



# Conseil économique et social

Distr. générale  
16 février 2016  
Français  
Original : anglais

## Commission économique pour l'Europe

### Conférence des statisticiens européens

#### Soixante-quatrième réunion plénière

Paris, 27-29 avril 2016

Point 10 b) de l'ordre du jour provisoire

#### Rapports, directives et recommandations

élaborés sous les auspices de la Conférence

## Utilité de la statistique officielle – rapport d'activité

### Note de l'Équipe spéciale sur l'utilité de la statistique officielle

#### Résumé

Le présent document contient le rapport d'activité de l'Équipe spéciale sur l'utilité de la statistique officielle. Le Bureau de la Conférence des statisticiens européens a créé en mars 2015 une équipe spéciale sur l'utilité de la statistique officielle, chargée de définir l'intérêt que celle-ci revêt pour les utilisateurs, les parties prenantes et la société et d'élaborer des moyens d'en mesurer l'utilité afin qu'elle soit mieux comprise et connue par la société.

La section VII du rapport formule huit recommandations provisoires sur la voie à suivre au sein des offices nationaux de statistique et au niveau international. L'Équipe spéciale poursuivra ses travaux en 2016-2017 pour établir le cadre et les indicateurs de mesure de l'utilité des statistiques officielles et créer une plateforme wiki permettant de partager les meilleures pratiques en vue d'accroître, de promouvoir et de mesurer l'utilité de la statistique officielle.

Le présent document est soumis à la réunion plénière de la Conférence pour qu'elle l'examine et donne son avis sur les travaux futurs à entreprendre en priorité.



## I. Introduction

1. La statistique officielle connaît un succès remarquable depuis des décennies. À l'ère de l'information, la fourniture de données et d'informations fiables et de qualité par les offices nationaux de statistique dans le monde entier revêt une importance croissante tant pour l'économie que pour la société. Cependant, il convient de se garder de toute complaisance et de ne pas perdre de vue les incidences des évolutions technologiques et autres :

a) Les offices nationaux de statistique sont loin d'être les seuls fournisseurs d'informations. De fait, le monde croule d'une certaine façon sous l'information ;

b) Les restrictions budgétaires et le principe de responsabilité des organismes publics font que les offices nationaux de statistique doivent davantage justifier la façon dont ils mettent à profit les fonds publics pour satisfaire aux besoins d'information statistique ;

c) Les avancées technologiques ont déclenché une révolution numérique et une révolution des données, qui soulèvent des questions légitimes quant à l'efficacité avec laquelle les offices nationaux de statistique tirent parti de ces nouvelles possibilités pour développer les avantages qu'elles procurent à nos sociétés ;

d) Le défi à relever est celui des mégadonnées, vu que, chaque jour, apparaissent 2,5 quintillions d'octets de données et que 90 % des données existant dans le monde aujourd'hui ont été créées au cours des deux dernières années<sup>1</sup>. L'analyse correcte de ces données est un facteur clef pour pouvoir prendre de meilleures décisions<sup>2</sup> ;

e) Une telle évolution touche non seulement les offices nationaux de statistique, mais également tout un chacun et contribue souvent à accroître la concurrence exercée par d'autres fournisseurs d'informations.

2. Compte tenu de ce qui précède, la Conférence des statisticiens européens a organisé en avril 2014 un séminaire sur le thème « Quelle utilité revêt la statistique officielle et comment faire comprendre son utilité ? ». La Conférence a estimé qu'il faudrait faire valoir l'intérêt que présente la statistique officielle en tant qu'atout à l'échelle mondiale et a préconisé des actions conjointes au niveau international, par exemple pour concevoir une terminologie et un langage communs lorsqu'il s'agit de traiter de l'utilité de la statistique officielle et pour mesurer la valeur économique de la statistique officielle en rassemblant des études de cas.

3. Afin de progresser dans ce domaine, le Bureau de la Conférence a demandé à un groupe de pays et d'organisations intéressés d'établir une feuille de route pour étudier les aspects essentiels à couvrir dans des travaux approfondis sur l'utilité de la statistique officielle. Cette feuille de route a été élaborée par un groupe comprenant le Royaume-Uni (président), l'Autriche, le Canada, le Mexique, l'OCDE et la CEE.

4. Le Bureau de la Conférence a donc créé en mars 2015 une équipe spéciale sur l'utilité de la statistique officielle, composée d'experts du Royaume-Uni (président), du Mexique (vice-président), du Canada, de l'Irlande, de la Nouvelle-Zélande, de la Turquie, d'Eurostat et de l'OCDE. La CEE fait office de secrétariat. En vertu de son mandat, l'Équipe spéciale a pour objectif de définir l'intérêt que revêt la statistique officielle pour les utilisateurs, les parties prenantes et la société et d'élaborer des moyens d'en mesurer l'utilité afin qu'elle soit mieux comprise et connue par la société.

---

<sup>1</sup> [www.ibm.com/smarterpl/us/en/business\\_analytics/article/it\\_business\\_intelligence.html](http://www.ibm.com/smarterpl/us/en/business_analytics/article/it_business_intelligence.html).

<sup>2</sup> « Performance and Capacity Implications for Big Data », [ibm.com/redbooks](http://ibm.com/redbooks).

5. En octobre 2015, l'Équipe spéciale a mené une enquête auprès des offices nationaux de statistique, conjointement avec le Comité pour la modernisation chargé des produits et des sources du Groupe de haut niveau de la CEE, afin de rassembler les bonnes pratiques innovantes qui amélioreraient la pertinence des statistiques officielles, en mesuraient l'utilité ou plaideraient de manière convaincante en faveur d'investissements dans ce domaine. Dans les cas où les répondants ne voyaient pas d'objection à partager de telles informations, le présent rapport d'activité a pris en compte les exemples cités.

6. La dernière section contient des projets de recommandation soumis à la Conférence pour examen en avril 2016. L'Équipe spéciale poursuivra ses travaux en se fondant sur les orientations et les observations formulées.

## II. La situation actuelle

### A. Qu'entend-on par utilité ?

7. L'utilité est un concept fondamental, mais qui peut sembler relativement vague dans le cas d'une entreprise ou d'un service. Dans l'*Oxford English Dictionary*, la notion de *value* (utilité) est définie comme étant « l'importance, la valeur ou la convenance de quelque chose ». Elle peut avoir une dimension matérielle ou monétaire : combien pourrait-on faire payer le produit ou le service en question ? Cependant, en particulier pour un organisme public, elle aura probablement une acception plus large, en l'occurrence l'utilité de la contribution apportée par ledit organisme à la société, indépendamment de la question de savoir si l'on pourrait ou s'il faudrait faire payer l'intégralité de cette contribution.

8. Il y a aussi un élément dynamique dans la mesure où un produit ou un service a rarement une utilité intrinsèque permanente. L'utilité dépend de circonstances et de besoins fluctuants. Les lampes à huile sont devenues moins utiles après l'avènement de l'éclairage au gaz, puis de l'éclairage électrique, tout comme la vapeur lorsque des moyens de propulsion plus efficaces sont devenus disponibles. Autrement dit, dans le contexte de la statistique officielle, l'utilité se forge en permanence.

9. En termes moins abstraits, une des motivations les plus fortes pour la production de données et d'informations tient à l'utilité qu'elles présentent pour la prise de décisions fondées sur l'analyse des faits. Lorsque les ressources sont limitées et qu'il faut déterminer la meilleure manière de les affecter afin d'en tirer parti au maximum, des données probantes s'avèrent précieuses. Cela vaut tant dans le cas d'une décision adoptée par un organisme public au niveau local, national ou international que d'une décision commerciale ou personnelle. À l'inverse, la statistique officielle n'a sans doute guère d'utilité intrinsèque à moins d'aider à prendre des décisions dûment étayées. Tous ces aspects peuvent être résumés comme suit.

10. Les données sont l'élément moteur de toute décision et la matière première de toute responsabilité. Sans données de qualité fournissant au bon moment des informations satisfaisantes sur le sujet dont il est question, il est quasiment impossible de concevoir, de suivre et d'évaluer des politiques efficaces<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> A World that Counts : [www.undatarevolution.org/report/](http://www.undatarevolution.org/report/).

## B. Ce qui ressort des enquêtes en ce qui concerne la situation actuelle

11. Globalement, la statistique officielle reste heureusement fort appréciée. L'Équipe spéciale a reçu 49 réponses<sup>4</sup> à son enquête d'octobre 2015. Deux tiers des offices nationaux de statistique ayant répondu ont signalé que le nombre de citations de leurs statistiques augmentent et trois offices seulement enregistrent une tendance à la baisse. Alors que la confiance des utilisateurs atteint déjà souvent un niveau élevé, plus de la moitié des offices nationaux de statistique estiment qu'elle continue de progresser (les autres offices ne disposaient pas d'information à ce sujet). Deux tiers des offices nationaux indiquent que l'importance accordée à leurs statistiques parmi les utilisateurs ne cesse de croître, le tiers restant n'ayant pas d'informations sur ce paramètre.

12. Cependant, il s'agit là d'une vue d'ensemble. Une analyse plus approfondie permet d'obtenir des informations supplémentaires, certaines positives, certaines neutres et d'autres plus équivoques. Les enquêtes menées auprès des utilisateurs dans les différents pays font apparaître ce qui suit du côté positif du bilan :

- Les utilisateurs les plus fréquents semblent accorder plus de valeur aux statistiques. On observe actuellement une tendance à la hausse de la proportion d'utilisateurs occasionnels et de premiers utilisateurs ;
- Les utilisateurs qui font le plus confiance aux statistiques officielles semblent également leur accorder le plus de valeur. Par exemple, en Nouvelle-Zélande, 92 % de ceux qui font absolument confiance aux statistiques officielles et 85 % de ceux qui pensent que les statistiques sont totalement exemptes de toute ingérence politique se déclarent satisfaits des statistiques officielles et, au Mexique, 90 % des personnes ayant utilisé la statistique officielle dans leurs activités estiment qu'elle est essentielle à la prise de décisions.

---

<sup>4</sup> Les pays et organisations suivants ont répondu : Arménie, Azerbaïdjan, Belarus, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Canada, Chili, Colombie, Croatie, Espagne, Estonie, Fédération de Russie, Finlande, Géorgie, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Israël, Italie, Japon, Kazakhstan, Kirghizistan, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Mexique, Norvège, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République de Moldova, Roumanie, Royaume-Uni, Serbie, Slovaquie, Slovénie, Suède, Suisse, Tadjikistan, Turquie, Ukraine, Energy Information Administration des États-Unis, Social Security Administration des États-Unis, Bureau of Labor Statistics des États-Unis, CEI-STAT, Eurostat et CESAP.

13. Certains de ces points sont illustrés par diverses citations tirées des commentaires reçus en retour :

*« Organisme respecté qui est très utile au pays en raison des informations qu'il produit. Un vrai défi consiste, après avoir été un producteur de masse de statistiques, à devenir le facilitateur d'une information très aisément accessible à tous. »*

*« Votre site Web est labyrinthique et difficile à utiliser. »*

*« Les images infographiques dynamiques sont excellentes : elles nous amènent à réfléchir aux analyses et nous aident à sensibiliser d'autres personnes. »*

*« La question ou plutôt la chance à saisir principale est d'examiner si les produits statistiques peuvent être mieux adaptés aux besoins des utilisateurs. »*

*« Des données fragmentées pour différents types d'utilisateurs permettent de trouver plus facilement ce dont j'ai besoin. »*

14. En résumé, la conclusion est que la statistique officielle dispose d'un bon point de départ et que les tendances générales restent favorables. Néanmoins, il y a des signaux d'alarme qu'il serait risqué d'ignorer.

### C. Statistique officielle et prise de décisions

15. Dans l'enquête de la CEE, les offices nationaux de statistique ont également été questionnés sur l'utilité de la statistique officielle dans la prise de décisions. Les réponses ont fait apparaître un éventail remarquablement large de décisions prises à l'aide de statistiques officielles dans différents domaines : calcul du salaire minimum, surtaxes de carburant, politiques et stratégies visant à lutter contre la pauvreté et le chômage, perspectives démographiques et prévisions de l'évolution de la main-d'œuvre, analyse des prix de l'immobilier et du marché de la location, développement régional et urbanisme, négociations syndicales, infrastructure des transports, services d'éducation, subventions, quotas, représentation gouvernementale et découpage électoral, services de santé, immigration, commerce, comparaisons en matière de qualité de la vie, taux d'intérêt, budgets et financement, planification stratégique et développement aux niveaux local, national et international, gestion des crises, investissement, etc.

16. En outre, l'enquête semble indiquer que lorsque les offices nationaux de statistique suivent l'utilisation faite de leurs statistiques et la valeur qui leur est accordée, il en résulte des tendances positives. La confiance et l'importance prêtées à la statistique officielle à la fois dans les médias et dans les observations formulées semblent s'améliorer.

17. Bon nombre d'exemples concrets ont été cités concernant les secteurs où la statistique officielle étayait et facilitait la prise de bonnes décisions dans l'ensemble de la société. Cela étant, de nombreux éléments portaient à croire que la statistique officielle était parfois peu ou mal utilisée ou méconnue. L'indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH) a été mal compris et utilisé pour aligner les prix de la location sur ceux de la

propriété (Hongrie), les statistiques de l'immigration ont été détournées dans une campagne électorale (Suisse), l'idée que le public se fait de l'immigration ne correspondait pas aux informations disponibles (Italie) et le « moindre avantage conféré par un diplôme universitaire » se révélait être une illusion (Canada). Tous ces exemples laissent entrevoir un manque de culture statistique ou, au minimum, une méconnaissance des statistiques disponibles qui peuvent s'avérer utiles<sup>5</sup>.

18. Il en ressort en tout état de cause que les offices nationaux de statistique feraient bien de ne pas se reposer sur leurs lauriers. À l'évidence, beaucoup reste à faire pour améliorer le débat public et la prise de décisions, ainsi que la contribution des données et des statistiques officielles susceptibles de les étayer. Un des enseignements à tirer serait qu'il faut non plus se contenter de produire simplement des statistiques, mais replacer celles-ci dans un contexte et en mettre en évidence la portée.

19. Aussi importante que soit la fourniture de données à l'ère de l'information, il n'y a, a priori, pas de raison que les offices nationaux de statistique soient les seuls à pouvoir les produire. Les utilisateurs potentiels accepteront l'information de *n'importe quel* fournisseur si elle est perçue comme étant utile selon les critères décrits dans les sections précédentes. Certes, la communauté statistique officielle a des atouts considérables sur lesquels elle peut s'appuyer. Cependant, les fournisseurs d'informations concurrents ont eux aussi leurs points forts. Ils disposent parfois de ressources auprès desquelles celles de la plupart des offices nationaux font pâle figure.

### III. Exploiter la compétence particulière de la statistique officielle

20. Les modalités exactes de communication des statistiques officielles et leur portée varient, dans une certaine mesure, d'un pays à l'autre. Cela étant, les Principes fondamentaux de la statistique officielle s'appliquent à tous les aspects de ce domaine d'activité. Ces principes, élaborés il y a plus de vingt ans par la Conférence, ont pour objet d'aider à définir ce qui constitue un bon système de statistiques officielles et le rôle que le système statistique devrait jouer dans un pays. Leur message<sup>6</sup>, formulé en termes simples, est le suivant :

- Impartialité : nous publions des résultats pertinents sans parti pris ;
- Professionnalisme : nous appliquons des pratiques rigoureuses d'assurance de la qualité ;
- Caractère scientifique : nous facilitons une interprétation correcte des données en utilisant des normes scientifiques ;
- Nécessité de se faire entendre : nous fournissons des informations sur l'utilisation de nos statistiques et leur interprétation ;
- Souplesse : nous tirons nos informations de nombreuses sources ;
- Confidentialité : nous fonctionnons dans des environnements physiques et numériques sûrs ;
- Transparence : nous divulguons l'intégralité de nos méthodes et de nos normes ;

<sup>5</sup> Janssen et Forbes (2014) « The Use of Official Statistics in Evidence Based Policy Making in New Zealand ».

<sup>6</sup> Vidéo de Modernstats-HLG sur les Principes fondamentaux : [www.youtube.com/watch?v=uxb3iOnVr1Y](http://www.youtube.com/watch?v=uxb3iOnVr1Y). Cette vidéo à portée générale a été produite sur la base de la vidéo promotionnelle de Statistique Canada, publiée en 2013.

- Collaboration : nous travaillons avec les organismes de statistique de notre pays afin de maintenir un système statistique cohérent et efficace ;
- Efficacité : nous revoyons et actualisons en permanence nos méthodes, procédures et systèmes ;
- Dimension mondiale : nous coopérons avec des partenaires internationaux pour garantir l'utilisation des meilleures méthodes.

21. L'adhésion à ces principes a conféré à la statistique officielle un certain nombre d'avantages majeurs :

a) La statistique officielle repose sur de solides fondements institutionnels et juridiques. Appliquant en outre des normes de production rigoureuses et professionnellement indépendantes, les offices nationaux de statistique jouissent généralement d'une forte notoriété et d'une excellente image ;

b) Les offices nationaux de statistique respectent le plus souvent leur mandat consistant à recueillir des données, ce qui pourrait être plus difficile pour des organismes que l'on peut soupçonner d'avoir des intentions cachées. Du même coup, les répondants sont davantage susceptibles de fournir des informations exactes sans crainte des conséquences. En outre, en vertu du mandat attribué aux offices nationaux de statistique, les données sont en principe collectées et publiées sur de longues périodes, ce qui permet de comparer des phénomènes sociaux et économiques au fil du temps ;

c) Plus généralement, les statistiques officielles sont perçues comme étant produites dans le seul but de générer des informations fiables et exactes. Les offices nationaux de statistique n'ont pas d'intérêts particuliers à faire prévaloir, ce qui pourrait être le cas d'autres fournisseurs d'informations.

#### **IV. Pratiques adoptées pour mesurer et promouvoir la notion d'utilité**

22. Comme on l'a vu, les statisticiens officiels devraient être capables de tirer des enseignements non seulement des bonnes pratiques d'autres offices nationaux, mais également de celles d'autres branches d'activité. S'il est vrai qu'en général, les offices nationaux de statistique n'ont pas de « résultat final » à produire pour guider et motiver leur approche, des entreprises commerciales peuvent espérer réaliser des profits durables uniquement si elles sont perçues comme apportant de la valeur ajoutée. Procurer une certaine valeur est par conséquent un objectif commun.

##### **A. Pratiques actuelles des offices de statistique**

###### **1. Promouvoir l'utilité de la statistique officielle**

23. La plupart des offices nationaux de statistique (94 % dans l'enquête de la CEE) ont pris des mesures pour présenter à leurs partenaires l'utilité de la statistique et la promouvoir. Dans de nombreux cas, un des moyens employés a consisté à recourir de manière répétée à des messages ou des phrases clefs pour faire bien comprendre au public l'utilité de la statistique officielle. Certains offices nationaux de statistique ont également utilisé une formule ou un slogan uniques dans la plupart ou la totalité de leurs publications afin d'en faire ressortir la finalité et ce qu'elles représentaient.

24. Les offices nationaux de statistique font de plus en plus appel à de nouveaux modes de présentation des statistiques pour en montrer plus clairement l'utilité. La visualisation

des données et l'infographie occupent désormais une place grandissante à mesure que l'on se familiarise avec ces techniques.

## 2. Mesurer l'utilité de la statistique officielle

25. Les offices nationaux de statistique prennent généralement des dispositions pour mesurer l'utilité supposée de leurs produits. La mesure et le suivi des citations est une pratique particulièrement répandue. Près de 90 % des offices nationaux de statistique ayant participé à l'enquête recensent les références à leur activité et à leurs statistiques et services figurant dans les médias. Cinq seulement ont indiqué ne pas le faire. Nombreux sont ceux qui ont sous-traité le suivi des médias à des entités commerciales. Deux offices sur trois indiquent une tendance à la hausse du nombre de citations et trois seulement une tendance à la baisse.

26. Les citations servent à analyser la manière dont les statistiques sont utilisées et perçues et à veiller à ce qu'elles soient correctement interprétées. Certains offices les classent selon qu'elles ont un impact positif, négatif ou neutre sur l'importance et la réputation dont jouit la statistique officielle. Des offices ont signalé qu'il en était plus largement fait mention au moment de la publication de statistiques occupant un rang de priorité élevé dans l'actualité politique du pays.

27. Depuis 2013, Statistics Lithuania établit un indicateur composite, à savoir l'*indice de l'intérêt du public pour les statistiques et services officiels*. Cet indice mesure les variations du nombre de consultations du portail des statistiques officielles et du système des statistiques en ligne à l'aide de compteurs de connexions, le nombre d'utilisateurs du portail récemment inscrits, les demandes individuelles de renseignements et les cas de citation dans les médias suivis, l'année de référence étant 2013.

28. Au Mexique, un rapport intitulé « L'INEGI dans les médias » présente chaque mois le positionnement institutionnel de l'INEGI dans les médias, son impact et la valeur marchande estimative de son activité.

29. Une autre pratique répandue (78 % des offices nationaux de statistique ayant répondu à l'enquête) est le suivi de la confiance que les utilisateurs portent à l'office national de statistique ou à ses produits. Plus de la moitié des offices nationaux de statistique ont signalé une tendance à la hausse de la confiance accordée aux statistiques officielles, la plupart des offices restants faisant état d'une position stable. Seul un office a signalé une tendance à la baisse.

30. Les questions sur le degré de confiance figurant dans les enquêtes auprès des utilisateurs visent à déterminer si ceux-ci jugent les statistiques objectives ou politiquement neutres, s'ils font confiance aux statistiques officielles, si les statistiques sont considérées comme exactes ou fiables et comment ils évaluent l'image de l'office. Certains offices posent des questions qui se rapportent directement à certaines des statistiques qu'ils produisent, par exemple sur la confiance portée aux statistiques du chômage, de la population, des comptes de la nation, du commerce extérieur et de la production industrielle. Ces enquêtes sont en général menées chaque année ou tous les deux ou trois ans.

31. Le Bureau of Labor Statistics (BLS) des États-Unis procède à un sondage quotidien qui permet une analyse intéressante de l'impact de différentes manifestations ou observations concernant la statistique officielle sur la confiance que les utilisateurs portent aux statistiques<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> [www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/ge.45/2015/BC53\\_Maintaining\\_Credibility\\_in\\_an\\_Increasingly\\_Skeptical\\_World\\_edited-\\_Levi.pdf](http://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/ge.45/2015/BC53_Maintaining_Credibility_in_an_Increasingly_Skeptical_World_edited-_Levi.pdf).



32. Plus de 80 % des offices nationaux de statistique mesurent l'utilité ou l'importance de leurs produits et services statistiques pour leurs utilisateurs. Deux offices sur trois ont signalé une tendance à la hausse de l'utilité perçue des statistiques officielles, tandis que les autres ne disposaient pas d'informations sur la tendance.

33. L'Energy Information Administration des États-Unis juge utile de poser des questions simples concernant par exemple *la raison pour laquelle les utilisateurs ont consulté le site Web*, ce qui fournit des informations intéressantes sur l'utilisation des statistiques, qu'il s'agisse d'établir un rapport, de réaliser un investissement, d'enseigner une matière à une classe, de se former ou d'informer un décideur.

34. Les offices nationaux de statistique du Canada et de l'Espagne mentionnent qu'ils suivent la *couverture médiatique des statistiques* par thème (recensements, activité commerciale, démographie, emploi, etc.). Le but est de recueillir des informations sur l'utilisation de différentes statistiques. Par exemple, l'Espagne a signalé plus de 14 millions de connexions à la base de données INE en 2014, et plus de 22 000 abonnés à son compte twitter (@es\_INE).

35. L'Institut national italien de statistique (Istat) offre la possibilité de consigner les *réactions des utilisateurs sur chaque page* de son site Web. Il leur est demandé si le contenu est utile et s'ils souhaitent formuler des observations.

36. L'office estonien de statistique recourt à un *indice de recommandation* comme indicateur de satisfaction des clients. Sur une échelle de 1 à 10, ceux qui attribuent entre 9 et 10 points sont considérés comme ayant recommandé une information, tandis que ceux qui donnent entre 0 et 6 points ne la recommandent pas. Pour calculer cet indice, on soustrait le nombre de personnes n'ayant pas recommandé l'information de celui des personnes l'ayant recommandée.

37. Les tentatives ayant pour objet de chiffrer la valeur monétaire des produits statistiques sont bien moins courantes. L'analyse coûts-avantages serait en principe un moyen efficace de mesurer et de promouvoir l'utilité de la statistique. Dans la pratique, une telle approche soulève d'importantes difficultés. Les offices nationaux de statistique de la Nouvelle-Zélande et de l'Espagne ont néanmoins fait œuvre de pionnier à cet égard.

38. Statistics New Zealand évalue la valeur économique de certaines de ses statistiques<sup>8</sup> :

- Concernant le recensement de la population<sup>9</sup>, celui-ci procure, en dépit des problèmes de quantification, des avantages nettement supérieurs à ses coûts (sa valeur actuelle nette est de l'ordre d'un milliard de dollars des États-Unis pour les vingt-cinq prochaines années). Chaque dollar investi dans le recensement génère un bénéfice net de cinq dollars dans l'économie ;
- Dans le cadre de l'infrastructure de données intégrées, des travaux expérimentaux sont en cours pour mesurer la valeur économique de l'indice des prix à la consommation (IPC) et des données relatives à l'enseignement supérieur, le but étant d'élaborer une méthode de mesure de la valeur économique des statistiques ;
- Le cadre de mesure de la clientèle est un projet visant à élaborer un cadre de référence et des indicateurs pour mesurer la sensibilisation des utilisateurs, leur accès aux produits et services statistiques, l'utilisation qu'ils en font et la satisfaction qu'ils en retirent.

<sup>8</sup> [www.stats.govt.nz/methods/research-papers/topss/valuing-census.aspx](http://www.stats.govt.nz/methods/research-papers/topss/valuing-census.aspx).

<sup>9</sup> « Valuing the Census », Statistics New Zealand, avril 2013 : [www.stats.govt.nz/methods/research-papers/topss/valuing-census.aspx](http://www.stats.govt.nz/methods/research-papers/topss/valuing-census.aspx).

## B. Pratiques en vigueur dans d'autres branches d'activité

39. Les précédentes sections montrent clairement que les offices nationaux de statistique peuvent beaucoup apprendre les uns des autres. Cependant, la question essentielle de la valeur à générer ne diffère guère de celle qui se pose pour d'autres branches d'activité, notamment les entreprises du secteur commercial. Il importe donc de prendre en considération les leçons que peut fournir cette source.

40. Les résultats présentés ici sont fondés sur des études de cas réalisées auprès de diverses entreprises et branches d'activité sélectionnées de façon à constituer un éventail varié comprenant des entreprises ou des branches d'activité bien établies et d'autres plus récentes et plus innovantes. Ces études de cas ont été rassemblées uniquement à partir de recherches sur l'Internet.

41. Les sociétés et groupes suivants ont été sélectionnés : Apple Inc, Amazon, BMW, Google, Meteorological services, UK Pharmaceuticals et JH Whittaker and Sons.

### 1. Créer de la valeur

42. Ainsi qu'il ressort d'une analyse des études de cas, les efforts faits par ces entreprises pour créer de la valeur et promouvoir celle-ci s'articulent autour de plusieurs thèmes clefs :

#### a) *Approche privilégiant le service au client*

43. La pertinence des produits pour le client est essentielle pour toutes les entreprises considérées. En clair, si une entreprise ne livre pas des produits qui soient utiles à ses clients, elle cessera d'exister. Comprendre ce que les clients jugent utile ou non permet à l'entreprise de proposer des produits, des services et des moyens nouveaux pour satisfaire ces besoins, ce dont elle pourra elle-même tirer profit.

#### b) *Conception de qualité*

44. La conception est aussi un aspect récurrent qui se conjugue naturellement avec l'approche privilégiant le client. Une fois identifiés les souhaits des clients potentiels, la prochaine étape logique consiste à concevoir des produits et des services qui répondent à ce besoin.

45. Utilisée judicieusement, la conception permet une différenciation qui donne aux clients une raison d'acheter tel ou tel produit plutôt que celui d'une entreprise concurrente. Elle apporte également une valeur ajoutée aux produits et aux services et les rend plus accessibles aux clients. Ceux-ci sont souvent disposés à payer davantage pour des produits bien conçus qui peuvent offrir des avantages tels qu'une amélioration de la facilité d'utilisation, des fonctionnalités et de l'aspect esthétique.

#### c) *Parti pris d'innovation*

46. Aussi cruciale que soit la conception, elle a besoin d'un point de départ. Pour cette raison, l'accent mis sur l'innovation est un des autres aspects récurrents des études de cas concernant la façon dont les entreprises génèrent de la valeur. La créativité et l'innovation peuvent aboutir à des produits nouveaux plus attrayants, des procédures de travail plus efficaces et plus rationnelles et, partant, des ventes accrues et une meilleure satisfaction du client.

d) *Partenariats productifs*

47. Le quatrième thème récurrent qui ressort des études de cas est l'importance accordée à la constitution de partenariats bien conçus. « Pendant des générations, les entreprises ont creusé des fossés entre elles-mêmes et leurs concurrents. Aujourd'hui, les entreprises les plus florissantes construisent des passerelles. » Une société qui tire parti de partenariats stratégiques peut mettre à profit les atouts de son partenaire, ce qui leur permet à tous deux de gagner en puissance à long terme. Le fait de s'associer à d'autres permet aux entreprises de produire de la valeur et de se procurer un avantage particulier en accédant aux ressources de leur partenaire, qu'il s'agisse des marchés, de la technologie, du capital ou du personnel.

e) *Gestion de la marque et image de marque*

48. Toutes les entreprises sur lesquelles ont porté les études de cas accordent une grande importance à l'image de marque comme moyen de générer de la valeur et comme outil de communication. La notoriété commerciale est jugée aussi importante que les biens et services qu'elles produisent. Réussir à avoir une bonne image de marque peut conférer une valeur très élevée à une entreprise.

49. Celle-ci n'est cependant pas considérée comme un facteur indépendant de succès, mais plutôt comme un élément reposant sur la valeur potentielle qui résulte de l'attention portée au consommateur, d'une bonne conception, de l'innovation et d'un travail de partenariat ciblé. Toute opération de valorisation de la marque mettant en avant une prétendue fiabilité ou facilité d'utilisation serait vouée à l'échec si le produit ou le service dont il s'agit est dépourvu de ces qualités. La promotion de la marque consiste plutôt à faire connaître et à promouvoir les atouts sous-jacents. Différentes entreprises ont en l'occurrence adopté des démarches qui varient suivant les cas. Apple et Google doivent le succès de leur marque au fait qu'elles ont misé sur les médias. Leur omniprésence planétaire a également été un élément important de leur réussite.

50. Chaque année, de nombreuses marques font apparaître sur leurs produits les prix que ceux-ci ont remportés. Les consommateurs qui doivent choisir entre une grande quantité de marques sont amenés tout naturellement à faire des comparaisons et à chercher des indices permettant de les distinguer, ce qui peut les inciter à opter pour le produit qui affiche une petite médaille.

f) *Impact et résultats*

51. En fin de compte, comme on l'a vu, les organisations des secteurs public et privé génèrent de la valeur grâce à leur influence sur l'économie et la société. Alors que la plupart des entreprises se fondaient auparavant essentiellement sur les résultats financiers pour mesurer leur valeur, l'accent est désormais mis davantage, pour des raisons commerciales évidentes, sur la valeur mesurée en termes de retombées sociales.

## 2. **Mesure de la valeur**

52. Les informations portant sur la manière dont des branches d'activité et des entreprises mesurent la valeur sont souvent difficiles à obtenir car elles sont considérées comme des renseignements commercialement sensibles. Cependant, ainsi qu'il ressort d'informations accessibles au public, différents éléments sont pris en considération.

a) *Résultats financiers*

53. La plupart des entreprises et des groupes sur lesquels porte la présente étude utilisent une panoplie de mesures financières classiques pour suivre leur développement, parmi lesquelles les paramètres suivants : recettes, rentabilité, croissance des ventes, rendement du

capital investi, parts de marché et valeur boursière. La plupart de ces paramètres sont publiés régulièrement dans les rapports annuels d'entreprises comme Apple, Google et Amazon.

b) *Satisfaction des consommateurs*

54. Apple, Amazon et Google utilisent toutes trois le système de notation des clients de l'indice de satisfaction américain (American Customer Satisfaction Index (ACSI)) pour se comparer à leurs concurrentes. L'ACSI est un modèle cause-effet qui comprend des indices relatifs aux facteurs déterminants de la satisfaction (attentes des clients, qualité apparente et valeur supposée), à la satisfaction proprement dite (ACSI) et aux retombées de celle-ci (réclamations, maintien de la clientèle, y compris sa fidélisation et sa tolérance à l'égard du prix).

55. Apple utilise également le Net Promoter Score (NPS – taux de recommandation net) pour s'assurer de la satisfaction et de la fidélité des clients. Ce taux est établi à partir des réponses à une question simple qui leur est posée (« Avez-vous l'intention de recommander notre entreprise, nos produits ou nos services à un ami ou à un collègue ? ») et du barème correspondant.

56. Amazon suit ses résultats en fonction de 500 objectifs mesurables, dont près de 80 % ont trait aux objectifs du consommateur. L'ensemble des mesures réalisées à partir des données relatives à la clientèle n'est pas précisément connu, mais comprend des paramètres tels que le pourcentage de commandes effectuées par les mêmes clients et la croissance du nombre de comptes clients.

57. BMW mesure en permanence la satisfaction procurée par le produit, la vente et les services. Des enquêtes sont menées sur la base d'un échantillon de services ou d'acheteurs de nouveaux véhicules afin de mesurer la satisfaction à l'égard du concessionnaire après chaque visite. De plus, l'entreprise effectue régulièrement des études de marché pour évaluer la satisfaction des clients.

c) *Innovation*

58. Apple, Google et Amazon mesurent toutes trois la valeur générée par l'innovation, qui compte beaucoup pour elles. Les éléments pris en compte sont le pourcentage des recettes consacré à la recherche et au développement (R-D), la part des recettes tirée des nouveaux produits et les dépenses de R-D en pourcentage des ventes nettes.

d) *Retombées économiques*

59. Étant de plus en plus tenus de rendre compte de l'utilisation de fonds publics, les services de météorologie cherchent désormais à quantifier l'impact de la variabilité des conditions météorologiques sur l'économie ou sur différents secteurs économiques comme l'agriculture, les ventes de détail et l'aviation. Selon certaines estimations, les variations météorologiques peuvent compter jusqu'à 3,4 % dans le PIB des États-Unis et influent, d'une manière ou d'une autre, sur un tiers de l'activité économique. La capacité à élaborer des prévisions précises pour atténuer ces effets est par conséquent une importante mesure de réussite.

60. L'industrie pharmaceutique s'est également efforcée de démontrer son utilité en mesurant sa contribution à l'économie selon divers paramètres, qu'il s'agisse de la contribution de cette branche d'activité au PIB et au revenu national, ou de son impact sur la balance commerciale et l'emploi du pays.

### C. Comparaison entre les statistiques officielles et les méthodes adoptées dans d'autres branches d'activité

61. Les services nationaux de statistique utilisent un ensemble de méthodes tant pour mesurer la valeur et l'impact de leurs produits que pour les promouvoir. La grande différence par rapport à l'approche adoptée dans d'autres secteurs tient à la mesure dans laquelle les entreprises ont intégré la création d'une valeur ajoutée et la promotion de celle-ci dans leur modèle économique global : l'approche privilégiant le client et la valorisation de l'image de marque, soutenues par l'importance accordée aux cultures et aux modes de fonctionnement susceptibles d'y contribuer, sont davantage au centre de leur activité.

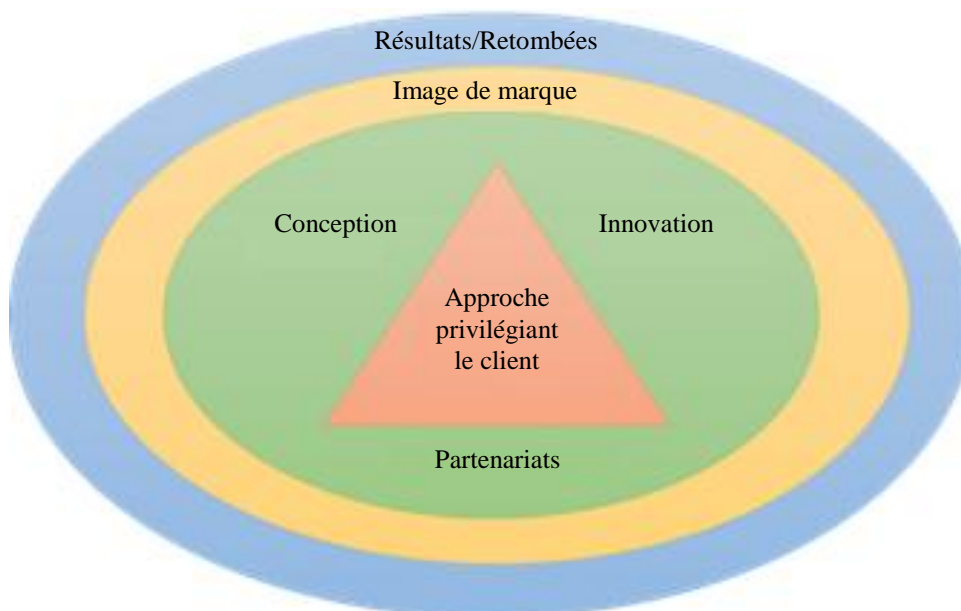
62. On peut bien sûr débattre de l'ampleur exacte de ces différences. Cela dit, il est certain que les démarches retenues dans d'autres branches d'activité pourraient utilement être analysées par les organismes nationaux de statistique. Il y a beaucoup à en apprendre, tout comme les offices de statistique peuvent apprendre les uns des autres.

63. En bref, on peut imaginer un modèle permettant de créer de la valeur et de la promouvoir, comme suit :

- a) Privilégier avant tout le client/l'utilisateur et ses besoins ;
- b) Mettre l'accent sur la conception des produits et des services pour répondre à ces besoins, en cherchant constamment à innover et en collaborant avec des partenaires stratégiques bien choisis ;
- c) Investir dans l'image de marque et dans la promotion afin que les services novateurs et bien conçus soient connus et suscitent la confiance ;
- d) De cette manière, produire des résultats et des retombées sur la société qui soient bénéfiques et largement reconnus comme apportant une valeur ajoutée. Un tel modèle peut être représenté par des cercles concentriques dans le graphique ci-dessous.

Graphique 1

#### Dimensions de la valeur



## V. Créer de la valeur grâce aux partenariats

64. De fait, les services nationaux de statistique entretiennent déjà divers types de partenariat. En 2014, le Groupe de haut niveau sur la modernisation de la statistique officielle a mené une enquête et a recensé quelque 57 partenariats dans 25 pays ou organisations différents. Le type de partenariat le plus courant est conclu avec un fournisseur de données, devant les partenariats avec des analystes. Quelques partenariats sont établis avec des utilisateurs de données, des concepteurs et des spécialistes de la technologie, ce qui donne à penser que l'accès aux données est actuellement le principal objet de tels partenariats. Les services nationaux de statistique peuvent nouer des partenariats avec les secteurs public et privé, avec des organisations de la société civile, ainsi qu'avec des universités et d'autres parties prenantes pour effectuer une collecte de données plus large et plus précise :

a) Au niveau opérationnel, les partenariats répondent à toutes sortes de besoins : financement, partage de connaissances, sensibilisation, élaboration de documents de référence, externalisation de services, aide à la production de données et accès aux données. Récemment, les modèles économiques des services nationaux de statistique se sont développés à des degrés divers pour intégrer le traitement massif des données informatiques (mégadonnées) et l'externalisation des tâches auprès des internautes (externalisation ouverte) en tant qu'éléments des partenariats ;

b) Des partenariats stratégiques solides confèrent également une plus grande visibilité aux services de statistique. La sensibilisation collaborative peut être un outil très efficace pour encourager l'utilisation de données officielles et entrer en contact avec des publics spécifiques ;

c) En faisant part des succès remportés et des difficultés rencontrées dans l'établissement de partenariats, les organismes peuvent s'attacher ensemble à faire connaître l'utilité des statistiques officielles et mettre en place des modèles de gouvernance tout en conservant leur indépendance et la confiance du public qui sont essentiels à leurs travaux.

65. Cet aspect de l'analyse est fondé sur l'étude approfondie<sup>10</sup> présentée par Statistique Canada au Bureau de la Conférence des statisticiens européens en octobre 2015 pour examen.

### A. Partenariats avec les parties prenantes

66. Les partenariats avec le secteur public contribuent au développement des statistiques officielles en appuyant l'acquisition de données, en améliorant les processus de production des statistiques et en mettant en place une infrastructure, des outils et des logiciels relatifs aux technologies de l'information. Ces partenariats sont d'autant plus utiles à la statistique qu'ils étayent les programmes existants et comblent les lacunes en la matière. Ils sont également essentiels pour la coordination des données administratives nationales.

67. Au niveau international, les échanges de données entre services de statistique existent de longue date. Ils peuvent contribuer par exemple à regrouper les informations sur les flux commerciaux ou les flux de capitaux ou à suivre, dans un univers mondialisé, les séquences de production internationales.

68. Les partenariats avec des organisations commerciales vont certainement prendre de l'importance à mesure que les services de statistique s'engagent dans le traitement massif des données et dans l'externalisation ouverte. Une des perspectives particulièrement

<sup>10</sup> [www.unece.org/stats/ces/in-depth-reviews/partner.html](http://www.unece.org/stats/ces/in-depth-reviews/partner.html).

prometteuses réside dans l'utilisation des données administratives du secteur privé aux fins de l'établissement de statistiques officielles (informations provenant des sociétés de cartes de crédit ou des entreprises de services publics, par exemple) pour produire des informations sur le lieu de résidence ou le mode de vie. Plusieurs offices nationaux de statistique ont conclu des accords avec des sociétés de logiciels pour la fourniture de services liés aux technologies de l'information.

69. D'autres partenariats revêtent la forme de relations structurées avec les utilisateurs. L'office national de statistique peut proposer des conseils et une formation pour l'utilisation de ses produits. De leur côté, les utilisateurs ont la possibilité de faire part de leurs observations ou de participer plus activement à la mise au point des produits.

70. Les partenariats avec la société civile permettent d'obtenir un meilleur taux de réponse de la part du secteur des entreprises, ce qui se traduira par une amélioration de la qualité des données, d'où l'utilité accrue des statistiques officielles. De plus, l'utilisation de données officielles par des décideurs clefs confère une plus grande crédibilité à ces données et accroît la confiance du public, autant d'éléments nécessaires à l'activité des organismes statistiques.

71. Des partenariats sont établis avec les universités et les chercheurs pour soutenir la recherche fondamentale et appliquée, faciliter l'accès aux microdonnées, encourager l'utilisation d'outils analytiques, influencer sur les programmes universitaires, créer des chaires universitaires conjointes et favoriser le partage de connaissances. Ils contribuent notamment à accroître sensiblement la disponibilité des fichiers de données à usage public et à améliorer l'accès aux statistiques officielles.

72. Plusieurs services nationaux de statistique se sont associés à des universités afin d'accroître leurs capacités et d'améliorer leurs pratiques en matière de collecte de données. D'autres initiatives concernaient des partenariats avec des établissements d'enseignement secondaire visant à faire mieux connaître la statistique aux élèves et à les sensibiliser à ce domaine.

## **B. Partenariats par le biais d'activités de mobilisation**

73. Les activités de mobilisation contribuent à la réalisation de différents objectifs : encourager la participation des informateurs, obtenir le soutien d'organes influents, démontrer l'utilité de la statistique officielle et en promouvoir l'utilisation en donnant accès aux données et aux outils et en proposant une formation et un soutien.

74. La mobilisation prend en général la forme d'une relation plus ou moins étroite et plus ou moins structurée. Elle peut par exemple consister en un partenariat entre le service national de statistique et ses informateurs visant à obtenir les informations requises de la manière la moins contraignante. Les mécanismes de mobilisation associant les utilisateurs comprennent souvent des séances d'information, des exposés et des ateliers visant à faire comprendre autant que possible l'utilité de la statistique officielle et à en tirer le meilleur profit. L'organisation de manifestations conjointes avec telle ou telle catégorie d'utilisateurs autres que des experts peut aussi enrichir le débat public et améliorer la prise de décisions au sujet de questions clefs.

## **C. Partenariats visant à exploiter les mégadonnées**

75. L'apparition des mégadonnées, avec leurs effets potentiels sur l'activité principale des organismes statistiques, fait ressortir les possibilités offertes par les accords de partenariats pour faire avancer les projets élaborés dans ce domaine. En raison des incertitudes entourant les mégadonnées, de leur complexité, de la rapidité de leurs flux et de

leur volume, de nombreux services nationaux de statistique ne disposent sans doute pas des compétences internes voulues en matière de conception et d'analyse, non plus que des techniques requises pour en tirer pleinement parti. Un partenariat semble être une bonne solution afin de réunir l'ensemble des compétences et des expériences nécessaires pour utiliser les mégadonnées. Les partenaires susceptibles d'être retenus peuvent être des instituts de recherche du secteur universitaire, des prestataires de technologie, des utilisateurs de données, des organismes chargés de protéger la confidentialité des données et des entreprises.

76. Mis à part ces avantages, parmi d'autres, un tel partenariat peut également s'avérer fructueux sous une forme plus intangible en regroupant les profils, les cultures et les compétences des diverses parties.

#### **D. Externalisation ouverte**

77. On peut trouver des exemples d'externalisation ouverte fonctionnant depuis plusieurs siècles, mais son utilisation moderne qui consiste à assembler des informations statistiques provenant d'un groupe disséminé de contributeurs en est encore à ses premiers balbutiements. Il s'agit d'une technique permettant en principe de localiser et de réunir des informations, d'analyser les informations existantes, de solliciter une aide pour trouver une solution empirique et d'évaluer les goûts du public ou son adhésion.

78. Elle permet de nouer des partenariats peu coûteux produisant rapidement des données pertinentes. Elle offre également la possibilité de réunir des ressources et des personnes différentes, en aidant les organisations à innover et à obtenir de meilleurs résultats.

79. On compte actuellement quelques exemples seulement de partenariats de ce type impliquant des organismes nationaux de statistiques, mais c'est une piste qu'il faut garder à l'esprit.

#### **E. Évaluation et voie à suivre**

80. Les services nationaux de statistique participent déjà à de nombreux partenariats, qui revêtent des formes diverses et sont assortis de différentes contreparties. Un tel champ d'activité peut faire l'objet d'échanges fructueux.

81. On peut identifier des domaines dans lesquels tous les avantages possibles n'ont pas encore été pleinement exploités :

- La mise en place d'une infrastructure statistique partagée au niveau international serait grandement facilitée par la sélection de modèles efficaces de développement concerté ;
- L'élaboration d'une architecture commerciale commune serait particulièrement utile, ce dont les programmes d'assistance technique devrait tenir compte ;
- Il sera nécessaire de conclure des partenariats plus étroits avec d'autres organisations gouvernementales, d'autres échelons de l'administration, des entreprises et des organisations non gouvernementales pour avoir accès aux données et les adapter aux besoins de la statistique officielle ;
- Il semble que de nombreuses possibilités de collaboration avec les secteurs privé et commercial soient inexploitées dans les activités consistant à : a) produire et se procurer de nouveaux types d'information ; b) élaborer des techniques de collecte, de mesure et de diffusion des données ; et c) créer de nouveaux produits.



## VI. Vers une mesure plus efficace de l'utilité de la statistique officielle

### A. Cadre de référence assorti d'un ensemble d'indicateurs

82. Plusieurs questions doivent être prises en compte lorsqu'il s'agit de mesurer l'utilité de la statistique officielle. La première, et peut-être la plus fondamentale, concerne le choix à opérer entre les différentes méthodes pouvant être appliquées :

a) Indicateurs « objectifs » observables : des indicateurs comme le nombre de téléchargements ou le nombre de citations par type de média, par exemple, qui peuvent être collectés auprès de sources existantes, s'avèrent intéressants pour apprécier l'utilité de la statistique officielle. Chacun d'eux fournira des informations sur un aspect précis de l'utilité de la statistique officielle et n'en donnera donc pas une image complète. De plus, il faudra procéder à des choix subjectifs parmi tous les indicateurs possibles afin de ne pas en retenir une quantité excessive. De ce fait, leur représentativité et la nécessité de procéder à une sélection adéquate d'un ensemble limité d'indicateurs sont des impératifs difficiles à concilier ;

b) Indicateurs « subjectifs » tirés des enquêtes de satisfaction auprès des utilisateurs : ils sont indispensables pour évaluer la valeur des statistiques en fonction de la confiance que leur portent les utilisateurs et du crédit accordé aux statistiques officielles, de l'utilité et de l'accessibilité de celles-ci. Des enquêtes ciblées pourraient être effectuées à intervalles réguliers, par exemple chaque année, ou de manière plus continue auprès d'un échantillon de visiteurs du site Internet ;

c) Méthodes permettant d'évaluer/de monétiser la valeur des statistiques : l'attribution d'une valeur monétaire aux statistiques officielles serait un moyen efficace et convaincant d'en démontrer l'utilité. Des tentatives ont été faites dans ce sens mais sans grand succès jusqu'à présent. En l'absence de prix observables, la question est de savoir comment déterminer de manière convaincante des prix virtuels adéquats pour servir de base au calcul de la valeur. Il faut également éviter d'omettre une partie du produit ou d'en comptabiliser certains éléments en double. La liste d'indicateurs proposée ci-après n'a donc pas pour but de parvenir à une estimation des valeurs monétaires. Cependant, il serait utile : a) de partager des exemples de travaux expérimentaux visant à mesurer l'utilité de la statistique officielle (en estimant par exemple la valeur économique des données du recensement, l'indice des prix à la consommation ou la valeur des statistiques de manière générale) ; et b) d'inscrire les techniques d'évaluation au programme des futurs travaux de recherche.

83. Pour choisir des indicateurs, le diagramme présenté dans la section IV est un bon point de départ. Il y a néanmoins d'autres aspects ou questions à prendre en compte :

a) Bien qu'il soit important de pouvoir identifier les statistiques officielles, cela ne suffit pas. Ceux qui ont besoin de statistiques sur une question donnée passent souvent par Google même s'ils connaissent le nom du bureau des statistiques et son logo. Lorsqu'il a été demandé à l'occasion d'une réunion organisée dans une université en Irlande combien de personnes connaissaient le bureau des statistiques, presque tout le monde a répondu par l'affirmative, mais lorsqu'on leur a demandé combien d'entre elles avaient consulté le site Internet du bureau des statistiques, seules deux personnes sur 200 ont levé la main ;

b) De plus, il ne sert à rien d'être très innovant en élaborant de nouveaux outils et en formulant de nouvelles idées pour présenter les statistiques si ces dernières ne sont pas reconnues et utilisées par le public ;

c) L'accent devrait être mis essentiellement sur ce que souhaitent les utilisateurs : les données qu'ils cherchent à obtenir sont-elles disponibles et, le cas échéant, sont-elles suffisamment détaillées, d'une qualité suffisante et présentées de manière adéquate ? Combien y a-t-il d'utilisateurs ? Quel usage font-ils des statistiques ? Quelle utilité revêtent-elles pour eux ? À cet égard, la conception, l'innovation, les partenariats et la notoriété constituent des étapes intermédiaires importantes pour générer de la valeur à partir des statistiques officielles. Cependant, la valeur à mesurer doit être fondée sur l'utilisation qui est faite des statistiques officielles dans la pratique, sur leur accessibilité et sur leur qualité et leur utilité telles qu'elles sont perçues par les utilisateurs ;

d) L'établissement d'indicateurs relatifs aux apports (par exemple le nombre d'heures consacrées à l'élaboration) peut être utile comme outil de gestion mais ne donne pas la moindre idée de l'impact des statistiques.

84. De plus, la mesurabilité de l'indicateur est un critère important. Dans le cas des indicateurs subjectifs, cela signifie qu'il faut disposer des moyens d'évaluer régulièrement et de manière fiable la satisfaction des utilisateurs. Il serait également souhaitable d'élaborer un ensemble d'indicateurs permettant d'effectuer des comparaisons internationales. Les écarts constatés entre les pays dans les résultats obtenus peuvent tenir (parfois dans une très large mesure) à des différences culturelles, mais les comparaisons internationales fournissent néanmoins des informations utiles pour l'échange de données d'expérience et des meilleures pratiques.

85. Enfin, il est important d'en savoir plus sur les utilisateurs potentiels qui n'ont pas encore recours aux statistiques : pourquoi ne les utilisent-ils pas ? N'ont-ils pas connaissance des statistiques proposées ? Leur sont-elles inutiles ? Ne sont-elles pas assez récentes ou présentées sous la forme voulue ? De même, les services de statistique devraient en savoir davantage sur le type de statistiques recherchées, sur les besoins réels des utilisateurs et sur ce qu'ils apprécient.

86. Deux propositions concrètes sont formulées ci-après :

a) La première concerne l'identification des principaux indicateurs objectifs. Les thèmes sur lesquels ils portent ont été sélectionnés sur la base de ce que les membres de l'équipe spéciale considèrent être les cinq prestations essentielles que devraient fournir les bureaux de statistique pour être véritablement efficaces ;

b) Deuxièmement, afin de parvenir à un ensemble restreint d'indicateurs subjectifs, il est proposé de présenter, dans le cadre d'enquêtes auprès des utilisateurs, un échantillon de questions harmonisées au niveau international. Ces questions pourront être affinées lors d'une étape suivante et devenir un outil d'enquête pour le Groupe de haut niveau de la CEE, afin d'être ensuite utilisées par les bureaux de statistique pour des enquêtes en ligne.

## **B. Indicateurs possibles**

87. Parmi les indicateurs objectifs possibles, ceux qui sont le plus souvent susceptibles d'être retenus rendent compte de l'utilisation effective des statistiques officielles dans les différents domaines (politique, recherche, médias, grand public, etc.). De plus, on peut inclure les indicateurs qui reflètent l'adhésion aux Principes fondamentaux de la statistique officielle.

## 1. Thèmes principaux des indicateurs objectifs

### a) *Indicateur(s) de l'utilisation effective des statistiques*

88. Il s'agit d'indicateurs portant par exemple sur le nombre de visites effectuées sur le site Internet et le nombre de téléchargements de données, par sujet. Ces indicateurs donneraient une bonne image de l'utilisation qui est faite dans la pratique des statistiques officielles. Ils peuvent aussi laisser entrevoir dans quelle mesure les utilisateurs connaissent le bureau de statistique. De toute évidence, il serait souhaitable d'obtenir davantage d'informations sur les utilisateurs pour savoir si ceux-ci peuvent ou non obtenir (facilement) les données pertinentes et s'ils sont satisfaits des résultats. Ces informations pourraient être collectées au moyen d'une enquête menée auprès des visiteurs du site sur la base d'échantillons (voir également ci-après, dans la rubrique consacrée aux indicateurs subjectifs) ou par la mise en œuvre d'un système de gestion des relations avec les clients.

### b) *Indicateur(s) de la pertinence des statistiques*

89. Un des autres indicateurs importants est le nombre de citations dans les principaux journaux/sites Internet d'information, stations de radio et chaînes de télévision, liées par exemple à des conférences de presse, à la diffusion de communiqués de presse et à d'autres modes de communication. Cet indicateur, étoffé au fil du temps, fournit une bonne image de l'incidence de « l'actualité » statistique, de ses liens avec le débat public, de l'image de marque de la statistique officielle et de la confiance qu'elle inspire. Le nombre de citations figurant dans les travaux de recherche et dans le discours politique apporterait un éclairage différent sur le degré d'intérêt et de confiance à l'égard de la statistique officielle, en l'occurrence pour des groupes plus spécifiques. L'analyse des autres sources de données recensées peut fournir des informations supplémentaires sur les raisons qu'ont les utilisateurs de ne pas recourir aux statistiques officielles.

### c) *Indicateur(s) de la transparence des statistiques*

90. La diffusion d'un calendrier des publications et la présentation d'un indicateur montrant dans quelle mesure ce calendrier est respecté dénoteraient le degré de transparence. Une des autres solutions envisageables serait de collecter des informations sur le cadre d'assurance de la qualité en place et de rendre public le résultat des examens et des audits, ce qui peut également être pertinent pour l'indicateur ci-après.

### d) *Indicateur(s) de la qualité des statistiques*

91. La meilleure illustration de la qualité des statistiques serait donnée par l'ampleur et l'orientation des révisions régulièrement apportées aux chiffres de la croissance économique ou par une liste constamment actualisée des meilleures pratiques internationales mises en œuvre par les services nationaux de statistique. La croissance économique étant fondée sur tout un ensemble de sources de données sous-jacentes, elle peut également fournir une indication de fiabilité dans des domaines qui dépassent les éléments pris en compte par la comptabilité nationale. De tels indicateurs sont néanmoins à utiliser avec circonspection, vu que les pays appliquent des politiques différentes en matière de révision, par exemple.

## 2. Thèmes principaux des indicateurs subjectifs

92. Les indicateurs correspondant à des critères plus subjectifs pourraient s'appliquer aux mesures recommandées et aux thèmes ci-après. Certaines questions, de caractère générique, s'adressent à l'ensemble des utilisateurs. D'autres, concernant par exemple l'innovation, devraient sans doute être davantage orientées vers des groupes précis d'utilisateurs mieux informés. Parallèlement à la collecte d'informations sur ces questions,

il serait souhaitable de prévoir des moyens d'obtenir plus de renseignements sur les utilisateurs de la statistique officielle (âge, sexe, niveau d'instruction, etc.) et le mode d'utilisation de celle-ci (fréquence d'utilisation, usage qui en est fait, source habituelle des données).

a) *Satisfaction à l'égard des produits et services (concerne la recommandation 1 de la section suivante)*

93. Tout d'abord, il serait souhaitable de savoir si l'utilisateur a réussi à trouver une réponse à sa ou ses questions, si l'information pertinente a été facile à trouver (accessibilité des bases de données, par exemple) et dans quelle mesure les besoins en information ont été satisfaits. Cette analyse pourrait être encore approfondie en demandant à l'utilisateur quelles sont à son avis les caractéristiques les plus importantes de la statistique officielle ou de la statistique en général (actualité, exactitude, fiabilité, comparabilité (inter)nationale, etc.) et quelle note il attribue à la statistique officielle pour chacune de ces caractéristiques.

b) *Appui fourni à l'utilisateur (recommandation 2)*

94. Sous cette rubrique, des questions pourraient être posées concernant l'opinion générale de l'utilisateur quant à l'efficacité du bureau national de statistique et à la façon de l'améliorer.

c) *Conception, communication et métadonnées (recommandation 3)*

95. Les questions à soulever concernent par exemple la conception du site Web, en général, et de l'entrepôt de données, en particulier : est-il facile/difficile de naviguer sur le site et de trouver l'information voulue et l'utilisateur est-il satisfait de la visualisation des statistiques officielles (vidéos, infographie, cartes, graphiques, séries d'indicateurs, etc.) ?

d) *Pertinence, réactivité et innovation (recommandation 4)*

96. L'office de statistique éclaire-t-il efficacement le débat public sur les questions actuelles concernant le pays, dans quelle mesure innove-t-il dans sa façon de travailler (par exemple en utilisant de nouvelles technologies, méthodes et sources de données) et la statistique officielle contribue-t-elle suffisamment à la compréhension des évolutions de la société ?

e) *Sensibilisation à la marque et au message (recommandation 6)*

97. Sous cette rubrique, les questions pourraient porter sur le degré de confiance dans la statistique officielle, l'absence supposée d'ingérence politique et la satisfaction globale à l'égard de l'office de statistique.

f) *Produits et services spécifiques (recommandation 7)*

98. Avez-vous déjà entendu parler des statistiques « xxx », êtes-vous satisfait de leur qualité, avez-vous utilisé des fichiers à usage public ou des microdonnées anonymisées et pour quels domaines en auriez-vous surtout besoin, pensez-vous qu'un partage accru de données anonymisées procurerait des avantages à votre organisation ou à vous-même ?

99. En outre, il est utile d'effectuer en sus de l'enquête principale auprès des utilisateurs des enquêtes ciblées occasionnelles ou d'y participer, par exemple :

- Des enquêtes à l'échelle de l'administration publique visant à déterminer dans quelle mesure les agents de l'État connaissent les différents organismes, leurs logos et leurs mandats, notamment l'office national de statistique ;

- Des enquêtes en ligne diffusées sur le site Web de l'office national de statistique et comportant quelques questions ciblées sur l'utilité du site et de ses fonctions ;
- Des enquêtes auprès des principaux partenaires pour connaître leurs besoins particuliers. Un tel outil aiderait à établir des partenariats efficaces (recommandation 5) et à réorganiser la stratégie de communication.

## VII. Recommandations

100. Au stade actuel, l'utilisation des produits des offices nationaux de statistique progresse de manière générale, de même que la confiance des utilisateurs, souvent à partir de niveaux déjà élevés. Toutefois, la communauté des statisticiens officiels serait mal avisée de se reposer sur ses lauriers. L'évolution des besoins et des circonstances présente de nombreux défis. Loin d'être à court d'informations, le monde en est au contraire inondé. Bon nombre d'organismes pourraient prétendre produire des informations utiles et les statisticiens officiels n'en ont pas le monopole. Les évolutions technologiques sont de nature à confirmer plutôt qu'à démentir cette conclusion. Pour la statistique officielle, l'objectif consiste à démontrer qu'elle continue néanmoins d'apporter une valeur ajoutée, qui ne cesse de croître et reste unique en son genre.

101. Cet état de fait conduit à formuler un certain nombre de recommandations plus précises quant à la voie à suivre. La première concerne plus particulièrement l'avantage comparatif de la statistique officielle, dont il est question dans les sections II et III.

### A. Recommandation 1 – Exploiter l'avantage comparatif de la statistique officielle (élément essentiel)

102. Les statistiques officielles sont produites en toute indépendance sur le plan professionnel, sur la base de méthodes scientifiques, de critères de qualité rigoureux et des Principes fondamentaux. On pourrait dire que l'utilité des statistiques officielles, comparée à celle de toute autre statistique ou donnée, tient à « la différence induite par les Principes fondamentaux ». Il s'ensuit donc que :

- L'assurance de la qualité des statistiques officielles est un gage de leur utilité et de leur compétitivité par rapport à d'autres sources de données, ainsi qu'un élément clef pour accroître la confiance que leur porte l'utilisateur ;
- Tous les offices nationaux de statistique devraient créer un cadre d'assurance de la qualité, qui serait à disposition des utilisateurs au sein de leur organisation, afin de garantir la qualité des statistiques qu'ils produisent et diffusent ;
- Les offices nationaux de statistique devraient établir une charte de qualité concise et clairement définie, résumant la façon dont ils mettent en œuvre les Principes fondamentaux de la statistique officielle et garantissant ainsi la fiabilité et la qualité de leurs produits, à la différence d'autres fournisseurs de données qui n'appliquent pas ces principes avec rigueur.

103. D'autres recommandations concernent les moyens de générer de la valeur et de promouvoir l'utilité de la statistique officielle, comme on l'a vu dans les sections IV et V (voir le paragraphe 63 et le graphique 1).

## **B. Recommandation 2 – Conférer une place centrale au client**

104. Les données et les statistiques produites constituent un service rendu aux utilisateurs. Ceux-ci doivent être écoutés avec beaucoup d'attention et placés au centre de toutes les activités statistiques pour optimiser les avantages procurés par de vastes ensembles de données. Il faut comprendre les différents besoins des utilisateurs et y répondre : certains souhaitent simplement avoir accès aux données et aux ensembles de données, d'autres privilégient une analyse sur mesure et d'autres encore sollicitent des outils qui les aideront à comprendre les données de base, par exemple :

- Les données ne sont pas tout. En analysant ses vastes ensembles de données afin de décrire ce qui se passe vraiment derrière les chiffres statistiques, l'organisme national de statistique est le mieux placé pour les présenter dans leur contexte. Il a les compétences nécessaires pour apporter de nouveaux éclairages sur les données et réutiliser les sources existantes de données de manière innovante ;
- Il convient de redéfinir les produits et les services pour s'écarter de la production de données de masse en faveur de produits à plus forte valeur ajoutée qui correspondent à ce dont les utilisateurs ont vraiment besoin. Les entreprises comptent parmi les utilisateurs de statistiques les moins satisfaits, d'où la nécessité de déterminer le type de services statistiques qui réponde réellement à leurs besoins. Vu que les décideurs utilisent quotidiennement des tableaux de bord affichant les indicateurs principaux, ils devraient disposer des applications donnant accès aux « statistiques prioritaires » les plus récentes, prêtes à l'emploi ;
- Face aux nouvelles tendances et à de nouvelles exigences, le déni n'est pas envisageable. Il y a dix ans, les statisticiens débattaient encore de la question de savoir si la mesure du développement durable faisait ou non partie de leurs tâches. Or les objectifs de développement durable sont devenus une réalité et il s'agit désormais de les mesurer et d'aider d'autres organismes à le faire. Il faut examiner comment les données statistiques peuvent être utilisées pour analyser les changements climatiques, réduire les facteurs de vulnérabilité et renforcer la résilience.

## **C. Recommandation 3 – Concevoir des statistiques pour la vie de tous les jours**

105. De nombreux organismes nationaux de statistique utilisent déjà leur propre graphisme pour conférer à la statistique officielle l'apparence d'un produit de marque. La conception visuelle englobe bien d'autres éléments que les logos, la typographie et le graphisme : elle a pour objet d'entretenir l'intérêt que les clients portent aux statistiques et de les rendre plus faciles à utiliser, par différents moyens :

- On trouve partout des données, contrairement aux statistiques. Il faudrait encourager le libre accès aux statistiques non confidentielles pour que le secteur privé puisse les utiliser dans divers dispositifs, applications et outils d'analyse. Il serait utile de traduire les données brutes en informations et de mettre au point de nouveaux types de produits qui puissent être utilisés dans la vie quotidienne. Une plus grande attention doit être accordée à une conception axée sur l'utilisateur et aux interfaces conviviales, à l'infographie, aux outils de visualisation des données, aux séries d'articles, aux avis et minimessages affichés sur les réseaux sociaux. Ces services devraient être interactifs afin d'encourager les utilisateurs à formuler des observations et des idées de développement ;

- Diverses initiatives sont à envisager : promouvoir l'innovation en matière de conception et associer les utilisateurs à l'élaboration de nouveaux produits et services ; recourir aux subventions et aux concours afin d'inciter le personnel à émettre des propositions d'ordre conceptuel pour faire ressortir l'utilité des statistiques ; mettre en place des projets ayant un effet catalyseur pour expérimenter de nouvelles idées ; participer à des concours d'innovations en matière de conception ouverts à tous pour gagner des prix décernés par les médias, les milieux universitaires, le secteur privé ou d'autres parties prenantes ; annoncer la création d'un concours de statistique (olympiades de la statistique ou « hackathon ») afin d'inviter les programmeurs, les développeurs de logiciels, les graphistes, les concepteurs d'interfaces et les directeurs de projet à collaborer intensivement à la mise au point du produit ;
- Les utilisateurs cherchent des données individuelles pour répondre à des questions précises. Or trop souvent, les statistiques sont présentées de manière difficile à comprendre. Les utilisateurs n'ont plus le temps de parcourir d'énormes tableaux de données ou des publications sur papier. Ils perdent patience et recherchent des réponses rapides. Il faut reconfigurer l'accès à l'information statistique et envisager par exemple de créer des services tels que des « moteurs de stats » pour fournir des données statistiques en réponse aux questions des utilisateurs et développer l'utilisation des outils géospatiaux. Les statistiques devraient être réorganisées et diffusées par thème, groupe de population ou zone géographique plutôt que par source ou série de données.

#### D. Recommandation 4 – Innover pour rester utile

106. Pour trouver les meilleurs moyens de mesurer une réalité fluctuante, il faut innover constamment, de façon à lancer et consolider les produits bien conçus qui font ou défont le cœur de métier de l'organisme de statistique. Celui-ci tient certes à préserver ses traditions, ses longues séries chronologiques et ses normes de qualité, mais doit en même temps innover à un rythme plus rapide que jamais pour conserver et accroître son utilité pour la société et par exemple :

- Faire une pause et réfléchir au véritable objectif de sa mission. Les statisticiens sont trop occupés par les tâches consistant à produire, recueillir des données, réviser et compiler des agrégats, créer des tableaux et en diffuser les résultats. L'innovation n'est pas uniquement affaire de technologie, mais concerne aussi l'exécution des tâches et le mode de fonctionnement ;
- Tirer le meilleur parti des perspectives technologiques découlant de la révolution des données et des mégadonnées. D'une part, il faut mettre pleinement à profit les bonnes méthodes et les capacités déjà disponibles, par exemple sur la prévision immédiate, l'évaluation de l'exactitude, de la cohérence et de l'utilité des résultats produits par les mégadonnées, et incorporer les sources de données numériques pertinentes dans la production statistique pour satisfaire la demande des utilisateurs, notamment la demande croissante de données en temps réel. D'autre part, il serait souhaitable de recruter du personnel et de le former à l'analyse et à la science des données, ainsi qu'à l'utilisation des nouvelles sources, technologies et applications en matière de données. Un travail exaltant peut lui être offert, consistant à analyser l'éventail le plus large d'ensembles de données assorti de données numériques ;
- Investir au moins 10 % du temps de travail dans l'innovation et la recherche. Plutôt que de maintenir le *statu quo*, il faut chercher de nouvelles solutions, poser des questions, recueillir des idées, les tester et les évaluer, sans se contenter de réponses

banales. Tout en préservant les valeurs et l'image traditionnelles de la statistique officielle, il conviendrait de s'intéresser aux moyens de développer les possibilités qu'elle offre d'améliorer l'existence. À l'occasion de séances de réflexion entre « mordus d'informatique », par exemple, diverses catégories de personnel et d'experts pourraient être réunis pour émettre des idées concernant de nouveaux produits ou des améliorations à apporter à des produits existants ;

- Examiner et étudier les rôles en pleine évolution que les offices nationaux de statistique devraient s'attendre à jouer. À terme, il ne suffira plus qu'ils produisent des statistiques. Ils devront progressivement devenir par exemple des « usines à connaissances » s'ils doivent pouvoir produire l'information dont les décideurs ont besoin, en associant les statistiques et d'autres sources de données et en faisant ressortir les conséquences à en tirer. Sur un autre plan, la présentation de rapports sur les objectifs de développement durable, notamment, exigera une coordination étroite des travaux et il faudra que les organismes nationaux de statistique nouent des contacts avec des producteurs de données avec lesquels ils ne collaboraient pas auparavant, au lieu de fournir simplement leurs propres produits. En ce sens, leur rôle dans le contrôle de qualité, l'accréditation, la définition de normes et les conseils méthodologiques deviendra encore plus important qu'auparavant. Certains sont déjà allés plus loin et ont amorcé leur transformation en « centres de données statistiques » qui offriront une plateforme de gestion des données permettant d'accéder à toutes les données en accès libre dans le pays.

## **E. Recommandation 5 – Aller plus loin avec les partenaires stratégiques**

107. Des partenariats étroits ont été établis dans la communauté statistique et les fournisseurs de données sont également mis à contribution. Compte tenu des contraintes budgétaires, conjuguées à des besoins en données qui ne cessent de croître, en particulier pour la communication d'informations sur les objectifs de développement durable, il faut chercher de nouveaux partenaires pour mobiliser des compétences spécialisées et produire de la valeur ajoutée. Si l'organisme de statistique ne parvient pas à faire équipe avec les partenaires voulus, un tiers se présentera pour faire le travail à sa place. Il faut donc en tirer les conclusions suivantes :

- Les partenariats avec le secteur privé représentent encore une source largement inexploitée d'innovation. Ils pourraient ouvrir l'accès à des données sources susceptibles de remplacer ou de compléter les enquêtes traditionnelles. Des partenariats permettraient peut-être d'accéder à des outils et des technologies, des modes de conception, des idées de produits, des filières et des réseaux de diffusion nouveaux. Les données pourraient être mises à la disposition de sociétés privées pour être utilisées dans de nouveaux produits, ce qui élargirait la portée des statistiques ;
- Expérimenter la formule des « labos de stats » et de nouveaux modèles de partenariats internationaux tant au sein de la communauté statistique qu'en dehors de celle-ci. Des « labos de stats » associant des experts des services de statistique et d'autres organismes pourraient être mis en place pour travailler à la mise au point de produits et à la conception, ce qui contribuerait à remédier au manque de ressources et à diffuser des innovations par « copier-coller » et augmenterait ainsi les capacités de l'organisme de statistique ;
- Rechercher et optimiser les occasions d'influer sur les travaux des parties prenantes. Certains organismes de statistique ont par exemple collaboré avec des fournisseurs de données administratives pour qu'ils adaptent un tant soit peu leur collecte de



données afin de réduire le recours aux enquêtes directes auprès des entreprises ou pour qu'ils modifient leurs travaux d'une manière qui permettrait l'utilisation de données administratives dans un registre de population virtuel, de façon à compléter ou remplacer le recensement actuel ;

- Accéder au cœur des processus décisionnels, en instaurant de véritables partenariats stratégiques avec les utilisateurs en question, tant dans le secteur public dans le cadre de l'élaboration des politiques ou de l'affectation des ressources, que dans la prise de décisions par des responsables du secteur privé. L'organisme de statistique ne peut correctement accomplir sa tâche que s'il comprend les problèmes auxquels sont confrontés les décideurs et s'il peut déterminer les types d'information susceptibles de les éclairer. Un tel engagement n'est nullement incompatible avec l'intégrité professionnelle, mais constitue bien au contraire un aspect important du professionnalisme de l'organisme de statistique.

## **F. Recommandation 6 – Renforcer l'image de la statistique officielle et gagner en notoriété**

108. Une modestie excessive à l'égard de la statistique officielle est dangereuse. Comme dans d'autres branches d'activité, il faut non seulement générer de la valeur, mais également le montrer et le faire savoir. Cette démarche consiste, entre autres, à promouvoir sans relâche les avantages comparatifs de l'adhésion aux Principes fondamentaux de la statistique officielle, se caractérisant par des normes de qualité élevée, le professionnalisme, des méthodes mondialement reconnues, une impartialité sans faille et la crédibilité. De manière plus générale, l'image de marque devrait être un objectif explicite, fondé sur l'utilité et la qualité du travail accompli et renforcé par des exemples concrets de la valeur la statistique officielle, d'où la nécessité de :

- Faire valoir que l'adhésion aux Principes fondamentaux de la statistique officielle est un atout. L'application de ces principes, conjuguée à la fiabilité et à la qualité qu'elle confère, procure aux produits de la statistique officielle un avantage réel qu'il faudrait exploiter ;
- Mettre en avant le fait que la statistique officielle dans le monde entier apporte de la valeur ajoutée et le faire savoir. Comme on l'a vu dans les sections précédentes, il y a de nombreux exemples de l'utilité qu'elle présente pour la société et l'économie. Là encore faire mystère de ses talents n'est pas une vertu dans ce domaine. Les statisticiens officiels devraient trouver des moyens de donner un large écho à leurs réalisations, ne serait-ce que pour aider à recenser d'autres exemples de la valeur ajoutée que pourrait procurer la statistique officielle ;
- Définir et mettre en œuvre des stratégies expressément axées sur l'image de marque et la valorisation de l'organisme de statistique. Les préceptes généraux s'appliquent certes à l'ensemble des statistiques officielles, mais chaque organisme national de statistique connaît des circonstances et des conditions différentes. Les moyens que les organismes nationaux de statistique peuvent employer pour améliorer leur image de marque et leur notoriété sont multiples et variés et leurs stratégies pourraient s'en inspirer, en fonction de leur contexte particulier.

109. La mesure de l'utilité de la statistique officielle, dont il est question dans la section VI, fait l'objet de la recommandation ci-après.

## G. Recommandation 7 – Mesurer les résultats pour exercer un plus large impact

110. Les statisticiens mesurent quasiment tout à l'exception d'eux-mêmes. Afin d'avoir un impact plus important sur la société et la prise de décisions, des dispositions devraient être prises dans le sens indiqué par les recommandations précédentes, mais il faudra aussi mesurer les résultats obtenus et l'effet produit, ce qui contribuerait du même coup à faire avancer les choses. En mesurant leur propre action, les organismes nationaux de statistique seront mieux à même de prouver leur utilité, de communiquer avec les parties prenantes et de clarifier leur stratégie. Il est donc recommandé :

- De rendre des dispositions pour mieux connaître l'usage qui est fait des statistiques et l'impact qu'elles peuvent avoir. Les statistiques ne sont pas simplement un produit à distribuer en libre-service. Vu la quantité croissante de données disponibles en ligne, il devient difficile d'en bien connaître les utilisateurs. Si l'organisme de statistique ne sait pas ce pour quoi on a besoin de lui, il ne parviendra pas à faire valoir son utilité. Il faudrait faire connaître des exemples de la façon dont les statistiques sont utilisées dans la prise de décisions et dont elles aident à déterminer où implanter une entreprise, quels produits vendre, où construire des routes, des écoles et des hôpitaux, dans quelle situation se trouvent les familles, les femmes, les hommes et les enfants, et comment évoluent la qualité de la vie, l'état de l'environnement et la conjoncture économique. Pourquoi ne pas rédiger par exemple une série d'articles sur les utilisations de la statistique, l'innovation, la conception et la mise au point de produits ?
- De veiller à répondre aux besoins d'un public plus large et probablement moins informé d'utilisateurs. L'éventail des utilisateurs de la statistique officielle s'élargit pour inclure non plus seulement des analystes professionnels, des chercheurs et des fonctionnaires, mais également toutes sortes de citoyens à la recherche de données pouvant éclairer leurs décisions. En soi, c'est une bonne chose, mais cela veut également dire que l'utilisateur moyen est susceptible d'être moins bien informé. Les organismes nationaux de statistique doivent donc examiner comment rendre leurs produits et leurs applications plus accessibles : ce qui était approprié pour des utilisateurs avertis ne le sera sans doute pas pour des utilisateurs moins expérimentés, mais néanmoins parfaitement légitimes. En outre, les offices nationaux de statistique devraient envisager des mesures pratiques, peut-être en collaboration avec d'autres organismes, pour initier les utilisateurs aux savoirs fondamentaux en statistique ;
- De recourir à un tableau de bord affichant des indicateurs de l'utilité de la statistique officielle afin de mieux comprendre où investir pour apporter de la valeur ajoutée. Les mesures de la valeur économique de la statistique officielle seraient associées à des mesures opérationnelles relatives à la sensibilisation des utilisateurs, à leur satisfaction, à l'accès aux statistiques officielles et à leur utilisation. Des enquêtes auprès des parties prenantes et des partenaires seraient utiles pour identifier les points faibles et les atouts et pour s'orienter vers des partenariats plus efficaces.

111. La dernière recommandation, relative aux travaux à effectuer au niveau international, découle d'éléments figurant dans de nombreuses parties des sections précédentes. Il est très utile que les offices nationaux de statistique s'informent des pratiques optimales, tant auprès des autres offices que d'autres organisations, et les appliquent. De fait, le présent rapport vise en partie à rassembler de tels exemples de bonnes pratiques.

112. Cela étant, le monde n'est pas immuable. Les phénomènes qui font concurrence à la statistique officielle sont à l'œuvre et ne cessent d'évoluer. Les défis que doit relever l'office national de statistique d'un pays ne seront pas nécessairement identiques à ceux auxquels s'attelle l'organisme de statistique d'un autre pays. De même, les stratégies mises en œuvre avec succès pour y faire face ne seront pas forcément applicables ni couronnées de succès ailleurs.

## H. Recommandation 8 – Créer et gérer une plateforme prête à l'emploi

113. La communauté des statistiques officielles a besoin d'un modèle interactif et dynamique pour mettre en œuvre les applications pratiques des recommandations énumérées dans les sections précédentes. Aussi serait-il souhaitable de prévoir les mesures ci-après :

- L'Équipe spéciale sur l'utilité de la statistique officielle propose, sur la base des orientations pratiques concernant l'application de nouvelles méthodes de travail du Groupe de haut niveau sur la modernisation de la statistique officielle, la création d'un guide interactif des « meilleures pratiques wiki ». Grâce à cet outil, l'avantage comparatif essentiel et chacune des grandes étapes feraient l'objet d'un catalogue des meilleures pratiques élaborées par les offices nationaux de statistique ou empruntées à d'autres branches d'activité. Un tel outil permettrait une interaction, un retour d'information et la fourniture de conseils en temps réel. Les offices nationaux de statistique pourraient ainsi retenir de bonnes pratiques à intégrer dans les stratégies particulières se rapportant à leur situation, mais également consigner leurs résultats et leur expérience en vue d'un usage général, en tant que de besoin ;
- Cette plateforme interactive et collaborative des « meilleures pratiques wiki », consultable sur le Web, fournirait un moyen de communication permettant aux organismes nationaux de statistique d'échanger des informations et de recevoir des observations. L'un des éléments essentiels à prendre en compte est le constat selon lequel, mis à part les organismes de statistique, d'autres branches d'activité ont des stratégies efficaces qui traitent des mêmes problèmes et dont tous peuvent tirer des enseignements ;
- Un modérateur devrait être désigné pour passer en revue les meilleures pratiques et les exemples partagés sur le wiki dans le cadre d'une structure conçue comme indiqué dans les tableaux ci-dessous ;
- Le wiki pourrait être créé sur la plateforme de la CEE qui héberge déjà plusieurs espaces consacrés aux travaux statistiques. Le modérateur serait conseillé et aidé par un petit groupe d'experts.

<i>Meilleures pratiques des offices nationaux de statistique</i>	<i>Exemples tirés d'autres branches d'activité</i>
1. Description succincte	1. Description succincte
2. Objectif	2. Objectif
3. Ressources nécessaires à la mise en œuvre	3. Résultats obtenus
4. Description de la procédure de mise en œuvre	
5. Résultats obtenus	

114. La structure logique du wiki ainsi envisagée pourrait s'inspirer d'un modèle relativement simple, comme suit :

