Nations Unies ECE/CES/2014/23

Conseil économique et social

Distr. générale
28 janvier 2014
Français
Original: anglais

Commission économique pour l'Europe

Conférence des statisticiens européens

Soixante-deuxième réunion plénière
Paris, 9-11 avril 2014
Point 3 de l'ordre du jour provisoire
Quelle utilité revêt la statistique officielle et comment faire comprendre cette utilité?

Motiver les personnes interrogées en faisant valoir l'utilité de la statistique officielle

Note établie par l'Institut suédois de statistique

Résumé

Le présent document met l'accent sur le moyen de faire percevoir l'utilité de la statistique officielle par les personnes appelées à répondre à des enquêtes statistiques. Comprendre l'utilité de la statistique officielle est une source de motivation pour les personnes interrogées, mais à ce jour, c'est un aspect qui n'est guère reflété dans le processus de collecte de données. Une bonne communication avec les personnes interrogées contribue à l'efficacité du processus de collecte. Après l'introduction, en 2009, de la loi sur les langues en Suède, l'Institut suédois de statistique a accordé une plus grande attention à l'emploi d'un langage clair, le but étant d'adapter la langue au public concerné. C'est cette même approche qui est suivie aujourd'hui avec les personnes appelées à répondre à des enquêtes dans le souci d'améliorer la communication. De nouvelles méthodes de collaboration s'imposent pour que les choses avancent dans le sens souhaité.

Ce document est présenté pour examen à la Conférence des statisticiens européens, sur le thème «Quelle utilité revêt la statistique officielle et comment faire comprendre cette utilité?».

GE.14-20435 (F) 270214 280214

1420435

Merci de recycler

I. Introduction

1. Il est important, pour tout institut national de statistique, de faire valoir l'utilité de la statistique officielle, non seulement auprès des utilisateurs, mais aussi dans les échanges verbaux que peuvent avoir les enquêteurs avec les personnes interrogées. Le succès d'un processus de collecte de données peut en dépendre pour une bonne part. Le souci d'améliorer la formulation des documents servant de base à une enquête et de mieux communiquer avec les personnes interrogées n'est pas nouveau pour l'Institut suédois de statistique. À l'évidence, un soin tout particulier est mis dans la conception de l'enquête et la formulation des documents, et donc dans le choix des termes utilisés. Cependant, les professionnels de la communication en langue suédoise n'ont jusqu'à présent pas été associés à d'autres aspects du travail de collecte de données, comme la rédaction de lettres, de messages électroniques et d'instructions.

A. Une nouvelle manière de communiquer avec les personnes interrogées

2. L'Institut suédois de statistique a mis au point une nouvelle approche de la communication avec les personnes interrogées dans un processus de collecte de données. Cette approche met surtout l'accent sur l'explication de l'utilité de la statistique officielle pour les personnes sollicitées. Un réseau associant différents départements au sein de l'Institut national a été créé pour travailler méthodiquement à l'amélioration de la communication écrite concernant la participation aux enquêtes, c'est-à-dire les lettres de présentation, les instructions, les rappels et les envois électroniques (formulaires électroniques). Il est certain que la collecte de données est un processus très complexe qui comprend différentes tâches, comme de trouver des numéros de téléphone, d'appeler les personnes au moment approprié, de mettre au point une routine d'aide, de formuler les questions de l'enquête et d'informer les personnes sur la méthode statistique. La communication ne représente qu'une petite partie du processus, mais le succès de celui-ci peut en dépendre, notamment par l'augmentation du taux de participation. Le réseau créé au sein de l'institut national constitue un outil important dans la lutte contre le problème que pose le refus de participer d'une partie des personnes approchées.

B. Expliquer l'utilité de la statistique officielle pour motiver les personnes interrogées

3. Les membres du réseau associant différents départements qui sont en contact direct avec les personnes interrogées font tous le même constat: dès lors que ces dernières comprennent le rôle qu'elles peuvent tenir dans le système de la statistique officielle, elles se montrent plus désireuses de prendre part au processus. Souvent, le dialogue crucial qui rend possible cette compréhension se fait par téléphone, lorsque la personne appelle le service de statistique pour demander à être exclue de l'enquête ou lorsque le service de statistique appelle la personne pour lui rappeler l'enquête et la convaincre d'y participer. Par une collaboration étroite entre les experts en communication et ceux qui sont au contact direct des personnes interrogées, l'Institut suédois de statistique explore les moyens de mieux tirer parti des connaissances concernant le comportement des personnes que l'on interroge. Ces connaissances doivent être incorporées plus efficacement aux différentes voies de communication utilisées (le site Web, les courriers électroniques, les lettres, les brochures, etc.) de façon à motiver le public visé à prendre part aux enquêtes.

C. Exemple de l'explication pouvant être donnée de l'utilité de la statistique officielle

4. La figure 1 ci-dessous illustre la manière dont le personnel de l'Institut suédois de statistique fait valoir l'utilité de la statistique officielle et expose le système statistique aux personnes approchées dans les enquêtes portant sur le secteur industriel. Des explications similaires sont également utilisées de façon régulière par les enquêteurs opérant par téléphone, dans le cadre d'enquêtes visant des personnes ou des ménages, pour les convaincre de participer. Le but à atteindre est de communiquer l'intérêt de la statistique officielle avant même le premier appel téléphonique, par le biais de lettres d'invitation et de messages sur l'Internet. Il s'agit d'établir un contact positif dès la première approche au lieu de s'en remettre, comme c'est souvent le cas aujourd'hui, à des messages électroniques ou des conversations téléphoniques à un stade plus avancé dans le processus d'enquête. Cela permet d'éviter d'avoir à «réparer» le fil de la communication au moyen de lettres d'invitation lorsque le contact a échoué d'emblée à motiver les personnes approchées, que ce soit dans le cadre d'enquêtes à participation facultative ou obligatoire. Le flux de la communication présenté à la figure 1 est le suivant:

a) L'entreprise à laquelle appartiennent les personnes interrogées dans le cadre de l'enquête (en bas) possède une usine à propos de laquelle elle communique des données à l'Institut suédois de statistique;

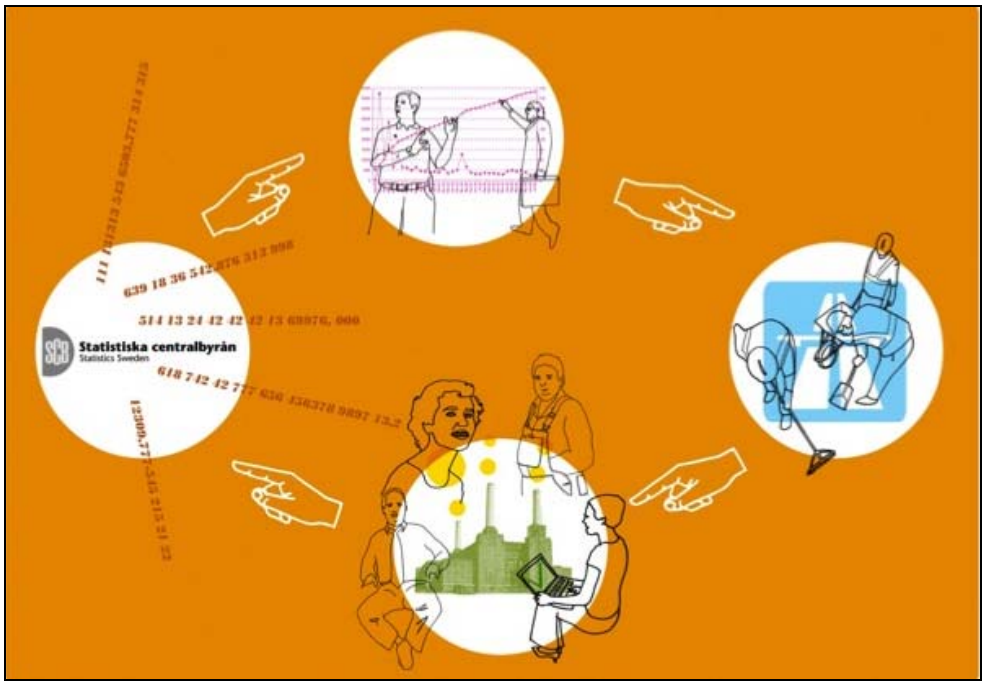
b) L'Institut suédois de statistique (à gauche) traite les données reçues pour en extraire des statistiques et met ces dernières à la disposition des décideurs;

c) Les décideurs (en haut) s'appuient sur les statistiques pour décider où construire des routes;

d) Une entreprise de construction de routes (à droite), sur la base de décisions dictées par les statistiques, construit une route donnant accès à l'usine où travaillent les personnes interrogées;

e) L'usine où travaillent les personnes interrogées (en bas), grâce à cette nouvelle route, peut acheminer plus facilement ses produits jusqu'à la clientèle.

Figure 1
Exemple montrant comment expliquer aux personnes interrogées le système statistique et l'utilité de la statistique officielle



D. La loi sur les langues

5. En 2009, la loi sur les langues en Suède est entrée en vigueur. Entre autres choses, elle stipule que le langage du secteur public doit être «cultivé, simple et compréhensible». En d'autres termes, les organismes publics doivent:

- Suivre les règles et les recommandations du Conseil des langues et d'autres institutions gouvernementales en matière d'orthographe, de grammaire, de ponctuation, de syntaxe, etc.;
- Écrire de façon aussi simple que possible, c'est-à-dire en évitant une syntaxe compliquée et en expliquant les termes spécialisés et les mots de jargon;
- Adapter le langage à ceux à qui il est destiné en tenant compte notamment de leur aptitude à la lecture et de leur connaissance du thème traité.

II. Mise en place d'un réseau: mieux communiquer par la collaboration

6. L'Institut suédois de statistique a mis au point un moyen permettant de mieux communiquer avec les personnes interrogées, notamment en s'efforçant de mieux faire percevoir l'utilité de la statistique officielle. Au début de 2013, il a créé un réseau à cet effet.

A. But du réseau et tâches lui incombant

7. Le réseau est chargé d'évaluer la communication avec les personnes interrogées, que ce soit par l'entremise de messages électroniques ou de courrier postal, ou par affichage sur des sites Web, et de suggérer des améliorations possibles. À cet effet, il met en présence les personnes participant au processus de collecte de données, y compris des personnes appelées à prendre part aux enquêtes. Pour pouvoir appliquer cette politique de clarté du langage, en accord avec la loi sur les langues, il faut combiner la connaissance du public sollicité avec l'objet du message à adresser.

8. Le réseau constitue la première phase de l'approche par laquelle l'Institut suédois de statistique entend modifier sa communication avec les personnes approchées dans le cadre des enquêtes. Il va de soi que cela nécessite de réorganiser le travail de communication interne au sein de l'Institut. Le réseau constitue certainement un excellent moyen, pour le département Communication de l'Institut suédois de statistique, d'en apprendre davantage, sous l'angle de la communication, sur les opérations relevant du processus de collecte de données. Sur la base du savoir-faire et de l'expérience des membres du réseau, les activités qu'il déploie sont aujourd'hui ciblées sur deux enquêtes en cours: une enquête sur les conditions de vie et une autre sur les statistiques conjoncturelles, les traitements et les salaires du secteur privé.

B. Membres

9. Le réseau est composé de neuf personnes clefs, investies à différents titres dans la communication avec le public approché dans les enquêtes. Deux professionnels spécialement formés aux techniques de communication font office de coordonnateurs du réseau: un expert de la clarté du langage et un stratège du Web, appartenant l'un et l'autre au département Communication. Six autres membres s'occupent, au sein des deux départements de collecte des données, de la création de textes et des réponses données par courrier électronique aux personnes interrogées. Le neuvième membre appartient au département Traitement, qui est chargé des routines et des procédés communs. Le département Traitement crée également des modèles de lettres qui constituent une part importante de la communication avec les personnes interrogées. Le personnel de ce département compte aussi des experts chargés d'élaborer des formulaires et de les mettre à l'essai, de fixer des lignes directrices pour les enquêtes et d'assurer un service de conseil dans ces domaines.

C. Avantages

10. Le processus de création et de correction de textes destinés à différentes communications écrites dans le cadre du processus de collecte de données est décentralisé et complexe. Il nécessite la participation de nombreux rédacteurs et correcteurs, ainsi que d'autres contributeurs appartenant à différents départements de l'Institut suédois de statistique. Par conséquent, les textes sont fréquemment créés un par un, de manière indépendante selon les différentes utilisations prévues. Cependant, du point de vue de la personne qui en prend connaissance, chaque texte est un lien dans *une* chaîne de communication en provenance d'*un* expéditeur, à savoir l'Institut suédois de statistique. Pour celui-ci, le réseau constitue une nouvelle approche dans la mesure où c'est l'ensemble de la chaîne de communication qui est concerné; en effet, chaque lettre, chaque texte affiché sur le Web, chaque courrier électronique, etc., dans la chaîne de communication passe par le réseau.

11. Le principal avantage du réseau est de mobiliser des connaissances existant déjà dans l'institution en ce qui concerne le processus de collecte des données et les publics auxquels s'adressent les enquêtes. Ces connaissances revêtent une importance cruciale pour une communication fructueuse et il faut donc qu'elles soient recensées et transférées à l'endroit qui convient dans le processus pour pouvoir être exploitées. Cela ne se fait pas automatiquement; le réseau est un moyen d'y parvenir.

12. Enfin, le réseau offre également une excellente opportunité, pour le département Communication, de faire découvrir la théorie et la pratique du langage clair aux collègues d'autres départements.

D. Principes du langage clair

13. Les activités du réseau sont fondées sur la méthode du langage clair, qui s'articule autour du contexte et de la perspective dans lesquels s'inscrivent ceux pour qui il est pensé. Selon les principes du langage clair, la clef d'une communication qui atteint son but est de considérer la chaîne de communication dans son ensemble, et non pas les textes sur lesquels elle s'appuie. À chaque maillon de la chaîne, il faut se poser la question: «Que veut le lecteur et qu'a-t-il besoin de savoir en l'occurrence?». Guidés par le stratège du Web et l'expert de la clarté du langage, les membres du réseau puisent dans leur expérience personnelle pour trouver des réponses à des questions telles que celles-ci:

- Quel message essentiel voulons-nous faire passer aux personnes interrogées avec ce texte particulier?
- Vers quels résultats tendons-nous à travers nos lettres, nos courriers électroniques et les contenus que nous affichons sur le Web?
- Quelle est l'attitude des personnes interrogées à notre égard et comment voudrions-nous les voir réagir?

14. Le réseau contribue à établir de nouvelles voies de collaboration et offre en outre l'opportunité, pour le département Communication, d'enseigner facilement le langage clair aux collègues d'autres départements. Le but est d'inspirer les membres à trouver leur propre motivation pour changer la manière de communiquer de l'Institut suédois de statistique.

III. Problèmes et défis

A. La communication est une tâche essentielle des services de statistique

15. La communication est au centre du système, dont la mission est de produire et de diffuser des statistiques. Pour mener leur mission à bien, les instituts nationaux de statistique doivent allouer à cette tâche les ressources nécessaires, et notamment les compétences suffisantes en matière de communication (s'agissant par exemple de la pratique du langage clair). Dans le travail de collecte de données, l'attention est surtout mobilisée par la conception de l'enquête et les aspects juridiques. Le rôle du département Communication se limite à des aspects tels que la responsabilité des directives générales concernant les publications destinées à être affichées sur le Web et les conseils de nature rédactionnelle aux auteurs. Jusqu'à présent, si l'on excepte la traduction en anglais, le département Communication de l'Institut suédois de statistique n'a pas été activement associé à la rédaction des modèles de lettres ou à leur composition, ni à la création des textes destinés à être affichés sur le Web. Le réseau associant différents départements au sein de l'institut offre le moyen de relever de manière plus globale le défi de la communication.

16. Les activités centrales des instituts nationaux de statistique sont bien sûr la production et la diffusion de statistiques. Traditionnellement, les départements de communication centrent largement leurs efforts sur la diffusion. À l'Institut suédois de statistique, le département Communication s'implique de plus en plus aujourd'hui dans la production également, notamment en ce qui concerne le dialogue avec les publics auxquels s'adressent les enquêtes. Il est juste de dire que la communication fait partie intégrante des activités centrales d'un institut national moderne de statistique.

B. Le besoin d'évaluation

17. S'agissant d'assurer l'efficacité de la communication, le langage clair est une méthode ayant fait ses preuves et sur laquelle existe une abondante documentation (voir «Working for dollars, working to please» de Joseph Kimble, Carolina Academic Press 2012, pour des exemples de résultats positifs dans la vie réelle, tirés d'applications du secteur public dans différents pays de par le monde). Un défi majeur à relever pour l'Institut suédois de statistique, cependant, est celui consistant à évaluer les effets produits par les efforts d'utilisation d'un langage clair avec les personnes interrogées, notamment pour leur expliquer l'utilité de la statistique officielle. Les principes du langage clair sont sans grand mystère, mais leur application, s'agissant par exemple d'exposer la finalité d'un texte et de préciser le public auquel il s'adresse, peut souvent soulever pas mal de difficultés. À son tour, cela demande une large collaboration. Le même niveau de collaboration est également requis pour tester, évaluer et interpréter les résultats, et ensuite prendre sur cette base les mesures appropriées.

C. Élargir la collaboration

18. Le principal défi à relever dans un avenir proche sera de trouver le moyen de renforcer la collaboration et de faire participer un plus grand nombre de membres du personnel à l'amélioration de la communication. Grâce au réseau, un groupe de neuf personnes se consacre à l'amélioration de la communication avec les personnes approchées dans le cadre des enquêtes. De ce fait, ce groupe a acquis un savoir-faire dans le domaine du langage clair. Cependant, la principale raison d'être du réseau n'est pas d'avoir à disposition un petit groupe de spécialistes. Le véritable but est au contraire d'inspirer et d'aider chaque personne amenée à dialoguer avec les personnes interrogées. Il s'agit en fait d'amener pas à pas des changements durables. Recenser les avantages intersectoriels et créer des modèles susceptibles d'être utilisés dans de nombreuses enquêtes seront des étapes importantes du travail futur de l'institut. Peu importe le niveau de réussite qu'aura eu le réseau, on ne pourra parler de succès à long terme que si, au bout du compte, c'est l'ensemble du personnel qui s'est senti concerné par les objectifs poursuivis.

19. Les départements qui sont chargés de recueillir des données ont acquis de nouvelles compétences dans le maniement d'un langage clair qui leur donnent de nouveaux outils pour recenser les problèmes de communication avec les personnes interrogées. Mais − et c'est ce qui compte le plus −, ils sont aujourd'hui en mesure de développer dans la pratique leur communication avec ces personnes. L'élargissement de cette méthode à l'ensemble du personnel est encouragé. L'Institut suédois de statistique en fait d'ailleurs une condition préalable de la durabilité des améliorations susceptibles d'être apportées aux pratiques par lesquelles elle s'efforce de faire comprendre au public l'utilité de la statistique officielle. Cela soulève plusieurs questions importantes:

a) Premièrement, comment faire pour préserver et développer l'acquis en termes de connaissances nouvelles et l'intérêt suscité auprès des membres du réseau appartenant aux départements s'occupant de la collecte de données et au département Traitement?

b) Deuxièmement, quels sont les groupes existants, spécialement ceux à caractère intersectoriel ou interdisciplinaire, à qui l'on pourrait demander de continuer à propager cette nouvelle méthode de communication introduite par le réseau?

c) Troisièmement, quels autres groupes au sein du personnel faut-il encore associer?

D. Explorer d'autres méthodes

20. L'institut national suédois de statistique doit se montrer plus actif dans la recherche d'informations concernant les publics cibles des enquêtes et l'intérêt que présente pour ceux-ci la statistique officielle. La pratique d'un langage clair est l'un des moyens d'y parvenir mais il existe d'autres méthodes pour instaurer un dialogue plus satisfaisant entre les statisticiens et les personnes approchées dans les enquêtes, et ces méthodes méritent d'être explorées. L'une d'entre elles est la conception du service, une méthode conçue pour améliorer le service en veillant à une meilleure organisation de la communication, des éléments matériels et des participants. La conception du service peut aider à mieux s'informer sur les personnes interrogées de façon à disposer de connaissances plus approfondies sur leurs besoins et leurs attitudes. Cette approche peut donner des indices importants sur la manière de motiver davantage les personnes que l'on approche dans le cadre des enquêtes.

IV. Conclusions et recommandations

A. Mobilisation de connaissances

21. Le réseau qui est ici décrit est une contribution importante à la mobilisation de connaissances. Il permet de faire un meilleur usage des connaissances concernant le langage clair, le processus de collecte de données et les attitudes des personnes interrogées. Ces connaissances revêtent une importance cruciale pour le succès de la communication, mais elles ne sont souvent pas disponibles au moment et à l'endroit souhaités. En attendant, le réseau aide à améliorer le mode de communication de l'Institut suédois de statistique. Il a ainsi été démontré qu'en s'évertuant à mieux expliquer l'utilité de la statistique officielle, les instituts de statistique peuvent susciter une plus grande motivation chez les personnes approchées lors des enquêtes pour les inciter à y prendre part.

B. Langage clair

22. Nous n'avons pas encore le recul qui nous permettrait de mesurer l'impact réel des méthodes faisant appel à un langage clair pour faire prendre conscience de l'utilité de la statistique officielle auprès des personnes sondées, mais c'est une voie dans laquelle il faut poursuivre. Améliorer la communication avec le public cible d'une enquête est l'un des moyens d'infléchir la tendance croissante des personnes approchées à refuser de répondre. L'utilisation d'un langage clair aide l'Institut suédois de statistique à faire prendre conscience de l'utilité de la statistique officielle. La même approche, c'est-à-dire la pratique d'un langage clair, est importante pour l'ensemble des communications des services de statistique.

C. Collaboration entre les services nationaux de statistique

23. L'Institut national suédois de statistique a réussi à faire collaborer les départements qui le composent dans sa mission de collecte de données, et les résultats sont prometteurs. Un autre développement bienvenu serait une collaboration renforcée entre les instituts nationaux de statistique, permettant de débattre des moyens d'améliorer la communication avec les personnes approchées dans les enquêtes et de la manière de nous y prendre pour faire prendre conscience de l'utilité de la statistique officielle.