

---

## **CONCEPTION ET ÉVALUATION D'UN OUTIL DE COLLECTE MULTIMODE (INTERNET/TÉLÉPHONE) : QUELLES SPÉCIFICITÉS POUR QUELS RÉSULTATS ?**

Nicolas BOUVET, Gaëlle DABET, Emilie GAUBERT, Manon OLARIA, Ines OUJIA, Zora MAZARI,  
Mélanie VIGNALE, Emmelie-Louise WIERUP (\*)

(\*) Céreq, Équipe ingénierie et gestion d'enquêtes

[melanie.vignale@cereq.fr](mailto:melanie.vignale@cereq.fr)

**Mots-clés** : Multimode, para-données, outil de collecte, ergonomie

**Domaine concerné** : Conception de questionnaire, multimode

---

### **Résumé**

Pour la première fois en 2020, l'enquête Génération du Céreq a été administrée en multimode internet et téléphone. Cette enquête s'intéresse à l'insertion professionnelle des sortants du système éducatif lors de leurs premières années de vie active. Historiquement produit via des enquêtes téléphoniques, le dispositif a fait l'objet d'une rénovation complète en vue de l'enquête Génération 2017. L'objectif du passage au multimode était de minorer les coûts et de toucher un public plus large. L'introduction d'un mode de recueil supplémentaire a demandé un effort important dans la construction de l'outil de collecte, afin notamment de limiter le plus possible l'apparition d'effets de mode. Cette étude vise ainsi à détailler l'élaboration d'un questionnaire multimode et à en proposer une évaluation sur la base des données issues de la première interrogation de la « Génération 2017 ».

En amont de l'enquête Génération 2017, plusieurs expérimentations de collecte multimode ont été menées au Céreq. Elles ont permis d'identifier les adaptations nécessaires liées aux particularités de l'enquête : sa durée longue (35 minutes en moyenne), le remplissage d'un calendrier professionnel, la description détaillée de l'ensemble des emplois etc. L'analyse de ces expérimentations a été déterminante pour construire une version ergonomique et adaptée du questionnaire [1].

L'élaboration de l'outil multimode, basée sur les enseignements tirés des expérimentations et de la littérature existante, sera d'abord explicitée. Nous présenterons d'une part les grandes lignes de la charte d'écriture du questionnaire construite afin de guider la formulation des questions en multimode. D'autre part, l'évolution ergonomique de l'outil sera détaillée, notamment la création du calendrier d'activité interactif intégrant désormais des pop-ups.

L'étude sera ensuite consacrée à l'appréciation de l'efficacité du nouvel outil de collecte ayant servi pour l'enquête Génération 2017. Un bilan de la collecte sera réalisé afin de décrire

l'usage de l'outil et la répartition des répondants entre les modes, en termes d'effectifs et de profil socio-démographique. Cet axe d'étude intégrera une analyse des abandons en cours de collecte, afin d'en mesurer l'ampleur et de tenter d'en comprendre les raisons. Une évaluation des effets de « satisficing » et « primacy » sur la qualité des réponses sera également réalisée [5]. Un autre axe de l'expertise portera sur les principales évolutions techniques mises en œuvre lors du passage au collecte multimode. L'utilisation de menus avec recherche en auto-complétion, l'appel à des webservice avec normalisation des adresses à la volée ou encore la recherche de l'établissement employeur dans SIRENE ont-ils bien fonctionné ? Le calendrier d'activité interactif, avec un nombre réduit de situations et l'intégration de pop-ups, a-t-il répondu aux exigences d'une collecte par internet, tous supports confondus ?

Ces analyses montreront que l'enquête multimode (téléphone – internet) requiert un niveau d'exigence et de maîtrise technique plus important que sa version monomode antérieure. Nous nous interrogerons alors sur les prestations minimales à exiger aux futurs prestataires en termes de développement de l'outil et de production de parodonnées - indispensables pour penser des améliorations d'une enquête à l'autre.

## **Bibliographie**

- [1] Barret C., Cisse M., Gaubert E., Mazari Z., Olaria M., «Efficacité d'un protocole multimode (telephone et internet) », *JMS*, 2018.
- [2] Dillman D.A., Smyth J.D., Melani Christian L., « Internet, mail, and mixed-mode surveys - The tailored design method », Third Edition, 2009.
- [3] Destandau S., Le Minez S., (Inse-DSDS), «Introduction d'Internet dans les modes de collecte de l'enquête Emploi: enjeux, questions et premiers éléments de réponse», *JMS*, 2015.
- [4] Vincente P., et Reis E., «Using questionnaire design to fight nonresponse bias in web surveys», *Social Science Computer Review*, vol. 28, n° 2, p.251-267, 2010.
- [5] Guiot D., Lapeyre A., Malas Z., «Le satisficing dans les enquêtes par questionnaire: mesures et effets sur la qualité des réponses», *Revue française du marketing*, n°251, p. 43-58, 2015.