



SciencesPo.



ined
INSTITUT
NATIONAL
D'ÉTUDES
DÉMOGRA
PHIQUES

E  IPSS

Intéressement financier, motivation initiale et caractéristiques des enquêtes : effets sur le recrutement et la participation à long terme dans le panel ELIPSS

Stéphane Legleye^{1,2}, Nirintsoa Razakamanana¹ Anne Cornilleau³, Anne-Sophie Cousteaux³,

1. Institut national des études démographiques (INED), Paris (France)

2. Université Paris-Saclay, University of Paris-Sud, UVSQ, CESP, Villejuif, INSERM

3. Sciences Po, Centre de données socio-politiques, UMS828Paris (France)

Colloque francophone sur les sondages, Gatineau 2016

Objectif: développer la recherche en SHS

- Difficultés financières – quotas, petits échantillons

Construire un panel Internet probabiliste pour les SHS

- Coût recrutement minimisé, avantages d'Internet, longitudinal
- Pas de thématique connue à l'avance, appels à projets

Voire présentation au colloque Sondages 2014

Design / choix méthodologiques

- Base de sondage : recensement de la population
- Population cible :
 - Ménages ordinaires, francophones (**équipés d'Internet ou non**)
 - 18-75 ans
- Support d'enquête :
 - Tablette tactile connectée Wifi/3G illimitée prêtée gratuitement
- Fardeau du répondant :
 - 30 minutes / mois, 10 fois par an.
- Compensations financières pour chaque enquête:
 - Néant
- Contrainte légale:
 - Signature d'une convention pour l'utilisation de la tablette

Données utilisées pour la présentation

Pilote uniquement !

- Echantillon principal (n=3500)
 - Postal et relance téléphone
- Echantillon principal (non-contact et certains refus) et réserve (n=1000):
 - SOFRES : face-à-face, téléphone.

Théorie de la saillance et du levier (Salience-leverage theory)

- La participation à une enquête résulte d'un arbitrage entre intérêt et fardeau de répondre (Groves et al. 2000)
- Toutes les informations captées par l'enquêté potentiel sont susceptibles de jouer
 - Motivation (scientifique, civique ou personnelle)
 - Durée du questionnaire (fardeau)
 - Thématique du questionnaire (plus ou moins sensible et intéressante)
 - Délai pour répondre (accommodement, souplesse)
 - Incitation à répondre (compensation, intérêt personnel)
- Ces éléments sont des leviers potentiels pour les concepteurs

Particularité d'ELIPSS

- Incitation financière expérimentation lors du pilote:
 - 2000 bons-cadeaux (10 euros) dans la lettre avis de l'échantillon principal (3500 ménages)
- Recueil en clair des motivations d'entrer dans le panel (dès la seconde enquête)
- Présentation de chaque enquête :
 - Titre complet très informatif
 - Vos goûts et vos préférences ; Fécondité, contraception & sexualité ; Environnement et énergie ; Les élections municipales
 - Durée du questionnaire
 - Délai de réponse (durée de la collecte)

Objectifs de la présentation

Tester la théorie de la saillance et du levier

- Incitation financière (bon-cadeau)
 - Sur le recrutement
 - La participation à long-terme
- Motivation initiale
 - Sur la participation à long-terme
- Caractéristiques des enquêtes
 - Sur la participation à long-terme

Taille de l'échantillon analysé

- Panélistes du pilote (1039)
- Panélistes sollicités pour donner leurs motivations de devenir membre d'ELIPSS (939)
- Enquêtes du pilote 2013-avril 2016 (41)
- Enquêtes techniques ou emboîtées (3)

Soit 939 individus suivis durant 38 enquêtes

1. Les bons cadeaux

Effet sur le recrutement

Echantillon principal : n=3424 (797 panélistes)

- **Cas** : 1823 lettres avis avec bons-cadeaux
- **Témoins** : 1332 lettres-avis ordinaires sans bon-cadeau
- **NPAI**: 269 lettres non-distribuées

Taux de recrutement :

- Cas : 26,8% ; témoins : 20,4% ; NPAI : 13,8% ($p < 0.001$)

OR ajustés (11 variables) / témoins :

- Cas : OR=1,51 [1,26; 1,80]
- NPAI : OR=0,59 [0,40 ; 0,86]

- Pas d'interaction avec les caractéristiques du logement/ménage (sauf logement social, effet minime)

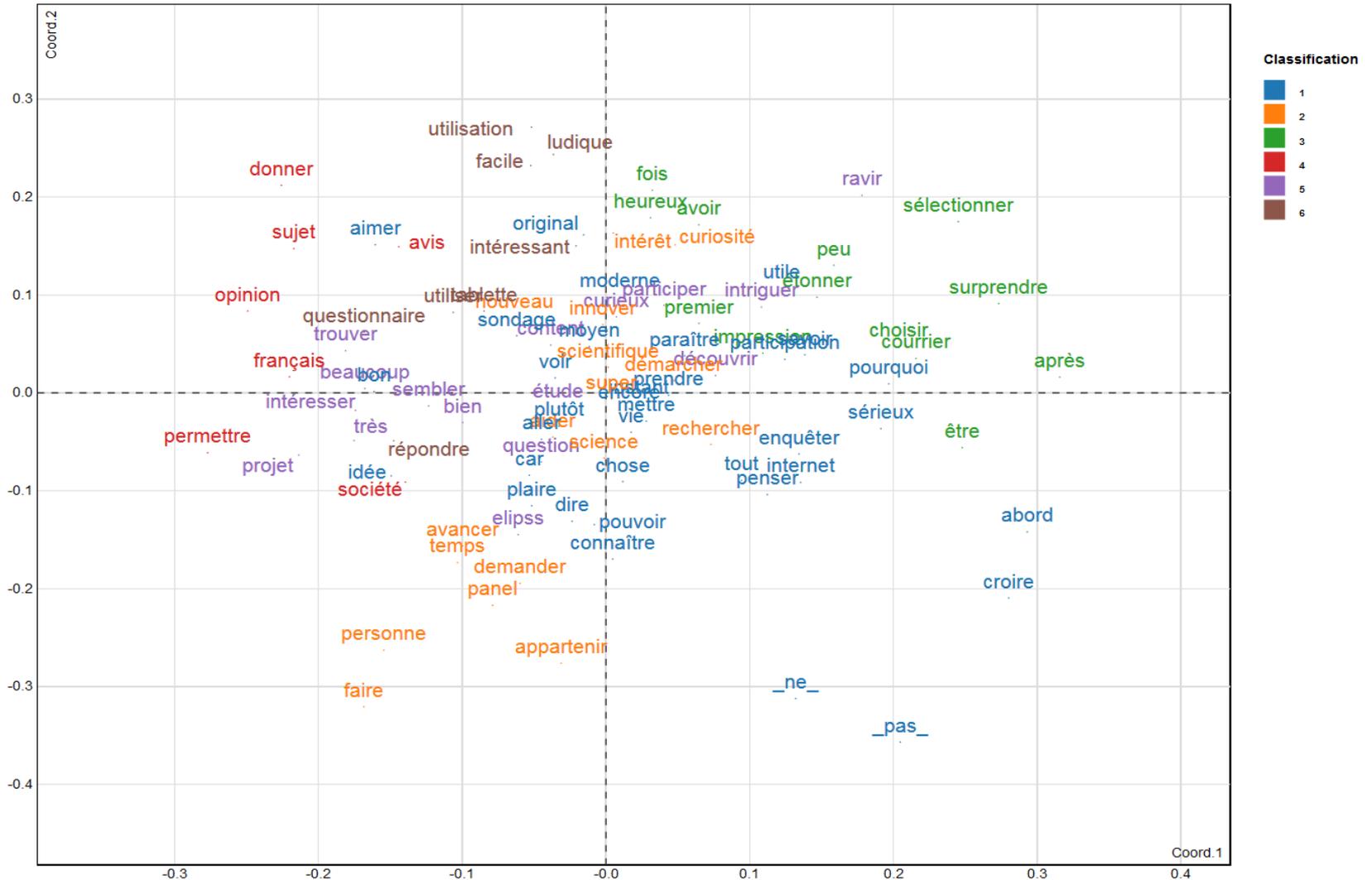
2. Motivations initiales

présentation

- 939 panélistes sollicités : analyse textuelle des verbatims
 - Lemmatisation, élimination des lemmes rares (<1% des occurrences)
 - 80 verbatims exclus de l'analyse textuelle (mots rares)
 - 6 classes de mots (Multimensionnal scaling et K-means)
 - Confiance
 - Intérêt scientifique
 - Surprise
 - Aimer donner son opinion
 - Intrigué
 - Tablette

2. Motivations initiales

Classification des mots



2. Motivations initiales

Classification des panélistes

- Classification des verbatims (939 panélistes)
 - Via le compteur d'occurrences de mots dans les classes
 - Permet de reclasser 39 verbatims initialement exclus (les autres sont dans la classe majoritaire « majoritaire, tablette »)
- 5 classes de panélistes
 - Majoritaire, tablette (n=463, 49%)
 - Surprise, intérêt scientifique (n=75, 8%)
 - Intrigué négatif (n=246, 26%)
 - Intrigué positif (n=92, 10%)
 - Confiance, intérêt scientifique (n=63, 7%)

3. Caractéristiques des enquêtes

Présentation des variables

- Analyse des titres des 38 enquêtes
 - 21 considérées sensibles (politique, famille, sexualité)
 - 17 non sensibles (environnement, culture etc.)
- Durée des questionnaires (5-30 mn)
 - Terciles : 5-10, 10-20, 25-30
- Délai de collecte (15-142 jours)
 - Terciles : <25, 25-35, ≥36 jours

4. Analyse de l'attrition

Bon-cadeau, motivation et caractéristiques des enquêtes

Modèle de survie (logistique en temps-discret) à variables :

- fixes (panéliste, bon-cadeau et motivation)
- dépendantes du temps
 - caractéristiques des enquêtes
 - deux non-participations successives
 - = Passé récent de l'individu (pris en considération par les questionnaires mais aussi prédictive des participations futures)

4. Analyse de l'attrition

Modélisation et résultats

Variable	OR	LCL	UCL
Âge 18-24	0.60	0.34	1.06
Âge 25-34	0.50	0.29	0.84
Âge 35-44	0.44	0.25	0.75
Âge 45-54	0.37	0.21	0.65
Âge 55-64	0.40	0.20	0.77
Âge 65-75 (ref.)	-1-		
2 non-participations successives	7.64	6.12	9.54
Questionnaire: court	0.57	0.35	0.92
Questionnaire: médian	1.00	0.59	1.67
Questionnaire: long (ref.)	-1-		
Délai de collecte: courte	0.87	0.44	1.71
Délai de collecte: médian	1.67	1.13	2.48
Délai de collecte: long (ref.)	-1-		
Temps (une enquête de plus)	1.03	1.01	1.04

939 panélistes, 38 enquêtes

- Modèle parcimonieux : seules les variables influentes sont retenues
- Pas de sexe ni de diplôme
- Pas de : bon-cadeau, motivation ni thème sensible

5. Analyse de la participation aux enquêtes

Présentation du modèle

- **Modèle multiniveau longitudinal**
 - Les participations (niveau 1) sont liées au panéliste (niveau 2)
 - Modèle simple : les panélistes se distinguent par une moyenne de participation (*rejet des modèles plus complexes*)
 - Ajusté de la probabilité de rester dans le panel (attrition)
 - Ajusté du mode de collecte
 - **939 panélistes 38 enquêtes (présents au temps t)**
- **Modèle à variables**
 - Fixes (motivations, bon-cadeau, panéliste)
 - Dépendant du temps
 - Caractéristiques des enquêtes
 - Participation à l'enquête précédente
 - Interactions significatives avec le temps

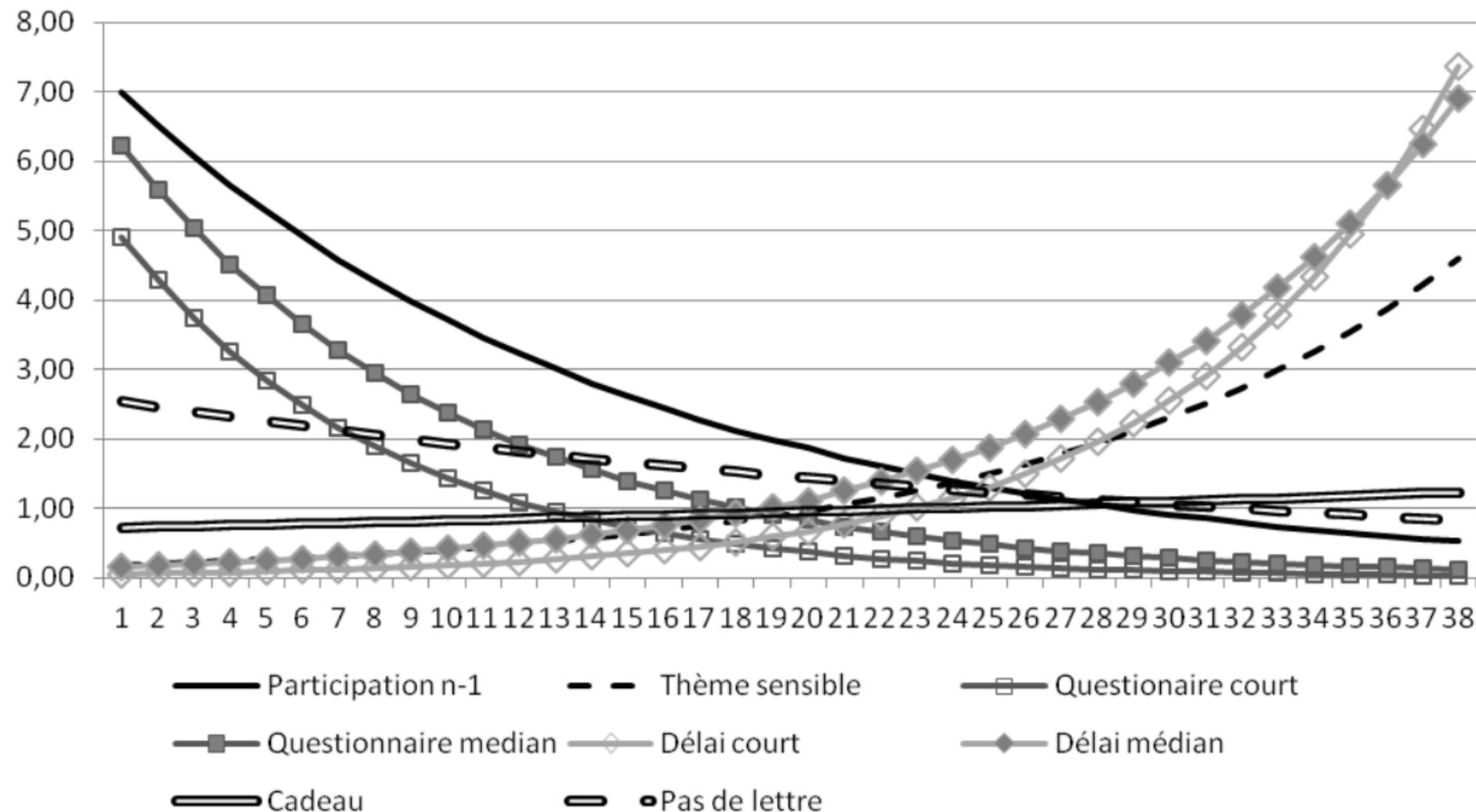
5. Analyse de la participation aux enquêtes

Résultats

- Participation diminue au cours du temps (OR=0,92 par enquête)
- Participation à l'enquête précédente joue un rôle majeur s'amenuisant au cours du temps
- Le bon-cadeau ne joue pas en moyenne / lettre-ordinaire (p=0,719):
 - Bon-cadeau : OR=1,01 [0,82 ; 1,23]
 - Pas de lettre : OR=1,25 [0,73 ; 2,16]
 - mais son influence varie : négative au début, positive à la fin
- La motivation joue de façon stable / « majoritaire, tablette »
 - confiance, intérêt scientifique : OR=1,84 [1,22 ; 2,78]
 - intrigué positif : OR=1,73 [1,18 ; 2,53]
 - surprise et intérêt scientifique : OR=1,34 [0,95 ; 1,90]
- Délai de collecte réduit et longueur du questionnaire joue négativement, mais leurs effets s'atténuent au cours du temps
- Sensibilité du thème d'enquête joue négativement au début et positivement à la fin

5. Analyse de la participation aux enquêtes

Les effets variant au cours du temps



6. Bilan

- Incitation financière
 - Positif ! Ne déforme pas l'échantillon, pas d'effet à long-terme sur l'attrition ou la participation
- Motivations au recrutement
 - Pas d'influence sur l'attrition
 - Influence sur la participation (sous-groupes minoritaires)
- Caractéristiques des enquêtes
 - Durée du questionnaire et délai courts jouent positivement sur l'attrition et négativement sur la participation (inversion progressive avec le temps)
 - Sensibilité du questionnaire ne joue pas sur l'attrition mais sur la participation (négatif puis positif)



- Les répondants s'autosélectionnent, seuls les motivés restent
- Repérage précoce des panélistes à risque d'attrition
- Influence de la communication

Références

Groves, R. M., Singer, E. & Corning, A. (2000) Leverage-saliency theory of survey participation, *Public Opinion Quarterly*, 299-308.

[Www.elipss.fr](http://www.elipss.fr)

Annelies Blom, Michael Bosnjak, Anne Cornilleau, Anne-Sophie Cousteaux, Marcel Das, Salima Douhou, Ulrich Krieger, "A Comparison of Four Probability-Based Online and Mixed-Mode Panels in Europe", *Social Science Computer Review*, vol.34, n°1, p.8-25 (online)

Mélanie Revilla, Anne Cornilleau, Anne-Sophie Cousteaux, Stéphane Legleye, Pablo de Pedreza, "What is the gain in a probability based online panel of providing internet access to sampling units who previously had no access", *Social Science Computer Review*, vol.34, n°4, p.479-496 (online)

Références

- Duwez E, Olivier M, "Adapting survey questionnaires to touch-screen tablets. The ELIPSS Panel example", 6th Conference of the European Survey Research Association (ESRA), Reykjavik, Islande, 13-17 juillet
- Cornilleau A, Cousteaux AS, Legleye S, Razakamanana N, "Setting-up a probability-based web panel. Lessons learned from the ELIPSS Pilot Study", 6th Conference of the European Survey Research Association (ESRA), Reykjavik, Islande, 13-17 juillet
- Legleye S, Cornilleau A, Cousteaux AS, Razakamanana N, "ELIPSS : un dispositif longitudinal représentatif pour la recherche en sciences sociales", 8e colloque francophone sur les sondages, Dijon, 18-20 novembre