



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



CONSTRUCTION DE BASES VISANT LES POPULATIONS DIFFICILES À JOINDRE DANS LE CADRE D'ENQUÊTES AUPRÈS DES ENTREPRISES

Mary March¹

RÉSUMÉ

Un registre des entreprises (RE) fondé sur les données fiscales administratives est un point de départ approprié pour les bases utilisées dans la majorité des enquêtes économiques. Certaines enquêtes auprès des entreprises ciblent cependant des populations qui ne peuvent être jointes avec efficacité et rentabilité à l'aide d'un simple RE. Le RE ne couvre peut-être pas la population entièrement (dans le secteur sans but lucratif par exemple) ou peut-être ne contient-il pas les variables nécessaires à la détermination d'une sous-population requise ou de personnes-ressources appropriées. Par souci d'efficacité et de qualité, les réalisateurs d'enquêtes de Statistique Canada ont trouvé des moyens de combiner au RE l'information provenant de diverses sources pour élaborer des bases de sondage assurant un accès plus efficace à leurs populations d'intérêt.

Certaines approches plus traditionnelles peuvent s'avérer coûteuses. Une approche à bases multiples peut assurer une bonne couverture de la population, mais peut ne pas s'avérer être la façon la plus efficace d'enquêter auprès de la population, en particulier si un problème de chevauchement doit être réglé. De plus, avec une approche traditionnelle en deux étapes, les mesures de dépistage, d'établissement du contact et de validation des unités, dans la première étape, utilisent une portion considérable du budget pour la collecte. Il semble logique d'effectuer un certain travail initial pour élaborer une base plus rentable avant d'entreprendre l'enquête.

Ce document présente et évalue diverses approches qui ont été utilisées dans l'élaboration et l'augmentation des bases pour une variété d'enquêtes de Statistique Canada auprès des répondants des entreprises. À la suite de ces expérimentations, certaines bonnes pratiques pour l'élaboration et l'utilisation de bases seront proposées.

¹ Mary March, Statistique Canada, Division des méthodes d'enquêtes-entreprises, Mary.March@statcan.ca