

BERNARD BURTSCHY

## **Consultation nationale des jeunes : une enquête à l'abandon**

*Journal de la société statistique de Paris*, tome 136, n° 1 (1995), p. 71-76

[http://www.numdam.org/item?id=JSFS\\_1995\\_\\_136\\_1\\_71\\_0](http://www.numdam.org/item?id=JSFS_1995__136_1_71_0)

© Société de statistique de Paris, 1995, tous droits réservés.

L'accès aux archives de la revue « Journal de la société statistique de Paris » (<http://publications-sfds.math.cnrs.fr/index.php/J-SFdS>) implique l'accord avec les conditions générales d'utilisation (<http://www.numdam.org/conditions>). Toute utilisation commerciale ou impression systématique est constitutive d'une infraction pénale. Toute copie ou impression de ce fichier doit contenir la présente mention de copyright.

NUMDAM

Article numérisé dans le cadre du programme  
Numérisation de documents anciens mathématiques  
<http://www.numdam.org/>

### III

## ARTICLES

# CONSULTATION NATIONALE DES JEUNES : UNE ENQUÊTE À L'ABANDON

par Bernard BURTSCHY

École Nationale Supérieure des Télécommunications

Faut-il brûler 1 million 600 000 questionnaires ? L'enquête Consultation nationale des jeunes, lancée à grand fracas il y a huit mois, à la suite des manifestations contre le contrat d'insertion professionnelle (CIP), est mise au rancart. Certes, le comité vient de rebondir avec cent *mesures indispensables* et trente-sept qui présentent un *réel caractère d'urgence*. Dans son rapport définitif, il comble les deux points faibles de son rapport intermédiaire en attaquant de front la santé et l'emploi avec des mesures concrètes, quoique difficiles à mettre en œuvre.

Mais il est clair que ces mesures ne sortent pas de la grande enquête lancée il y a huit mois. C'était tout simplement impossible car n'ont pas été respectés les standards scientifiques minimaux que l'on est en droit d'exiger d'une telle consultation et qui sont gages de son succès. De plus, cette enquête devenue inutile a coûté très, très cher.

Si on arrive à ses fins, peu importe les moyens ? Voire. L'exemple du remarquable travail de la Commission Marceau Long sur le code de la nationalité, travail dont on a largement souligné la haute qualité, montre qu'il est possible de faire à la fois du bon travail et de proposer des mesures sérieuses. Malaise supplémentaire, le comité continue à s'abriter derrière cette enquête dont il s'est relativement peu servi.

Pourtant, ce n'est pas faute d'avoir essayé. Dans un premier temps, le comité chargé de la consultation nationale des jeunes avait élaboré cinquante-sept propositions d'une banalité affligeante. Ces propositions étaient classées en trois thèmes : l'accès à la citoyenneté, l'accès à l'autonomie et à l'épanouissement personnel, l'accès à l'emploi. Elles pouvaient aussi être classées en trois niveaux : les propositions démagogiques, les pétitions de principe et les propositions "raisonnables". Les propositions démagogiques, probablement remodelées à la hâte, étaient d'autant plus nécessaires que le comité était l'objet de critiques acerbes et qu'il se devait de montrer son indépendance. Les pétitions de principe servaient à augmenter le nombre de mesures proposées pour faire bon poids. Ni les unes, ni les autres ne se transforment

## CONSULTATION NATIONALE DES JEUNES

aisément en mesures concrètes. Restent les fameuses propositions “raisonnables”, c’est-à-dire les moins contraignantes.

C’était donc sans surprise qu’une grande partie des vingt-neuf décisions prises n’avaient aucun rapport avec les propositions. Huit faisaient d’ailleurs déjà partie du “nouveau contrat” pour l’école ou de la réforme du service national. Celles sur la citoyenneté des jeunes risquent d’être plus symboliques qu’efficaces : on baisse l’âge de l’éligibilité alors que les jeunes négligent leurs droits civiques. L’emploi, qui est le véritable problème de fond, était le grand absent. Ce n’est évidemment pas l’unique mesure consistant à l’obtention éventuelle d’un stage de un à trois mois, qui était une réponse au défi de l’emploi.

Pourtant, on était bien parti car cette consultation nationale a suscité d’immenses espoirs avec 1 million 600 000 réponses, 1 000 réunions tenues, 6 000 lettres spontanées adressées au Premier ministre, aux membres du comité.

### Les raisons de l’échec

Sur un nombre potentiel de 9 millions, 1,6 million de questionnaires ont été retournés, soit un peu plus de 17 %. C’est un joli succès en soi, ce qui montre à la fois la motivation des jeunes et l’importance de la médiatisation de l’enquête. Selon les normes habituelles, on s’attendait plutôt à 10 %. Certes, on n’avait pas lésiné sur les moyens puisque 24 millions de questionnaires ont été distribués par la poste dans les boîtes aux lettres et 6 millions ont été mis à la disposition du public dans les mairies. La population concernée était constituée par les jeunes de 15 à 25 ans. En général, pour pouvoir tirer des résultats pertinents d’un questionnaire, la représentativité des répondants, c’est-à-dire le fait que chaque personne ait la même probabilité ou au moins une probabilité connue (et non nulle) de répondre, est d’une importance capitale. Tous les échantillons basés sur les volontaires ont ce point faible.

Ce n’est pas irréversible car certains décalages objectifs peuvent être contrôlés. Ainsi les filles ont un peu plus répondu que la moyenne (60 % alors qu’elles ne représentent qu’environ 49 % de la population). De même, les étudiants ont plus répondu que les actifs, les plus jeunes (15-17 ans) plus que les “plus vieux” (23-25 ans). Voilà pour les biais qu’il est possible de corriger par les méthodes adéquates.

Mais il y a plus pernicieux car ces questions, qui au demeurant ne sont pas forcément pertinentes pour l’objet de cette enquête, sont le révélateur d’un problème plus profond. Ainsi, on peut s’attendre à de moins forts taux de réponses de ceux pour qui tout va mal car ils sont probablement mal à l’aise avec l’expression écrite. Paradoxalement, ne répondront pas non plus ceux pour qui tout va bien par manque de motivation. Ces biais tout à fait incontrôlables interdisent toute quantification. Contrairement aux facilités de langage que se sont autorisés certains membres de la commission, il est ainsi impossible d’affirmer par exemple : “10 % des jeunes pensent que...”. C’est certes gênant pour quantifier exactement l’impact d’une mesure. Mais ce qui est plus grave, des pans entiers de l’opinion des jeunes risquent d’échapper à l’enquête. Conscient de ce risque, le comité s’est livré par ailleurs à un véritable

## CONSULTATION NATIONALE DES JEUNES

travail sur le terrain. Ce travail lui a permis de sauver la face en proposant une nouvelle série de mesures mais il n'a pas permis de sauver l'enquête. Techniquement, il faut considérer qu'il s'agit d'une enquête qualitative et non d'une enquête au sens traditionnel du terme, malgré les plantureux effectifs.

	Données de l'enquête	Données statistiques
Sexe masculin	40,3	51,1
Sexe féminin	59,7	48,9
15-17 ans	33,4	25,2
18-20 ans	29,8	25,5
21-23 ans	23,6	29,7
23-25 ans	13,2	19,6
Actifs	13,2	33,1
Chômeurs	11,4	8,5
Scolarisés	75,4	58,4

Source : Enquête Consultation nationale des jeunes, INSEE, recensement 1990, ministère du Travail et de l'Emploi 1993.

D'ailleurs, en l'absence de tout contrôle sur le terrain, il n'est pas démontré que ce ne sont que des jeunes de 15 à 25 ans qui y ont répondu. Il paraît que le questionnaire a permis d'égayer les loisirs de certains retraités. Si les canulars sont aisément détectables à la relecture des questionnaires, il n'est nullement exclu que, parce que la consultation a été lancée par le gouvernement, certains amis bien intentionnés aient été tenté d'améliorer le score de la consultation !

La deuxième cause importante de l'échec est due à la rédaction du questionnaire. On ne discutera pas du bien-fondé des thèmes choisis, car c'est un sujet classique de polémique politique. Néanmoins, le choix de ces thèmes est susceptible d'orienter les réponses. En revanche deux écueils n'ont pas été surmontés. Le profil du "répondant moyen" qui est fourni par celui qui cocherait à chaque fois la modalité du milieu à chaque question, n'est nullement le jeune moyen tel qu'il apparaît au travers d'autres enquêtes. Il s'agit plutôt d'un jeune bon chic, bon genre et plutôt bien-pensant. D'autre part, les questions ont systématiquement été posées sous forme d'assertions positives à l'égard de la société : d'habitude, les assertions positives et négatives sont alternées pour éviter de modifier le comportement de l'enquêté.

## CONSULTATION NATIONALE DES JEUNES

Cette non-neutralité du questionnaire, contraire à tous les principes déontologiques, conduit de la part des enquêtés à deux attitudes opposées tout à fait incontrôlables. Les répondants les moins attentifs se laissent influencer par la rhétorique du questionnaire et répondent un peu plus positivement. Les plus vigilants perçoivent le questionnaire comme tendancieux et, soit ne renvoient pas le questionnaire, soit prennent le contre-pied en répondant systématiquement par la négative.

Enfin, troisième cause de l'échec, le traitement des questionnaires n'a pas été à la hauteur des ambitions. On a traité ces questionnaires comme, autrefois, on a traité les "cahiers de doléances" de la Révolution. Depuis, de gros progrès ont été fait tant en statistique qu'en informatique.

Ainsi, à la lecture des résultats issus des 800 000 premiers questionnaires, le comité signale que de nouveaux résultats seront publiés par la suite, après traitement du complément. C'est méconnaître totalement les règles les plus élémentaires des sondages. La précision d'un chiffre issu d'une enquête correctement menée sur 10 000 personnes est de l'ordre du pour cent. Si on avait tiré correctement (c'est-à-dire aléatoirement) 800 000 questionnaires, en rajouter 700 000 autres ne change rien aux résultats déjà obtenus. En fait, 10 000 questionnaires auraient largement suffi pour tirer les informations globales. C'est d'ailleurs sur ce principe que sont annoncés, à peine les bureaux de vote fermés, les résultats le soir même des élections. Il n'est nul besoin du décompte patient de tous les bulletins de vote qui prend beaucoup plus de temps. Ce décompte ne sert qu'à affiner les résultats locaux, mais absolument pas à fournir de nouvelles tendances.

### **L'impérieuse nécessité de s'en sortir**

Les énormes biais de l'échantillon et du questionnaire rendent très fragiles les conclusions issues de cette consultation. Pourtant, il est interdit de se débarasser de ces questionnaires. La consultation a certes été plus une action de communication qu'une véritable enquête. Mais son succès est réel. Il n'est plus possible de reculer sous peine d'accentuer encore plus les rejets de la politique car elle a suscité trop d'espoir. Il faut absolument trouver des solutions.

Un sondage de quelques milliers de personnes suffit largement pour déterminer les grandes masses. Mais cette consultation est plus qu'un sondage et s'apparente davantage à une élection. Et tout comme dans une élection, il faut tenir compte de tous ces jeunes qui ont tenu personnellement à s'exprimer. On a peine à imaginer la ferveur avec laquelle beaucoup de ces questionnaires ont été remplis. On ne peut pas les écarter d'un revers de manche.

D'autre part, le coût de cette consultation est particulièrement élevé – 48,3 millions de francs, dit-on – pour ne pas crier à la gabegie des ressources publiques. Avec un montant bien inférieur, un organisme comme France Télécom effectue un million d'enquêtes réalisées par des enquêteurs professionnels et met en place un système complet, sérieux et performant d'analyse de la satisfaction de toutes ses clientèles.

## CONSULTATION NATIONALE DES JEUNES

Mais ces enquêtes sont gérées avec rigueur par de vrais professionnels et menées selon les règles de l'art.

Enfin, outre les enseignements qu'il faut en tirer pour l'action, cette consultation est un témoignage irremplaçable de la place des jeunes dans la société actuelle. Comme les historiens reprennent avec délices les cahiers de doléances de la Révolution, espérons que les générations futures pourront en tirer profit. On n'aura pas de sitôt l'occasion de revoir un tel exercice de démocratie directe ni la faculté de constituer une base de données d'une telle ampleur. Mais auparavant, il faut sauver l'enquête.

### Comment s'en sortir ?

Il est de première urgence de corriger les biais importants qui affectent ces 1,6 million de questionnaires en commençant par les deux plus importants, les biais dûs au volontariat des réponses et à la non-neutralité du questionnaire. Pour corriger le premier biais, il suffit de lancer une véritable enquête sur 10 000 jeunes, selon les règles classiques, avec une question supplémentaire : "Avez-vous répondu au questionnaire Balladur ?" Par rapport aux sommes déjà dépensées, le coût en est dérisoire et il permettrait de redresser le biais dû au répondant. Quelques questions supplémentaires permettraient de rectifier le tir en ce qui concerne la non-neutralité du questionnaire. Il est encore temps de lancer une telle enquête, mais dans quelques mois il sera trop tard.

Cette enquête permettrait de récupérer la masse des 1 million 600 000 questionnaires en procédant à des opérations de redressement couramment pratiquées. Mais, à vrai dire, pourquoi récupérer tous ces questionnaires, puisque avec 10 000 enquêtes correctement réalisées, on obtient des résultats analogues. C'est tout à fait inutile si l'on se place sur le même plan que le comité en essayant d'en tirer des propositions générales. Depuis le temps qu'on en cherche, elles ont probablement déjà été toutes essayées.

Il faut en fait regrouper les questionnaires selon des réponses à peu près identiques et en faire des tas. En statistique, cette technique de mise en tas s'appelle une *typologie*. Supposons, pour fixer les idées, qu'on en tire une centaine de types de comportement. Cela ne fait plus que 16 000 questionnaires par type, ce qui est largement suffisant pour les quantifier. Si on dégage cent types de comportement, on aura une connaissance bien plus riche des problèmes qui se posent. Et on pourra y apporter des solutions certes partielles mais infiniment mieux ciblées et d'autant plus efficaces.

Enfin, les questions ouvertes posées en fin de questionnaire forment un matériau très riche qu'il faut absolument exploiter par les techniques d'analyse de données textuelles. Le traitement des données numériques permet de quantifier les grandes masses, lorsqu'il est correctement mené. Ce n'est pas négligeable. Mais dans l'état actuel de l'enquête, c'est impossible. Les questions ouvertes permettent d'explicitier les réponses aux questions fermées et recueillir une information spontanée par nature.

Malgré les énormes moyens financiers dont il disposait, le comité ne s'est attaqué qu'artisanalement à ce gisement de suggestions par un système de postcodage. Anecdotiquement, ce travail lui a permis de constater que le CIP, point de départ de l'enquête, n'a été cité qu'à 0,5 %. Plus sérieusement, cela lui a permis de proposer un nouveau volet de mesures ; mais on peut le faire plus rationnellement, plus efficacement et à moindre coût. En somme, il existe plusieurs moyens techniques relativement faciles à mettre en œuvre qui permettent de s'en sortir à l'aide d'une enquête de contrôle et de traitements statistiques appropriés.

### **Et pour l'avenir ?**

Pour une consultation d'une telle ampleur et avec tant de moyens, comment a-t-on pu en arriver là, en ignorant les acquis les plus élémentaires de la statistique et de la sociologie ? Les sondages pré-électorales sont encadrés par une loi et une commission ad hoc. Les fournisseurs d'enquêtes sont encadrés par des codes et des instances de déontologie comme le SYNTEC et l'ADETEM en France ou l'ESOMAR au niveau européen. Toutes les sociétés de sondage y adhèrent et les manquements à ces codes de déontologie sont sanctionnés par l'exclusion. Par ailleurs, l'INSEE veille au grain pour un certain nombre d'enquêtes publiques. Force est de constater qu'on peut encore lancer de grandes enquêtes publiques en France indépendamment de la moindre déontologie et sans aucune rigueur.

Face à ce vide juridique et déontologique, les grandes entreprises commencent à réagir. Ainsi France Télécom a mis en place un comité permanent d'experts (extérieurs) de sondage pour toutes ses enquêtes, comité qui veille à ce que rigueur scientifique et déontologie soient fermement appliquées. D'autres grandes entreprises mettent en place des comités analogues. Il est urgent, pour la qualité du débat démocratique, qu'une telle instance de déontologie voie rapidement le jour. On ne devrait pas avoir le droit de lancer une telle consultation en France sans s'entourer de scientifiques dignes de ce nom. Dans le grand pays démocratique que sont les Etats-Unis, on verrait mal qu'une société aussi puissante que la Société américaine de statistique (ASA) ne soit pas partie prenante d'une telle consultation.

A la même occasion, on a pu constater qu'on peut se prévaloir du titre de statisticien, de sociologue sans aucun contrôle. Il est urgent que les statisticiens (ce sera plus difficile pour les sociologues) réfléchissent rapidement à un code de déontologie, voire à une procédure de certification pour que tout un chacun ne puisse se prévaloir de tels titres et provoquer des dégâts considérables dans la profession. Parce qu'il y a eu clairement des manquements à ce niveau-là. A la profession des statisticiens de s'organiser pour éviter ces dérapages individuels et collectifs.

Enfin, les données de cette consultation doivent être rendues publiques, avec l'agrément bien entendu de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), afin que tous les chercheurs concernés puissent y travailler. Il y a encore du travail et c'est urgent.