

PROBLÈMES DES MÉTHODES DE CALAGE DANS LES ENQUÊTES ENTREPRISES.

Nathalie CARON ()*

(*) INSEE, DSE

Correctement mises en œuvre, les méthodes de calage permettent d'améliorer la précision de statistiques obtenues à partir d'enquêtes réalisées par sondage. Largement utilisées pour les enquêtes «ménages», ces méthodes le sont plus rarement pour celles réalisées auprès des entreprises, en particulier à la direction des statistiques d'entreprises de l'Insee.

Cette situation, à première vue paradoxale, s'explique principalement par des difficultés supplémentaires propres à la méthodologie des enquêtes entreprises qui apparaissent lors de la mise au point du calage. En particulier, le choix de la source auxiliaire est plus délicat pour les enquêtes «entreprises», car de nombreux liens existent entre les diverses sources relatives aux entreprises. Or, utiliser comme données auxiliaires des variables mises à jour par les résultats d'une enquête par sondage que l'on cherche à caler est source de biais, et est par conséquent à déconseiller.

A titre expérimental, nous avons décidé de mettre en œuvre ces techniques de calage sur la principale enquête structurelle réalisée auprès des entreprises : l'enquête annuelle d'entreprise. Plus précisément, nous avons utilisé les données de l'EAE-commerce réalisée en 2000 sur l'exercice 1999 auprès de 60 000 entreprises. La présentation portera plus sur les problèmes méthodologiques rencontrés et sur les choix que nous avons réalisés que sur les résultats obtenus.