



N° 11-522-XIF au catalogue

**La série des symposiums internationaux
de Statistique Canada - Recueil**

**Symposium 2004 : Méthodes
innovatrices pour enquêter
auprès des populations
difficiles à joindre**

2004



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

EXTENSIONS DE LA MÉTHODE D'ÉCHANTILLONNAGE INDIRECT ET SON APPLICATION AUX ENQUÊTES DANS LE TOURISME

Myriam Maumy et Jean-Claude Deville¹

RÉSUMÉ

Pour sélectionner un échantillon pour une enquête, par exemple économique, il faut disposer d'une base de données qui permet d'atteindre la population cible. Malheureusement, on ne dispose pas toujours d'une liste des unités de collecte désirées. En revanche on dispose souvent de listes d'unités liées d'une certaine manière à la liste d'unités de collecte. On se retrouve alors dans la situation où 2 populations U^A et U^B sont liées par une relation. On veut produire une estimation pour U^B mais on ne dispose d'une base de sondage que pour U^A . On sélectionne alors un échantillon s^A à partir de U^A afin de produire une estimation pour U^B en utilisant la liaison entre U^A et U^B . On parle alors de *sondage indirect simple*. Parfois, il arrive que l'on veuille produire des estimations pour une population U^C mais on ne peut l'atteindre que par l'entremise de U^B . On parle alors de *sondage indirect par transitivité*.

Dans cet article, nous allons développer l'application de ce dernier type de sondage et apporter une solution à un problème qui peut se poser dans le cas où l'échantillon s^B est trop gros. Nous verrons ensuite comment ce type de sondage s'applique dans le cadre des enquêtes sur le tourisme en milieu ouvert quand les « enquêtes aux frontières » ne peuvent pas être mises en œuvre.

Référence : *Le sondage indirect ou la méthode généralisée du partage des poids*, Pierre Lavallée, Éditions Ellipses, 2002.

¹ Myriam Maumy et Jean-Claude Deville, Laboratoire de Statistique d'Enquête (ENSAI/CREST), Campus de Ker Lann, rue Blaise Pascal, 35170 Bruz, France; myriam.maumy@uhb.fr, deville@ensai.fr.