

Enquête 2010 auprès de la génération 2007 : étude du lien entre taux d'insistance et caractéristiques des répondants

Pascale ROUAUD¹

Les enquêtes « Génération » du Céreq permettent d'étudier les conditions d'accès à l'emploi des jeunes sortants du système éducatif durant leurs premières années de vie active en fonction de leur formation initiale. Tous les trois ans, une nouvelle cohorte de jeunes sortis du système éducatif au cours ou à la fin d'une année scolaire donnée est interrogée trois ans après sa sortie sur les parcours depuis la sortie. Certaines cohortes sont réinterrogées ultérieurement.

La base de sondage est constituée à partir de listes d'inscrits fournies par les établissements de formation. Elle contient environ 1 200 000 individus, dont une partie n'entre pas dans le champ de l'enquête parce qu'ils ont poursuivi leurs études après l'année scolaire considérée, sans qu'il soit possible de le savoir a priori.

Le questionnaire se déroule sous forme d'un entretien téléphonique, les coordonnées téléphoniques des jeunes échantillonnés étant recueillies auprès de leur établissement de formation puis enrichies par des recherches à partir des fichiers de France Telecom. Cette phase conduit à recueillir aussi des numéros de proches ou d'homonymes. On dispose finalement de 1 à 9 numéros de téléphone pour chaque jeune envoyé en plateau d'enquête.

L'enquête 2010 conduite auprès de la « Génération 2007 » des jeunes sortis du système éducatif au cours ou à la fin de l'année scolaire 2006-2007 a permis de recueillir environ 25 000 questionnaires, représentatifs de plus de 700 000 sortants. L'échantillon initial comprenait 192 000 jeunes, dont une partie hors champ.

Notre présentation a pour objectif d'étudier les liens potentiels entre les caractéristiques des coordonnées téléphoniques (fixe, mobile, origine du numéro), la gestion des appels et relances téléphoniques par le prestataire de collecte et le résultat final des appels par individu. Les caractéristiques des répondants au regard de ces différents paramètres seront ensuite analysées afin de mettre en évidence d'éventuels biais sur les caractéristiques principales observées sur les répondants (sexe, niveau de formation, situation d'activité).

Nous commencerons par décrire l'échantillon envoyé en enquête, selon l'origine et le type de coordonnées téléphoniques, et le nombre de numéros de téléphones disponibles par individu. Nous étudierons également la stratégie d'exploitation de l'échantillon par le prestataire : calendrier des premiers appels, rythme des relances, taux d'insistance sur chaque numéro, etc.

L'objectif sera ensuite d'évaluer l'impact du type de coordonnées téléphoniques et de la stratégie de rappels mise en œuvre sur la probabilité de répondre à l'enquête.

Nous nous intéresserons ensuite aux répondants dans le champ de l'enquête. Il s'agira de mettre en regard leurs caractéristiques (situation d'emploi, niveau de diplôme, contrat et temps de travail, situation d'habitat, niveau de rémunération,...) et les circonstances dans lesquelles

¹ rouaud@cereq.fr, Centre d'étude et de recherche sur les qualifications (Céreq)

l'enquête a été réalisée (ordre du numéro de téléphone, rang d'appel, origine et type de coordonnées,...). L'enjeu de cette dernière partie est d'étudier le biais de réponse généré par le taux d'instance des appels téléphoniques dans le but d'améliorer si nécessaire le redressement de la non réponse.