

# CONSEIL NATIONAL DE L'INFORMATION STATISTIQUE

## Formation Démographie, conditions de vie

---

### Fiches descriptives d'enquêtes présentées pour avis d'opportunité

---

	Page
<i>Enquête répondant à une demande européenne</i>	
Enquête de conjoncture auprès des ménages et micro plate formes associées.....	2
<i>Autres enquêtes</i>	
Univers culturels des enfants et des adolescents - 4 <sup>ème</sup> vague .....	4
Enquête Emploi du temps 2009 .....	7
Enquête auprès des opérateurs de téléphonie mobile.....	9
Module « Violences sensibles » de l'enquête de victimation 2008 .....	11

*Les personnes intéressées par ces projets et qui ne pourraient pas participer à la réunion du 24 mai 2007 sont invitées à adresser leurs questions et remarques au Secrétariat général du Cnis (messagerie : [cnis@insee.fr](mailto:cnis@insee.fr), fax : 01 41 17 55 41).*

## **Enquête de Conjoncture Auprès des Ménages MEnsuelle (CAMME) et micro plate formes associées.**

### **1. Service producteur**

INSEE - Direction des Statistiques Démographiques et Sociales. Département des ressources, des prix et des conditions de vie des ménages. Division Conditions de vie des ménages.

### **2. Intitulé de l'enquête**

Enquête de Conjoncture Auprès des Ménages MEnsuelle (CAMME) et micro plate formes associées.

### **3. Objectifs généraux de l'enquête**

Recueillir chaque mois l'opinion que se font les ménages, résidant en métropole, sur la conjoncture économique générale de la France d'une part, sur leur situation financière personnelle, leurs intentions en matière d'épargne et d'achats de biens d'équipements d'autre part, selon un questionnaire inchangé et dans des délais stricts. Ces informations sont destinées à fournir une aide au diagnostic conjoncturel de l'économie française et européenne.

### **4. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats**

La commission européenne est à l'origine de la demande. Elle intègre depuis 1972 l'enquête CAMME parmi les 11 enquêtes de conjoncture réalisées par l'Insee au sein du Système Européen Harmonisé des enquêtes de conjoncture.

Parallèlement, la division des Comptes trimestriels de l'Insee réalise certains traitements sur les données issues de CAMME : calculs des soldes d'opinion, dessaisonalisation des séries. La publication mensuelle dans « Informations Rapides », fréquemment commentée dans les médias sous la désignation de « moral des Français », est sous sa responsabilité.

### **5. Principaux thèmes abordés**

Au niveau de la France : situation économique générale, chômage, inflation.

Au niveau du ménage : situation financière, épargne, achats de biens d'équipements.

Pour ces différents thèmes on demande l'opinion des ménages sur l'évolution passée et l'évolution future.

Le dispositif permet également, le cas échéant et sur un mois donné, de rajouter une micro plateforme de 20 questions maximum, non obligatoire, sur des sujets très variables.

### **6. Place dans le dispositif statistique existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources**

L'enquête figure parmi les 11 enquêtes de conjoncture réalisées par l'Insee au sein du Système Européen Harmonisé des enquêtes de conjoncture.

### **7. Bases de sondage**

La base de sondage est constituée à partir de listes de numéros de téléphones (lignes fixes) tirées dans la base de données de France Télécom (18 millions d'abonnés) par la société Pages Jaunes Marketing Service. Chaque mois une liste de 1 100 numéros est extraite pour constituer la vague entrante. Comme les ménages sont interrogés trois mois de suite, l'échantillon mensuel global est constitué d'environ 2 600 numéros. Environ 2 100 questionnaires sont renseignés chaque mois.

## **8. Unités enquêtées, champ de l'enquête**

L'échantillon est constitué de ménages ordinaires équipés d'une ligne de téléphone fixe et résidant en France métropolitaine. La personne interrogée est indifféremment le titulaire de la ligne ou son conjoint.

## **9. Période et périodicité de la collecte ; service réalisant la collecte**

L'enquête est réalisée chaque mois, y compris en août à partir de 2008. La période de collecte est d'environ trois semaines, depuis le début du mois jusqu'à une date fixée chaque année à partir du calendrier de diffusion très strict imposé par la Commission européenne. La collecte est réalisée dans huit directions régionales. Elle est supervisée par le pôle national enquête ménages de Nancy.

## **10. Impact sur l'unité enquêtée et notamment temps de réponse maximum au questionnaire**

Les ménages sont enquêtés en trois vagues, trois mois de suite. Outre les questions de conjoncture posées à chaque interrogation, un module socio-démographique est posé, uniquement en vague 1 (vague entrante). La durée d'enquête est en moyenne de 13 minutes en vague 1, de 8 minutes en vague 2 ou 3. La présence d'une plate-forme, un mois donné, peut faire augmenter la durée d'enquête au maximum de 8 minutes supplémentaires en moyenne.

## **11. Comité de concertation**

Un comité de suivi se réunit une fois par an. Il rassemble les responsables de l'enquête, les informaticiens de Lille et d'Orléans, le pôle national d'enquêtes ménages de Nancy, l'unité méthodologie statistique, le département applications et projets, les comptes trimestriels. Une Task Force à Eurostat est actuellement en cours.

## **12. Extensions régionales prévues ? Si oui citer les régions :**

Pas d'extensions prévues.

## **13. Diffusion des résultats**

Informations rapides publiées chaque fin de mois en France. Des tableaux sont envoyés également chaque mois à la Commission européenne.

## Enquête : Univers culturels des enfants et des adolescents Vague 4 du panel

### Remarque :

La demande actuelle concerne la prolongation du programme validé par le CNIS, passé devant le comité du label le 29 avril 2002, et ayant été déclaré à la Cnil. (utilisation du panel 1997 de la DEPP/Éducation nationale dans le cadre d'une convention d'échanges de services statistiques).

Ce protocole complète la première approche descriptive réalisée en 2001-2002 (sondage auprès d'un échantillon de 6 – 14 ans) en fournissant des éléments plus précis sur la formation des goûts et sur les « carrières » de consommateurs culturels.

L'enquête a déjà été réalisée à trois reprises en 2002 (visa 2002X089CL), 2004 (visa 2004X80CL) et 2006 (visa 2006X007CL).

La prolongation du panel 1997 par l'Éducation Nationale a donné lieu à la prolongation de la convention d'échanges de services statistiques qui lie le Ministère de la Culture et de la Communication au Ministère de l'Éducation Nationale pour l'utilisation de ce panel pour une 4ème et dernière observation, programmée en 2008.

### 1 - Service producteur :

Département des études, de la prospective et des statistiques / Ministère de la Culture et de la Communication

### 2 - Intitulé de l'enquête ;

Univers culturels des enfants et adolescents

### 3 - Objectifs généraux de l'enquête :

Observer les modifications longitudinales des comportements culturels :

Il s'agit de prendre en compte la combinaison et le poids relatif des différents facteurs intervenant dans le processus de vieillissement de la « jeunesse » (goûts personnels, contextes familiaux, sociaux et scolaires, sexe, influences médiatiques, maturation affective nécessaire à la constitution d'une identité, etc.).

### 4 - Origine de la demande et utilisateurs potentiels

Origine de la demande : DEPS/MCC

Utilisateurs potentiels :

-Dans le champ culturel : Ministère de la culture et de la communication et administrations centrales de la culture, responsables d'équipements culturels, responsables culturels dans les collectivités territoriales, milieux de recherche

-Hors champ culturel : Ministère de l'Éducation nationale

### 5 - Principaux thèmes abordés

Le champ des pratiques et consommations considérées comprend : la fréquentation des équipements culturels, les pratiques amateurs, les consommations domestiques, les usages des médias

- Quels sont les âges charnières d'évolution des pratiques et consommation culturelle ?
- Quel est le poids du « gender » et comment se combine-t-il avec les ruptures d'âge ? et comment ces deux facteurs jouent-ils en fonction du milieu social ?
- Quel est le poids des transmissions familiales
- Quel est le poids de la sociabilité horizontale
- Quels sont les agendas culturels à quels âges ?

## 6 - Apport à la connaissance

Globalement le niveau d'information sur les pratiques et consommations culturelles des moins de 15 ans est faible (peu d'enquêtes nationales s'y consacrent), alors que la place qu'occupent les enfants et jeunes adolescents dans le public des équipements culturels (bibliothèques, musées, etc.), dans les pratiques amateurs (écoles de musique et de danse, etc.) et dans les consommations culturelles (audiovisuel, informatique, multimédia, etc.) n'a fait que croître.

Face à cette situation, le DEPS a lancé un double programme statistique :

- un sondage auprès d'un échantillon de 6-14 ans, réalisé en 2001-2002<sup>1</sup> ayant pour objectif de fournir une photographie des loisirs culturels des plus jeunes ;
- un suivi longitudinal, en collaboration avec le Ministère de l'Éducation Nationale (dans le cadre d'une convention d'échanges de services statistiques), basé sur l'utilisation du panel 1997 (9 600 enfants entrés au CP en 1997).

Il s'agit pour le Ministère de mieux connaître et de mieux comprendre les rapports des plus jeunes à la culture et les modes de formation des goûts.

## 7 - Unités enquêtées :

Cette enquête prend appui sur un le panel 1997 d'enfants constitué par la DEPP/Éducation Nationale (9 600 enfants entrés en CP en 1997).

Ces enfants et leurs familles ont été interrogés par questionnaire auto-administré à trois reprises (en CM2, en 5ème, et en 3ème).

Taux de retour de chaque vague de l'enquête

	Vague 1 Interrogation en 2002	Vague 2 Interrogation en 2004	Vague 3 Interrogation en 2006
Nombre de personnes interrogées	9 036	9 036	8 979
Nombre de réponses exploitables	4 979	7 587	7 201
Taux de réponse par rapport aux personnes interrogées	55,1 %	84 %	80,2 %

## 8 - Période :

L'enquête a lieu entre le retour des vacances de Pâques (toutes zones confondues) et la mi-juillet.

## 9 - Impact sur l'unité enquêtée

Les questionnaires ne dépassent pas 40 minutes

## 11 - Groupe de pilotage initial

Il était composé de représentants de la DEPP/Ministère de l'Éducation nationale, du DEPS/ministère de la culture et de la communication, du CERLIS, de l'ENS LYON, des chercheurs, de l'INJEP-UREF et du Ministère de la Jeunesse et des Sports

Par ailleurs, une convention de recherche a été passé pour l'exploitation des données avec l'ENS LYON (représentée au comité de pilotage)

## 13. Diffusion des résultats

Les résultats feront l'objet de deux types de publication :

<sup>1</sup> Les résultats ont été publiés à la documentation française (Sylvie Octobre, *Les Loisirs des 6-14 ans*, 2004) et a fait l'objet de deux synthèses – (« Les loisirs culturels des 6-14 ans », Développement culturel, n°144, mars 2004 ; « La fabrique sexuée des goûts culturels : construire son identité de fille ou de garçon à travers les activités culturelles », *Développement culturel*, n°150, 2005)

- une synthèse diffusée sous forme d'un numéro de *Développement culturel*
- une publication à la Documentation Française.

## Enquête Emploi du temps 2009

### 1. Service producteur

La maîtrise d'ouvrage de l'enquête et la maîtrise d'œuvre sont assurées par le département des Prix, Revenus et Conditions de Vie des Ménages (PRCVM) de l'INSEE.

### 2. Intitulé de l'enquête

Enquête Emploi du temps 2009

### 3. Objectifs généraux de l'enquête

L'objectif de cette enquête est de collecter des données sur la façon dont les individus organisent leur temps. Elle se fonde sur le remplissage par l'enquêté, au cours d'une journée, d'un carnet d'activités. Elle inclut un module "Décision dans le couple" (DDC) consacré aux modes de décisions au sein des ménages.

### 4. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats

L'enquête est réalisée à l'initiative du département PRCVM. Elle vise à répondre aux interrogations de différents organismes (DREES, DARES, DEPP,...) et de la communauté académique (économistes, sociologues) portant sur une grande variété de temps sociaux (travail hors et au domicile, non emploi, inactivité, travail domestique, temps parental, temps de loisir..) et, avec le module DDC, à une investigation des déterminants et des conditions des prises de décision à l'intérieur du ménage (problématique qui concerne l'allocation du temps et des ressources, la répartition de la charge domestique et professionnelle, les inégalités intra-familiales,...)

### 5. Principaux thèmes abordés

- La séquence des activités des individus dans une journée donnée ;
- Les caractéristiques socio-économico-démographiques des enquêtés ;
- Les écarts de ressources entre les conjoints ;
- La répartition des tâches professionnelles et domestiques ;
- La gestion des ressources personnelles et communes ;
- Les modes de prise de décision (discussions, négociations) au sein des couples.

### 6. Place dans le dispositif statistique existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources (enquêtes ou fichiers administratifs)

L'enquête Emploi du temps est une enquête à périodicité décennale. L'enquête 2009 est la cinquième depuis l'enquête de 1965. Le module DDC qui y sera associé constitue une ouverture sur un champ actuellement peu couvert par les statistiques.

### 7. Base de sondage

L'échantillon est tiré dans l'échantillon maître de l'INSEE.

### 8. Unités enquêtées, champ de l'enquête

L'enquête porte sur les ménages ordinaires et leurs membres en France métropolitaine. Elle vise 8 000 ménages répondants environ.

### **9. Période et périodicité de la collecte ; service réalisant la collecte**

L'enquête se déroulera en six vagues au cours de l'année 2009. La maîtrise d'œuvre est assurée par l'INSEE.

### **10. Impact sur l'unité enquêtée**

L'enquête comportera deux visites. La première sera d'une durée d'environ 50 mn. La seconde durera 20 mn sauf pour un sous-échantillon de 2 500 couples, interrogé sur le module DDC, pendant 40 mn.

### **11. Comité de concertation**

Deux comités scientifiques, composés d'universitaires et de responsables d'études de SSM ou d'organismes comparables interviennent dans l'élaboration du questionnaire de l'enquête, l'un pour la partie Emploi du temps, l'autre pour le module DDC.

### **12. Extensions régionales prévues**

Aucune extension régionale n'est envisagée.

### **13. Diffusion des résultats**

Diffusion de tableaux actualisant les indicateurs publiés sur le site de l'INSEE. Mise en ligne des résultats d'enquête. Transmission de résultats à Eurostat dans le cadre du projet de base européenne harmonisée sur les emplois du temps. Diffusion des fichiers d'enquête aux organismes de recherche intéressés.

Pas de restrictions particulières sur la diffusion.



## Enquête auprès des opérateurs de téléphonie fixe, de téléphonie mobile et des fournisseurs d'accès à Internet sur les profils de consommation

### 1. Service producteur

INSEE, Direction des Statistiques Démographiques et Sociales : Département des prix à la consommation, des ressources et des conditions de vie des ménages, Division des Prix à la Consommation

### 2. Intitulé de l'enquête

« Enquête auprès des opérateurs de téléphonie fixe, de téléphonie mobile et des fournisseurs d'accès à Internet sur les profils de consommation »

### 3. Objectifs généraux de l'enquête

- Fournir les informations indispensables à la mesure de l'évolution mensuelle des prix des services de télécommunications offerts aux ménages grâce à l'observation de leur comportement de consommation (les prix, de type « tarifs » ne posant pas de problème de collecte).
- Observer et suivre annuellement le comportement de consommation des ménages en service de télécommunications.

### 4. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats

Le rapport du groupe de travail du CNIS sur l'observation statistique du développement des nouvelles technologies de l'information (NTIC) et de leur impact sur l'économie a recommandé le déploiement et la poursuite d'enquête thématiques régulière sur ce domaine.

Le suivi, pour les prix à la consommation, d'un indice de prix de la consommation des ménages en services de télécommunications nécessite la collecte d'une information fine et actualisée auprès des opérateurs et des fournisseurs d'accès sur les profils de consommation. La très forte croissance et les nouvelles offres de ces services impliquent un suivi régulier et une adaptation rapide. En filigrane, c'est la fiabilité de l'indice des prix et donc de la mesure de la consommation des ménages et du PIB en volume qui sont en jeu.

### 5. Principaux thèmes abordés

L'enquête ne comporte pas la collecte de prix.

Caractéristiques du comportement de consommation des ménages en services de télécommunications :

- Téléphonies fixe et mobile : type d'engagement, durée mensuelle de consommation, répartition des plages horaires, réseaux appelés, répartition de la clientèle ainsi stratifiée par types de produits ...
- Accès Internet : nombre d'abonnés anciens et nouveaux (respectivement depuis plus et moins d'un an, nombre d'abonnés par type d'offre proposée (bas débit, haut débit)...

### 6. Place dans le dispositif statistique existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources (enquêtes ou fichiers administratifs).

Les données collectées par l'ARCEP ne sont pas liées aux comportements des ménages, ce sont plus les offres de services qui sont analysées par cet organisme.

De plus, l'ARCEP ne fournit pas d'informations détaillées par opérateurs et fournisseurs d'accès.

## 7. Bases de sondage

Sans objet

## 8. Unités enquêtées, champ de l'enquête

- L'opérateur proposant des services de téléphonie fixe (activité relevant du poste 64.2 de la NAF) aux ménages : France Télécom.
- Les trois principaux opérateurs proposant des services de téléphonie mobile (activité relevant du poste 64.2 de la NAF) aux ménages.
- Les quatre principaux fournisseurs d'accès à Internet (activité relevant du poste 64.2 de la NAF) aux ménages.

## 9. Période et périodicité de la collecte ; service réalisant la collecte

La collecte propre à l'année N-1 a lieu en janvier de l'année N. Elle se fait par l'envoi postal d'un questionnaire aux opérateurs en décembre de l'année N-1. La collecte est réalisée par la division des Prix à la Consommation.

## 10. Impact sur l'unité enquêtée et notamment temps de réponse maximum au questionnaire

Les données à transmettre ont été définies en collaboration avec les opérateurs de téléphonies fixe et mobile (bilatéralement puis collectivement). Certaines d'entre elles demandent un traitement informatique spécifique de la part des opérateurs.

Les données à transmettre seront à définir en collaboration avec les fournisseurs d'accès à Internet.

## 11. Comité de concertation

Néant

## 12. Extensions régionales prévues ?

Non

## 13. Diffusion des résultats

- L'indice de prix des services de télécommunications sera diffusé dans le cadre de l'IPC (modes de diffusion habituels).
- Un retour d'information aux opérateurs et fournisseurs d'accès enquêtés sera assuré (indice global et individuel).

Des études présentant l'analyse des résultats sur les prix et le comportement de consommation des ménages sont réalisées par la division « Prix à la consommation » (support envisagé : *Insee première*).

## Enquête : module « Violences sensibles » de l'enquête de victimation « cadre de vie et sécurité 2008 »

### 1. Service producteur

L'observatoire national de la délinquance, département de l'Institut national des Hautes Études de Sécurité, et au sein du département PRCVM de l'INSEE, la division Conditions de vie des ménages.

### 2. Intitulé de l'enquête

Enquête « cadre de vie et sécurité », module « violences sensibles » au sein du dispositif d'enquête annuelle de victimation

### 3. Objectifs généraux de l'enquête

Mesurer la prévalence, la multi-victimation, le taux de plainte ainsi que les conséquences de toute nature des faits de violences sexuelles et de violences au sein du ménage. Connaître le profil socio-démographique des victimes.

Ces indicateurs typiques des enquêtes de victimation fournissent ;

- la part des personnes interrogées qui ont subi au moins une atteinte au cours d'une période donnée (prévalence)
- la fréquence des cas d'atteintes répétées (multi-victimation),
- la proportion de victimes qui porte plainte (taux de plainte)
- les conséquences physiques et le retentissement psychologique des violences dites « sensibles ».

A l'aide des résultats déjà collectés en 2007, il sera aussi possible de mener l'étude du profil des victimes sur la base d'un échantillon plus étendu.

### 4. Origine de la demande (règlement communautaire, demande ministérielle, ...) et utilisateurs potentiels des résultats

Le module « violences sensibles », tout comme le dispositif d'enquêtes annuelles de victimation, répond à une demande du conseil d'orientation de l'OND et du ministère de l'Intérieur.

Parmi les utilisateurs potentiels des résultats des enquêtes de victimation, on trouve les administrations traitant des questions pénales (Police et Justice), les administrations ou organismes confrontés à la délinquance dans leurs activités quotidiennes (éducation nationale, ministère des transports, transporteurs), les administrations, associations, chercheurs traitant des questions sociales soulevées par la délinquance dont la délégation interministérielle à la ville, partenaire du dispositif. Les structures les plus intéressées par le module « violences sensibles » sont celles qui travaillent en particulier sur les violences faites aux femmes comme le service du droit des Femmes et de l'Égalité (Ministère délégué à la cohésion sociale et à la parité).

### 5. Principaux thèmes abordés

Les faits de violences sexuelles et de violences au sein du ménage subies par la personne enquêtée.

### 6. Place dans le dispositif statistique existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources

Ce module, qui pourrait devenir une partie intégrante de l'enquête annuelle de victimation si les expériences des enquêtes 2007 et 2008 sont concluantes, mesure des faits pour lesquels les victimes

peuvent fortement hésiter à les faire connaître aux autorités sous forme de plainte ou de signalement de type « main courante ». Il occupe donc une place unique au sein du système statistique public : c'est le seul dispositif répété qui permet de mesurer les violences sensibles directement auprès des victimes potentielles.

### **7. Unités enquêtées et champ de l'enquête**

Le champ est composé des ménages habitant un logement ordinaire (enquête en population générale). Les unités enquêtées sont les personnes de 14 ans et plus. Une personne est interrogée par ménage. Si elle a entre 18 et 75 ans, à la fin du questionnaire individuel portant notamment sur les autres types de violences physiques (vols avec violences, violences physiques hors vols, hors personnes vivant avec l'enquêté et hors violences sexuelles), elle répond au questionnaire « violences sensibles ». Il s'agit d'un questionnaire auto-administré par l'intermédiaire d'un bande audio transmise par casque et d'un clavier d'ordinateur portable.

### **9. Période et service réalisant la collecte**

La collecte se déroulera de janvier à mars 2008 ; elle sera assurée par l'INSEE.

### **10. Impact sur l'unité enquêtée et notamment temps de réponse maximum au questionnaire**

Le temps de réponse varie selon les événements vécus par l'enquêté. En l'absence de violences subies, le questionnaire dure quelques minutes. En cas de victimations multiples, il peut dépasser 10 minutes. L'impact psychologique sur la personne enquêtée est pris en compte : le dispositif prévoit une permanence téléphonique d'information sur l'enquête et d'orientation vers des associations d'aides aux victimes.

### **11. Partenaires de l'enquête**

La maîtrise d'ouvrage est assurée conjointement par l'OND et l'INSEE. Les partenaires de l'enquête sont la DIV, l'OFDT, le ministère de la Justice et le service du Droit des Femmes et de l'Égalité.

### **12. Extensions régionales prévues**

Aucune à ce jour.

### **13. Diffusion des résultats**

Ce module d'enquête permettra d'alimenter le rapport annuel de l'OND dans sa partie consacrée aux violences sexuelles et aux violences intra familiales.

L'Insee et les différents SSM pourront s'appuyer sur ces données pour mener des travaux sur ces thèmes.

Enfin, ces données, bien entendu anonymisées, intéresseront les centres de recherche français ou étrangers.