

UNE ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE L'UTILISATION D'INTERNET DANS LES ENQUÊTES DE SANTÉ PUBLIQUE EN POPULATION GÉNÉRALE : RÉPLICATION DE L'ENQUÊTE ALÉATOIRE PAR TÉLÉPHONE FECOND AU SEIN D'UN PANEL D'INTERNAUTES VOLONTAIRES

Stéphane Legleye ¹ & Géraldine Charrance ¹ & Nicolas Razafindratsima ¹
& Équipe Inserm Fecond

¹ *Service des enquêtes, Ined, 133bd Davout, 75980 Paris Cedex 20,*
Stephane.legleye@ined.fr, geraldine.charrance@ined.fr, razafind@ined.fr

Dans le contexte actuel de baisse tendancielle des taux de participation aux enquêtes mobilisant des modes de collecte traditionnels comme le face-à-face et surtout le téléphone, Internet offre potentiellement une alternative de choix pour la réalisation d'enquêtes en population générale. Hausse de la part des ménages équipés, faiblesse des coûts, rapidité de collecte, absence d'effet enquêteur, interactivité, etc. sont les principaux atouts de la collecte par Internet (Fripiat et Marquis, 2010).

Mais recruter un échantillon représentatif de la population générale pour répondre à une enquête par Internet est une gageure. Tout d'abord en raison du défaut de couverture : en 2011, plus de 25 % des ménages n'étaient pas équipés de connexion Internet en France (enquête Technologies de l'information et de la communication, Insee, 2011). Ensuite par ce que l'absence de base de sondage d'internautes ne permet pas la sélection aléatoire des participants directement sur Internet, condition *sine qua non* de la représentativité de l'échantillon. Enfin, bien qu'il reste possible de recruter des personnes via un sondage aléatoire par téléphone ou par face-à-face, pour les inviter ensuite à répondre par Internet, la démarche est complexe, coûteuse et pâtit éventuellement de la faiblesse des taux de participations aux enquêtes mobilisant ces modes de collecte (face à face et surtout téléphone) ; elle conduit de plus à des enquêtes multi-modes ou à l'exclusion des personnes non connectées, et n'a pas encore fait l'objet d'une évaluation en France.

D'un autre côté, les enquêtes commerciales ou d'opinion utilisant des panels d'internautes volontaires recrutés par les instituts de sondage sont très nombreuses. Qu'en est-il de leur qualité ? Peut-on se fier à des études menées sur de telles populations lorsqu'il s'agit de santé publique ?

Pour évaluer ce point, nous avons répliqué sur un panel d'internautes volontaires d'un institut de sondage, une enquête nationale portant sur la santé sexuelle et reproductive réalisée un an plus tôt par téléphone en population générale via une génération aléatoire de numéros (enquête Fecond). Les deux échantillons comprennent chacun 8000 personnes âgées de 16-49 ans.

Cette présentation expose d'abord la méthodologie de sondage et de sollicitation retenue pour sélectionner les personnes au sein du panel, puis la comparaison des structures des échantillons téléphoniques et Internet, et enfin les écarts de prévalence et les différences de déterminants des principaux indicateurs de santé sexuelle et reproductive selon le type d'enquête. Des pistes de réflexion sur les utilisations possibles de ce recours à Internet sont finalement évoquées.

Bibliographie

Fripiat, D., et Marquis, N. (2010). Les enquêtes par internet en sciences sociales, un état des lieux, Population-F, 65, 309-338.