

No 11-522-XIF au catalogue

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

**Symposium 2006 : Enjeux
méthodologiques reliés à la
mesure de la santé des
populations**



2006



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Effet des incitatifs sans condition sur une enquête à plusieurs degrés : cas de la Health Survey for England

Heather Wardle, Claire Deverill¹

Résumé

Les taux de réponse des ménages à de nombreuses enquêtes sociales de grande portée ne cessent de baisser. Dans le cas de la Health Survey for England, le taux a diminué de neuf points de pourcentage sur une période de onze ans. Des données provenant d'autres études donnent à penser que l'offre sans condition d'une récompense, ou incitatif, ayant une faible valeur pécuniaire peut améliorer les taux de coopération. Une expérience avec des incitatifs intégrée dans la Health Survey for England visait à reproduire les résultats d'une expérience antérieure intégrée dans la Family Resources Study indiquant un accroissement significatif du taux de réponse des ménages ayant reçu un carnet de timbres-poste avec la lettre envoyée préalablement. Toutefois, l'expérience avec des incitatifs de la HSE n'a révélé aucune différence significative entre les taux de réponse des ménages, les taux de réponse à d'autres stades de l'enquête et les profils des répondants selon les deux conditions expérimentales (timbres-poste inclus avec la lettre préalable, signet inclus avec la lettre) et le groupe témoin (lettre préalable uniquement).

MOTS-CLÉS : Incitatifs sans condition, taux de réponse, non-réponse.

1. Introduction

Le déclin régulier de la volonté des répondants sélectionnés à participer aux enquêtes sur place est une caractéristique récurrente de la recherche par sondage au Royaume-Uni. Les taux de réponse à de nombreuses enquêtes gouvernementales nationales importantes ont chuté spectaculairement au cours de la dernière décennie. Dans le cas de la General Household Survey, le taux de réponse au niveau du ménage est passé de 82 % en 1993 à 70 % en 2003. De même, le taux de réponse à la Health Survey for England (HSE) est passé de 81 % en 1993 à 72 % en 2004 (Sproston, Mindell, 2006). Dans le cas de cette dernière enquête, l'analyse a indiqué que la principale composante de l'accroissement de la non-réponse est le refus de participer à l'enquête des personnes sélectionnées, tandis que la proportion de ménages avec lesquels les intervieweurs n'arrivent pas à prendre contact est demeurée relativement constante.

L'élaboration de stratégies en vue de contrer cette tendance croissante pose un grand défi aux spécialistes des enquêtes sociales. Des projets récents ont porté sur l'utilisation d'incitatifs comme outil de négociation en vue de persuader les répondants réticents de coopérer. Des incitatifs pécuniaires conditionnels ont été testés dans le cadre d'expériences intégrées dans des enquêtes nationales qui ont indiqué qu'ils avaient une incidence sur l'amélioration des taux de collaboration (NatCen, 2003). Toutefois, dans le cas d'enquêtes à grande échelle telles que la HSE, durant laquelle jusqu'à 20 000 personnes sont interviewées la plupart des années, un incitatif pécuniaire important, versé à condition de participer à toute l'enquête, représente une demande considérable alors que les fonds et ressources sont limités et n'a, par conséquent, pas été pris en considération dans le cas de la HSE.

Des données provenant d'autres études donnent à penser qu'offrir aux répondants un petit incitatif ou cadeau sans condition qu'ils peuvent garder qu'ils acceptent ou non de participer à un effet positif sur le niveau de réponse des ménages (Singer, 2002). Une expérience réalisée dans le cadre de la Family Resources Study (FRS) a révélé un accroissement significatif du taux de réponse des ménages lorsqu'un carnet de timbres-poste (un petit carnet

¹Heather Wardle, National Centre for Social Research, 35 Northampton Square, London, EC1V 0AX, Angleterre;
Claire Deverill, National Centre for Social Research, 35 Northampton Square, London, EC1V 0AX, Angleterre

contenant six timbres-poste d'une valeur monétaire de 1,86 £) a été inclus dans la lettre préalable (McConaghy et Beerten, 2002). L'incitatif était inconditionnel, puisqu'il a été envoyé à chaque adresse sélectionnée pour faire partie de l'échantillon d'enquête et que les répondants ont gardé le carnet de timbres qu'ils aient accepté ou non de participer à l'étude. Les explications avancées pour l'accroissement observé des taux de réponse incluaient le fait que les répondants avaient tendance à se souvenir d'avoir reçu la lettre préalable et que la réception d'une récompense sans condition avait incité certains d'entre eux à rendre la pareille. En s'inspirant de ces données, une expérience avec des incitatifs a été conçue en vue de déterminer si l'on observerait un effet semblable en introduisant cet incitatif sans condition dans la Health Survey for England.

La Health Survey for England est une enquête-ménage à plusieurs degrés comprenant une interview et la visite d'une infirmière. L'interview sur place de premier degré dure environ une heure. Les questions sont posées à l'aide d'une application d'interview sur place assistée par ordinateur et des mesures anthropométriques, comme le poids et la taille, sont prises. Le deuxième degré correspond à la visite d'une infirmière qualifiée pour recueillir des mesures objectives. Pour être admissible au deuxième degré de l'enquête, le répondant doit avoir achevé l'interview de premier degré et donné à la fin de celle-ci son consentement à continuer de participer. Nous souhaitons, en particulier, vérifier si tout accroissement des taux de réponse des ménages observé grâce à l'introduction d'un carnet de timbres-poste dans la lettre préalable se traduirait par un accroissement de la collaboration aux stades subséquents de l'enquête. En outre, nous cherchions à déterminer si le simple fait de rendre la lettre préalable plus reconnaissable pourrait avoir une incidence sur les taux de réponse. Pour le tester, nous avons ajouté une condition expérimentale consistant à inclure comme cadeau dans la lettre préalable un signet spécial portant la marque de l'enquête. Par conséquent, nous avons conçu et réalisé une expérience avec des incitatifs sans condition comportant trois conditions.

2. Méthodologie

L'expérience des incitatifs conçue pour la Health Survey for England comportait trois conditions :

Condition un : La lettre préalable type avec un carnet de timbres-poste inclus dans l'enveloppe.

Condition deux : La lettre préalable type avec un signet spécial portant la marque de l'enquête inclus dans l'enveloppe.

Condition trois : La lettre préalable type uniquement.

Les adresses présélectionnées pour la HSE, tirées du fichier des codes postaux d'adresse, ont été affectées aléatoirement à l'une des trois conditions. Les intervieweurs participant à l'étude se sont chacun vu attribuer un mélange aléatoire de conditions dans leurs tâches individuelles afin de tenir compte de tout effet d'intervieweur qui aurait pu se manifester autrement. Le contenu de la lettre préalable était le même pour toutes les conditions de l'expérience. Cette dernière a été réalisée de juillet 2005 à septembre 2006. Durant cette période, les 12 916 adresses sélectionnées pour la HSE ont été incluses dans l'expérience. Voir le tableau 1.

Tableau 1 : Nombre d'adresses émises selon le type de condition

Type d'incitatif	Nombre d'adresses émises
Timbres	4 299
Signet	4 303
Lettre uniquement	4 314

Une variable indiquant le type de condition à laquelle chaque adresse avait été affectée a été créée et incluse dans l'ensemble de données pour qu'il soit possible de suivre les progrès comparativement au calendrier du travail sur le terrain de l'expérience. Les résultats ont été analysés après l'achèvement de toutes les étapes du travail sur le terrain. Cependant, les données de la HSE de 2006 ne sont pas encore toutes disponibles et, par conséquent, l'analyse

présentée ici est fondée sur un ensemble limité de variables pour lesquelles les auteurs possédaient des données au moment de la publication.

3. Résultats

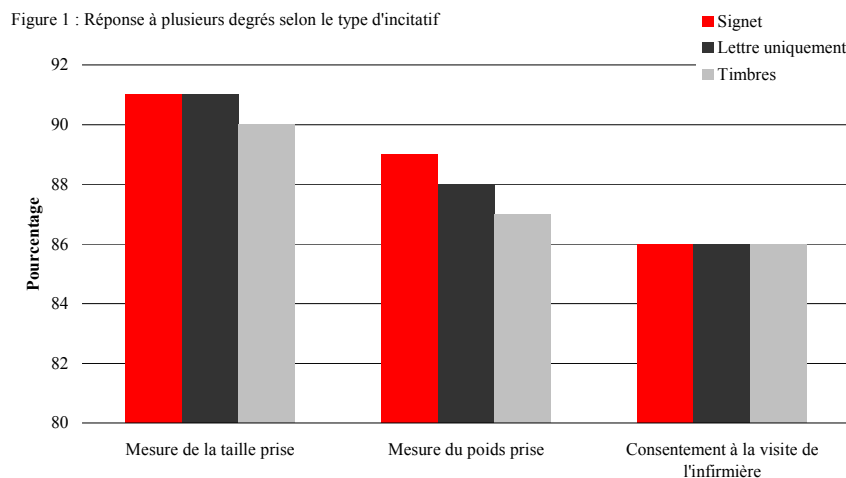
Les résultats de l'expérience avec les incitatifs ont été analysés en utilisant plusieurs indicateurs de réponse. Ceux-ci comprenaient les taux de réponse globaux des ménages, présentés au tableau 2, la réponse aux stades subséquents de l'enquête, le profil de non-réponse et une brève évaluation du profil des répondants interviewés pour chaque type de condition.

Tableau 2 : Réponse au niveau du ménage selon le type d'incitatif

	Timbres	Signet	Lettre uniquement
Adresses émises	4 299	4 303	4 314
Hors du champ de l'enquête	559	543	533
Adresses dans le champ	3 740	3 760	3 781
Improductives : refus	920	979	988
Improductives : pas de contact	65	56	51
Improductives : autre	153	156	148
Ménages collaborateurs	2 602	2 569	2 594
Taux de réponse des ménages (%)	69,6	68,3	68,6

Le taux global de réponse des ménages ne variait pas de façon significative selon le type de condition. Il était de 70 % pour les répondants ayant reçu un carnet de timbres, de 69 % pour ceux ayant reçu une lettre uniquement et de 68 % pour ceux ayant reçu le signet. Cependant, aucun de ces écarts n'est significatif au niveau de l'IC à 95 % ($p=0,193$ pour la comparaison entre les timbres et le signet).

La figure 1 donne la réponse aux étapes subséquentes de l'enquête des individus sélectionnés dans les ménages coopérants. Cette analyse est fondée sur le nombre total d'adultes de 16 ans et plus interviewés dans les ménages affectés à chaque type de condition. En tout, 2 615 adultes de 16 ans et plus ont été interviewés dans les ménages ayant reçu un carnet de timbres, 2 582 ont été interviewés dans les ménages ayant reçu un signet et 2 583 ont été interviewés dans les ménages n'ayant reçu que la lettre.



Dans les ménages qui ont collaborés ayant reçu le signet ou la lettre uniquement, 91 % d'adultes ont accepté que leur taille soit mesurée. Dans ceux ayant reçu le carnet de timbres, la proportion était de 90 %, et l'écart entre les trois types de conditions n'était pas significatif. De même, pour chacune des trois conditions, 86 % des répondants ont

accepté de participer à la deuxième phase de l'enquête, c'est-à-dire la visite de l'infirmière. La seule différence significative observée entre les trois conditions avait trait à la proportion de répondants ayant accepté que l'on mesure leur poids. Une proportion significativement plus élevée de répondants sélectionnés dans les ménages ayant reçu le signet (89 %) que de répondants sélectionnés dans les ménages ayant reçu le carnet de timbres (87 %) ont accepté qu'on les pèse ($p=0,031$). Cependant, étant donné l'absence d'écart significatif entre les trois types de conditions en ce qui concerne la réponse au niveau du ménage, la réponse relative à la mesure de la taille et celle relative à la visite de l'infirmière, aucune importance matérielle ne devrait être accordée à cette constatation.

Les raisons de la non-réponse ont également été évaluées afin de déterminer s'il existait des différences, comme l'indique le tableau 3.

Tableau 3 : Profil de non-réponse selon le type de condition

Raison pour laquelle l'adresse était improductive	Timbres		Signet		Lettre uniquement	
	n	%	n	%	n	%
Nombre total d'adresses improductives	1 138		1 191		1 187	
Refus personnel indiqué à l'intervieweur	859	75,4	927	77,8	934	78,7
Refus indiqué au bureau préalablement au travail sur le terrain	61	5,5	52	4,4	54	4,5
<i>Total des refus</i>	<i>920</i>	<i>80,8</i>	<i>979</i>	<i>82,2</i>	<i>988</i>	<i>83,2</i>
Pas de contact à l'adresse sélectionnée	65	5,7	56	4,7	51	4,3
Autre raison de l'improductivité	153	13,4	156	13,1	148	12,5

Pour toutes les conditions, le refus de participer à l'enquête était la raison principale de la non-réponse. Même si le niveau de refus, en ce qui concerne tant les refus exprimés en personne à l'intervieweur que ceux reçus au bureau, variait selon le type de condition, les écarts entre les trois conditions n'étaient pas significatifs. Il semble donc que le choix des incitatifs inclus dans l'expérience n'ait pas modifié considérablement le profil de non-réponse à la HSE. Une analyse élémentaire du profil des répondants qui ont collaboré selon le type de condition renforce cette constatation. Pour les trois conditions, l'âge moyen des répondants était de 49 ans, tandis que leur poids moyen était de 76 kilogrammes et leur taille moyenne, de 176 cm. Selon les estimations démographiques du milieu de l'année 2005 pour l'Angleterre, 49 % de la population adulte étaient de sexe masculin et 51 %, de sexe féminin. Afin de réduire au minimum le biais de réponse, les échantillons de population devraient reproduire cette situation. Les résultats de l'expérience avec les incitatifs indiquent qu'il n'existait aucune différence significative entre les profils selon le sexe des répondants coopérants correspondant à chaque type de condition : environ 47 % d'entre eux étaient de sexe masculin et 53 %, de sexe féminin dans les trois cas.

4. Discussion

Les incitatifs sans condition choisis pour l'expérience de la HSE ont eu un effet négligeable sur les taux de réponse. Aucune variation significative du taux de réponse des ménages n'a été observée selon le type de condition. De même, aucun écart significatif entre les réponses au stade ultérieur de l'enquête n'a été observé. L'expérience de la HSE n'a pas produit de résultats comparables à ceux obtenus pour la Family Resources Study (FRS). Cette dernière est une enquête-ménages à un degré dans laquelle seuls les adultes sont interviewés. La Health Survey for England est une enquête à plusieurs degrés, dans laquelle jusqu'à deux enfants par ménage, ainsi que tous les adultes peuvent être admis à participer. Au premier degré de la HSE, on demande aux répondants de participer à une interview sur place, de répondre à un questionnaire à remplir soi-même et d'accepter que l'on mesure leur taille et leur poids. Il se

pourrait que la perspective de ce fardeau supplémentaire ne soit pas compensée par la réception de timbres-poste. L'absence de toute différence entre les trois conditions de l'expérience, y compris le signet inclus afin de déterminer si l'accroissement de la reconnaissance de la lettre pourrait améliorer le taux de réponse, donne à penser que ce n'est pas ce qui est ajouté à la lettre préalable, mais la lettre proprement dite, qui est mémorable.

Des données non scientifiques recueillies auprès des intervieweurs ayant participé à l'expérience indiquent toutefois que les intervieweurs eux-mêmes appréciaient le fait que le signet ou le carnet de timbres soit inclus dans la lettre, car cela leur donnait un outil supplémentaire à utiliser sur le pas de la porte au moment d'engager la première conversation. Cependant, même si les intervieweurs ont indiqué que cela les rendait plus confiants, aucun résultat de l'expérience n'indique que cette confiance supplémentaire s'est traduite par une amélioration des taux de réponse.

Lors de la réalisation d'expériences de cette nature, l'effet de l'intervention sur les taux de réponse ne doit pas être considéré isolément. L'effet sur la non-réponse et l'effet du biais de non-réponse doivent également être pris en considération. D'après les données limitées disponibles, il semble que le profil des répondants était en grande partie le même pour chaque type de condition. De même, les raisons de ne pas avoir répondu ne variaient pas significativement d'une condition à l'autre, ce qui donne à penser que les types d'incitatifs introduits n'ont pas eu d'incidence sur le biais de réponse. Cependant, nous n'avons procédé qu'à une analyse limitée des profils des répondants, car toutes les données de la HSE de 2006 ne sont pas encore disponibles. Lorsqu'elles le seront, une analyse plus approfondie portant sur les profils sociodémographiques des répondants pour chaque condition de l'expérience sera effectuée.

Il existe certaines preuves que l'inclusion d'un carnet de timbres avec les questionnaires envoyés aux répondants lors d'enquêtes par la poste a un effet positif sur les taux de réponse (Nicolaas, 2006). Toutefois, les données de la présente expérience suggèrent que, dans le cas d'une enquête sur place à plusieurs degrés au niveau du ménage, telle que la HSE, les tentatives en vue d'instituer des méthodes empruntées à des études moins complexes ou réalisées selon des modes de collecte différents ne donnent pas lieu à une transposition des résultats. Ainsi, notre expérience a montré que les incitatifs sans condition n'ont pas d'effet significatif sur les taux de réponse à la HSE.

Références

- McConaghy, M, et Beerten, R. "Influencing response on the Family Resources Survey by using incentives", *Social Survey Methodology Bulletin*, 51, pp. 27-35.
- National Centre for Social Research (2003) "National Travel Survey 2002: Report on incentives experiment", unpublished report, London, England: National Centre for Social Research.
- Nicolaas, G. (2006) "Population coverage and response rates for a postal survey on social capital", *Social Survey Methodology Bulletin*, Special Edition, 58, pp. 47-55.
- Singer, E (2002) "The use of incentives to reduce non-response in household surveys" in Groves, R et al. (eds.) *Survey Nonresponse*, NewYork: Wiley, pp.163-177.
- Sproston, K et Mindell, J. (2006) (eds.) *Health Survey for England 2004: Volume 2, Methodology and documentation*, London, National Centre for Social Research, p. 44.