

L'évolution des modes de communication, comment adapter les enquêtes en population générale? L'expérience de l'enquête KABP VIH/sida 2010



Session 2 : Méthodes

Nathalie Beltzer, ORS Île-de-France
Et le groupe KABP

Les enquêtes KABP

- Fournir aux pouvoirs publics des informations permettant d'orienter les politiques de lutte contre le VIH/sida
 - De suivre l'évolution des connaissances, attitudes, croyances et comportements face au VIH/sida
 - De tenir compte des nouveaux enjeux et contexte de l'épidémie
- Evaluation des politiques publiques
- Réalisées en 1992, 1994, 1998, 2001, 2004 et 2010
 - Financement : ANRS, INPES, ORS
 - Coordination : ORS, InVS, INPES et INSERM



Enquêtes KABP : dispositif

Enquêtes répétées :

- Population adulte 18-69 ans (18-54 ans en 2001)
- Résidant en France et parlant français

Jusqu'en 2004 :

- Échantillons tirés de la même population : à partir de l'annuaire France-télécom
- Interviews réalisées par téléphone filaire
- Même méthode aléatoire de sondage en 2 étapes
- Mêmes questions
- Evolution de la couverture téléphonique → évolution nécessaire de la méthode tout en gardant la comparabilité entre les enquêtes
- Obtenir des estimations représentatives
 - Base de sondage exhaustive
 - Maximisation de la participation



Enquête KABP 2010 : nouveau dispositif, test méthodologique

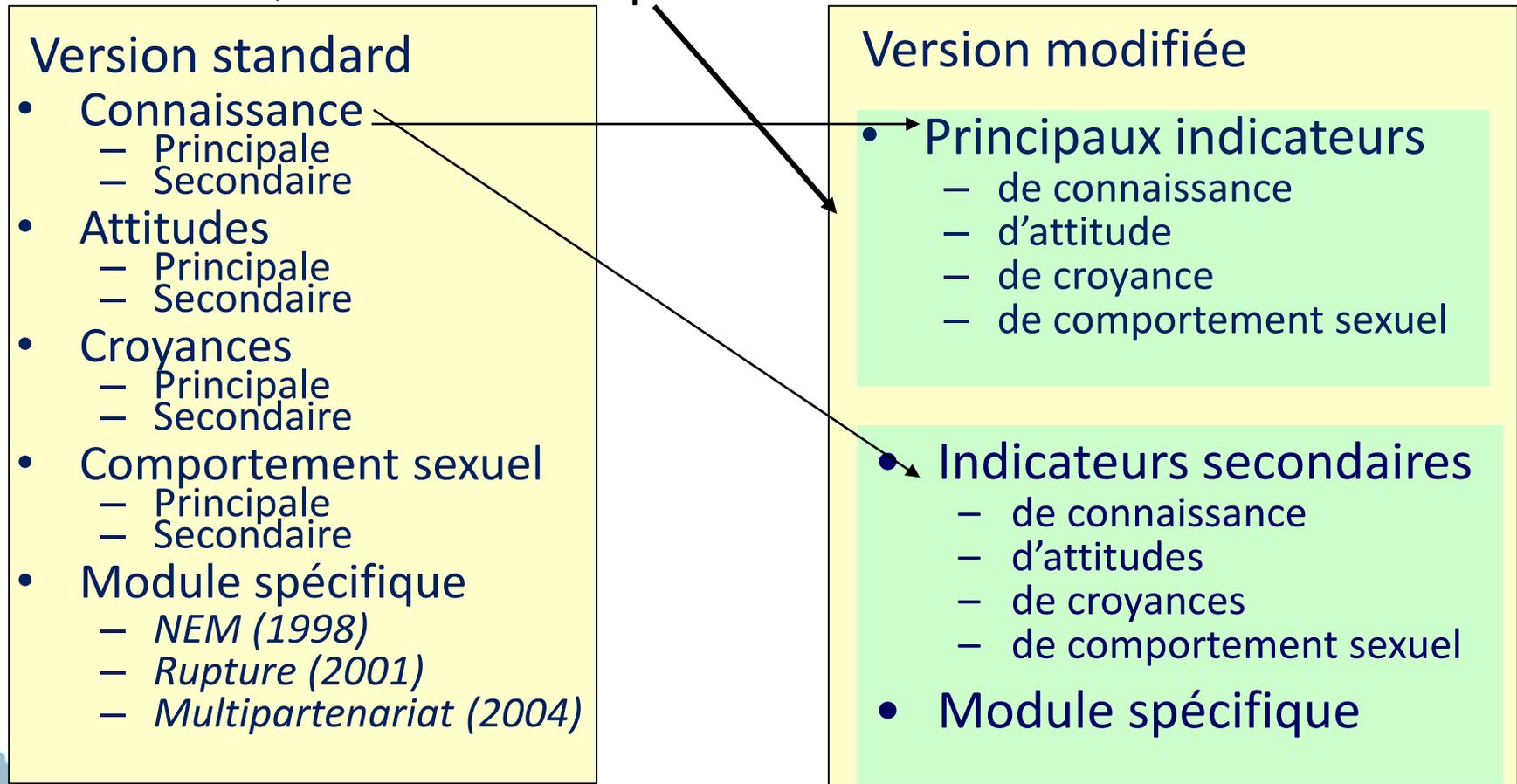
- Couverture téléphonique (en 2010)
 - < 1% de la population n'a pas accès au téléphone
 - 70% disposent du mobile et du fixe
 - 17% ont uniquement accès à un fixe
 - 13% uniquement à un mobile
 - ➔ Intégration d'un échantillon de personnes interrogées via leur mobile
- Annuaire téléphonique
 - 70% des abonnés filaire figurent sur des listes, moins de 3% des abonnés mobile
 - Absence d'annuaire commun
 - ➔ Génération aléatoire des numéros de téléphone



Enquête KABP 2010 : Nouveau dispositif

- Deux versions du questionnaire (35-40 minutes)

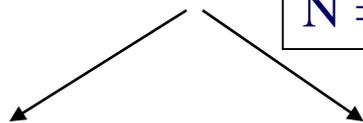
Questionnaire exploitable



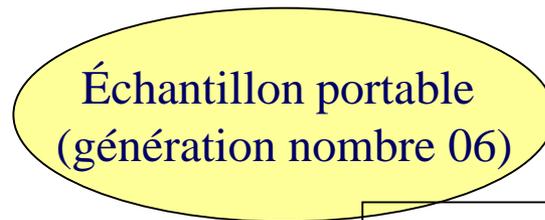
Enquête KABP 2010 : Nouveau dispositif



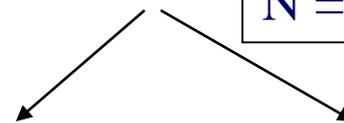
N = 6012



Effet questionnaire



N = 5007



Faisabilité groupe III



N = 4002
(+ 1010
sur-IdF)



N = 1000



N = 4002



N = 1005



Effet sélection population



Amélioration de la participation à l'enquête

- Envoi lettre annonce (filaire) et d'un SMS (mobile)
- Formation des enquêteurs
 - Enjeux d'une enquête aléatoire
 - Jeux de rôle
- Mise en place d'un numéro vert
- Plage horaire des appels
 - 13h à 21h en semaine, 10h à 17h le samedi
 - Nombre de tentatives : 15 fois → foyer injoignable
 - Tout questionnaire interrompu (accidentellement ou sur demande du répondant) pouvait être repris



Participation à l'enquête

1. Envoi du SMS (pilote)

L'INPES souhaite vous contacter pour une enquête scientifique. Le numéro d'appel sera le 0 800 71 62 53.
Plus d'infos : Etude KABP sur www.kabp.inpes.fr

Groupe A :

490 ont reçu un SMS avant le 1er appel, 95 inters réalisées

Groupe B :

458 n'ont pas reçu de SMS, 103 inters réalisées

32 ont reçu un SMS avant le 8ème appel, 2 inters réalisées

➔ Comparaison pas de SMS versus SMS sur les sept premiers rangs d'appel





QUE PEUT-ON RETENIR ?



Participation à l'enquête

1. Envoi d'un SMS (pilote)

- Facilite le contact selon les enquêteurs
- Mais pas de meilleure participation à l'enquête
 - Un peu plus de non réponse (répondeur ou injoignable) → filtre de la part du répondant?
 - Refus pas beaucoup plus faible
 - faible impact et abandon dans l'enquête principale de l'envoi du SMS (mais pas la lettre annonce au filaire)
- Numéro d'appel de l'institut de sondage non masqué et régional : 01...



La participation à l'enquête

2. Durée moyenne

	Version classique	Version modifiée
Fixes national	36'37"	36'41"
Mobiles	38'37"	38'51"

Pas de différence entre les deux versions du questionnaire

Durée plus longue sur mobile



La participation à l'enquête

- Les interruptions en cours de questionnaire

Taux d'interruption	Echantillon filaire		Echantillon mobile	
	classique	modifiée	classique	modifiée
Questionnaire	8%	9%	13%	13%
Lettre annonce	6%	8%		
Pas de lettre annonce	11%	9%		

Taux plus faible si mobile exclusif (autour de 6%)

➔ Taux le plus important quand interrogé sur mobile mais détient aussi un filaire



La participation à l'enquête

- Les taux de refus

	KABP 2004				KABP 2010			
	LB	LR	Tot	Mobile exclusif	LB	LR	Tot	Mobile
Taux de refus ménages	4,1	11,2	5,5		11,8	15,3	13,2	14,2
Taux de refus individus	11,8	17,3	12,8	34,5	14,8	18,3	16,3	18,3
Taux d'abandon	2,4	2,3	2,4	6,5	2,6	2,5	2,6	2,5
Interviews réalisées	4226	850	5076	319	2951	2051	5002	5007

LB : liste blanche

LR : liste rouge



Effet sélection de la population

Echantillon des mobiles : Intégration d'individus qui auraient été plus difficilement joignables si restreint aux filaires

- Mobiles exclusifs : hommes, jeunes, ne vivant pas en couple, faible niveau de diplôme
 - Mobiles et filaires, interrogés sur mobile : hommes, jeunes, actifs, chômage dans le 5 ans
- ➔ Intégration dans l'échantillon d'une population jeunes et socialement plus vulnérables



Conclusion

- Pas d'amélioration de la participation avec envoi d'un SMS
- Possibilité d'interroger sur mobile pendant 40 minutes
- Déroulement du questionnaire non neutre (???)
- Génération aléatoire des numéros de téléphone et intégration des mobiles permet bonne exhaustivité du plan de sondage
- Futur des enquêtes: importance d'internet

