

Séminaire de **M**éthodologie **S**tatistique

Jeudi 22 Juin 2017

14h15-17h15, Insee - Malakoff 1 - salle Malinvaud

Les enquêtes ménages : modes et travaux

À l'occasion de son premier Séminaire de méthodologie statistique en janvier 2013, le Département des méthodes statistiques avait fait un état de l'art sur les enquêtes ménages « multimode », décrit les expérimentations lancées par l'Insee et présenté une enquête particulière utilisant plusieurs modes de collecte. Quatre années plus tard, la gouvernance et les réflexions autour de la collecte multimode se sont fortement développées à l'Insee. Il s'agit de prendre en compte les conséquences de la généralisation de la collecte multimode sur l'ensemble des étapes qui constituent une enquête : échantillonnage, conception, collecte, exploitation, etc.

Ce nouveau séminaire sur le sujet sera l'occasion de dresser un nouvel état des lieux, de présenter des travaux en cours sur la question cruciale de l'agrégation des données multimode et d'exposer deux études sur les effets de mode (sélection et mesure) sur les deux enquêtes les plus importantes (a minima en termes de moyens) : l'enquête annuelle de recensement et l'enquête Emploi.

La collecte multimode à l'Insee : d'un effet de mode à un effet sur nos travaux

François Beck, Unité des prix à la consommation et des enquêtes ménages, Insee Gaël de Peretti, Division Recueil et traitement de l'information, Insee

Effets de sélection, imputations et effets de mode : les dernières tendances Stéphane Legleye, Division Recueil et traitement de l'information, Insee

Modélisation de la propension à répondre par internet dans le recensement Heidi Koumarianos, Division Recueil et traitement de l'information, Insee

Effet de mode, effet questionnaire, quels impacts sur le taux de chômage ?

Klara Vinceneux, Programme Évolution de l'enquête emploi, Insee

Résumés des interventions

La collecte multimode à l'Insee : d'un effet de mode à un effet sur nos travaux

François Beck, Unité des prix à la consommation et des enquêtes ménages, Insee Gaël de Peretti, Division Recueil et traitement de l'information, Insee

L'Insee s'est lancé depuis le début des années 2010 dans un plan d'expérimentations d'enquêtes ménages par internet.

L'introduction de ce nouveau mode de collecte, et plus généralement, le souhait de développer la collecte multimode, est un trait commun à de nombreux instituts nationaux de statistique, et a relancé l'intérêt pour les travaux de méthodologie d'enquête souvent en lien avec la notion d'erreur totale d'enquête. En effet, si la collecte multimode et l'introduction du support internet apparaissent séduisantes de prime abord, elles constituent autant de nouveaux défis lors des différentes phases de réalisation d'une enquête: échantillonnage, conception, collecte, redressement, estimation, etc. L'objectif de ce plan était donc d'accumuler des compétences et des connaissances sur ce sujet afin d'évaluer l'opportunité d'introduire la collecte par internet dans les enquêtes ménages, et plus généralement d'y développer la collecte multimode. Il s'agit ici de dresser un premier bilan de ces expérimentations et d'envisager la manière dont les résultats déjà obtenus vont aider à reconfigurer la façon de concevoir, organiser, réaliser les enquêtes, ainsi que de produire les informations statistiques.

Effets de sélection, imputations et effets de mode : les dernières tendances Stéphane Legleye, Division Recueil et traitement de l'information, Insee

Lors d'une enquête multimode, il arrive que les niveaux moyens des réponses aux variables d'intérêt Y diffèrent entre les modes A et B. Une première composante de cette différence est due à un biais de sélection : les individus répondant en B n'ont pas les mêmes caractéristiques que ceux répondant en A. Corriger ce biais permet d'estimer la seconde composante, à savoir l'effet ou biais de mesure lié au mode de collecte (ou effet propre du mode). Ce dernier se définit comme l'écart entre la réponse fournie par un individu à une question sur le mode A et la réponse qu'il aurait fournie à la même question sur le mode B (situation contrefactuelle). La correction du biais de sélection se fait généralement par repondération mais implique la prise en compte de toutes les variables disponibles liées à Y : elle peut réduire le biais de mesure mais au prix d'une variance des poids accrue. Or malgré ces efforts, il arrive que le biais de mesure soit jugé trop important. Nous proposons une méthode pour le réduire, consistant à repérer puis imputer les réponses des individus qui y contribuent le plus. Cette méthode laisse inchangée la structure des poids.

Modélisation de la propension à répondre par internet dans le recensement Heidi Koumarianos, Division Recueil et traitement de l'information, Insee

Le recensement de la population a introduit progressivement depuis plusieurs années la collecte bi-modale papier/internet. En 2015 s'est déroulée la première collecte bi-modale généralisée.

Le choix du mode de réponse relève du ménage, et peut être influencé par l'attitude de l'agent recenseur et/ou par une dynamique communale.

Si l'on cherche à mesurer la propension des ménages à répondre par internet, il semble donc nécessaire de prendre en compte ces effets (agent recenseur ou commune), qu'il s'agisse d'essayer de les quantifier, ou pour les neutraliser dans le calcul de la propension à répondre par internet pour chaque ménage.

Ainsi, l'utilisation de modèles multiniveaux permet d'estimer les effets des caractéristiques socio-démographiques sur la propension à répondre par internet, en les distinguant des autres effets. On pourra également s'intéresser aux éventuels écarts observés sur les résultats des modèles, avec ou sans prise en compte des effets « agent recenseur ».

Effet de mode, effet questionnaire, quels impacts sur le taux de chômage ? Klara Vinceneux, Programme Évolution de l'enquête emploi, Insee

Le questionnaire de l'enquête Emploi va devoir évoluer pour se conformer au futur règlement européen de la Labour Force Survey (LFS), qui s'inscrit dans le cadre plus global de l'harmonisation et de la standardisation des enquêtes sociales européennes. Ces évolutions auront probablement un impact sur la mesure des principaux indicateurs relatifs au marché du travail, au premier rang desquels les taux d'emploi et de chômage. Participant à la task force d'Eurostat élaborant le modèle de questionnaire européen et, par ailleurs, en pleine réflexion sur la mise en œuvre du multimode dans ses enquêtes, l'Insee a lancé en 2016 l'expérimentation « Module A » (module du questionnaire consacré à la position sur le marché du travail). 40 000 ménages ont été exclusivement interrogés sur Internet : la moitié recevant le questionnaire actuel de l'enquête Emploi, l'autre moitié une version proposée par Eurostat. La comparaison des résultats obtenus sur chacun des deux échantillons a permis d'estimer un « effet questionnaire » sur les indicateurs d'emploi, de chômage et d'inactivité. En outre, la confrontation des données collectées par Internet à celles collectées au même moment en face-à-face dans le cadre de l'enquête Emploi, a conduit à valider l'existence d'un « effet de mode » induit sur les principaux indicateurs du marché du travail.