# Certains facteurs qui influent sur la nonréponse<sup>1</sup>

#### R. Platek<sup>2</sup>

#### Résumé

La non-réponse est présente dans toutes les enquêtes mais son importance dépend du type de l'enquête, de l'habileté des intervieweurs à mener une entrevue et de la volonté des personnes interviewées à répondre aux questions de l'enquête. Cet article présente une discussion de la non-réponse en relation avec plusieurs enquêtes sur les ménages et, particulièrement, du comportement des taux de non-réponse dans le temps dans une enquête périodique telle que l'Enquête sur la Population Active du Canada.

Un profil du type d'intervieweurs employés par Statistique Canada montre que la corrélation entre la non-réponse et plusieurs caractéristiques des intervieweurs n'est pas significative. Ce sont les répondants eux-mêmes et la motivation dont ils font preuve qui sont les éléments clés d'une entrevue et par conséquent, des relations avec le répondant.

Cet article discute les résultats de plusieurs études qui ont été faites pour mieux comprendre les effets du fardeau qui est imposé au répondant, du choix du répondant, et de certaines formes d'incitation à la réponse, afin de mieux connaître les caractéristiques du non-répondant.

Mots-clés : Taux de non-réponse, enquête sur les ménages, fardeau de réponse, incitation à la réponse, profil du non-répondant.

#### 1 Introduction

Depuis plusieurs années, le nombre d'enquêtes, qui servent à recueillir un éventail de données, a beaucoup augmenté dans la plupart des pays. Toute enquête, quelles qu'en soient la nature et la méthode de collecte, subira une forme de non-réponse. La plupart des praticiens en statistique ou des analystes de données voient dans la non-réponse une importante mesure de la qualité des données, puisqu'elle influe sur les estimations en y introduisant à la fois un éventuel biais et une hausse de la variance d'échantillonnage. Comme la variance d'échantillonnage des estimations est inversement proportionnelle au taux de réponse, les estimations fondées sur un échantillon aléatoire simple où le taux de réponse est de 80 % présenteront une variance supérieure de 12,5 % à la variance qu'accuseraient des estimations pour un taux de réponse de 90 %. Dans les échantillons en grappes à plusieurs degrés, ce même rapport se vérifie, mais l'effet se produirait principalement au degré final de l'échantillonnage. S'il est moins important, le rapport entre le biais

<sup>1.</sup> Cet exposé a été présenté largement sous sa présente forme à la 41° session de l'Institut international de statistique à New Delhi du 5 au 15 décembre 1977.

<sup>2.</sup> R. Platek, Division de l'élaboration des enquêtes-ménages.

et la taille de la non-réponse demeure moins évident, puisqu'il dépend aussi bien de l'ordre de grandeur de la non-réponse que des caractéristiques tant des répondants que des non-répondants. Une baisse de la non-réponse sur le terrain n'amène pas nécessairement une baisse du biais. En réalité, on peut démontrer que, si les procédures de réduction de la non-réponse ne sont pas bien conçues ni bien exécutées, le biais pourrait ne pas diminuer et risquerait même d'augmenter. Dans la plupart des enquêtes cependant, l'élimination ou la réduction de la non-réponse est très importante et avantageuse.

Un moyen de prendre la non-réponse en charge est d'employer des méthodes d'imputation ou de repondération au stade du traitement et de l'estimation. Si les corrections de la non-réponse ont plus ou moins d'efficacité comme moyen de réduction du biais, des opérations bien conçues de collecte de données garderont la non-réponse à des niveaux acceptables à un coût raisonnable, d'où une moindre nécessité d'appliquer de telles méthodes à celle-ci.

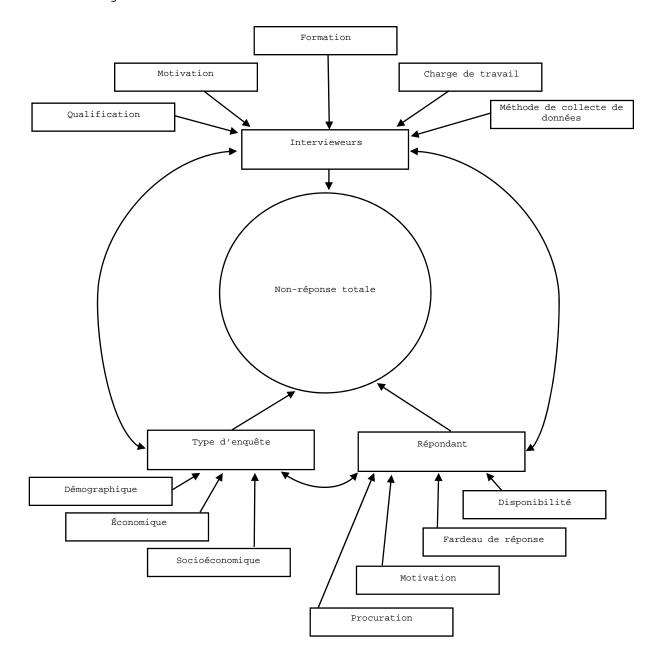
On convient généralement que le problème de la non-réponse est fort complexe, puisqu'il subit l'influence d'un grand nombre de facteurs qui, assez souvent, jouent en des sens qui varient selon les situations d'enquête. Il est donc pour ainsi dire impossible de songer à une seule orientation qui soit uniformément applicable à toutes les enquêtes.

Nous examinerons ici le phénomène de la non-réponse dans les enquêtes auprès des ménages sous l'angle de facteurs comme ceux des intervieweurs, des répondants et de la teneur des enquêtes. De plus, nous examinerons certaines études expérimentales qui nous livrent de l'information sur le fardeau de réponse, la déclaration par procuration ou non et les profils respectifs des intervieweurs et des non-répondants. La plupart des résultats sont tirés de l'expérience acquise avec l'Enquête sur la population active (EPA) qui, au Canada, est une enquête mensuelle réalisée auprès de quelque 55 000 ménages.

## 2 Non-réponse

On peut définir la non-réponse comme le défaut d'obtenir une déclaration exploitable d'une unité déclarante qui appartient légitimement à l'échantillon d'une enquête.

Les sources ou causes possibles de la non-réponse ont foncièrement à voir (i) avec le contenu de l'enquête, (ii) la méthode de collecte de données et (iii) le répondant. On peut présenter dans le graphique suivant ce que sont les grandes sources de non-réponse et les autres facteurs qui entrent en jeu :



La non-réponse peut se diviser en éléments ayant une cause et un traitement propres. Dans une enquête-ménages par exemple, il est possible de distinguer les facteurs suivants de non-réponse : a) ménage

temporairement absent, b) aucun contact à domicile, c) refus, d) aucun intervieweur disponible, e) intempéries, etc. La non-réponse est notamment imputable aux difficultés opérationnelles, aux contraintes de temps et de coût, au manque de collaboration des enquêtés et à des intervieweurs peu capables ou désireux de faire le suivi des non-répondants. Le taux de non-réponse mesure la gravité des problèmes qui se posent et se calcule comme la proportion que représentent les ménages non répondants dans l'ensemble des ménages échantillonnés.

Pour illustrer, les tableaux I et II présentent certains taux de réponse et de non-réponse pour l'EPA et d'autres enquêtes.

Tableau I
Taux de non-réponse de l'EPA par facteur à l'échelle du Canada

Année	/mois	Janv.	Févr.	Mars	Avr.	Mai	Juin	Juill.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
Ensemb	ole	•	•		•			•	•	•	•	•	•
	1973	7,3	7,2	6,8	7,9	7,0	8,4	15,1	10,9	6,5	5,7	5,2	6,6
A	1974	6,0	6,0	6,4	8,3	7,0	6,8	10,4	8,8	5,6	5,5	4,3	4,6
	1975	4,3	4,7	4,6	4,7	4,7	5,8	7,6	6,3	4,3	4,5	4,3	5,3
	1975	10,2	9,3	8,7	7,5	7,9	8,9	13,2	11,0	7,5	7,5	7,0	7,6
В	1976	7,9	7,7	7,3	8,8	9,2	8,6	11,7	9,2	5,8	5,9	6,0	5,3
	1977	6,1	5,9	5,8	4,5	5,8	5,7						
Ménage	e tempora	irement	absent										
	1973	1,8	2,2	1,9	2,4	1,8	3,3	9,1	5,6	1,6	1,3	1,2	1,7
A	1974	1,7	1,8	1,9	2,0	1,5	2,0	6,1	4,7	2,0	1,7	1,0	1,4
	1975	1,4	1,6	1,6	1,2	1,2	2,2	4,2	3,0	1,1	0,9	0,7	1,2
	1975	2,0	2,2	2,1	1,5	1,6	2,8	7,1	5,0	1,7	1,4	1,2	1,4
В	1976	1,9	2,1	2,3	2,3	1,8	2,4	6,2	4,1	1,7	1,4	1,3	1,3
	1977	1,9	1,9	2,2	1,4	1,9	2,3						
Aucun	contact	à domici	le										
	1973	2,5	2,1	2,0	2,6	2,5	2,7	3,2	2,3	2,1	1,9	1,6	2,0
A	1974	1,5	1,7	1,8	2,8	1,9	1,8	1,7	1,7	1,4	1,7	1,4	1,2
	1975	1,0	0,9	1,0	1,2	1,1	1,3	1,2	1,2	1,1	1,4	1,2	1,6
	1975	2,7	2,2	1,8	1,5	1,9	1,8	2,2	2,1	1,8	1,7	1,7	1,8
В	1976	2,2	1,9	1,5	2,8	2,8	2,4	2,4	2,2	1,7	2,0	2,2	1,8
	1977	1,8	1,9	1,6	1,4	2,0	1,7						
Refus													
	1973	1,7	1,9	1,9	2,0	2,0	1,9	1,9	2,3	2,1	2,0	1,9	1,7
A	1974	1,6	1,6	1,7	2,1	2,4	2,3	2,1	1,9	1,6	1,4	1,3	1,2
	1975	1,2	1,2	1,2	1,4	1,6	1,4	1,4	1,3	1,3	1,2	1,4	1,3
	1975	2,1	2,2	2,1	2,0	1,9	1,8	1,7	1,6	1,6	1,5	1,5	1,4
В	1976	1,5	1,6	1,6	1,9	2,5	2,4	2,0	1,9	1,6	1,6	1,7	1,6
	1977	1,6	1,5	1,4	1,3	1,3	1,3						
Autres	3												
	1973	1,3	1,0	1,0	0,9	0,7	0,5	0,9	0,7	0,7	0,5	0,5	1,2
A	1974	1,2	1,0	0,9	1,4	1,2	0,7	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6	0,8
	1975	0,7	1,0	0,8	0,9	0,8	0,9	0,8	0,8	0,8	1,0	1,0	1,2
	1975	3,4	2,7	2,7	2,5	2,5	2,5	2,2	2,3	2,4	2,9	2,6	3,0
В	1976	2,3	2,1	1,9	1,8	2,1	1,6	1,1	1,0	0,8	0,9	0,8	0,6
	1977	0,8	0,6	0,6	0,4	0,6	0,4			1		1	

Les taux A sont ceux de l'ancienne EPA. Les taux B sont ceux de la nouvelle EPA.

Nous devons signaler un certain nombre de tendances dans le comportement des taux de non-réponse de l'EPA. Dans l'ensemble, le taux de non-réponse augmente toujours fortement en juillet et en août (fréquemment dans une proportion de plus de 10 %), ce que l'on doit le plus souvent à une

absence temporaire des ménages partis en vacances (5 % à 9 %). Les principaux facteurs qui influent sur l'ordre de grandeur de la non-réponse sont les ménages temporairement absents et l'absence de contact à domicile. Les taux de refus ont été plutôt stables pendant un certain nombre d'années. Nous avons récemment observé une certaine tendance à la baisse, et les taux de refus paraissent légèrement supérieurs l'été. Comme tendance significative, signalons que, en 1975, l'EPA révisée a présenté un taux de non-réponse relativement élevé. La cause en est probablement le recrutement d'un effectif d'intervieweurs presque entièrement nouveau, ainsi que le lourd fardeau de réponse imposé aux superviseurs sur le terrain par le renouvellement des procédures et des échantillons et de très exigeantes tâches de formation. Lorsque l'enquête est revenue à la normale et que les superviseurs ont pu accorder plus d'attention aux taux de réponse, ceux-ci ont été ramenés à des niveaux plus acceptables.

Tableau II Réponse et non-réponse par type d'enquêtes

		Méthode de	Taux de	Taux de	%
Nom de l'enquête	Année	collecte	réponse	refus	Autre
Dépenses des familles	1967	Sur place	69,0	20,6	10,4
и	1969	u	69,2	16,1	14,7
n	1971	u	81,2	8,3	10,5
n	1972	u	77,5	10,2	12,3
и	1976	u	75,3	14,0	10,7
Dépenses alimentaires	1969	Auto-dénombrement	65,3	11,1	23,6
des familles					
	1974	u	67,7	10,3	22,0
	1976	u	71,9	8,5	19,6
Nutrition Canada	1972	Sur place	50,0	3,0	22,0
		-		25,0*	
Finances des	1972	u	80,0	7,9	12,1
consommateurs					
	1973	u	89,5	8,7	1,8
	1974	u	81,3	8,7	10,0
	1975	u	87,8	8,6	4,0
	1976	u	80,1	8,3	11,6
Voyages des résidents du	1974	Sur place	85,0	4,5	10,5
Canada		_			
Logement	1974	Sur place	87,0	3,8	9,2
EPA	1971-75	"	92,7	1,7	5,6
EPA révisée	1975-77	u	92,2	1,7	6,1

\*Refus de se présenter à la clinique.

On peut voir au tableau II que les taux de non-réponse sont bien moins élevés pour l'EPA que pour les autres enquêtes auprès des ménages. Cela s'explique en grande partie par le caractère ponctuel de ces enquêtes, le caractère délicat des thèmes traités et la longueur et la complexité des questionnaires. D'autres observations ressortent du tableau :

- (i) En temps normal, les taux de refus pour le même type d'enquêtes ne varient pas outre mesure d'une année à l'autre; une exception serait l'Enquête sur les dépenses des familles qui, en 1971, a été réalisée comme enquête supplémentaire de l'EPA.
- (ii) La réponse varie selon les types d'enquêtes pour une même méthode de collecte des données.
- (iii) Les enquêtes supplémentaires de l'EPA présentent des taux de réponse beaucoup plus élevés (Enquête sur les dépenses des familles en 1971 et Enquête sur les finances des consommateurs en 1973 et 1975, par exemple), mais les taux de refus demeurent inchangés.
- (iv) C'est le mode d'auto-dénombrement qui, en relation avec un thème particulier, fait le plus baisser le taux de réponse (lequel se situe entre 60 % et 70 % comparativement à un taux de 70 % à 90 % lorsque les interviews se font sur place).

S'il s'agit des stratégies visant à réduire la non-réponse au minimum, on peut distinguer deux types de non-réponse. Avec les facteurs « Aucun contact à domicile » et « Ménage temporairement absent », un problème de « non-contact » se pose qui revêt surtout un caractère opérationnel. Ce type est à distinguer des véritables problèmes de non-réponse qui se posent lorsqu'il y a eu contact, mais que la réponse est inacceptable.

Pour un problème de « non-contact », il y a, bien sûr, des solutions d'ordre opérationnel. Dans une interview téléphonique ou sur place, le moment et le mode de prise de contact avec l'enquêté sont importants. Il faut que conviennent la taille des tâches d'interview et le temps alloué à la collecte de données. Dans une enquête postale, des éléments comme la vérification des adresses de la liste d'envoi, l'efficience des procédures de rappel et la commodité du matériel d'enquête sont autant de facteurs d'importance. L'ampleur de la non-réponse due au facteur « Aucun contact à domicile » ou « Ménage temporairement absent » nous livre une indication importante sur les problèmes opérationnels qui se posent.

Si les aspects opérationnels et logistiques ont beaucoup de poids, ils n'en dépendent pas moins étroitement des conditions propres aux diverses enquêtes et ils seront généralement maîtrisés par un organisme compétent en collecte des données. Nous nous concentrerons, par conséquent, sur

tout ce qui est problèmes de refus. Admettons au départ que les taux de refus ne sont pas toujours aussi simples qu'il n'y paraît. Un intervieweur pourrait préférer rendre compte d'un refus comme s'il s'agissait d'une absence de contact à domicile ou un enquêté pourrait ne pas répondre à la porte comme moyen de refuser de participer et ce refus serait consigné comme s'il s'agissait d'une absence de contact à domicile. Dans une enquête postale, nous ne sommes pas toujours certains que l'enquêté aura reçu le questionnaire et si, l'ayant reçu, il aura purement négligé de le poster. Ainsi, la distinction entre la volonté de ne pas répondre et d'autres causes n'est pas toujours facile à établir. De toute manière, quelles que soient les causes qui sont consignées, le problème à régler serait la difficulté d'amener le bon enquêté à produire une réponse valide.

En matière de motivation, on peut voir l'enquêté comme ayant une attitude neutre à l'égard de l'enquête, et on considérera alors seulement les facteurs qui peuvent l'amener à répondre ou non : difficultés de compréhension des questions, emploi du temps, confidentialité, indifférence, pertes de mémoire, questions embarrassantes ou trop personnelles, autant d'exemples d'une motivation de non-réponse. À l'opposé, les exemples de motivation de réponse sont l'intérêt pour une une attitude coopérative, le sentiment du devoir, compréhension de l'importance des résultats de l'enquête, entre autres facteurs.

L'enjeu est alors de susciter la bonne motivation et d'infléchir une motivation négative en faveur de la réponse. Le facteur clé est l'enquêté et tout ce qui influe sur sa capacité et son désir de répondre doit être un sujet d'intérêt et de préoccupation pour le concepteur de l'enquête.

# 3 Motivation de l'enquêté

On sait par expérience que, dans la vie de tous les jours, on reçoit normalement une réponse à la question qu'on pose. Qu'est-ce qui fait qu'un enquêté ne répond pas à une enquête ? Les trois grands facteurs sont la perception d'une atteinte à la vie privée, le fardeau de réponse et un sentiment général d'hostilité ou de défiance. Devant ces problèmes, il importe d'adopter le point de vue de l'enquêté, et non des idées préconçues de la part du promoteur ou du concepteur de l'enquête. Les

enquêtés peuvent tenir certains questionnaires pour ennuyeux s'ils ne comprennent pas leur raison d'être ni le rapport qu'eux-mêmes ont avec l'enquête. Dans d'autres circonstances cependant, les mêmes questions pourront être considérées comme très intéressantes et l'enquêté sera enclin à participer. Les moyens généraux d'éveiller la motivation de l'enquêté se divisent en deux parties, à savoir les relations publiques et les relations avec les enquêtés.

Les relations publiques sont les activités qui visent le grand public sous une abondance de formes. Un but à long terme est de susciter dans la population un climat qui aurait pour effet de la faire collaborer à l'enquête. L'image que se fait l'enquêté de l'organisme d'enquête tient une grande place comme facteur de motivation de réponse. On peut invoquer l'étendue et le mode de diffusion des données pour sensibiliser le public à l'importance du rôle que joue l'organisme statistique. Celui-ci doit être bien éveillé aux possibilités de réaction favorable par les médias, tout comme à la nécessité d'affronter les critiques en temps utile et d'une manière appropriée. On peut se servir des relations publiques non seulement pour entretenir une bonne image de soi, mais aussi pour bien faire connaître ses activités et solliciter la collaboration à leur exécution. Une publicité mal conçue desservira toutefois l'organisme statistique auprès des enquêtés et l'exposera à des attaques et donc à des effets négatifs. En règle générale, les campagnes publicitaires conviennent le mieux à des recensements de la population où tout le monde est touché et pour lesquels on se doit de motiver l'ensemble des gens. Quand l'échantillon d'une enquête est modeste à l'échelle de la population, il est normalement préférable d'éviter toute publicité directe et de se concentrer plutôt sur les relations avec les enquêtés.

# 4 Relations avec les enquêtés

Une définition pratique de ces relations serait toute mesure visant individuellement l'enquêté et pouvant influer sur son attitude et sa motivation à l'égard de l'enquête. Comme nous l'avons indiqué, les problèmes les plus inquiétants sur ce plan sont la perception d'une atteinte à la vie privée, le fardeau de réponse et les sentiments généraux d'hostilité ou de défiance. Pour ce qui est de l'hostilité et de la méfiance, nous avons déjà fait mention des relations publiques et de

l'image que projette l'organisme statistique. Il importe au plus haut point d'établir l'identité de l'intervieweur et du promoteur ou de l'organisme d'exécution de l'enquête. On sait par expérience que des intrus profiteront de la tenue d'une enquête pour prendre contact avec des gens ou s'introduire chez eux, d'où l'importance que l'intervieweur établisse officiellement son identité et que le matériel d'enquête ait tout son aspect officiel.

Un excellent moyen d'éviter les sentiments d'hostilité et de défiance est souvent la lettre de présentation, des exemples offerts de l'utilité des données et des brochures décrivant les objectifs et les pouvoirs d'enquête.

Les atteintes à la vie privée ont à voir avec la teneur du questionnaire, bien qu'on constate que les réactions des enquêtés sont fort variables. On peut compter sur un grand nombre de procédures permettant d'atténuer les effets sur l'enquêté et la marche à suivre devrait être adaptée aux circonstances. Il serait préférable dans certains cas de laisser l'enquêté répondre en tout anonymat, ce qui peut se faire en auto-dénombrement avec un questionnaire sans données d'identification. Dans bien des cas cependant, il sera essentiel que le questionnaire porte un indicatif régional ou une désignation d'échantillonnage à des fins de pondération et d'estimation, mais il faudra faire en sorte que l'enquêté n'y voie pas un moyen de reconnaître ses réponses.

Il n'y a pas que les garanties de protection de la vie privée, puisque on a aussi eu pour règle dans certains cas de récompenser l'enquêté de son temps et de ses efforts. Un petit cadeau sert souvent à encourager l'enquêté à collaborer.

# 5 Étude de l'incitation à répondre

Une expérience portant sur l'incitation à répondre, qui a eu lieu dans le cadre de l'EPA en 1975 et 1976, visait à établir avec quelle efficacité un « encouragement à répondre » venait améliorer les relations avec les enquêtés et le rendement des intervieweurs.

Le cadeau dans cette expérience a été le « Petit Canada », publication annuelle de Statistique Canada qui présente d'une manière attrayante,

par des textes et des images, les faits économiques, sociaux et culturels au Canada. Pour cette mesure de l'efficacité du Petit Canada comme encouragement à répondre, on a divisé les intervieweurs de tout le pays en un sous-échantillon expérimental et un sous-échantillon témoin.

Les intervieweurs du groupe expérimental ont remis un exemplaire du Petit Canada à tout ménage participant à l'enquête pour la première fois. Ils ont expliqué aux enquêtés que cette publication récompensait leur collaboration à l'enquête. S'ils se heurtaient à un refus, les intervieweurs remettaient quand même l'exemplaire à l'enquêté en expliquant brièvement que le livre était distribué à tous les ménages sélectionnés. En revanche, le sous-échantillon témoin n'a reçu d'autre amorce à la participation que la lettre habituelle de présentation et la carte d'identité de l'intervieweur. Nous parlerons plus loin des conclusions tirées de cette étude.

Tableau III

Taux de refus (en pourcentage) dans les sous-échantillons témoin et expérimental selon le nombre de mois de participation d'un ménage à l'enquête

Nombre de mois dans l'enquête	Unités autorepré	sentatives (UAR)	Unités non autoreprésentatives (UNAR)			
	Sous-échantillon	Sous-échantillon	Sous-échantillon	Sous-échantillon		
	témoin	expérimental	témoin	expérimental		
1	2,07	2,01	1,12	1,01		
2	1,55	1,48	1,11	1,01		
3	1,75	1,33	1,48	1,37		
4	2,05	1,76	1,73	1,47		
5	2,43	1,81	1,88	1,63		
6	2,47	2,05	1,97	1,72		

Les ménages qui ont reçu le Petit Canada présentaient des taux de refus inférieurs à ceux des autres ménages (tableau III). Les différences observées de taux de refus entre les groupes témoins et les groupes expérimentaux n'étaient pas significatives sauf pour les groupes 4 et 5, mais comme les 6 groupes avaient des taux de refus inférieurs dans le sous-échantillon expérimental à la fois pour les secteurs UAR et UNAR, la différence aurait été jugée significative au test de signes.

Nous avons obtenu des données qualitatives sur l'efficacité des encouragements à répondre sous l'angle des attitudes et de l'acceptation des intervieweurs grâce à un questionnaire d'évaluation auquel ont répondu tous les intervieweurs des sous-échantillons témoin et expérimental au terme de l'expérience. Les résultats indiquent que les

intervieweurs comme les enquêtés avaient une réaction très favorable au Petit Canada. La majorité des intervieweurs ont dit juger que ces encouragements étaient nécessaires et qu'ils aidaient à établir de bons rapports avec les enquêtés, ce qui est probablement plus important qu'une légère diminution des taux de refus. L'expérience sur l'incitation à répondre a également démontré le besoin bien réel de livrer à l'enquêté une certaine information sur l'utilité des données d'enquête.

### 6 Effet de l'intervieweur sur l'enquêté

Dans maintes enquêtes auprès des ménages, l'intervieweur demeure le principal contact et souvent le seul de l'enquêté avec l'enquête, aussi le succès dépendra-t-il au plus haut point de la façon dont l'intervieweur présente son enquête à l'enquêté.

Encore récemment, la plupart des intervieweurs n'étaient pas bien formés à tout ce qui est relations publiques et motivation dans leurs tâches. L'expérience nous enseigne que les enquêtés sont amenés à collaborer autant par la sincérité et la compétence de l'intervieweur que par la justesse des arguments qu'il présente.

Il est sûr qu'on se doit de bien motiver les intervieweurs et de le faire constamment en réalité, sinon comment espérer qu'ils motivent à leur tour les enquêtés ? Il faut aussi dire que, si on recrute les intervieweurs en misant sur l'intelligence, la compétence générale, la disponibilité et l'état de santé sans tenir compte de leur capacité et de leur désir de nouer de bons rapports avec les gens, on peut raisonnablement craindre qu'un nouvel intervieweur ne connaisse une longue suite de problèmes de non-réponse. Cela implique l'adoption d'un programme mûri et bien exécuté visant à former et à reformer les intervieweurs en matière de motivation des enquêtés et à bien pénétrer l'intervieweur de l'importance de l'enquête et de la validité des arguments qu'il offre à l'enquêté. Par ailleurs, une enquête ne saurait livrer une information précise si les enquêtés ignorent ce qu'on recherche comme renseignements ou n'y ont pas accès. Le choix des enquêtés est donc important. Parfois, seul l'enquêté même peut fournir les données requises. Tel est le cas s'il s'agit de renseignements personnels ou si intimes qu'une réponse par procuration risquerait d'introduire un biais. Il reste que, dans certains cas, une

réponse par procuration venant d'un autre membre responsable du ménage sera tout à fait acceptable ou inévitable.

### 7 Choix de l'enquêté

Obtenir des données de chaque personne concernée (sans procuration) pourrait se révéler impossible compte tenu des contraintes de temps d'une enquête ou cela pourrait coûter très cher. Ajoutons que, dans des interviews sans procuration, le taux de non-réponse peut être élevé, ce qui accroîtra tant la variabilité d'échantillonnage que le biais de non-réponse. Par contre, la procuration aura peut-être pour effet de hausser les taux de réponse, d'alléger le fardeau de réponse et de diminuer le coût de la collecte de données.

Une étude spéciale de la déclaration sans procuration avec un panel d'essai de méthodes (PEM) a eu lieu en 1974 au Canada. On s'est alors servi du questionnaire de l'EPA et on a procédé à une comparaison de non-réponse entre l'étude PEM et l'EPA. Les taux de non-réponse et les taux de procuration sont décrits au tableau IV.

Tableau IV

Taux de non-réponse et taux de procuration en pourcentage dans le PEM et l'EPA (pour les mêmes secteurs d'affectation). Moyenne pour la période d'étude en ventilation par le type de non-réponse et le type de secteur (mai à novembre 1974)

	Unités auto- représentatives		Unités non auto- représentatives		Ensemble	
	PEM %	EPA %	P <b>EM</b> %	EPA %	PEM %	EPA %
Non-réponse totale	11,6	6,9	9,3	3,9	11,0	5,9
Ménage temporairement absent et aucun contact à domicile	6,6	4,4	4,7	3,0	6,1	4,0
Refus	4,4	2,0	4,5	0,7	4,4	1,5
Autre	0,6	0,5	0,2	0,2	0,5	0,4
Taux de procuration moyen	23,4	52,3	7,1	44,8	19,3	49,7

L'expérience a démontré la possibilité d'abaisser le taux de procuration de 52,3 % dans l'EPA pour les UAR à 23,4 % dans le PEM, de 44,8 % pour les UNAR à 7,1 % et de 49,7 % pour l'ensemble à 19,3 %. Toutefois, l'exigence de déclaration sans procuration a fait que les taux de non-réponse ont été bien plus élevés que dans l'EPA. Tant la non-réponse totale que les taux de refus ont doublé dans la plupart des secteurs et plus que doublé dans certains.

L'acceptation d'enquêtés appropriés par procuration est donc un moyen efficace d'abaisser le taux de non-réponse et offre comme autre avantage la possibilité de réduire habituellement les coûts. Il reste que, du point de vue de l'enquêté, la participation à l'enquête pourrait toujours constituer une ponction excessive sur son temps et son énergie.

### 8 Fardeau de réponse

Le fardeau de réponse a de nombreuses facettes : longueur du questionnaire ou de l'interview, niveau de détail imposé, caractère sensible du thème traité, etc.

Pour cerner l'effet possible du fardeau de réponse sur la non-réponse, nous avons mené une autre étude à l'aide du panel d'essai de méthodes (PEM) et mesuré l'incidence sur les taux de réponse de l'EPA d'un questionnaire supplémentaire auquel devait répondre l'échantillon. Il s'agissait d'évaluer la charge de réponse sous l'angle des variations des taux de non-réponse pour les types suivants de questionnaires utilisés avec l'EPA sur les finances des consommateurs (FC), l'équipement ménager (EM) et la mobilité professionnelle. L'Enquête sur les finances des consommateurs traitait notamment du revenu et de l'actif, l'Enquête sur l'équipement ménager, du type de logement, du chauffage, d'appareils domestiques comme les réfrigérateurs et les postes de radio et de télévision, et enfin l'Enquête sur la mobilité professionnelle, des perspectives de mobilité en fonction des professions où des emplois sont disponibles.

Les tableaux qui suivent résument les résultats de ces expériences. On y analyse le fardeau de réponse en considérant les tendances des taux de non-réponse et de refus dans une période de quatre mois.

Tableau V(A)
Taux de non-réponse de l'EPA selon le type de fardeau

	Mois Type de fardeau  Avril Mai Ju				ois		
	Type de fardeau	Avril	Mai	Juin	Juillet		
Taux total de non-réponse (%)	FC et EM dans le même mois	9,35	9,99	14,38	27,46		
	FC et EM dans 2 mois (consécutifs)	10,58	11,28	12,13	17,19		
Taux de refus (%)	FC et EM dans le même mois	3,25	4,41	4,31	5,03		
	FC et EM dans 2 mois	1,76	3,22	3,47	4,07		
Taille moyenne de l'échantillon par		750	750	600	450		
type de fardeau des ménages							

<sup>1.</sup> En juillet, on a utilisé un autre questionnaire supplémentaire, celui de l'Enquête sur la mobilité professionnelle.

D'après le tableau V(A), les taux de non-réponse et de refus évoluent plus en hausse chez les ménages ayant à répondre à deux longs questionnaires le même mois que chez les ménages ayant à faire de même, mais à un mois d'écart. Cette tendance se fait plus évidente dans les mois qui suivent chez les ménages exposés à ces deux types de questionnaires.

En juillet, soit deux mois après l'expérience principale, les groupes de renouvellement 2, 3 et 4 qui avaient déjà eu à répondre aux questionnaires FC et EM et qui étaient toujours dans l'échantillon ont eu à répondre au questionnaire sur la mobilité professionnelle. Le but dans cette expérience est de constater la réaction des enquêtés à un autre long questionnaire supplémentaire. Les résultats figurent au tableau V(B).

Tableau V(B)
Taux de réponse de l'EPA selon le type de fardeau

		-	obilité professionnelle let avec
Groupe de	Taille moyenne	FC et EM dans le même	FC et EM dans 2 mois
renouvellement	d'échantillon	mois	
2	216	86,96	86,99
3	211	73,78	82,74
4	230	73,44	89,17
	657 (total)	78,04 (moy.)	86,39 (moy.)

La source de la charge de réponse (FC et EM dans le même mois) a donné des taux de réponse significativement plus bas à comparer à la partie de l'échantillon PEM ayant eu à répondre à ces deux questionnaires à un mois d'écart.

Les résultats concernaient l'EPA même, mais aussi les enquêtes supplémentaires : a) les taux de réponse étaient un peu moindres pour l'enquête FC avec l'enquête EM (dans le même mois) que pour la FC sans l'EM. À noter qu'on a à répondre à la FC après l'EM, d'où un effet possible à cause de la charge supplémentaire imposée à l'enquêté qui a à répondre aux deux questionnaires le même mois; b) les ménages ayant eu à répondre aux deux enquêtes en avril étaient bien moins enclins à répondre à l'enquête de juillet que ceux qui avaient eu à répondre aux deux premières séparément en avril et mai.

En avril 1976, on a mené l'enquête supplémentaire sur les finances des consommateurs. Le tableau qui suit indique les taux de refus par groupe de renouvellement pour un certain nombre de mois. Chaque groupe de renouvellement (NR) est un panel de ménages qui demeure dans l'EPA six mois de suite pour ensuite être remplacé par un nouveau panel.

Tableau VI
Taux de refus de l'EPA selon les groupes de renouvellement (NR)
Juillet 1975 à décembre 1976

Mois	NR1	NR2	NR3	NR4	NR5	NR6
Juill. 1975	1,4	1,9	1,8	1,8	1,6	1,5
Août	1,3	1,4	1,7	1,9	1,6	1,6
Sept.	1,5	1,4	1,6	1,8	1,7	1,6
Oct.	1,4	1,2	1,2	1,7	1,8	1,7
Nov.	1,5	1,4	1,2	1,5	1,5	1,7
Déc.	1,5	1,4	1,3	1,5	1,2	1,5
Janv. 1976	1,7	1,5	1,3	1,7	1,3	1,4
Févr.	1,4	1,6	1,4	2,0	1,4	1,6
Mars	1,4	1,5	1,7	2,1	1,5	1,8
Avril*	1,8	1,8	2,0	2,2	1,7	2,1
Mai	2,6	2,6	2,9	2,6	1,8	2,5
Juin	2,4	2,4	2,8	3,1	1,5	1,1
Juill. 1976	1,3	2,4	3,0	2,9	1,4	1,2
Août	1,1	1,4	3,0	3,0	1,5	1,3
Sept.	1,4	1,3	1,2	3,1	1,7	1,4
Oct.	1,8	1,6	1,2	1,7	1,8	1,6
Nov.	2,1	2,0	1,6	1,6	1,5	1,9
Déc.	2,1	1,9	1,6	1,6	1,3	1,5

<sup>\*</sup>Enquête sur les finances des consommateurs.

On peut faire les observations suivantes au tableau :

- a) Le taux de refus des ménages est moindre au deuxième mois qu'au premier dans tous les groupes de renouvellement sauf dans le groupe NR3 introduit en mars, et ce, indépendamment du mois d'entrée.
- b) Les taux de refus ont augmenté pour tous les groupes de renouvellement en avril quand l'enquête FC a été introduite.
- c) À compter d'avril, les taux de refus augmentent avec la durée du séjour d'un groupe de renouvellement dans l'échantillon. Le groupe en sortie d'échantillon en avril présente la plus petite hausse de taux de refus. C'est évidemment que les enquêtés sont alors disposés à accepter cette charge supplémentaire d'enquête en sachant que c'est la dernière fois qu'ils répondent.
- d) L'Enquête sur les finances des consommateurs semble imposer un fardeau supplémentaire à l'enquêté de l'EPA, ce dont témoigne

l'augmentation des taux de refus non seulement pour un mois au moment de l'enquête FC, mais pour tous les mois jusqu'à ce que le groupe soit en sortie d'échantillon.

### 9 Profil de l'intervieweur

Dans les enquêtes spécialisées et délicates, on a très souvent besoin d'intervieweurs spécialisés. Dans la majorité des cas, un intervieweur moyen peut néanmoins obtenir de très bons résultats à condition d'être bien formé.

Dans cette section, nous tâcherons d'esquisser le profil d'un intervieweur affecté à l'EPA et à d'autres enquêtes liées. Il sera aussi question des liens possibles entre diverses caractéristiques et les taux de non-réponse.

Pour un effectif de 2 800 intervieweurs, nous avons obtenu les renseignements suivants sur ceux-ci :

- a) La vaste majorité (près de 90 %) sont des femmes et 13 % seulement sont célibataires.
- b) Près de 90 % comptent au moins 10 années d'études; 27 % ont terminé des études postsecondaires et 10 % sont titulaires d'un grade universitaire.
- c) L'âge moyen est de 45 ans et la fourchette va de 18 à 77 ans.
- d) Un grand nombre (60 % à 70 %) ont déjà l'expérience des rapports avec le public.
- e) Au total, 36 % comptent moins d'un an d'expérience comme intervieweurs, 32 %, de 1 à 2 ans, et le reste, de 3 à 10 ans.
- f) Le taux de roulement est d'environ 30 % par an.

Nous pouvons nous guider sur une connaissance des caractéristiques personnelles de intervieweurs non seulement pour trouver de bons remplaçants le cas échéant, mais aussi pour juger de la nature et de l'étendue de la formation à prévoir pour eux. Il paraît raisonnable de supposer que ces caractéristiques jointes à des facteurs comme la taille des tâches, l'expérience acquise et le roulement pourront déterminer le rendement à attendre des intervieweurs. Nous avons fait une analyse de

régression simple entre les taux de non-réponse et les tâches d'interview, puis une régression linéaire multiple avec pour variable dépendante la non-réponse et pour variables indépendantes la taille de la tâche, les années d'expérience, l'âge de l'intervieweur en années et son nombre d'années de scolarité. Nous avons fait porter l'étude sur quelque 500 intervieweurs dans chaque type de secteurs UAR ou UNAR.

#### Voici les résultats obtenus :

- a) Les coefficients de régression étaient petits ou non significatifs entre les taux de non-réponse, d'une part, et tous les facteurs de non-réponse et les quatre variables indépendantes. De même, les coefficients de corrélation multiple n'étaient pas significatifs.
- b) Nous avons dégagé un coefficient de corrélation petit et négatif entre la non-réponse totale et la taille de la tâche pour les tâches prises isolément, mais un coefficient important et négatif quand les tailles de tâche étaient groupées en classes par intervalles de dix ménages. On peut constater au tableau VII, plus particulièrement pour les secteurs UAR, que la tendance est à la baisse pour les taux de non-réponse à mesure qu'augmente la taille de la tâche. La même constatation vaut pour les taux de refus dans les secteurs UAR, mais la tendance s'inverse dans les secteurs UNAR à cause des taux de refus relativement élevés dans les tranches de taille de tâche de 70 à 79 et de 80 à 89 ménages.
- c) Il convient de noter que les taux de refus les plus bas dans les secteurs UAR sont liés à la tranche de taille de tâche de 50 à 59 ménages. C'est là la tâche la plus fréquente. On n'observerait pas le même phénomène dans les secteurs UNAR (voir le tableau VII).

Un facteur à considérer dans le cas des données qui précèdent est le rôle du personnel de supervision. Chaque mois, les superviseurs attribuent les tailles de tâche aux intervieweurs à dessein selon l'évaluation empirique qu'ils font de leurs capacités, ce qui rend plutôt difficile toute analyse statistique de ces données.

Il semblerait toutefois que, en ce qui concerne les intervieweurs de l'EPA, on a su trouver un équilibre entre leurs caractéristiques et leur rendement, d'où la faiblesse constatée des taux de non-réponse dans ce cas. On pourrait peut-être encore embellir un peu la situation par une amélioration de la formation et des conditions de travail.

Tableau VII Taux de non-réponse et taux de refus selon la taille de la tâche et le type de secteurs (données de l'EPA de janvier 1977)

Taille de	Un	ités autore	présentativ	res	Unit	és non auto	représenta	tives
la tâche			Taux 1	moyens			Taux :	moyens
	A	В	C (%)	D (%)	A	В	C (%)	D (%)
10-19	4	62	8,06	4,84	25	316	8,86	1,24
20-29	8	173	7,51	2,31	52	1 100	6,91	0,64
30-39	26	878	7,06	2,05	101	3 050	6,89	1,25
40-49	62	2 674	6,62	2,06	131	5 056	5,76	1,05
50-59	134	6 897	5,70	1,94	153	7 109	6,93	1,42
60-69	129	7 874	5,63	1,60	83	4 540	5,57	0,97
70-79	81	5 652	5,36	1,73	30	1 920	6,56	1,82
80-89	37	2 860	5,42	1,99	10	708	4,38	1,98
90-99	6	519	6,74	2,50	1	69	5,80	1,45
100+	6	586	1,71	0,51	0	0	_	-
Total	493	28 175*	5,66	1,81	585	23 368*	6,33	1,24

<sup>\*</sup>Affectation de 1 à 9 ménages omise avec 23 cas dans les secteurs UAR et 29 dans les secteurs

Légende : A = Nombre d'intervieweurs

B = Nombre de ménages

C = Non-réponse

D = Refus

# 10 Profil de la non-réponse

Une bonne motivation des enquêtés est essentielle si on entend garder les taux de non-réponse à des niveaux acceptables. Il sera bien plus facile de faire naître une motivation favorable si on peut reconnaître les non-répondants éventuels avant qu'ils ne le deviennent. Il serait intéressant de déterminer au moins donc ce que caractéristiques et leurs antécédents en gros. C'est pourquoi nous avons étudié un profil de ménages ayant répondu au moins une fois en six mois à l'Enquête sur la population active. Les différences de caractéristiques selon le nombre de fois que les ménages n'ont pas répondu pourraient nous permettre de faire le lien entre celles-ci et la non-réponse et nous suggérer des procédures de réduction de cette dernière.

Les données du tableau qui suit sont tirées d'un fichier de données sur six mois qui regroupe les indications d'enquête pour un ménage sur les six mois où celui-ci fait partie de l'échantillon. Au tableau VIII, nous présentons certaines données sur les tendances entre la non-réponse et certaines caractéristiques des non-répondants.

Tableau VIII

Taille du ménage et taux de chômage, d'une part, et fréquence et type de nonréponse, d'autre part

Fréquence de la non-réponse	Ménage temporairement absent		rement domicile		Re	fus	Réponse chaque mois sur les six		
	(a)	(b)	(a)	(b)	(a)	(b)	(a)	(b)	
1	2,84	5,88	2,55	7,21	2,85	6,82			
2	2,37	7,34	2,31	10,78	3,14	6,90			
3	2,16	9,78	2,42	9,50	3,39	10,37			
4-5	1,65	13,64	1,92	6,06	3,46	9,34			
Moyenne	2,62	6,46	2,44	7,92	3,23	8,39	3,39	7,92	

(a) Taille moyenne du ménage (b) Taux de chômage

Voici des observations au tableau qui précède :

- (i) La taille moyenne du ménage était moindre en cas de non-contact (« Aucun contact à domicile » et « Ménage temporairement absent ») qu'en cas de contact (réponses et refus).
- (ii) Le taux moyen de chômage est à peu près le même entre les répondants et les non-répondants pour « Aucun contact à domicile »; le taux est supérieur pour les refus; il est inférieur pour « Ménage temporairement absent ».
- (iii) La tendance est à la baisse pour la taille du ménage aussi bien pour « Ménage temporairement absent » que pour « Aucun contact à domicile » à mesure qu'augmente la fréquence de non-réponse. Dans le cas de « Ménage temporairement absent » par exemple, la taille du ménage est de 2,84 pour les ménages qui n'ont pas répondu 1 mois sur 6 et elle tombe à 1,65 pour les ménages qui n'ont pas répondu 4 ou 5 fois sur 6. Cela implique que le noyau dur pour « Ménage temporairement absent » et « Aucun contact à domicile », ce sont les ménages comptant seulement une ou deux personnes. La tendance est toutefois simplement l'inverse pour les refus.
- (iv) Pour « Ménage temporairement absent », le taux de chômage évolue en hausse à mesure qu'augmente la fréquence de nonréponse, ce qui indique que les ménages de la catégorie

« Ménage temporairement absent » à long terme sont susceptibles de présenter des taux de chômage supérieurs.

Une nouvelle étude du fichier de données sur six mois a démontré que le nombre d'années de scolarité d'un non-répondant éventuel est à peu près le même que celui d'un répondant.

#### 11 Conclusions

Des données émanant d'un grand nombre d'enquêtes et d'organismes d'enquête font voir que le public se préoccupe davantage de la fréquence des enquêtes et de leurs conséquences sur le plan de la vie privée. Il s'ensuit une hésitation grandissante de la population à collaborer aux enquêtes. La question est sérieuse, puisque l'enquêté est la pièce maîtresse dans toute collecte de données.

Nous avons signalé dans notre exposé que, même dans les conditions actuelles, des enquêtes bien établies et maîtrisées au Canada comme l'Enquête sur la population active peuvent maintenir un niveau acceptable de non-réponse. Que la non-réponse ne se situe pas à des niveaux alarmants s'explique par les efforts consentis en vue d'entretenir de bonnes relations avec les enquêtés et une bonne réputation en matière de confidentialité, de productivité et d'utilisation des données. Il reste que, même dans l'Enquête sur la population active, il est possible d'observer un alourdissement du fardeau de réponse qui se manifeste par des taux supérieurs de refus quand les questionnaires supplémentaires sont longs et sensibles.

On doit constamment s'attacher à l'incidence des questions sensibles sur les enquêtés, tout comme au degré d'imposition d'un fardeau de déclaration. Ajoutons que les expériences menées sur les questions posées et les réactions du public devraient être la règle plutôt que l'exception si nous voulons juger de l'acceptabilité des questions et des meilleures méthodes de collecte de données. La formation des intervieweurs non seulement à la mécanique du repérage des enquêtés, de l'exécution des interviews et de la consignation des réponses, mais aussi à l'art des relations avec les enquêtés peut jouer un grand rôle dans l'obtention de données complètes et fiables.

Disons enfin qu'on devrait exercer un strict contrôle sur l'utilisation des bases de sondage si nous entendons réduire le plus possible les chevauchements d'échantillonnage de ménages dans l'éventail des enquêtes, tout en veillant à ce que les ménages déjà mis à contribution ne soient plus sélectionnés avant un certain laps de temps.

### Bibliographie

- [1] Platek, R. et Singh, M.P. (1976), "Méthodologie de l'Enquête sur la population active du Canada", Statistique Canada, Division du développement des enquêtes auprès des ménages.
- [2] Singh, M.P. et Tessier, R. (1976), "Feasibility Test for Complete Non-Proxy Procedure Methodology and Analysis", Statistique Canada, Division du développement des enquêtes auprès des ménages.
- [3] Household Surveys Development Division (1975-76), Test on Respondent Burden.
- [4] Platek, R., Singh, M.P. et Tremblay, V. (1977), "Ajustments for Non-Response in Surveys", présenté lors du *Symposium on Survey Sampling* à l'Université de Caroline du Nord.
- [5] Gower, A. (1977), "The Response Incentives Experiment in the Canadian Labour Force Survey", Statistique Canada, Division du développement des enquêtes auprès des ménages.