalisé	357	43%	
Profession intermédiaire	Groupe témoin	203	54%	0,9206
	Groupe avec résultat personnalisé	203	55%	
Commerçante, agricultrice, cheffe d'entreprise	Groupe témoin	118	52%	0,0545
	Groupe avec résultat personnalisé	99	65%	

Source : Enquête Elfe à 5,5 ans

L'analyse de ce résultat a été approfondie en modélisant la participation différentielle selon quelques critères socioéconomiques en interaction avec la variable de retour d'un résultat personnalisé (tableau 6). La lettre personnalisée a un effet défavorable quand le niveau d'études maternel est faible ou quand la famille est sans engagement associatif : 41% des mères peu diplômées des groupes 2 et 3 confondus ont répondu à l'enquête après avoir reçu la lettre personnalisée, versus 51% de celles ayant reçu la lettre-avis standard (OR 0,9, IC 0,01). Ce sont respectivement 43% et 49% dans les foyers sans engagement associatif. La lettre personnalisée est sans effet lorsque le niveau d'études est élevé ou que les parents sont ou non d'origine étrangère (résultat non présenté). Par contre, en cas d'engagement associatif, les lettres personnalisées ont un effet positif : 62% dans le groupe avec lettre personnalisée versus 49% dans le groupe témoin (OR 1,7, IC 0,06).

Tableau 6 : Analyse multivariée de l'effet de personnalisation de lettres-avis

Caractéristiques des parents en interaction avec la réception de la lettre personnalisée		Taux de participation	Khi2	Odds-Ratio: LP Vs REF	IC Odds-Ratio à 90%
Niveau d'étude faible (<Bac)	Sous-groupe témoin (REF)	51%	0,01	0,69	[0,55 0,87]
	Sous-groupe avec lettre personnalisée (LP)	41%			
Niveau d'étude élevé (>=Bac+2)	Sous-groupe témoin (REF)	55%	0,22	1,20	[0,94 1,55]
	Sous-groupe avec lettre personnalisée (LP)	59%			
Engagement associatif : Non	Sous-groupe témoin (REF)	49%	0,05	0,77	[0,62 0,96]
	Sous-groupe avec lettre personnalisée	43%			
Engagement associatif : Oui	Sous-groupe témoin (REF)	49%	0,06	1,69	[1,07 2,67]
	Sous-groupe avec lettre personnalisée	62%			

Source : Enquêtes Elfe aux 3,5 ans, 1 an et 2 mois des enfants, 2011-2015

L'impact global est modeste, dans la mesure où les familles ayant un engagement associatif sont peu nombreuses parmi les participants peu assidus aux enquêtes. On a cherché également à vérifier s'il existe un lien entre la durée passée par les enfants sur les écrans et la participation des parents. La réponse est négative. Les parents se remémorant dans cette lettre-avis que le temps passé par leur enfant sur les écrans était très supérieur à la durée moyenne, ne se sont manifestement pas sentis mis en cause puisque leur participation à l'enquête est au niveau de celle pour lesquels le retour atteste d'une moindre utilisation.

3.2 Personnalisation de la prise de contact

Face aux enjeux de l'attrition sur la cohorte Elfe, à la diversité des outils⁹ et de la population, il est apparu nécessaire de revoir l'approche habituelle, soit la **relation enquêteur/enquêté**.

L'évolution proposée sur ce dispositif, mais aussi sur d'autres enquêtes, est de **casser l'unicité du sens de la relation entre enquêteur et enquêté**, afin de développer l'interaction dans la relation et la rendre **plus riche pour favoriser l'adhésion à la cohorte**.

Les parents enquêtés peuvent devenir acteurs : ils s'informent sur le dispositif, organisent leur planning en fonction de leurs contraintes, prennent rendez-vous et choisissent la date et l'heure de l'appel d'un enquêteur. **En s'impliquant ainsi dans la prise de rendez-vous il peut y avoir un véritable engagement de la part du parent enquêté qui n'est plus un « simple numéro » : la relation n'est plus à sens unique.**

Pour créer le lien et humaniser le contact, ont ainsi été mis en place : un site internet dédié à l'enquête, des envois de mails et SMS personnalisés tenant compte de la diversité des profils des parents et de leur histoire dans la cohorte.

Cependant, plus il y a d'outils digitaux (site internet...), plus il est nécessaire de compléter le dispositif par une dimension humaine. C'est ce qui a été proposé avec la mise à disposition d'une assistance web-téléphonique (N° vert, boîte mail) i permettant de répondre aux besoins générés par la prise de rendez-vous, toujours dans le souci de personnaliser la relation.

Ces nouvelles solutions créent des contraintes dans la gestion des équipes d'enquêteurs et une organisation adaptée de leur nombre. **La difficulté principale est d'honorer tous les rendez-vous souhaités sur une amplitude horaire maximale.**

➤ **Rendre acteurs les parents**

En multipliant les moyens de communication (téléphone, site internet et assistance web-téléphonique), l'objectif est de faciliter le contact avec les parents et rendre acteurs ceux qui le souhaitent.

Face à une population de plus en plus connectée, l'objectif est de toucher le maximum de profils de parents en élargissant les possibilités de modes de contact.

• **La mise à disposition d'un site internet dédié à l'enquête 5 ans et demi**

De nombreux supports de communication existent déjà pour transmettre les messages élaborés par l'équipe Elfe en direction des familles. Pour l'enquête à 5,5 ans, une « extension » du site internet Elfe a été développée en mettant en place un site internet dédié à l'enquête et à la prise de rendez-vous. Ce site devait faire partie intégrante du site Elfe :

- en respectant la charte graphique du site Elfe, en utilisant des codes couleurs spécifiques,

⁹ Les résultats du baromètre du numérique 2017 montrent que près des trois quarts des Français sont aujourd'hui équipés d'un smartphone (73%, +8 points en un an) (ARCEP 2017)

- en étant **fonctionnel**,
- et, en proposant une **communication ciblée à travers des rubriques et des messages simples et clairs**

Quatre rubriques (« accueil », « rendez-vous », « l'enquête » et « contact ») ont été créées pour donner de **l'information utile, rassurer les familles** sur le sérieux de l'enquête mais aussi **rappeler ce qui était attendu pour l'enquête 5 ans et demi**.

L'objectif premier était d'**inciter les parents à prendre rendez-vous**. Le formulaire de rendez-vous était découpé en trois parties :

- Une partie « informations » (informations sur le parent)
- Une partie pour « renseigner le téléphone » à utiliser pour contacter le parent
- Une partie « rendez-vous » où le parent pouvait choisir une date et heure pour le rendez-vous téléphonique

Une fois le rendez-vous choisi, la personne recevait un mail ou sms de confirmation de prise de rendez-vous. Un rappel du rendez-vous était également envoyé la veille du rendez-vous.

Afin d'optimiser la gestion des rendez-vous et honorer tous les rendez-vous, pour chaque tranche horaire du calendrier proposé aux parents, le nombre maximum de rendez-vous possible était borné. Et, pour une tranche horaire donnée, si tous les enquêteurs étaient déjà mobilisés pour d'autres appels, la cellule était grisée et le parent ne pouvait pas prendre de rendez-vous. Pour assurer et honorer tous les rendez-vous, il a été nécessaire de mettre en place une gestion et une organisation adaptées au niveau des équipes d'enquêteurs.

Ce site internet n'a pas été uniquement la « vitrine » de l'enquête, accessible n'importe quand sur n'importe quel outil. Il est par la prise de rendez-vous volontaire la preuve de l'engagement des parents à participer à l'enquête mais aussi l'appartenance et l'envie de rester dans la cohorte.

- **Une mise à disposition d'une assistance web-téléphonique dédiée à l'enquête Elfe 5 ans et demi**

Afin de rassurer et répondre aux différentes questions des familles Elfe, une **assistance web-téléphonique**, c'est-à-dire une assistance par téléphonique et par mail a été mise à la disposition des familles. Celle-ci avait pour missions de :

- répondre aux différentes questions sur l'enquête à 5,5 ans, par téléphone ou par mail, pour informer les parents sur l'étude,
- rassurer les familles sur la démarche menée par Ipsos,
- conseiller et d'accompagner les familles (questions sur la manière de prendre rendez-vous etc.)
- donner un côté « humain » à l'enquête,
- permettre aux familles d'exercer leur droit de refus, le droit d'accès aux données les concernant et le cas échéant de rectification,
- mettre à jour des numéros de téléphone et adresses mails valides,
- prendre des rendez-vous pour les entretiens téléphoniques avec les enquêteurs.

L'objectif était également d'augmenter le nombre de décrochés, en contactant les familles par téléphone avec un numéro démasqué. En effet, dans le cas où les parents rappelaient le numéro qui s'affichait, l'appel aboutissait directement à la hotline et un gestionnaire répondait à leur demande. Une équipe de l'assistance web-téléphonique a été formée sur le contexte et les enjeux de l'enquête.

➤ Analyse de l'efficacité du site internet et de la hotline

Parmi les répondants à l'enquête, 83% des familles ont pris rendez-vous pour répondre à l'enquête : 68 % des rendez-vous ont été pris par téléphone auprès de l'enquêteur lui-même, 26 % ont été pris sur internet, et 6 % ont été pris auprès de la hotline.

Tous groupes de parents confondus, la prise de rendez-vous est significativement plus élevée parmi les mères plus âgées vivant en couple, davantage diplômées, exerçant une profession intermédiaire ou employée. Elle est en revanche moindre parmi les mères plus jeunes, ne vivant pas en couple.

Un tiers des parents Elfe se sont connectés au site internet et parmi ceux qui se sont connectés 92 % appartiennent au groupe 1 et 5 % appartiennent au groupe 3 (alors qu'il représente 18% des parents enquêtés et 7% des répondants).

Plus précisément, parmi ceux qui se sont connectés au site internet, 80% ont pris rendez-vous, ce qui montre l'intérêt de cette solution.

- Parmi les parents qui se connectent et prennent rendez-vous, 98 % répondent au questionnaire.
- Parmi les parents qui se connectent sans prendre rendez-vous, 88 % répondent au questionnaire.

A noter que 74 % des familles du groupe 3 qui se sont connectées au site internet ont réalisé le questionnaire (vs. 98 % pour le groupe 1 et 88 % pour le groupe 2).

Lorsque les parents interrogés sont sollicités par l'enquêteur pour répondre à l'enquête 39 % y répondent immédiatement, 37 % y répondent sans un délai de moins de 10 jours et 24 % dans un délai supérieur à 10 jours.

L'analyse des délais le délai entre le premier contact et la complétion du questionnaire montre que 40 % des familles de groupe 1 concrétisent immédiatement l'entretien, alors que 40 % des familles de groupe 2 y répondent sous un délai de moins de 10 jours et 42% des familles de groupe 3 prennent rendez-vous sous un délai de plus de 10 jours.

Les rendez-vous pris le jour même se font essentiellement sur internet ou via la hotline (80 % des rendez-vous pris sur internet et 71 % des rendez-vous pris à la hotline sont pris le jour même) par les mères plus âgées vivant en couple, davantage diplômées, qui travaillent dans le public.

Les rendez-vous au-delà de 10 jours, sont pris par le groupe 3, le plus souvent par téléphone.

L'implication et l'engagement des familles peuvent également être mesurés par le nombre de contacts auprès de l'assistance web-téléphonique pour prendre un rendez-vous ou reporter un rendez-vous. 75% des demandes à la hotline sont pour une prise de rendez-vous.

Les résultats des contacts et demandes faites à l'assistance web-téléphonique montrent que la dimension humaine est indispensable à ce dispositif. Les parents Elfe préfèrent appeler directement la hotline plutôt que d'envoyer un mail. En effet, 79% des demandes faites à la hotline sont faites par téléphone et 31% des demandes le sont par mail.

En développant une application permettant de prendre rendez-vous de façon autonome, l'idée était aussi que les parents consacrent le temps nécessaire pour répondre au questionnaire en une fois. Pour la qualité des données et l'optimisation du taux de participation, il est important de limiter le nombre de reprises pour réaliser le questionnaire (en plusieurs fois). Grâce aux outils proposés aux parents, dans 74 % des cas le questionnaire a été réalisé en une fois (90 % d'entre eux sont réalisés par le groupe 1 alors que 4 % sont réalisés par le groupe 2 et 6 % par le groupe 3).

Le taux de participation et l'engagement des familles encouragent à développer des moyens de communication à destination des parents. Ils permettent de maintenir la confiance des familles vis-à-

vis de la cohorte, de consolider la relation les familles des groupes 1 et 2, et d'encourager les familles de groupe 3 à ne pas abandonner la cohorte.

Conclusion

La maîtrise de l'attrition dans les suivis longitudinaux constitue le principal défi auquel doivent faire face tant les investigateurs que les opérateurs des enquêtes à réaliser. La cohorte Elfe est confrontée à cette difficulté (Thierry et al, à *paraître*), avec pour corollaire classique une déperdition sélective des milieux sociaux les plus défavorisés.

Lors de l'enquête à 5,5 ans, l'équipe Elfe a testé l'effet sur la participation d'un retour personnalisé de résultats issus d'enquêtes précédentes. Ces données personnelles ont été insérées dans la lettre-avis. Elles ont porté sur les temps d'utilisation des écrans par les enfants quand il pouvait être déterminé. Le résultat est décevant dans la mesure où le groupe ayant reçu une lettre personnalisée n'a pas davantage répondu, l'écart au groupe témoin n'étant pas significatif. Les familles les moins favorisées ont manifestement été peu sensibles à cette communication individualisée puisqu'elles ont plutôt moins répondu à l'enquête que les familles ayant reçu une lettre-avis standard. La personnalisation de la lettre-avis n'a donc pas eu d'effet positif sur le comportement des familles les plus difficiles à fidéliser.

Plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour expliquer ce résultat. La communication d'une donnée déclarée à une enquête passée a pu décevoir les parents qui, au vu d'un élément assez frustré (valeur absolue), ont pu s'interroger sur l'intérêt scientifique du projet au regard de leur investissement personnel tant par la fréquence des interrogations que par la durée des questionnaires. Il a pu aussi créer un doute, infondé, sur la confidentialité de leurs données. Recevoir une information individuelle sans même l'avoir demandé, pourrait laisser penser que l'information circule. Enfin, dans un contexte où nombre de parents s'inquiètent des méfaits de l'utilisation des écrans par les enfants, ce type d'information a pu être ressenti comme une interpellation sur leurs pratiques éducatives, que le positionnement de leur enfant soit ou non supérieur à la moyenne statistique. Le type d'information restitué doit donc être choisi avec circonspection. Des pratiques plus neutres socialement pourraient être mises en exergue, par exemple sur des pratiques se déroulant hors du cadre familial (fréquentation de la cantine, pratiques sportive ou culturelle, âge d'initiation...) ou sur des problématiques émergentes de santé (asthme, allergie, surpoids...).

Pour la prestation d'enquête, l'opérateur s'est engagé à mettre en place un dispositif plus étoffé de modes de contacts des parents en vue de mieux répondre à leurs préférences en termes d'outils de communications. Aux familles les plus connectées, des outils internet ont été mis à leur disposition pour s'informer, choisir la date de rendez-vous, le cas échéant le reporter, et renseigner les numéros de téléphone. Aux familles plus difficiles à joindre, les moyens humains d'une équipe d'assistance web/téléphone ont été renforcés afin de répondre de manière personnalisée aux interrogations préalables dans le souci d'une relation humaine favorisant l'adhésion et l'engagement individuel. Dans tous les cas, les sms de rappel des rendez-vous pris étaient personnalisés avec le nom du parent. Les appels pour réaliser l'entretien ont été démasqués pour créer un climat de confiance et un sentiment d'être acteur de sa participation. Le bilan dressé est positif au regard du nombre important de connexions sur le site internet et d'appels téléphoniques sur la hotline. Tous ces efforts ont conduit à une moindre décroissance du nombre de répondants en comparaison de celui observé entre les deux enquêtes. Les efforts déployés par l'opérateur dans les modes de prises de contact ont donc, davantage que ce retour personnalisé, contribué à l'amélioration du taux global de participation à cette enquête.

L'expérience d'envoi d'un retour personnalisé pourrait néanmoins être généralisée à l'avenir à l'ensemble des familles car elle s'avère incitative auprès des parents les plus altruistes dans leur vie sociale. Chez ceux-ci, réputés pour être de fidèles participants à Elfe, la participation déjà élevée pourrait s'en trouver encore améliorée.

Références

- [1] Baromètre du numérique 2017, Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP), https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/barometre_du_numerique-2017-271117.pdf
- [2] Brown M., Calderwood L., « Can encouraging respondents to contact interviewers to make appointments reduce fieldwork effort? Evidence from a randomized experiment in the UK », *Journal of Survey Statistics & Methodology*, Dec2014, Vol. 2 Issue 4, p 484-497.
- [3] Fumagalli L., Laurie H., Lynn P., « Experiments with methods to reduce attrition in longitudinal surveys », *Statistics in society, Journal of the Royal Statistical Society*, Volume 176, Issue 2, 2012.
- [4] Juillard H., « Pondération de l'enquête ELFE au temps 0 (maternité) » et « Pondérations de l'enquête ELFE au temps 1 (2 mois de l'enfant) », site Elfe : pandora.vjf.inserm.fr/public
- [5] Juillard H., « Méthodes d'estimation et d'estimation de variance pour une enquête longitudinale : application aux données de l'Etude longitudinale française depuis l'enfance (Elfe) », thèse de doctorat en Mathématiques appliquées de l'Université Toulouse Capitole, soutenue le 28 novembre 2016.
- [6] Juillard H., Chauvet G., Ruiz-Gazen A., « Estimation Under Cross-Classified Sampling With Application to a Childhood Survey », *Journal of American Statistical Association*, 2017.
- [7] Pirus C., Bois C., Dufourg M.-N., Lanoë J.-L., Vandentorren S., Leridon H. et l'équipe Elfe., « La construction d'une cohorte : l'expérience du projet français Elfe », *Population* 65(4) : 637-670, 2010.
- [8] Régnier-Loilier, A., « La déperdition dans les enquêtes longitudinales : l'exemple de l'enquête « Étude des relations familiales et intergénérationnelles », *Courrier des statistiques*, n° 128, septembre-décembre 2009.
- [9] Thierry X., Pilorin T., Lanoë J.-L., « La cohorte Elfe : de quels enfants est-elle et sera-t-elle représentative ? », in *Comprendre le social dans la durée*, Presses universitaires de Rennes, à paraître, 17 p.
- [10] Documentation sur les protocoles d'enquêtes et les méthodologies statistiques post-collecte: <https://pandora.vjf.inserm.fr/public>

Annexe : Lettre-avis personnalisée (groupe 2)



Nom prénom
Adresse rue
Complément adresse
CP ville

Chère famille,

Tout d'abord, nous tenons à vous remercier vivement pour votre participation à l'entretien aux trois ans et demi de votre enfant !

Nous souhaitons vous annoncer la prochaine étape qui débutera prochainement. Il s'agira d'un entretien téléphonique, proposé à chacun des parents. **Vous aurez cette fois la possibilité de choisir vous-même la date et l'heure de l'appel téléphonique.** L'institut Ipsos, qui réalisera cette enquête, prend l'engagement ferme de vous appeler au jour et à l'heure que vous aurez choisis. Les modalités pour prendre rendez-vous avec un enquêteur sont présentées au dos de ce courrier.

Lors de cet entretien, nous mettrons à jour un certain nombre d'informations concernant votre famille puis nous nous intéresserons au mode de vie de votre enfant. Nous aborderons en particulier sa vie à l'école (s'il est scolarisé), ses activités quotidiennes en dehors de l'école, ses relations avec ses frères et sœurs (s'il en a) et avec ses amis. Nous nous intéresserons également à la santé de votre enfant, à son développement physique, moteur, et à ses apprentissages. Enfin, nous vous interrogerons de nouveau sur les facteurs susceptibles d'avoir évolué depuis notre dernier contact, comme l'environnement à l'intérieur et à l'extérieur de votre logement, votre emploi et vos conditions de vie.

Il s'agira de la dernière enquête par téléphone avant l'entrée à l'école primaire de votre enfant car **notre prochain contact téléphonique n'aura pas lieu avant 2 ans.** Nous comptons donc vivement sur vous pour compléter des informations essentielles sur sa petite enfance.

Vous pouvez avoir l'assurance que, comme la loi en fait la plus stricte obligation, vos réponses resteront confidentielles et serviront uniquement à l'établissement de statistiques et à la recherche.

Nous espérons que les thématiques développées dans Elfe correspondront à vos attentes et sommes heureux de vous restituer dans ce courrier **quelques résultats personnalisés sur l'utilisation des écrans par votre enfant et ceux des autres enfants de la génération 2011**, d'après les éléments que vous nous avez confiés lorsqu'il avait environ 3 ans.

Nous vous remercions d'avance pour votre précieuse participation.

Très cordialement,

Dr Marie-Aline Charles,
Directrice de recherche Inserm
Directrice de l'étude Elfe

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, cette enquête est reconnue d'intérêt général et de qualité statistique sans avoir de caractère obligatoire.
Visa n° 2016X716AU du Ministre des finances et des comptes publics et du Ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique, valable pour les années 2016 et 2017.
En application de la loi n°51-711 du 7 juin 1951 modifiée, les réponses à ce questionnaire sont protégées par le secret statistique et destinées à l'unité mixte Elfe.
La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, s'applique aux réponses faites à la présente enquête. Elle garantit aux personnes concernées un droit d'accès et de rectification pour les données les concernant. Ce droit peut être exercé auprès du Dr Marie-Aline Charles par courrier recommandé à l'adresse ci-contre.

Comment prendre rendez-vous pour l'enquête aux 5 ans et demi de votre enfant ?

Cette année, la réalisation des entretiens téléphoniques est confiée à un nouveau prestataire : l'institut Ipsos.

Si vous nous avez déjà communiqué votre adresse e-mail, Ipsos vous adressera prochainement par courrier électronique un lien vers une plateforme qui vous permettra de prendre rendez-vous directement par internet.

Si vous souhaitez nous communiquer votre adresse e-mail pour accéder à la plateforme, nous vous invitons à nous contacter : par mail (communaute@elfe-france.fr) ou par téléphone au 01 56 06 21 01.

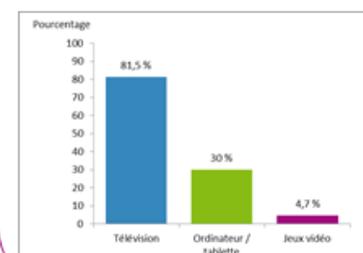
Si vous ne disposez pas d'adresse e-mail, vous pourrez contacter directement Ipsos pour prendre rendez-vous par téléphone au : 01 71 25 21 02.

Votre enfant et ses activités sur écran

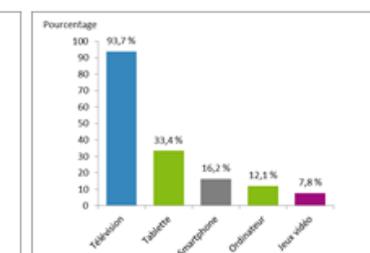
L'étude Elfe a montré que les enfants de 3 ans et demi passent en moyenne **8 heures et 40 minutes** par semaine (weekend compris) sur un écran, qu'il s'agisse d'une tablette ou d'un ordinateur, d'un smartphone, de la télévision ou de jeux vidéo.

A cet âge, vous avez déclaré que votre enfant y passait quant à lui en moyenne xx heures et xx minutes sur les 7 jours de la semaine.

L'utilisation des écrans par les enfants Elfe à l'âge de 2 ans



L'utilisation des écrans par les enfants Elfe à l'âge de 3 ans et demi



Annexe 2 : Lettre-avis personnalisée (groupe 3)



Nom prénom
Adresse rue
Complément adresse
CP ville

Chère famille,

Vous avez été nombreux à participer à l'entretien aux trois ans et demi de votre (vos) enfant(s) et à accueillir à votre domicile les enquêteurs Eife : nous vous en remercions vivement !

Nous souhaitons vous annoncer la prochaine étape qui débutera prochainement. Il s'agira d'un entretien téléphonique, proposé à chacun des parents. **Vous aurez cette fois la possibilité de choisir vous-même la date et l'heure de l'appel téléphonique.** L'institut Ipsos, qui réalisera cette enquête, prend l'engagement ferme de vous appeler au jour et à l'heure que vous aurez choisis. Les modalités pour prendre rendez-vous avec un enquêteur sont présentées au dos de ce courrier.

Lors de cet entretien, nous mettrons à jour un certain nombre d'informations concernant votre famille puis nous nous intéresserons au mode de vie de votre enfant. Nous aborderons en particulier sa vie à l'école (s'il est scolarisé), ses activités quotidiennes en dehors de l'école, ses relations avec ses frères et sœurs (s'il en a) et avec ses amis.

Nous nous intéresserons également à la santé de votre enfant, à son développement physique, moteur, et à ses apprentissages. Enfin, nous vous interrogerons de nouveau sur les facteurs susceptibles d'avoir évolué depuis notre dernier contact, comme l'environnement à l'intérieur et à l'extérieur de votre logement, votre emploi et vos conditions de vie.

Il s'agira de la dernière enquête par téléphone avant l'entrée à l'école primaire de votre enfant car **notre prochain contact téléphonique n'aura pas lieu avant au moins 2 ans.** Nous comptons donc vivement sur vous pour compléter des informations essentielles sur sa petite enfance.

Nous vous adresserons à partir de vos réponses à cette enquête quelques résultats personnalisés pour votre enfant, qui vous permettront de le situer parmi ceux de la génération 2011. A titre d'exemple, nous sommes heureux de vous restituer dans ce courrier quelques résultats le concernant, d'après les éléments que vous nous avez confiés lorsqu'il avait environ 2 ans.

Vous pouvez avoir l'assurance que, comme la loi en fait la plus stricte obligation, vos réponses resteront confidentielles et serviront uniquement à l'établissement de statistiques et à la recherche.

Nous espérons que les thématiques développées dans Eife correspondront à vos attentes et nous vous remercions d'avance pour votre précieuse participation.

Très cordialement,

Dr Marie-Aline Charles,
Directrice de recherche Inserm
Directrice de l'étude Eife

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, cette enquête est reconnue d'intérêt général et de qualité statistique sans avoir de caractère obligatoire.
Visa n° 2016X718AU du Ministre des finances et des comptes publics et du Ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique, valable pour les années 2016 et 2017.
En application de la loi n°5-111 du 7 juin 1951 modifiée, les réponses à ce questionnaire sont protégées par le secret statistique et destinées à l'unité mixte Eife.
La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, s'applique aux réponses faites à la présente enquête. Elle garantit aux personnes concernées un droit d'accès et de rectification pour les données les concernant. Ce droit peut être exercé auprès du Dr Marie-Aline Charles par courrier recommandé à l'adresse ci-contre.

Comment prendre rendez-vous pour l'enquête aux 5 ans et demi de votre enfant ?

Cette année, la réalisation des entretiens téléphoniques est confiée à un nouveau prestataire : l'institut Ipsos.

Si vous nous avez déjà communiqué votre adresse e-mail, Ipsos vous adressera prochainement par courrier électronique un lien vers une plateforme qui vous permettra de prendre rendez-vous directement par internet.

Si vous souhaitez nous communiquer votre adresse e-mail pour accéder à la plateforme, nous vous invitons à nous contacter : par mail (communaute@elfe-france.fr) ou par téléphone au 01 56 06 21 01.

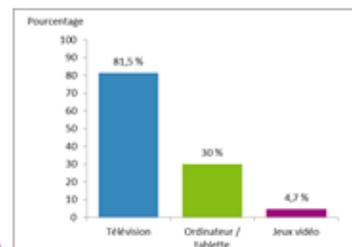
Si vous ne disposez pas d'adresse e-mail, vous pouvez contacter directement Ipsos pour prendre rendez-vous par téléphone au : 01 71 25 21 02.

Votre enfant et ses activités sur écran

L'étude Eife a montré que les enfants de 2 ans passent en moyenne 6 heures et 30 minutes par semaine (weekend compris) sur un écran, qu'il s'agisse d'une tablette ou d'un ordinateur, de la télévision ou de jeux vidéo.

A cet âge, vous avez déclaré que votre enfant y passait quant à lui en moyenne **xx heures et xx minutes sur les 7 jours de la semaine.**

L'utilisation des écrans par les enfants Eife à l'âge de 2 ans



L'utilisation des écrans par les enfants Eife à l'âge de 3 ans et demi

