

Les enquêtes sur les publics



Éléments méthodologiques

Romuald RIPON

Chargé d'études, Centre national de la fonction publique territoriale

Pourquoi des enquêtes sur les publics ?

2

Observer : la composition, les usages, la satisfaction, les attentes

Évaluer : suivre des indicateurs, mesurer ou valider l'atteinte de certains objectifs, les retombées d'une politique...

Prospecter : préciser les publics potentiels et évaluer leur intérêt pour une nouvelle action, un nouveau lieu, etc.

La conduite du « projet » d'enquête

3

Le chef de projet

Le comité de pilotage

Le cahier des charges

Le planning

Les moyens

Les commanditaires et les destinataires

Les risques à identifier

Les grandes étapes d'une enquête

4

1 Définition
du sujet et
de la
population
à interroger

2
Construction
de la
problématique

3
Définition des
outils
méthodologiques

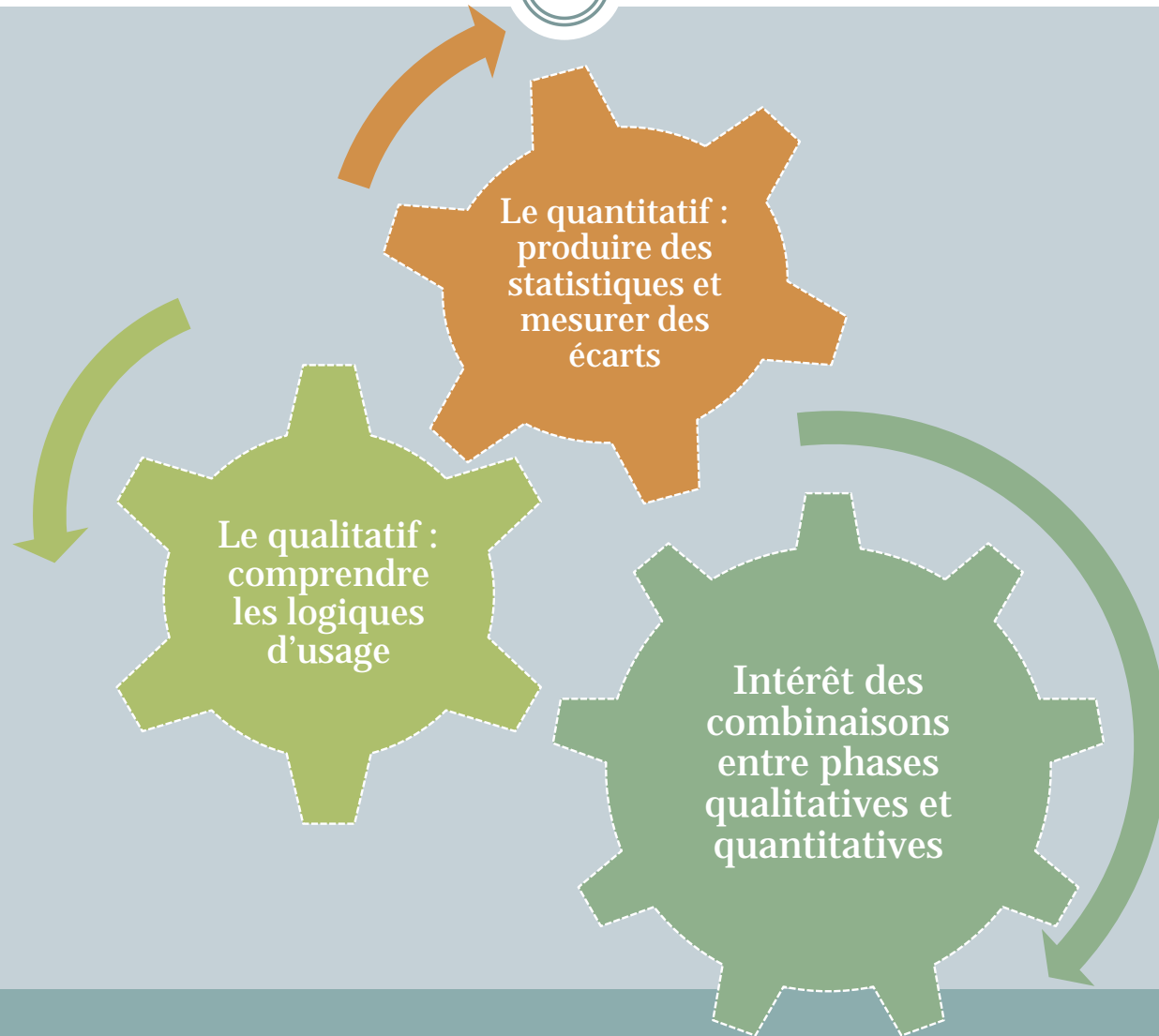
- approche quantitative
- approche qualitative

4
Recueil et
exploitation
des données

5
Restitution
des résultats
et
élaboration
d'un plan
d'actions

La complémentarité entre les méthodes qualitatives et quantitatives

5



L'approche quantitative



La construction de l'échantillon

7

Étude sur
échantillon vs
recensement

Le tirage aléatoire :
savoir maîtriser le
hasard

La méthode des
quotas : disposer de
données sur la
population de
référence

L'échantillon par
recommandation
(« boule de neige ») :
pour des populations
très ciblées

Les modalités de diffusion d'un questionnaire

8

Le mode auto-administré

Sur place

A distance

- par courrier
- en ligne

Le mode face à face

Sur place

Par téléphone

Possibilité de combiner les modes d'interrogation

Le mode auto-administré « assisté »

Avantages comparatifs :

9

Mode auto-administré :

- Économie budgétaire
- Interrogation de grands échantillons
- Taux de retour généralement entre 10 et 20%

Mode face à face:

- Représentativité de l'échantillon
- Questionnaire plus long et plus complexe

Préparer le plan de sondage

10

Définir la
taille de
l'échantillon

Besoins
d'analyse

Tableau des
marges
d'erreur

Etablir les
modalités de
l'enquête :

Période et
fréquence
d'interrogation

Lieu(x)
d'interrogation

Réfléchir au
dispositif
d'information :

En interne

Pour les
interrogés

La conception du questionnaire

11

● Décliner les thèmes en question pertinente

● Structurer et ordonner les rubriques

● Veiller à la clarté des formulations

● Garantir l'anonymat

● Tester avant diffusion

● cf. Recommandations de François De Singly

Les types de variables

12

Les questions fermées

- questions à réponse unique
- questions à réponse multiple
- questions ordonnées

Les questions ouvertes

- les variables de type texte
- les variables numériques
- les variables de date

La passation des questionnaires et le suivi de l'enquête

13

Le plan de sondage : préciser les temps et les lieux de l'enquête

Formation et contrôle des enquêteurs

Suivre l'enquête, tenir un « journal de bord »

L'approche qualitative



Les techniques qualitatives

15

L'observation ethnographique

- l'observation panoramique
- l'observation des parcours

Les entretiens individuels

- non directif
- semi-directif
- directif

L'entretien de groupe (« focus groupe »)

- Composition homogène
- De 8 à 12 participants
- Animation et dynamique de groupe

L'art de la conduite d'entretiens

16

Établir le « cadre contractuel »

- objectifs, temps, lieu, rôles...

Être à l'écoute et en empathie

Utiliser les techniques de relance

- Reformulation avec ou sans écho, complémentation, interprétation, interrogation...

Manier les moyens d'enregistrement

- Audio, video...

Les outils des techniques qualitatives

17

Le guide d'entretien

Le guide d'animation (groupes)

La grille d'observation

Le protocole d'observation sur support électronique

Intérêt de combiner l'observation et le recueil d'information par oral

L'analyse des données

18

Les traitements statistiques

- la saisie des données
- le recodage des variables
- l'analyse statistique
 - univariée (tri à plat)
 - bivariée (tri croisé)
 - multivariée (factorielle)

L'analyse de contenu des entretiens

- l'analyse thématique
- l'analyse de type sémiologique