



**ined**  
INSTITUT  
NATIONAL  
D'ÉTUDES  
DÉMOGRA  
PHIQUES



---

## Cadrage sur les effets de mesure

---

24 novembre 2025

Journée d'étude de l'observatoire des parcours de vie

Guillaume Carette

Institut national d'études démographiques (Ined)

Ce travail a bénéficié d'une aide de l'État gérée par l'Agence Nationale de la Recherche au titre du Programme d'Investissements d'Avenir portant la référence **ANR-21-ESRE-0037**.



# Définition d'un effet de mesure

---

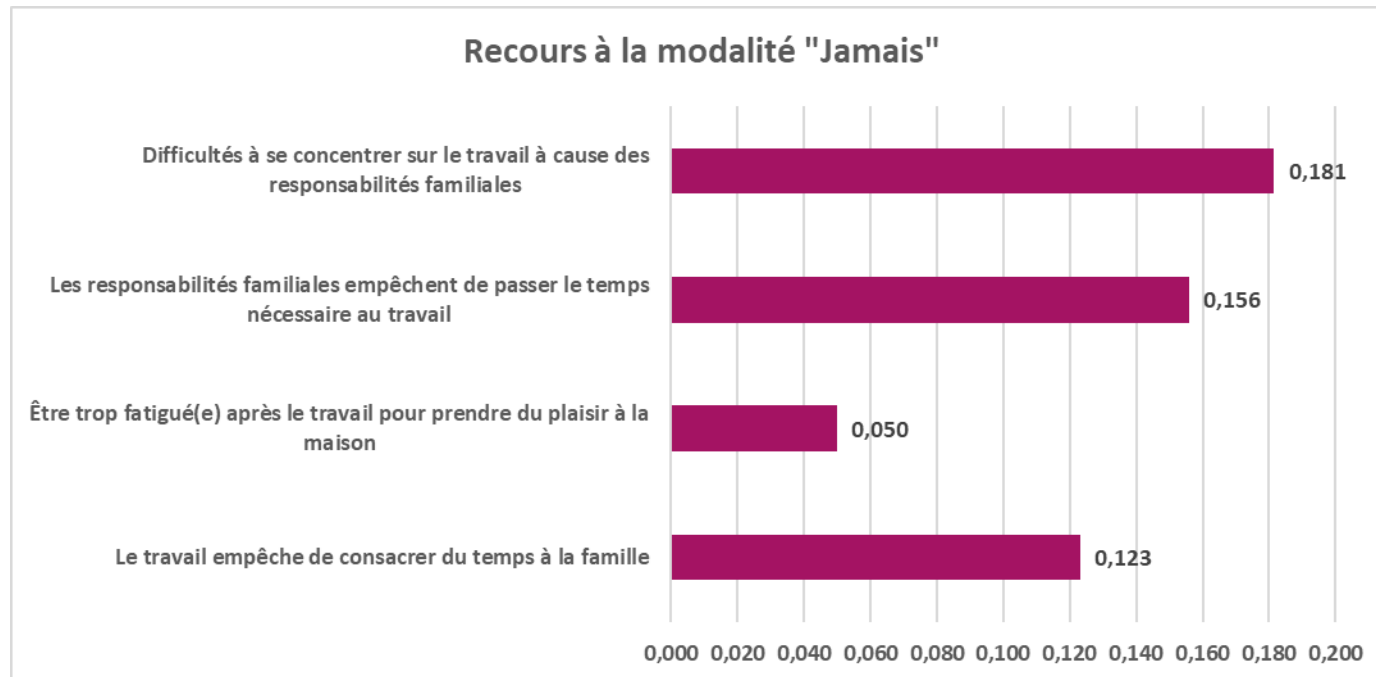
- **Qu'est ce qu'un effet de mesure ?**
  - Un biais de réponse intrinsèque au mode de collecte : l'effet de répondre par un mode plutôt qu'un autre sur la réponse donnée à une question.
  - Cet effet peut être délétère pour la qualité des données recueillies (biais dans les estimations).
  - Nécessaire de l'estimer ou de discuter son existence pour les utilisateurs des données.
  - Mais dans une enquête (en général), on ne peut pas observer les différences de réponse pour un même individu.

- **Comment peut-on l'estimer ?**
  - L'effet de mesure est un effet causal : estimer la valeur contrefactuelle d'une variable d'intérêt sous un mode de collecte pour les individus ayant répondu dans un autre mode.
  - Comparer des répondants similaires sous deux modes de collecte différents, par exemple par appariement (sur variables sociodémographiques).
  - Hypothèses :
    - L'assignation au mode de collecte dépend exclusivement de caractéristiques observables (hypothèse d'indépendance conditionnelle) ;
    - Les individus ont une probabilité non nulle de répondre à l'un ou l'autre des modes de collecte (support commun).

- **Comment interpréter un effet de mesure ?**
  - Une dichotomie entre les modes auto-administrés (Internet) et les modes avec enquêteurs (téléphone ou face-à-face).
  - **Désirabilité sociale** (modes hétéro-administrés) :
    - Fournir des réponses qui renvoient une bonne image de soi et situant dans une norme.
    - Questions sensibles (vie conjugale, santé, bien-être etc.).
    - Dépend aussi du profil de l'enquêteur.
  - **Satisficing** (modes auto-administrés) :
    - Faible implication du répondant dans le déroulé du questionnaire.
    - Une forme faible : choix de réponse satisfaisant mais pas optimal.
    - Une forme forte : non-réponse partielle, straight-lining, choix aléatoire.

# Exemples dans l'enquête FamEmp

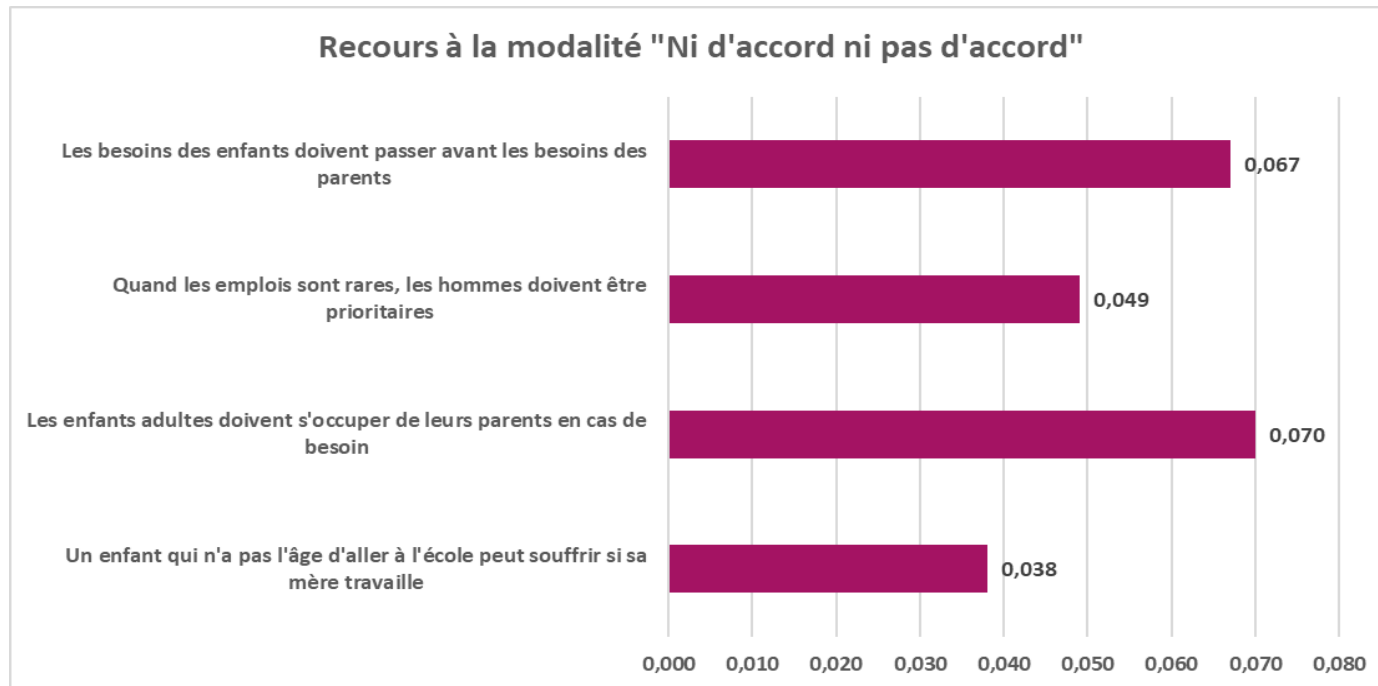
- **Exemple : suspicion de désirabilité sociale (enquête FamEmp)**
  - Un biais de positivité sur les déclarations de conflits entre vie familiale et vie professionnelle en mode CATI.



Lecture : Après appariement, le mode de réponse CATI augmente la probabilité que les répondants ne déclarent aucun conflit entre vie familiale et vie professionnelle.

# Exemples dans l'enquête FamEmp

- **Exemple : suspicion de satisficing (enquête FamEmp)**
  - Impact d'une modalité médiane et neutre dans le comportement de réponse en mode CAWI (opinions relations parents/enfants).



*Lecture : Après appariement, le mode de réponse CAWI augmente la probabilité que les répondants se positionnent sur la modalité médiane et neutre sur les questions d'opinions relatives aux relations parents/enfants.*

- **Eviter et identifier les effets de mesure**
  - Les bonnes pratiques de conception de questionnaire par Christine Fluxa (Insee).
  - Présentation par Linh Nguyen sur les effets de mesure dans la division des tâches ménagères dans l'enquête ERFI 2 (Ined).

**Merci de votre attention**