

# LA QUALITÉ DES ÉCHANTILLONS DANS UNE ENQUÊTE POSTALE L'ISSP EN FRANCE DE 1996 À 2011

Pierre Bréchon <sup>1</sup> & Annie-Claude Salomon <sup>2</sup>

<sup>1</sup> *IEP, Pacte UMR 5194, BP 48, 38040 Grenoble cedex 9,*

*pierre.brechon@sciencespo-grenoble.fr*

<sup>2</sup> *CNRS, Pacte UMR 5194, BP 48, 38040 Grenoble cedex 9,*

*annieclaude.salomon@umrpacte.fr*

Cette communication s'appuie sur les données de l'International Social Survey Programme (ISSP). L'ISSP réunit 48 pays qui réalisent chaque année une enquête sur un thème particulier, répliqué environ tous les 10 ans. La France participe à ce programme depuis 1996, représentée par un consortium de chercheurs et d'enseignants de sociologie et science politique, réunis dans le groupe ISSP-France (Pacte, CMH, LSQ/Crest).

Les contraintes internationales sur le mode d'échantillonnage et d'administration de l'enquête ont conduit à recueillir les données par questionnaire auto-administré postal. Ce questionnaire est strictement limité à 60 variables sur la thématique annuelle, complété par un nombre important de variables sociodémographiques et culturelles. Un échantillon de l'ordre de 10 000 ménages (avec quelques variations annuelles) est sélectionné aléatoirement à partir d'une base d'adresses disponibles (type annuaire téléphonique).

On a cherché au fil des années à améliorer le taux de retour en introduisant d'abord une première relance (2001), puis une sensibilisation téléphonique au moment du premier envoi postal (2008). Des tests ont été faits pour mesurer l'effet de l'annonce d'un don à la Croix rouge pour toute réponse reçue, pour tester aussi l'effet d'une tombola et de l'administration par internet. En 2011, on a introduit une seconde relance et expérimenté l'effet d'une nouvelle sensibilisation téléphonique auprès de ceux qui n'avaient pas encore répondu. Ces différentes mesures se sont révélées assez efficaces puisqu'on atteint aujourd'hui un taux de retour d'environ 40 % .

La qualité des échantillons recueillis depuis 1996 peut être observée grâce aux variables sociodémographiques suivies dans le temps. Le thème de l'enquête introduit d'assez forts effets d'auto-sélection de l'échantillon. On a aussi pointé une forte dégradation de la représentation des jeunes générations (surtout à partir de 2006). Les listes issues de l'annuaire téléphonique ne représentent plus que 54 % des ménages français (source : rapport Credoc 2009), à la fois âgés et plus ruraux que la moyenne de la population. L'ISSP mesure également un niveau d'études atteint. Bien qu'âgé, l'échantillon est aussi fortement diplômé. Le caractère auto-administré de l'enquête pourrait renforcer ce phénomène présent dans toutes les enquêtes d'opinion.

Pour faire face au problème de représentativité de la base, on a changé de fournisseur en 2011. La communication fera le point sur la qualité de l'échantillon de cette dernière enquête. Les auteurs de la communication présenteront donc les différents effets des évolutions apportées au dispositif méthodologique sur le taux de participation à l'enquête, ainsi que l'analyse de la qualité de l'échantillon au fil de seize années du programme ISSP.