
Résumé : Les taux de réponse des enquêtes ménages déplacements tendent à décroître dans le temps, et il semble peu probable que cette tendance s'inverse à l'avenir. Ces dernières années, les méthodes utilisées pour recueillir les données de mobilité ont évolué, afin de prendre en compte d'une part la nécessité d'obtenir des informations fiables et suffisamment précises pour nourrir des modèles de plus en plus complexes et d'autre part l'intégration des nouvelles technologies dans les protocoles d'enquête (web, GPS...). La combinaison de différents médias s'est imposée comme un moyen d'améliorer la qualité des données produites à moindre coût, en permettant une augmentation du taux de réponse global. Mais la question de la comparabilité des données dans le temps et entre les différents modes reste entière. Nous avons proposé de mener une enquête web en parallèle de l'enquête ménages déplacements réalisée à Lyon en face-à-face en 2006. Le but était de demander aux individus qui ont refusé de recevoir un enquêteur à leur domicile ou qu'il n'a pas été possible de joindre durant la première vague d'interviews de répondre en ligne. Les deux principaux objectifs de cette recherche sont de tester la faisabilité d'une enquête web auprès des non-répondants et de comparer les données de mobilité des deux échantillons web et face-à-face. L'analyse montre que les internautes sont moins mobiles que les individus qui répondent en face-à-face (3,00 vs. 3,63 déplacements quotidiens), avec des différences plus ou moins marquées selon les modes et les motifs. Si les différences socio-économiques des répondants peuvent expliquer en partie cet écart (les internautes ont un profil particulier), l'hypothèse d'une sous-déclaration imputable au média web n'est pas à exclure. Pour approfondir l'analyse, il est nécessaire de mobiliser des techniques économétriques. Le modèle du biais de sélection, dont les paramètres sont estimés à l'aide de la procédure en deux étapes développée par Heckman semble prometteur, puisqu'il nous permet par exemple d'isoler l'effet des différences socio-économiques de celui lié au mode d'enquête sur la mobilité quotidienne.

Mots clés : Enquêtes ménages déplacements, questionnaire web, protocoles d'enquêtes mixtes, mobilité quotidienne, comparabilité des données, biais de sélection.

Abstract : Response rates for household travel surveys are tending to fall, and it seems unlikely that this trend will be reversed in the future. In recent years, travel data collection methods have evolved in order to obtain reliable data that are sufficiently detailed to feed increasingly complex models, and in order to integrate new technologies into survey protocols (Internet, GPS...). Combining different media is an obvious low-cost way of improving data quality as it increases the overall response rate. But the question of the comparability of data over time and between different survey modes remains unresolved. We initiated a project of a web survey in parallel of the household travel survey conducted in face to face in Lyon in 2006. The idea is to propose to those households who refuse to respond or are not contactable after a certain number of attempts to respond by the web. The two main objectives of this research are to test the feasibility of a web survey for non-respondents and compare mobility results of both survey modes. Our analysis shows that the Internet respondents travelled less than the face-to-face respondents (3.00 vs 3.63 daily trips), and that the differences between the two groups varied according to the travel mode and trip purpose. While part of this difference can be explained by socioeconomic disparities (the Internet respondents had a specific profile) we cannot exclude the possibility of under-reporting due to the web medium. To take analysis further, it is necessary to apply econometric techniques. The sample selection model, whose parameters must be estimated using the two-stage procedure developed by Heckman, provide a promising avenue as, for example, it allows us to isolate the effect on daily travel of socio-economic differences from that of survey mode.

Keywords : Household travel surveys, web surveys design, mixed modes surveys, daily travel behaviour, data comparability, selection bias.
