



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

UN ÉCHANTILLON PERMANENT COMME BASE DE SONDAGE POUR LES POPULATIONS DIFFICILES À JOINDRE?

Thomas Körner et Anja Nimmergut¹

RÉSUMÉ

Comme les gens hésitent de plus en plus à participer à des enquêtes, les organismes statistiques ont le défi de trouver de nouvelles façons de constituer des échantillons. Cette constatation vaut particulièrement pour les populations difficiles à joindre qui, dans un contexte d'effritement des taux de réponse, pourraient constituer un grand obstacle pour le biais de non-réponse des enquêtes au niveau de la population générale. Un échantillon permanent de ménages prêts à se faire répondeurs dans le système statistique allemand serait une solution possible, quoique partielle, à ce problème. Nous pensons à un échantillon permanent comme base de sondage avec des gens prêts à répondre régulièrement aux enquêtes à participation volontaire. Pour certains types d'enquêtes qui visent des populations difficiles à joindre, les opérations seraient plus rapides et sans sélection préalable à cause de l'information socioéconomique à jour dont on disposerait sur l'échantillon permanent. Dans bien des cas aussi, il se poserait moins de problèmes de faiblesse des taux de réponse, puisque les unités d'un échantillon permanent sont généralement prêtes à répondre. Dans ce document, nous évoquerons un certain nombre d'applications possibles d'un échantillonnage permanent de ménages prêts à répondre dans le cas des enquêtes menées auprès de groupes démographiques difficiles à joindre.

MOTS CLÉS : échantillon d'accès permanent; enquêtes auprès des ménages; biais de non-réponse; bases de sondage.

1. INTRODUCTION

La non-réponse est une des grandes difficultés qui se présente dans les enquêtes auprès des ménages. Les problèmes de refus de participation dans les enquêtes relevant de la statistique officielle se sont faits encore plus pressants ces dernières années. La recherche internationale met en évidence une tendance à la décroissance des taux de réponse dans nombre de pays (voir, par exemple, de Heer, 1999, de Leeuw et de Heer, 2002, Schneekloth et Leven, 2003, et Stoop, 2004a). C'est pourquoi on doit trouver des moyens dans la plupart des enquêtes d'accroître les taux de réponse ou d'empêcher du moins qu'ils ne décroissent davantage. Il faut cependant dire que le taux de réponse global n'est pas nécessairement garant à lui seul de l'obtention de résultats acceptables. En ce qui concerne le biais de non-réponse d'une enquête, il est tout aussi essentiel d'amener chacune des sous-populations cibles à participer. Comme certaines sous-populations difficiles à joindre peuvent ne pas être bien représentées dans un échantillon, le biais de non-réponse risque fort d'être important, alors que les taux de réponse sembleront se situer à des niveaux acceptables. En d'autres termes, la perte systématique d'éléments de certains groupes démographiques devrait être considérée comme un obstacle de taille pour la plupart des enquêtes auprès des ménages à participation volontaire.

De récentes rencontres scientifiques ont fait voir le sentiment général que les organismes statistiques seront de plus en plus contraints de trouver, par-delà des modes classiques d'échantillonnage aléatoire qui ont cours aujourd'hui, de nouvelles stratégies d'élaboration d'échantillons. Devant les problèmes croissants de non-réponse et d'autres difficultés récentes, le bureau fédéral allemand de la statistique et ceux des Länder ont constitué au début de 2004 un échantillon permanent de ménages prêts à répondre (*Dauerstichprobe befragungsbereiter Haushalte*). Bien qu'institué au départ pour un échantillon aléatoire de la population à un coût acceptable et pour une réduction des délais de préparation d'enquêtes spéciales, l'échantillon permanent en question peut aussi nous aider à améliorer la mobilisation statistique de certains groupes démographiques difficiles à joindre (ménages à faible revenu ou à faible scolarité, familles monoparentales, etc.). En réunissant des ménages prêts à répondre dans plusieurs cycles de

¹ Thomas Körner, Institute for Research and Development in Federal Statistics, Statistisches Bundesamt, 65180 Wiesbaden, Allemagne, thomas.koerner@destatis.de; D^f Anja Nimmergut, Institute for Research and Development in Federal Statistics, Statistisches Bundesamt, 65180 Wiesbaden, Allemagne, anja.nimmergut@destatis.de.

recrutement, cet échantillon permanent nous offre le moyen de suréchantillonner certaines populations difficiles à joindre ou de constituer des échantillons aux fins d'enquêtes visant des sous-populations difficiles à joindre.

Dans ce document, nous examinerons si, pour certaines populations considérées comme difficiles à joindre, notre échantillon permanent ne pourrait pas servir de base de sondage. Nous présenterons d'abord brièvement certaines grandes caractéristiques de l'échantillon permanent et évoquerons ses traits les plus importants comme base de sondage. Dans la partie principale du texte, nous verrons, d'après les résultats d'une étude pilote, quels groupes démographiques difficiles à joindre sont représentés dans cet échantillon. Nous livrerons enfin les habitudes de réponse de ces mêmes groupes.

2. ÉCHANTILLON PERMANENT

L'échantillon permanent de ménages prêts à répondre est une base de sondage pour les enquêtes auprès des ménages volontaires relevant de la statistique officielle. Après une étude pilote à grande échelle, l'échantillon permanent a été implanté au début de 2004 pour trouver une solution à un certain nombre de problèmes que connaissent ces enquêtes en Allemagne, entre autres celui de l'hésitation croissante des ménages à participer à des enquêtes. Avec cet échantillon, l'idée de base est un recrutement à titre permanent de ménages ayant fait partie du plus grand échantillon aléatoire jamais constitué dans la population allemande, celui du microrecensement. Les ménages qui se sont laissés recruter seront priés de temps à autre de répondre à des enquêtes auprès des ménages à participation volontaire (pour plus de détails, voir Körner et Nimmergut, 2004).

Ainsi, le microrecensement est à la base même de la création de l'échantillon permanent et peut être vu comme le noyau du système d'enquêtes auprès des ménages relevant de la statistique officielle dans notre pays. Il s'agit là d'un échantillon aléatoire polyvalent qui est formé d'environ 380 000 ménages obligatoirement enquêtés chaque année. Le microrecensement livre de l'information statistique sur une grande diversité de variables socioéconomiques (ensemble des conditions démographiques et socioéconomiques, situation d'emploi, formation (professionnelle ou autre, etc.)). Ces données sont disponibles dans le contexte de l'échantillon permanent et peuvent à leur tour servir à une pondération efficace des ménages. Grâce à une taille d'échantillon importante et à un taux de réponse de près de 100 %, les résultats du microrecensement sont tenus pour hautement fiables.

À tous les ménages ayant participé à la dernière interview dans le cadre du microrecensement (normalement après quatre ans), on demandera s'ils sont prêts à participer de temps à autre à des enquêtes auprès des ménages à caractère volontaire qui relèvent de la statistique officielle. L'échantillon est présenté aux ménages sous la désignation « Ménages d'aujourd'hui » (*Haushalte Heute*), car le terme « échantillon permanent » aurait été d'un emploi trop technique dans les opérations de recrutement. Les intervieweurs du microrecensement s'adressent directement aux ménages après la dernière interview². Ils les informent de la création de cet échantillon et leur remettent un feuillet de renseignements qui décrit plus en détail le rôle des participants dans l'échantillon permanent. Au terme de l'interview, les ménages peuvent directement décider d'en faire partie ou ils peuvent y repenser et adhérer à l'échantillon par la suite en signifiant leur consentement par la poste. Tous doivent signer une déclaration d'acceptation qui permet devant la loi d'enregistrer l'information de la dernière interview dans la base de données de l'échantillon permanent, ainsi que de mettre à jour tous les ans un certain nombre de variables choisies dans cette information.

Pour être sûr de s'adresser à tout l'échantillon du microrecensement, on fait parvenir de la documentation aux ménages qui n'ont pas été joints par un intervieweur ou qui ont demandé le questionnaire à remplir soi-même. Dans ce cas, la documentation qu'ils reçoivent s'accompagne d'une lettre d'envoi où la direction de l'organisme statistique présente sa demande aux ménages et les invite à renvoyer leur déclaration d'acceptation par la poste.

L'échantillon permanent peut servir de base de sondage aux fins des enquêtes auprès des ménages et des personnes qui revêtent un caractère volontaire et pour lesquelles une taille d'échantillon relativement modeste est jugée

² Dans l'étude pilote, cette méthode de recrutement a prouvé qu'elle présentait un des meilleurs rapports efficacité-coût. Au total, 18 % des ménages auxquels on s'est adressé par cette méthode ont adhéré à l'échantillon d'accès permanent (Nimmergut, Meyer et Körner, 2004).

suffisante. À comparer aux autres bases de sondage des enquêtes auprès des ménages, il présente un certain nombre de traits distinctifs qui se révèlent essentiels à l'efficacité de son exploitation. Comme nous l'avons évoqué, on peut tirer une vaste information socioéconomique de la dernière interview du microrecensement. Avec cette information, on peut apporter des corrections efficaces du biais de non-réponse qui s'est créé au stade du recrutement. Dans le contexte de la conception de techniques de pondération efficaces, il convient de noter que l'information socioéconomique du microrecensement est disponible tant pour les membres de l'échantillon permanent que pour les non-participants.

À partir de tout le jeu de variables du microrecensement, on enregistre un sous-ensemble de « variables de base » dans le fonds d'information de l'échantillon permanent et l'actualise à intervalles réguliers. Ces variables jouent un grand rôle, car elles peuvent servir de variables de stratification. Cela veut dire dans la pratique que, dans bien des enquêtes portant sur des sous-populations, le dépistage qui précède la collecte de données devient inutile. Les variables de base peuvent également servir à adapter les travaux de terrain aux besoins des différentes sous-populations. Disons enfin que les ménages qui font partie de l'échantillon permanent s'accumulent au fil des ans, si bien que cet échantillon est d'une taille qui s'accroît constamment et que, après quelques années, les sous-populations relativement petites y sont représentées par un nombre suffisant de ménages.

3. POPULATIONS DIFFICILES À JOINDRE DANS L'ÉCHANTILLON PERMANENT

Dans ce document, nous entendons par populations difficiles à joindre les groupes de ménages et de personnes qui se trouvent systématiquement sous-représentés dans les enquêtes auprès des ménages à participation volontaire. Si elles sont difficiles à joindre, c'est pour de multiples raisons possibles; il s'agit non seulement de leurs diverses caractéristiques socioéconomiques, mais aussi des variables géographiques, juridiques, sanitaires, etc., de contexte pour les ménages et les personnes. Parmi la multitude de sous-populations difficiles à joindre selon notre définition, seules peuvent faire l'objet d'une enquête par échantillon permanent celles dont les membres, dans les opérations de recrutement, peuvent être joints en nombre suffisant. En particulier, les populations très peu nombreuses, les populations concentrées dans une poignée de régions ou celles qui sont difficiles à définir (populations autochtone, immigrante, sans abri, homosexuelle, etc.) seront généralement peu susceptibles d'être en représentation suffisante dans l'échantillon permanent. En revanche, dans le cas des populations difficiles à joindre qui tiennent une plus grande place dans la population (ménages à faible revenu ou à faible scolarité, travailleurs indépendants, familles monoparentales, etc.), il est fort probable que l'échantillon permanent devienne une base de sondage.

Pour se faire une idée de la bonne représentation des populations difficiles à joindre dans l'échantillon permanent, on comparera les distributions respectives des unités dans cet échantillon et dans la population cible pour certaines variables d'intérêt. Mentionnons que, par une telle comparaison, il est seulement possible, bien entendu, d'indiquer les populations difficiles à joindre qui sont repérables par les variables disponibles. Il reste que les variables socioéconomiques ne contiennent nullement tous les « mécanismes déclencheurs » possibles à cause de la difficulté que l'on a à appréhender certains groupes démographiques. Récemment, on a fait valoir que même les variables socioéconomiques les plus exhaustives pourraient ne pas tenir compte de facteurs « subjectifs » qui influent sur le comportement des non-répondants comme l'intérêt manifesté pour une enquête, les facteurs d'attitude (à l'égard de la statistique officielle, par exemple), le climat sociopolitique général (Harris-Kojetin et Tucker, 1999; Djerf, 2004), voire la personnalité des enquêtés (Rammstedt et coll., 2004). Dans le cas de l'échantillon permanent, nous disposons d'une information socioéconomique complète sur tous les participants au microrecensement (y compris sur les membres de notre échantillon), ce qui est de nature à largement faciliter une telle comparaison.

Au tableau 1, nous comparons les distributions du microrecensement et de l'étude pilote de l'échantillon permanent pour certains groupes démographiques généralement considérés comme difficiles à joindre dans des enquêtes auprès des ménages à caractère volontaire (voir aussi Körner et Nimmergut, 2004, et Nimmergut et Körner, 2004). Les résultats indiquent que la représentation de ces groupes dans l'échantillon permanent varie selon les variables socioéconomiques. Il y a des groupes comme celui des familles monoparentales ou des femmes âgées qui sont même légèrement surreprésentés dans cet échantillon. On peut par ailleurs penser que d'autres groupes comme ceux des travailleurs indépendants, des jeunes hommes et des ménages à faible revenu sont légèrement en sous-représentation dans ce même échantillon. Les cols bleus et les gens peu instruits sont encore plus difficiles à recruter pour l'échantillon permanent.

Tableau 1 : Représentation de certains groupes démographiques difficiles à joindre au microrecensement et dans l'étude pilote de l'échantillon permanent (proportion du groupe dans toute la population du microrecensement et dans l'échantillon permanent)

Groupe démographique	Microrecensement de 2001	Participation de ce groupe à l'étude pilote de l'échantillon permanent
Travailleurs indépendants	10,1 %	9,1 %
Cols bleus	29,2 %	21,9 %
Hommes de 20 à 29 ans	5,7 %	3,5 %
Femmes de plus de 60 ans	13,8 %	14,9 %
Familles monoparentales	3,4 %	3,9 %
Ménages à faible revenu (gagnant moins de 900 € par mois)	13,2 %	9,6 %
Gens peu instruits	51,4 %	41,6 %

4. AUGMENTATION DES TAUX DE RÉPONSE DES POPULATIONS DIFFICILES À JOINDRE GRÂCE À L'ÉCHANTILLON PERMANENT

L'avantage le plus évident d'un échantillon permanent est l'obtention possible de taux de réponse supérieurs dans les opérations de terrain des enquêtes fondées sur cet échantillon : par le recrutement de ménages qui sont généralement prêts à répondre aux enquêtes, les taux de réponse des échantillons prélevés sur l'échantillon permanent (tant pour la population en général que pour les groupes démographiques difficiles à joindre) seront en général nettement supérieurs à ceux d'échantillons probabilistes où on s'adresse directement à la population cible (Körner et Nimmergut, 2004). C'est un avantage qui peut largement contribuer à abaisser les coûts des opérations de terrain. Pour ce qui est des caractéristiques de l'échantillon permanent comme base de sondage, notons deux autres avantages que nous décrirons plus en détail. D'abord, il est plus facile d'identifier les populations difficiles à joindre parce qu'on dispose d'une diversité de variables socioéconomiques. En second lieu, il y a accumulation de ménages par le mode de recrutement continu, ce qui nous donne un bassin de ménages et aussi, bien qu'en sous-représentation, un nombre suffisant de ménages difficiles à joindre si on considère que l'échantillon en question est de moindre taille par rapport à tout l'échantillon permanent.

L'identification facile des populations difficiles à joindre dans l'échantillon permanent a deux grandes conséquences. D'abord, on peut très aisément recourir à un échantillonnage stratifié, puisque des variables socioéconomiques à jour sont disponibles. Il est alors possible d'adapter en toute souplesse le mode de stratification aux besoins de chaque enquête reposant sur l'échantillon permanent. On peut donc accroître la précision de la plupart des enquêtes si, le plus souvent, on peut trouver des variables de stratification en corrélation avec les estimations portant sur les caractéristiques d'intérêt. Dans le cas des populations difficiles à joindre cependant, un mode de stratification suivi d'un suréchantillonnage offre un intérêt tout particulier. Après plusieurs cycles de recrutement en succession, l'échantillon permanent nous permet de suréchantillonner les populations difficiles à joindre pour l'échantillon brut. On s'assure de la sorte que ces populations seront relativement bien représentées dans l'échantillon net, c'est-à-dire dans les résultats définitifs. Bien sûr, de telles promesses ne peuvent devenir réalité que si la taille d'échantillon net des strates constituées de ces mêmes populations est bien moindre que le nombre de ménages de l'échantillon permanent. Cette condition préalable étant remplie, l'échantillon permanent est

largement avantageux dans le cas des populations difficiles à joindre à cause de la possibilité relativement immédiate de stratifier et de suréchantillonner.

Un autre avantage est la possibilité générale de mener des enquêtes sur des sous-populations bien précises. C'est un avantage bien particulier si on désire se renseigner davantage sur les sous-populations difficiles à joindre. Sans directement accroître la précision des résultats d'une enquête auprès des ménages, cela peut aider à mieux comprendre les facteurs subjectifs (voir plus haut) susceptibles d'influer sur la « difficulté à joindre ». On peut ainsi examiner et décrire le comportement de groupes difficiles à joindre, ce qui aidera par la suite à adapter les travaux de terrain et les méthodes en prévision d'autres enquêtes. Une variable qui pourrait comprendre au moins un certain nombre de facteurs d'attitude et par laquelle on pourrait mieux cerner des sous-populations dans leurs attitudes caractéristiques est celle de la situation d'emploi. Ses catégories (fonctions officielles et magistrature par rapport au travail indépendant et cols bleus par rapport aux autres travailleurs) sont *a priori* indépendantes du revenu, de la scolarité et, dans une certaine mesure, de la classe sociale, mais n'en présentent pas moins des différences plutôt appréciables sur le plan des taux de réponse. Cette variable est déjà disponible dans le microrecensement et pourrait donc servir d'emblée à des comparaisons avec l'ensemble de la population.

Enfin, l'identification des populations difficiles à joindre préalablement aux travaux de terrain permettrait d'organiser ceux-ci de manière à précisément joindre et motiver ces groupes. À compter du recrutement aux fins du microrecensement, on pourrait apprendre aux intervieweurs à prêter une attention particulière aux populations difficiles à joindre et les former à l'application de stratégies spéciales au moment de s'adresser à ces groupes et, bien sûr, de stratégies de suivi, au téléphone par exemple, pour un second contact personnel avec les cols bleus ou les gens moins instruits.

Pour l'instant, on emploie très peu de telles stratégies à cause de limitations d'ordre organisationnel et du fait aussi que les méthodes qui s'appliquent en mode mixte risquent de produire des effets de biais. Toutefois, si toute méthode du genre se révèle efficace et sans autre effet négatif sur les résultats d'enquête, l'échantillon permanent pourrait être considéré comme assez souple pour une implantation relativement rapide à un coût relativement bas.

5. AJUSTEMENTS DE NON-RÉPONSE POUR LES POPULATIONS DIFFICILES À JOINDRE

Sur le plan des ajustements de non-réponse, les avantages dans le cas des populations difficiles à joindre pourraient ne pas être si marqués. Bien sûr, un grand avantage est la disponibilité de variables socioéconomiques tant pour les répondants que pour les non-répondants. On peut estimer par ce moyen les probabilités d'intégration à l'échantillon permanent, de maintien en échantillon et de participation aux enquêtes volontaires. Par les probabilités de participation, on pourrait alors élaborer des valeurs de pondération qu'on devrait ensuite combiner pour l'estimation. Le détail conceptuel de cette estimation n'est pas encore pleinement arrêté, et il y a des problèmes liés à la conception même de l'échantillon permanent en ce qui concerne de tels ajustements. La question des avantages de l'échantillon permanent pour les ajustements relatifs aux populations difficiles à joindre demeure donc ouverte jusqu'à ce que les modes d'estimation en général et d'estimation de variance en particulier aient été entièrement conceptualisés.

6. CONCLUSIONS

Les résultats de l'étude pilote semblent indiquer que l'échantillon permanent pourrait très utilement être employé dans certaines enquêtes portant sur des populations difficiles à joindre. Cette application se limite toutefois aux groupes démographiques d'une taille suffisante pour être convenablement représentés dans cet échantillon. Au nombre de ces groupes, on compte les ménages à faible revenu, les gens peu instruits, les personnes âgées, les travailleurs indépendants et les familles monoparentales. Grâce à l'échantillon permanent, on fera moins d'efforts pour joindre de tels groupes. Que l'échantillon permanent soit mis au service des enquêtes menées dans ces groupes devient seulement possible si la taille d'échantillon requise est plutôt modeste et, en tout cas, nettement inférieure à celle de l'échantillon permanent. Souvent, l'échantillon qui sera prélevé sera d'une meilleure qualité après que les ménages se seront accumulés au long des cycles de recrutement. Ces conditions préalables étant réunies,

l'échantillon permanent se prête largement à la tenue d'enquêtes spéciales auprès de tels groupes démographiques ou à leur suréchantillonnage dans les enquêtes réalisées dans toute la population. Si on a la possibilité de faire enquête sur des sous-populations sans sélection préalable, les délais de préparation et le coût des opérations de terrain pourraient considérablement diminuer. Il reste que l'échantillon permanent n'est pas un instrument utile dans le cas de sous-populations hautement caractérisées comme les minorités ethniques ou la population homosexuelle.

On a démontré que la force de cet échantillon réside dans la disponibilité d'une riche information socioéconomique sur les participants comme sur les non-participants. Joint à la stricte limitation d'accès aux ex-ménages du microrecensement, cet avantage fait de l'échantillon permanent un instrument très puissant par rapport à nombre d'échantillons d'accès qu'exploitent les organismes commerciaux d'études de marché et de recherche sur l'opinion publique (voir aussi Stoop, 2004b). Dans le cas des populations difficiles à joindre, la disponibilité de renseignements d'ordre socioéconomique est de la plus grande importance. Premièrement, elle facilite l'identification des divers groupes démographiques auxquels on s'intéresse. Deuxièmement, elle contribue à élever les taux de réponse en adaptant les méthodes de terrain aux besoins caractéristiques des sous-populations. Troisièmement, elle nous permet de nous doter de méthodes de pondération efficaces.

RÉFÉRENCES

- Djerf, K. (2004), "Nonresponse in Time: A Time Series Analysis of the Finnish Labour Force Survey", *Journal of Official Statistics*, 20, pp. 39-54.
- Harris-Kojetin, B. et Tucker, C. (1999), "Exploring the Relation of Economic and Political Conditions with Refusal Rates", *Journal of Official Statistics*, 15, pp. 167-184.
- de Heer, W. (1999), "International Response Trends. Results of an International Survey", *Journal of Official Statistics*, 15, pp. 129-142.
- Körner, T. et Nimmergut, A. (2004), "Using an Access Panel as a Sampling Frame for Voluntary Household Surveys. Results from a Pilot Study", *Statistical Journal of the United Nations Economic Commission for Europe*, 21.
- de Leeuw, E. et de Heer, W. (2002), "Trends in Household Survey Nonresponse: A Longitudinal and International Comparison", dans Groves, R. M. et al. (eds.) *Survey Nonresponse*, New York: Wiley, pp. 41-55.
- Nimmergut, A. et Körner, T. (2004), "Reducing Nonresponse, Enhancing Flexibility, Improving Quality in Household Surveys. The New Access Panel in the German Statistical System", *Proceedings, European Conference on Quality and Methodology in Official Statistics (Q2004)*, Mainz, Allemagne.
- Nimmergut, A., Meyer, I. et Körner, T. (2004), *Haushalte Heute. Pilotstudie zur Umsetzbarkeit einer Dauerstichprobe befragungsbereiter Haushalte in der amtlichen Statistik 2001-2003*, Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Rammstedt, B. et al. (2004), Entwicklung und Validierung einer Kurzsкала für die Messung der Big-Five-Persönlichkeitsdimensionen in Umfragen, *ZUMA-Nachrichten*, 55, pp. 5-28.
- Schneekloth, U. et Leven, I. (2003), Woran bemisst sich eine "gute" allgemeine Bevölkerungsumfrage? Analysen zu Ausmaß, Bedeutung und zu den Hintergründen von Nonresponse in zufallsbasierten Stichprobenerhebungen am Beispiel des ALLBUS, *ZUMA-Nachrichten*, 53, pp. 16-58.
- Stoop, I. (2004a), Surveying Nonrespondents, *Field Methods*, 16, pp. 23-54.
- Stoop, I. (2004b), "Access pools as a solution to the nonresponse problem?", présenté lors du *15th International Workshop on Household Survey Nonresponse*, Maastricht, Pays Bas.