



PUBLICATION OCCASIONNELLE NUMÉRO 13

Project Gouvernance et MAEP

août 2008

Utiliser des enquêtes d'opinion représentatives dans le Mécanisme Africain d'Évaluation par les Pairs (MAEP)

Robert Mattes

South African Institute of International Affairs

Analyser les questions essentielles de politique et de gouvernance en Afrique et au-delà

A PROPOS DE SAIIA

L'Institut Sud-africain des Affaires Internationales (SAIIA) est fier d'être depuis longtemps reconnu comme le premier institut de recherche sur des questions internationales en Afrique du Sud. Nous sommes une cellule de réflexion indépendante, non-gouvernementale, dont les objectifs stratégiques principaux sont d'apporter une contribution efficace à la politique du gouvernement et d'encourager un débat plus large et mieux informé sur les affaires internationales. C'est à la fois un centre de recherche d'excellence et un lieu de rencontre visant à stimuler les discussions publiques. Les publications de cette série présentent des analyses thématiques acerbes et offrent un ensemble de perspectives sur les questions clés de politique et de gouvernance en Afrique et au-delà.

A PROPOS DU PROGRAMME

Depuis 2002, le Programme de Gouvernance et du MAEP de SAIIA a permis la promotion de débats publics et de bourses d'étude sur les questions cruciales de gouvernance et de développement en Afrique et au-delà. Ce programme vise à perfectionner les décisions politiques publiques en associant les gouvernements, les citoyens et les chercheurs à travers un ensemble de publications, d'ateliers de formation et de bourses de recherche. Le projet travaille sur le Mécanisme Africain d'Évaluation par les Pairs et sur la gouvernance dans presque 20 pays d'Afrique. SAIIA est ouvert à toutes propositions de documents originaux relatifs à la bonne gouvernance en vue de considérer leur publication dans cette série.

Editeur de cette collection: Steven Gruzd steven.gruzd@wits.ac.za

Le Programme de Gouvernance et du MAEP remercie Dianna Games, John Gaunt, Rex Gibson, Barbara Ludman, Richard Steyn et Pat Tucker pour leur assistance éditoriale dans la préparation de ces articles.

SAIIA présente ses plus vifs remerciements à l'Ambassade du Royaume des Pays-Bas en Afrique du Sud qui a soutenu généreusement le Programme de Gouvernance et du MAEP dans cette série.

© SAIIA. Tous droits réservés. Toute reproduction, utilisation, stockage dans un système d'extraction ou transmission en totalité ou en partie de cette publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit – support électronique ou mécanique, photocopie ou autre – est interdite sans l'autorisation expresse de l'éditeur. Les opinions exprimées sont celles de l'auteur (ou des auteurs) et ne traduisent pas nécessairement celles du SAIIA.

RÉSUMÉ

Les opinions de la population générale sont aussi importantes que celles de l'élite si un pays veut obtenir un processus d'autoévaluation détaillé aux termes du Mécanisme Africain d'Évaluation par les Pairs (MAEP). Mais rassembler et mesurer les opinions des personnes ordinaires n'est pas une affaire simple.

Robert Mattes, l'auteur de cet article, est professeur au Département d'Études Politiques de l'Université du Cap. Il a accumulé une grande expérience dans la planification et la conduite d'enquêtes d'opinion en Afrique, notamment en sa fonction de co-fondateur d'Afrobarometer. Dans cet article, il nous met en garde contre les pièges et embûches qui guettent les imprudents.

Le premier de ces pièges est de croire qu'une évaluation de l'opinion publique plus représentative peut être obtenue en contactant un nombre de personnes toujours plus important. La loi des rendements décroissants entre en jeu, et les coûts occasionnés par l'augmentation de la taille de l'échantillon peuvent l'emporter sur les avantages. Le professeur Mattes estime que, même si une enquête représentative est un élément irremplaçable du processus national d'autoévaluation, des échantillons de probabilité relativement petits et effectués de façon aléatoire sur des citoyens ordinaires peuvent apporter des résultats précis et économiquement viables.

Cependant, d'autres éléments doivent être mis en place pour s'assurer de la crédibilité de l'enquête. Ceux-ci incluent une liberté de mouvement des travailleurs de terrain ; la disponibilité de données de recensement précises ; et le soin d'éviter des mécanismes inappropriés, tels que le fait de sonder des chefs de ménage plutôt que les personnes du foyer.

Il prévient aussi qu'il est important d'établir ce qui peut être appris des citoyens ordinaires et ce qui est en dehors de leur domaine.

A PROPOS DE L'AUTEUR

Robert Mattes est professeur au Département d'Études Politiques et directeur de l'Unité de Recherche pour la Démocratie en Afrique, et du Centre pour la Recherche Sociale à l'Université du Cap. Il est aussi co-fondateur et conseiller supérieur d'Afrobarometer. Cet article a été publié pour « Les leçons du MAEP – Un atelier pour les praticiens, les chercheurs et la Société Civile » organisé par l'Institut Sud-Africain des Affaires Internationales à Johannesburg du 12 au 13 septembre 2006.

INTRODUCTION

Les autoévaluations nationales seraient toutes incomplètes si elles n'incluaient que les évaluations de l'élite (qu'ils soient hauts fonctionnaires, experts technocrates ou représentants de la société civile) et excluaient les opinions du grand public. L'état réel de la gouvernance économique et politique d'un pays ne peut être évalué sur la seule base d'une analyse objective des règles, des ressources et des comportements de l'économie, des institutions gouvernementales et des grandes entreprises.

Les hommes et femmes d'affaire compétents ne tireraient jamais une conclusion finale sur la qualité de leur société et de leurs produits sur la simple investigation de la charte de la compagnie, de ses processus internes ou de sa chaîne d'assemblage. Ils chercheraient aussi à savoir si les clients achètent bien ses produits et plus important, s'ils en sont satisfaits et s'ils vont continuer à les acheter. De même, l'état réel de la gouvernance politique, et particulièrement de la politique démocratique, réside au moins en partie dans l'oeil de l'observateur.

Mais la façon exacte de rassembler les valeurs, la prise de conscience, les évaluations et les expériences de tout un chacun n'est pas une affaire simple. D'un côté, un pays peut vouloir instaurer un sentiment de propriété publique du projet et encourager la participation d'une partie aussi importante que possible de la population. D'un autre côté, toute autoévaluation qui veut véritablement refléter l'état des affaires du pays devra être aussi précise, et donc aussi représentative que possible. La difficulté réside dans le fait que, pour une série de raisons méthodologiques, pragmatiques et sociopolitiques, il est rarement possible de maximiser ces deux objectifs en même temps.

CONSULTATIONS « PARTICIPATIVES » DE L'OPINION PUBLIQUE

Une manière évidente de consulter l'opinion publique et d'instaurer simultanément un sentiment de prise de conscience et de propriété publique est d'organiser un processus consultatif aussi large que possible, dans lequel des agents recenseurs s'adressent aux citoyens ordinaires dans leur maison ou au cours de réunions publiques, et enregistrent leurs réponses, soit grâce à des réponses structurées dans des questionnaires structurés, soit grâce à des transcriptions semi-structurées, ou des discussions et débats non-structurés.

Les discussions publiques présentent plusieurs avantages. Le plus important, c'est qu'elles permettent aux gens de décider de l'ordre du jour, d'énumérer leurs problèmes et de formuler les questions et les séries de solutions potentielles avec leurs propres mots plutôt que de les recevoir déjà structurées par les concepteurs de questionnaires. De plus, ils délibèrent, ce qui veut dire que les gens peuvent se convaincre les uns les autres de changer d'opinion au cours de la discussion.

Cependant, les consultations publiques ont aussi leurs inconvénients. Premièrement, les gens ne sont pas des animaux politiques. La vie de famille, les amis, les activités sociales et le besoin de gagner leur vie rivalisent avec l'attention portée aux affaires publiques et leur volonté de participer aux événements politiques. Ainsi, même l'exercice de consultation publique le mieux financé peut n'engager l'attention que d'une petite fraction de la population, pour ne pas parler de leur participation, surtout si les gens n'y voient aucune

motivation réelle. Un exercice récent effectué en Afrique du Sud constitue un exemple classique: l'enquête Afrobarometer en Afrique du Sud de janvier-février 2006 a établi qu'une seule personne sur 20 (6%) a répondu qu'elle avait déjà entendu parler du processus du MAEP, qu'une personne sur 33 (3%) avait déjà participé à une réunion publique, et que seulement une personne sur 50 avait déjà rempli un questionnaire.

Deuxièmement, pratiquement tous les processus de consultation publique demandent aux citoyens de prendre l'initiative de se faire entendre. S'il y a une chose que nous avons apprise après 50 ans d'études des comportements politiques, c'est que tous les gens n'ont pas la même envie de prendre le temps de parler de politique, ou n'en ont pas les capacités. De ce fait, les campagnes consultatives peuvent non seulement ne pas atteindre un nombre significatif de citoyens ordinaires, mais elles peuvent aussi ne pas atteindre un échantillon représentatif. Une fois encore, ce cas de figure est évident dans l'examen par Afrobarometer du processus du MAEP en Afrique du Sud. Non seulement ceux qui avaient entendu parler du processus étaient les plus instruits, des lecteurs assidus de journaux et membres actifs des organisations de la société civile et des syndicats de travailleurs, mais il était aussi plus probable qu'ils aient déjà assisté à une réunion ou rempli un questionnaire. Ce n'est donc pas en soi un échantillon représentatif. Les personnes qui ont plus d'accès à l'éducation et aux mass-médias, qui sont plus attentifs à la politique, ou qui sont plus activement engagés dans la société civile sont susceptibles d'avoir des valeurs et des opinions sensiblement différentes de celles des autres citoyens.

Ainsi le souhait de consulter un large échantillon de citoyens ordinaires, et de leur permettre de participer à ces processus importants afin de développer un sentiment de propriété nationale peut facilement avoir l'effet inverse: l'enquête ne touche pas une section significative de la population et entraîne une vue potentiellement biaisée de l'opinion publique.

ÉVALUATIONS REPRÉSENTATIVES ET FIDÈLES DE L'OPINION PUBLIQUE

Ironiquement, le problème pour obtenir une évaluation représentative ne se résout pas en contactant un nombre toujours plus important de personnes. La solution se trouve dans la méthode de sélection des citoyens, plutôt que dans le nombre de personnes sélectionnées.

En d'autres termes, la solution réside dans l'échantillonnage des citoyens plutôt que dans la tentative de créer un mini recensement. La qualité représentative d'un échantillon (la mesure dans laquelle l'échantillon produit des estimations de l'opinion publique ou des expériences qui reflètent celles de la population totale) dépend de deux critères. Premièrement, le processus de sélection des individus doit être aléatoire, et non laisser les gens participer de leur propre initiative (ce qui provoque les biais bien connus soulignés ci-dessus). Deuxièmement, chaque citoyen doit jouir d'une chance (ou probabilité) égale et connue d'être sélectionné.

Cependant, l'exactitude d'une estimation issue d'un échantillon dépend jusqu'à un certain point du nombre de personnes interrogées. La richesse de nos expériences passées nous montre que même un échantillon de probabilité aléatoire de 300 personnes peut produire des estimations justes (95% du temps) avec une marge d'erreurs d'échantillon d'environ cinq points de pourcentage. Cependant, très peu d'analystes seraient satisfaits d'apprendre, par exemple, que le fait que 45% des répondants ont signalé être satisfaits des performances du président signifie que l'assentiment présidentiel de la population totale varie entre 40 et 50%.

Certes nous pouvons augmenter la précision en dépensant plus d'argent et en contactant davantage de personnes, mais la loi des rendements décroissants qui sous-tend la base mathématique de l'échantillonnage signifie qu'il n'existe pas de rendement égal. Pour réduire la marge d'erreurs d'échantillon d'un point de pourcentage, on doit doubler la taille de l'échantillon.

Taille de l'échantillon	Erreur d'échantillonnage
300	+/- 5 points
600	+/- 4 points
1,200	+/- 3 points
2,400	+/- 2 points
4,800	+/- 1 point

Nous atteignons donc rapidement un point pour lequel les coûts ajoutés du fait de tailles d'échantillons de plus en plus importantes (contacter 4 800 répondants plutôt que 2 400) n'apportent qu'un rendement marginal en termes de précision accrue. C'est pourquoi la grande majorité des enquêtes sociopolitiques utilisent des tailles d'échantillon variant entre 1 000 et 2 500 personnes. Nous nous contentons généralement de savoir que la satisfaction envers les performances présidentielles varie de 44% à 48%. Nous ne sommes pas trop soucieux de savoir si 18% ou 22% de l'ensemble des citoyens ont effectivement contacté leur député l'année précédente tant qu'on peut en déduire qu'environ une personne sur cinq l'a fait. Bien que nous aimerions être plus précis, cela serait tout simplement trop coûteux.

Par opposition, les agences nationales de statistiques organisent souvent des enquêtes beaucoup plus larges basées sur les foyers car elles accordent beaucoup plus d'importance à la précision des statistiques pour les politiques de développement. Cela importe énormément de savoir si le taux réel du chômage est de 40% ou de 41%. Des échantillons plus larges permettent aussi des déductions plus précises sur les sous-groupes plus petits. Y a-t-il une différence, par exemple, en matière de stratégie de recherche d'emploi entre les jeunes hommes urbains célibataires et les jeunes femmes urbaines célibataires ?

On note ici comme un paradoxe: consulter toujours plus de personnes et leur permettre de participer à une autoévaluation nationale peut en définitive échouer dans l'objectif de consulter un nombre significativement important de personnes, et plus important encore, produira presque toujours une image biaisée de l'opinion publique. Par opposition, les enquêtes dbasées sur des échantillons de probabilité aléatoire relativement petits mais représentatifs de citoyens ordinaires peuvent produire des estimations de l'opinion publique précises et économiques.

Ainsi, les enquêtes basées sur des échantillons de probabilité aléatoire de citoyens

ordinaires forment une partie essentielle du processus d'autoévaluation. Il est vrai, cependant, que les enquêtes d'opinion sont généralement basées sur des questionnaires structurés, permettant aux concepteurs de décider de l'ordre du jour, d'énumérer les problèmes et d'encadrer les réponses autorisées. Mais même avec ces inconvénients, ils peuvent être défendus par les principes élémentaires que semblent requérir un processus consultatif et participatif. C'est-à-dire que les enquêtes représentatives, par nature, traitent tous les citoyens de façon égale et offrent à tous une chance égale et connue d'être sélectionnés pour participer et ainsi influencer le processus d'autoévaluation (même si la participation signifie simplement répondre aux questions).

MÉCANISMES DES ENQUÊTES REPRÉSENTATIVES: ÉLÉMENTS ESSENTIELS

Outre le fait que les enquêtes représentatives sont un élément irremplaçable du processus d'autoévaluation, certains éléments essentiels doivent être en place pour assurer leur crédibilité.

L'absence de conflits civils généralisés

Premièrement, la liberté de mouvement et de visite à des gens sur presque tout le territoire est une condition préalable pour les travailleurs de terrain à la recherche d'un échantillon national représentatif. Cela signifie une absence de conflits civils généralisés, de zones « interdites » politiquement hostiles, de crimes ou autre obstacles tels que des désastres naturels ou de grands terrains minés non répertoriés qui pourraient compromettre la sécurité des travailleurs de terrain. Mais quelles sont les limites ? Il n'existe généralement pas de réponse statistique simple. Le facteur clé est le degré auquel l'exclusion de ces zones pourrait compromettre notre capacité à généraliser à partir des autres réponses.

Des données de recensement exactes et récentes

Une autre condition préalable à l'organisation d'enquêtes crédibles basées sur des échantillons représentatifs est la disponibilité de données de recensement exactes et récentes qui soient suffisamment détaillées pour permettre une désagrégation en zones assez petites, même jusqu'au niveau du secteur de dénombrement de base. Ceci est important car nous commençons le processus d'échantillonnage (une approche en plusieurs étapes est présentée ci-dessous) en désagrégeant le recensement en une liste de ses plus petites unités géographiques (par exemple le secteur de dénombrement) puis en choisissant dans cette liste un échantillon de ces unités. Comme ces unités diffèrent souvent en taille, nous devons connaître la taille réelle de la population de chacune pour évaluer sa probabilité de sélection. Si chaque unité avait une probabilité égale de sélection sans considération de sa population, l'échantillon ne serait plus représentatif. Ce principe d'échantillonnage est connu sous le terme de « probabilité proportionnelle à la taille » (PPT).

Cependant, ne choisir qu'un échantillon d'unités géographiques à partir d'une liste nationale peut mener à l'exclusion de groupes ou zones politiquement importants, ou ne pas refléter d'importantes variations à travers la population. Par conséquent, les données de recensement doivent être suffisamment détaillées pour nous permettre de stratifier, ou de rassembler, ces unités dans un nombre plus important de sous-listes qui reflètent

certaines lignes politiques appropriées: différences urbaines-rurales, différences religieuses ou linguistiques, districts et provinces. Le principe de la PPT implique aussi que le recensement nous indique la taille relative de la population de chacune de ces strates, ou sous-liste, afin qu'on ne sélectionne ni trop ni trop peu de personnes dans chacune.

Finalement, le recensement doit être suffisamment détaillé pour nous permettre d'examiner les données démographiques qui ne peuvent être rassemblées qu'une fois le répondant interrogé (par exemple l'âge, l'état civil, les revenus, l'éducation). Ces données doivent être comparées aux chiffres de la population actuels afin d'évaluer la représentativité de l'échantillon et de décider s'il est nécessaire de le modifier pour se conformer à la démographie nationale.

L'échantillonnage en plusieurs étapes

Comme cela est mentionné ci-dessus, le processus d'échantillonnage se déroule en plusieurs étapes. Peu de pays, fort heureusement, ont une liste nationale de tous les citoyens, ou au moins une qu'ils accepteraient de partager avec un institut de sondages. Nous devons donc commencer par échantillonner les citoyens là où nous savons qu'ils vivent: leur foyer. Mais nous avons aussi rarement une seule liste unificatrice de tous les foyers.

Par conséquent:

- Étape 1: processus souligné dans la section précédente, c'est-à-dire échantillonner de façon aléatoire de petites unités géographiques à partir d'une liste nationale stratifiée de toutes les unités en se basant sur le principe de PPT.
- Étape 2: échantillonnage des foyers dans les unités géographiques sélectionnées.
- Étape 3: échantillonnage des individus dans les foyers sélectionnés.

Un échantillon de chefs de ménages ne correspond pas à un échantillon de citoyens

La mise en œuvre correcte de la troisième étape est impérative si l'on veut que nos résultats d'enquête soient représentatifs. Nous voulons un échantillon de la population, et non des foyers. (Comme cela est expliqué ci-dessus, les foyers sont simplement des endroits pratiques pour y trouver la population.)

Cela signifie que nous devons éviter d'accepter sans critique les procédures d'échantillonnage habituelles des recensements nationaux et des institutions de statistique. Les questions sociales qui intéressent généralement ces institutions sont traditionnellement traitées par des économistes et des sociologues à travers des enquêtes de foyers parce qu'ils ont défini le foyer comme l'unité critique d'analyse. Le chef de ménage est alors conventionnellement sélectionné pour agir comme informateur sur le statut, les activités et les expériences du foyer et les données démographiques sont collectées pour toutes les personnes résidant dans le foyer.

Les foyers ont des propriétés qui sont importantes pour les économistes, les sociologues, et les planificateurs de développement, mais ils ne constituent tout simplement pas un facteur pour ceux qui sont intéressés par les questions relatives à la citoyenneté démocratique. Lorsque l'on touche à la démocratie et à la gouvernance, ce n'est pas le foyer mais le citoyen individuel qui constitue l'unité d'analyse correcte. La théorie de base sur laquelle la démocratie est fondée insiste sur le fait que tous les citoyens doivent avoir autant d'influence égale que possible sur les affaires du gouvernement, y compris la participation à l'autoévaluation nationale.

Mais c'est plus qu'une question d'idéologie démocratique. Comme je vais le développer de façon plus détaillée ci-dessous, tout instrument d'enquête conçu pour permettre aux analystes de terminer le questionnaire d'autoévaluation traitera logiquement de toute une série d'évaluations et de préférences, ainsi que de comportements et de connaissances. Il n'y a que très peu de questions (généralement relatives aux finances du foyer) pour lesquelles le chef de ménage peut avoir une connaissance supérieure aux autres habitants du foyer. Pour la grande majorité des autres points du questionnaire, il n'y a aucune raison de privilégier les expériences, les comportements et les opinions du chef de ménage aux dépens des autres membres du foyer.

Finalement, c'est encore une question de représentativité et de précision. Parce qu'il est probable que les chefs de ménage soient plus âgés, économiquement actifs et de sexe masculin, et parce qu'ils ont plus de responsabilités qui pourraient les pousser à regarder le monde différemment, n'interroger que les chefs de ménage aboutira probablement à des résultats biaisés et trompeurs.

Ainsi, l'utilisation non critique des méthodologies d'enquêtes par foyer dans le processus national d'autoévaluation peut mener au gaspillage d'importantes sommes d'argent car les résultats ne seront généralisables qu'aux chefs de ménages, et pas à tous les citoyens.

Traductions fidèles

Pour que les résultats soient représentatifs et pour permettre que tous les citoyens puissent avoir une influence égale sur les résultats d'ensemble, il est impératif que tous les répondants soient capables de comprendre et de répondre dans la langue dans laquelle ils se sentent le plus à l'aise. Tout instrument d'enquête utilisé en Afrique doit être traduit, mot à mot et non pas uniquement les concepts clés, dans les différentes langues locales.

Taille d'échantillon minimum

Pour les raisons présentées ci-dessus, toute enquête à vocation nationale doit interroger au moins 1 200 répondants, ce qui fournirait des estimations sur la population nationale à plus ou moins trois points de pourcentage.

MÉCANISMES DES ENQUÊTES REPRÉSENTATIVES: ÉLÉMENTS SOUHAITABLES

Une série de facteurs doivent idéalement être en place pour mener correctement une enquête représentative et crédible, mais ils peuvent être considérés comme « souhaitables » plutôt que « qu'essentiels ».

Listes et cartes des foyers

La « règle d'or internationale » des sondages veut que les échantillons soient sélectionnés en utilisant la PPT à tous les niveaux. Un recensement décent doit permettre aux enquêteurs africains de sélectionner des secteurs de dénombrement ou autres unités géographiques en se basant sur une probabilité. Mais sélectionner les foyers en se basant sur une probabilité nécessite une liste à jour de tous les foyers présents dans l'unité d'échantillon sélectionnée, et si possible, des informations sur la taille de chacun des foyers. Cependant, de nombreux recensements africains ne peuvent fournir ces informations en

détail, et s'ils le peuvent, elles sont souvent complètement obsolètes. Dans ce cas, on peut avoir recours à des travailleurs de terrain qui se rendront sur l'unité d'échantillon en avance afin d'élaborer eux-mêmes la carte des foyers. Cela augmente les coûts de l'étude.

Je ne considère pas ce niveau de précision comme absolument essentiel, mais les enquêteurs peuvent et doivent au moins satisfaire la « règle d'argent »: c'est-à-dire que tant que les secteurs de dénombrement sont choisis selon la PPT, il est raisonnable de sélectionner des foyers et des répondants par des méthodes aléatoires qui sont strictement contrôlées par des superviseurs sur le terrain et sur lesquelles les travailleurs de terrain n'ont aucun contrôle (tels que des points de départ aléatoires dans les secteurs de dénombrement, des parcours aléatoires en s'arrêtant à la *énième* maison, le changement de cet intervalle de façon aléatoire chaque jour et une règle aléatoire de sélection parmi les membres éligibles du foyer).

Substitution

Encore une fois, la « règle d'or internationale » stipule que les enquêteurs ne doivent permettre aucune substitution de répondants sélectionnés ou de foyers qui refusent d'être interrogés ou qui ne peuvent pas l'être; cela évite de finir avec un échantillon biaisé qui sous-représente les personnes économiquement actives ou les groupes qui ne sont pas à l'aise pour parler de leur position politique ou sociale.

Si les chercheurs s'inquiète du nombre important de non-réponses, ils peuvent soit constituer au préalable des échantillons beaucoup plus larges, soit, selon le niveau de non-réponse, constituer ensuite de nouveaux échantillons indépendants et plus petits et interroger la totalité de l'échantillon. Mais la première option suppose une connaissance relativement sophistiquée des taux de réponses passés qui est rare puisque les enquêtes de population sont un phénomène récent dans la plupart des pays africains. La seconde option entraîne souvent des augmentations intolérables du coût du travail de terrain.

On ne sait pas si une substitution entraîne nécessairement des biais majeurs. Encore une fois, les enquêteurs africains peuvent raisonnablement maintenir les coûts sous contrôle tout en satisfaisant la « règle d'argent » s'ils permettent la substitution d'un foyer par un autre (mais jamais de substitution au sein des foyers) et ce uniquement après au moins deux ou trois tentatives de joindre le foyer et les répondants ciblés. Dans ce cas, ils doivent garder des données précises qui peuvent permettre une comparaison post hoc des réponses des répondants substitués et non-substitués.

Choisir le moment de l'enquête

Finalement, il est souhaitable mais pas essentiel que les concepteurs d'enquêtes prévoient à l'avance de conduire des enquêtes d'autoévaluation pendant une période aussi politiquement neutre que possible. Cela signifie principalement ne pas conduire d'enquête juste avant ou juste après des élections, et essayer d'éviter tout autre moment pendant lequel l'état d'esprit national pourrait être artificiellement mais de manière prévisible optimiste ou pessimiste.

CONTENU DU QUESTIONNAIRE

Nous devons aborder la conception d'un questionnaire d'opinion publique relatif au MAEP avec une théorie raisonnable de gouvernance et de démocratie, qui inclut le rôle des citoyens. Il doit commencer par un examen de ce que les principes d'égalité fondamentale et d'influence égale représentent pour le contenu d'un questionnaire destiné aux citoyens. Il doit néanmoins être équilibré par un sens aigu de ce que les citoyens peuvent et ne peuvent pas nous communiquer.

Les citoyens ont le droit d'exprimer leurs opinions, qu'elles soient ou non basées sur leur propre expérience ou sur d'autres informations, sur une série de questions politiques, comme l'évaluation des dirigeants élus et de la plupart des institutions publiques. Dans ce domaine, la perception représente une forte part de la réalité qu'un processus national d'autoévaluation doit mesurer. Peu importe que le département d'un gouvernement donné soit réellement un foyer de népotisme ou non, la perception populaire que c'en est effectivement un est probablement plus importante que l'état réel des choses.

On ne sait pas vraiment si cette logique est applicable aux autres institutions couvertes par le questionnaire du MAEP telles que la Banque Centrale, ou d'autres domaines tels que la gouvernance d'entreprise. Il pourrait être intéressant de mesurer si les citoyens ordinaires considèrent le secteur privé, et en particulier les grandes entreprises, comme corrompues, et/ou plus ou moins corrompues que les agences gouvernementales et que les élus. En outre, il n'est cependant pas évident de savoir ce que plus de citoyens peuvent réellement nous apprendre sur la gouvernance d'entreprise.

Il existe aussi des questions pour lesquelles il est important de distinguer ceux qui ont eu de l'expérience dans une institution ou ont eu connaissance de certains problèmes car l'examen de leur expérience peut nous informer sur la performance des institutions (par exemple une expérience de victimisation par des bureaucrates ou des élus). D'un autre côté, le manque de connaissance ou d'expérience peut aussi être important à mesurer car il nous informe sur le nombre de citoyens qui sont inclus, ou exclus des débats politiques clés ou de l'accès aux institutions publiques.

Mais il existe aussi des questions dans le questionnaire du MAEP pour lesquelles la vaste majorité des citoyens a trop peu d'expérience pour justifier l'allocation de précieuses ressources d'enquête. Le domaine de la gouvernance d'entreprise nous vient à l'esprit. Vaut-il la peine d'interroger des personnes qui sont actionnaires d'une grande entreprise (en toute probabilité eux-mêmes constituent une toute petite minorité) sur leurs expériences en assemblées générales annuelles, ou leur connaissance des finances de la société ?

Le questionnaire d'autoévaluation du MAEP doit évidemment servir de guide pour concevoir un questionnaire d'opinion publique qui soutient le processus du MAEP. Mais il n'est pas nécessaire que des gens ordinaires essaient d'apporter des réponses à toutes les questions du questionnaire du MAEP. Les citoyens ne peuvent tout simplement pas nous informer sur tout. Nous ne devons pas surcharger le questionnaire dans le but de correspondre exactement à l'instrument du MAEP. Nous devons plutôt décider de ce que les gens peuvent nous dire (en termes de leur expérience, de leur prise de conscience, de leurs comportements, de leurs valeurs, de leurs évaluations ou de leurs préférences) qui peut aider le processus d'évaluation.

BESOIN D'UNE DÉFINITION PRÉCISE DES AUTRES GROUPES CIBLÉS

Les enquêtes sur d'autres échantillons représentatifs, tels que les entreprises, les dirigeants de la société civile, les bureaucrates ou les experts techniques, peuvent être des outils appropriés à ajouter à l'autoévaluation nationale. Cependant, on ne sait pas si le processus du MAEP a des définitions suffisamment précises de ces groupes. Quelles sont les caractéristiques qui définissent une entreprise, un groupe de la société civile ou un fonctionnaire, sans parler des termes plus ambigus tels que « acteur » ou « expert » qui nous aident à savoir qui est qualifié. Ce n'est qu'avec une définition de travail qu'on peut évaluer la représentativité d'une tentative d'échantillonnage de ces groupes, et commencer à comparer chacun des groupes avec les autres, avec les citoyens, et avec leurs homologues dans d'autres pays du MAEP.

PLANIFICATION, CALENDRIER ET COÛTS

Outre toutes les composantes mentionnées ci-dessus, diriger une enquête de citoyens crédible nécessite une planification à l'avance pour éviter de bâcler les instruments de l'enquête et la stratégie d'échantillonnage. Une planification de dernière minute a toutes les chances de se terminer par l'adoption de questionnaires déjà existants qui pourraient ne pas être tout à fait appropriés. Cela peut aussi permettre à certains instituts de sondage ou bureaux nationaux de statistiques d'imposer leurs propres procédures d'exécution, qu'elles soient inappropriées ou non. Certaines des étapes présentées ci-dessous peuvent être menées en parallèle plutôt qu'en séquence. En me basant sur mon expérience à Afrobarometer, les équipes nationales doivent accorder au moins cinq à six mois entre la décision de lancer des recherches et la réception de résultats utilisables.

Conception du questionnaire	4 semaines
Publication et appels d'offre pour trouver des instituts de recherches	3 semaines
Traduction du questionnaire	1 semaine
Expérimentation en interne du questionnaire et re-conception	2 semaines
Conception et élaboration des échantillons	2 semaines
Formation des travailleurs de terrain	2 semaines
Expérimentation sur le terrain	1 semaine
Travail de terrain	4 semaines
Entrée des données, nettoyage, présentation des résultats marginaux	4 semaines

D'après mon expérience, les enquêtes représentatives au niveau national en Afrique sont coûteuses comparées à celles d'autres continents. Les coûts peuvent varier énormément en fonction de la taille et de l'infrastructure du pays, et selon si l'on sélectionne une entreprise de sondage à but lucratif ou non. En principe, les équipes nationales doivent prévoir des dépenses comprises entre 85 000 et 125 000 dollars pour une enquête de 1 200 répondants, encore une fois, en fonction du pays et du prestataire du travail de terrain.

D'un autre côté, selon le pays et le moment de l'exercice, un grand nombre de données d'opinion publique couvrant une large série de thèmes du MAEP peut déjà exister (surtout dans les domaines de la gouvernance socioéconomique et politique). Afrobarometer vient juste de finir sa dernière série d'enquêtes d'échantillons représentatifs de citoyens dans 18

pays africains, le plus grand projet d'enquête jamais conduit sur le continent. Il a eu lieu entre mars 2005 et février 2006. Les pays interrogés étaient:

- Afrique de l'ouest: le Bénin, le Cap Vert, le Ghana, le Mali, le Nigeria et le Sénégal
- Afrique de l'est: le Kenya, Madagascar, la Tanzanie et l'Ouganda
- Afrique australe: le Botswana, le Lesotho, le Malawi, le Mozambique, la Namibie, l'Afrique du Sud, la Zambie et le Zimbabwe

De plus, nous avons désormais dirigé trois enquêtes indépendantes dans 12 pays chacune, qui fournissent les premières preuves jamais collectées sur les tendances, couvrant une période de six ans (circa 2000, circa 2003, circa 2005 au Botswana, au Ghana, au Lesotho, au Malawi, au Mali, au Nigeria, en Namibie, en Afrique du Sud, en Tanzanie, en Ouganda, en Zambie et au Zimbabwe).

Enfin, Afrobarometer a prévu de diriger de nouvelles enquêtes dans ces 18 pays (et peut être plus) au début 2008. Des pays indépendants ou des groupes de pays qui prévoient de se soumettre à une autoévaluation en 2008 et 2009 peuvent éventuellement obtenir des données d'enquêtes de façon bien plus économique que s'ils avaient effectué eux-mêmes les enquêtes en contribuant aux coûts du travail de terrain d'Afrobarometer, et/ou en payant pour des questions supplémentaires. Pour de plus amples informations sur le projet et les coordonnées, veuillez consulter www.afrobarometer.org.

ENDNOTES

- 1 'Public Participation in South Africa's African Peer Review Mechanism: Results from the January-February 2006 Afrobarometer – South Africa', Presented to 'APRM Lessons Learned – A Workshop for Practitioners, Researchers and Civil Society', 12-13 September 2006, Johannesburg, South Africa.
- 2 Ibid.
- 3 It should be noted that we may from time to time use disproportionate sampling to provide reliable estimates of small but socially or politically relevant groups, so long as they are subsequently weighted back down to their true proportion of the population.
- 4 Some surveys may insert a prior stage to reduce travel costs. First they create a list of larger geographical units, such as counties or districts, that are not too large, but relatively numerous and which group enumerator areas into fairly homogenous clusters. This list should also be stratified along rural-urban, or provincial lines. Once a small list of these larger clusters is drawn, a sample of enumerator areas can then be drawn.
- 5 Some of the early APRM national surveys (e.g. Kenya) appear to suffer from this problem, as well as apparently all the UNECA household surveys. A simple explanation is that those who designed these surveys had strong backgrounds in socio-economic household surveys and simply copied the sample design without thinking through the consequences.
- 6 Heath A, S Fisher and S Smith, 'The Globalisation of Public Opinion Research', *Annual Review of Political Science* 8 (2005): 297-333.
- 7 Mattes R, 'Public Opinion in Emerging Democracies: Are the Processes Different?' in *Handbook of Public Opinion Research*, Donsbach W & M Traugott (eds), Sage, 2008.
- 8 Heath, Fisher and Smith, 'The Globalisation of Opinion Research', 2005.
- 9 Mattes, 'Public Opinion in Emerging Democracies', 2008.

OTHER PUBLICATIONS

The African Peer Review Mechanism: Lessons from the Pioneers is the first in-depth study of the APRM, examining its practical, theoretical and diplomatic challenges. Case studies of Ghana, Kenya, Rwanda, Mauritius and South Africa illustrate difficulties faced by civil society in making their voices heard. It offers 80 recommendations to strengthen the APRM.

The *APRM Toolkit* DVD-ROM is an electronic library of resources for academics, diplomats and activists. In English and French, it includes video interviews, guides to participatory accountability mechanisms and surveys, a complete set of the official APRM documents, governance standards and many papers and conference reports. It is included with the *Pioneers* book.

APRM Governance Standards: An Indexed Collection contains all the standards and codes mentioned in the APRM that signatory countries are meant to ratify and implement, in a single 600-page volume. Also available in French.

Planning an Effective Peer Review: A Guidebook for National Focal Points outlines the principles for running a robust, credible national APRM process. It provides practical guidance on forming institutions, conducting research, public involvement, budgeting and the media. Also available in French and Portuguese.

Influencing APRM: A Checklist for Civil Society gives strategic and tactical advice to civil society groups on how to engage with the various players and institutions in order to have policy impact within their national APRM process. Also available in French and Portuguese.

To order publications, please contact SAIIA publications department at pubs@saiia.org.za

South African Institute of International Affairs
Jan Smuts House, East Campus, University of the Witwatersrand
PO Box 31596, Braamfontein 2017, Johannesburg, South Africa
Tel +27 11 339-2021 • Fax +27 11 339-2154
www.saiia.org.za • info@saiia.org.za

PROFIL DE FINANCEMENT DE SAIIA

SAIIA soulève des fonds auprès du secteur public et privé, des fondations charitables et donateurs. Notre travail est actuellement cofinancé par AusAid, la Fondation Bradlow, le Département du Développement international (DFID), le Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), la Commission européenne, le Ministère finlandais des Affaires étrangères, la Fondation Ford, le Friederich Ebert Stiftung (FES), l'Institut de Hautes Etudes Internationales et du Développement (GIIS), le Centre de Recherches pour le Développement International (IRDC), l'Institut pour le Développement Durable (IISD), INWENT, la fondation Konrad Adenauer, l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE), le Ministère des Affaires Etrangères du Royaume de Norvège, le Centre Sud, l'Agence pour le développement internationale suédoise (SIDA)SIDA, l'institut de politique de développement durable (SDPI), la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED), l'Institut international de recherche et de formation pour la promotion de la femme (INSTRAW), le Ministère Sud Africain des affaires étrangères sud africain, le département sud-africain des politiques des affaires étrangères, commerciales et industrielles (TIPS), le ministère des affaires environnementales de l'Afrique du sud (DEAT) et le service sud africain de revenus (SARS),

En outre, SAIIA compte 49 membres principalement du secteur privé sud-africain et des entreprises internationales avec un intérêt pour l'Afrique, quelques 53 membres du corps diplomatique et 11 membres institutionnels.



South African Institute of International Affairs

Analyser les questions essentielles de politique et de gouvernance en Afrique et au-delà