

ATELIER N°1

CONCEVOIR ET EXPLOITER UNE ENQUÊTE MULTIMODE : QUESTIONNEMENTS MÉTHODOLOGIQUES EN AMONT ET APPROCHES STATISTIQUES EN AVAL

Thomas Merly-Alpa (), Christine Fluxa (**), Simon Quantin (***)*

() Insee, Direction des statistiques démographiques et sociales - Responsable du développement de la collecte multimode et par internet des enquêtes ménages*

*(**) Insee, Division recueil et traitement de l'information - Expert méthodologue en conception de questionnaire*

*(***) Insee, Division recueil et traitement de l'information - Expert méthodologue sur la collecte multimode*

Offrir la possibilité aux ménages de répondre par Internet aux enquêtes permet de laisser la latitude à chacun de répondre au moment qui lui convient le mieux, donne une image plus moderne de l'organisme responsable de la collecte et permet d'envisager d'accroître le ciblage ou la taille des enquêtes à coût de collecte donné. Cependant, on ne peut pas envisager d'utiliser le seul mode de collecte par internet pour les enquêtes du Service statistique public (SSP) : même si l'usage d'Internet progresse (9 personnes sur 10 ont utilisé Internet ces trois derniers mois¹), une partie non négligeable de la population ne peut pas ou ne souhaite pas répondre à des enquêtes en ligne, diminuant ainsi le taux de réponse aux enquêtes et augmentant potentiellement les risques de biais. L'approche privilégiée est donc de combiner différents modes (face-à-face, téléphone, internet) pour tirer bénéfice des avantages de chacun et de réaliser ainsi des enquêtes multimodes. Cette évolution offre de nombreux avantages mais complexifie la réalisation, l'organisation des enquêtes et l'analyse des données.

En ce qui concerne le protocole, les modes peuvent être combinés d'un grand nombre de manières : parmi les plus courantes, le multimode séquentiel, qui propose les modes les uns après les autres, et le multimode concurrentiel, qui laisse au répondant le choix de son mode de réponse, ont chacun leurs avantages et inconvénients. Et d'autres protocoles encore (adaptatifs, différenciés, concurrentiels différés...) sont possibles !

En ce qui concerne le questionnaire, la prise en compte du caractère multimode est essentielle : sans l'appui de l'enquêteur pour fournir des explications le cas échéant, le questionnaire doit se suffire à lui-même. Sur le fond, les concepts abordés doivent être

¹L'usage des technologies de l'information et de la communication par les ménages entre 2009 et 2024 : enquêtes sur les TIC auprès des ménages - Insee Résultats (2024).

facilement compréhensibles et accompagnés si nécessaire de compléments (consignes courtes par exemple). Le questionnaire doit être testé auprès de répondants potentiels pour s'assurer de la bonne interprétation des questions. Il est important aussi de porter une attention particulière à l'ergonomie et à l'accessibilité des questionnaires, avec des affichages homogènes et compréhensibles. Ces éléments doivent aussi faire l'objet de tests auprès des utilisateurs pour améliorer leur expérience de réponse et finir de valider dans toutes ses dimensions le travail de conception du questionnaire. Enfin, de manière générale, la durée totale du questionnaire doit être limitée pour assurer une bonne concentration de l'enquêté, y compris s'il répond sur son smartphone par exemple.

Les estimations d'une enquête multimode peuvent différer des estimations d'une enquête monomode (i) si les biais causés par la non-réponse sont plus importants d'une enquête à l'autre (non-réponse non ignorable plus forte) et/ou (ii) si les enquêtés répondent différemment avec un mode de collecte alternatif (effet de mesure). Dans cette session, il s'agira dans un premier temps d'explicitier non seulement les enjeux liés à la non-réponse non ignorable et les effets de mesure associés au mode de collecte, mais aussi leurs liens. Puis une présentation sera faite d'outils statistiques simples pour mettre en évidence une éventuelle non-réponse non ignorable. Enfin, l'apport et l'implémentation de l'analyse de sensibilité après une approche par appariement pour détecter un effet de mesure seront présentés, ainsi que les outils en R d'analyse de sensibilité.

Concevoir un protocole de collecte particulier permet d'identifier et/ou de corriger les effets de non-réponse non ignorable et les effets de mesure avec une approche économétrique. Dans cette dernière partie, la présentation de l'apport de la modélisation économétrique dans l'exploitation d'une enquête sera articulée avec les enjeux associés au choix d'un protocole de collecte. Les outils en R nécessaires à l'estimation des modèles seront aussi présentés.

Objectifs

- Connaître les différents types de protocoles multimodes, leurs avantages et les conditions de leur mise en œuvre ;
- comprendre les grands principes d'ergonomie et les bonnes pratiques de la conception de questionnaires auto-administrés pour améliorer les taux de réponse et la fiabilité des données ;
- savoir tester tout ou partie d'un questionnaire pour faciliter ensuite la collecte en auto-administré ;
- comprendre les notions de non-réponse non ignorable (sélection endogène) et d'effet de mesure, leur lien et leurs conséquences potentielles sur les résultats de l'enquête ;
- savoir discuter de la présence éventuelle de non-réponse non ignorable avec des outils statistiques simples ;
- savoir discuter de la présence d'un effet de mesure sur les réponses données ;
- comprendre l'apport de l'économétrie pour mettre en évidence la présence de non-réponse non ignorable (sélection endogène) et/ou d'un effet de mesure ;
- savoir choisir un protocole de collecte adapté au repérage des effets liés à la collecte multimode ;

- comprendre comment estimer des modèles économétriques en aval pour corriger les résultats de l'enquête en présence de non-réponse non ignorable (sélection endogène) et/ou expliciter l'impact d'un effet de mesure.

Pré requis

Grands principes des enquêtes par questionnaire auprès des ménages, notions de base en correction de la non-réponse d'une enquête et en estimation d'un effet causal par appariement, notions de base en modélisation économétrique.

Durée : 3 heures.