

7 - Les enquêtes

1 – La notion d'enquête

1.1 – Définition de l'enquête

Une enquête est une recherche méthodique permettant de recueillir des informations dans un objectif précis, auprès des populations d'objets (êtres ou choses) concernées, ceci en les observant ou en les interrogeant.

1.2 - L'objectif de l'enquête

L'objectif d'une enquête est de collecter des informations permettant, une fois analysées et traitées, de prendre une décision et d'engager une action.

1.3 - Typologie des enquêtes

Les enquêtes peuvent être :

- Quantitatives

- Elles cherchent à apporter une réponse à des questions du type : qui, quoi, combien, où ?
- Elles reposent sur l'utilisation de l'échantillonnage et d'un questionnaire (voir détails ci-dessous).
- Les méthodes utilisées dans le cadre des études quantitatives sont :
 - les sondages (vision ponctuelle, statique) : ils portent sur un échantillon représentatif d'une population ; ils sont coûteux, mais avec possibilités de réaliser des enquêtes collectives (sur le même sujet) ou « omnibus » (sur des sujets différents dans la même enquête) ;
 - les panels (vision permanente, dynamique) : échantillon permanent systématiquement interrogé permettant de mieux suivre les évolutions du marché dans le temps (panels de consommateurs spécialisés ou non, panels de distributeurs).
 - les recensements sont des sondages qui portent sur la totalité d'une population.

- Qualitatives

- Elles cherchent essentiellement à répondre à la question : pourquoi ?
- Ce sont des études explicatives, essentiellement descriptives, qui peuvent servir à compléter des études quantitatives.
- La représentativité de l'échantillon n'est pas indispensable, la profondeur de l'étude est plus pertinente que la largeur de l'échantillon.
- Elles recourent plutôt aux entretiens libres ou semi-directifs, aux discussions de groupe et à l'analyse des socio-styles et des styles de vie.
- Les personnes interrogées sont moins nombreuses mais disposent de plus de temps pour répondre car ont attendu d'elles des réponses argumentées.

2 – Le déroulement de l'enquête

D'une façon générale, une enquête avec questionnaire se déroule selon les étapes suivantes :

1^{ère} étape – Analyse préalable et cadrage de l'enquête

Il s'agit de :

- formuler rigoureusement les besoins de l'enquête par détermination précise des objectifs à atteindre et des informations recherchées ;
- définir les cibles de l'enquête en termes de population à interroger ;
- déterminer les contraintes essentiellement financières et temporelles.

2^{ème} étape – Détermination de l'échantillon et/ou sélection des personnes à interroger

- L'échantillonnage est une technique statistique visant à représenter fidèlement une population au travers d'un nombre réduit d'individus, permettant de limiter le coût des études.
- L'échantillon doit être le plus représentatif possible des proportions des différentes catégories de la population visée. S'il s'agit d'une enquête quantitative, plus il sera volumineux, plus la marge d'erreur sera réduite, mais plus son coût sera élevé.

3^{ème} étape - Elaboration du questionnaire (Voir détails, partie 3 ci-dessous).

- La formulation du questionnaire reposant, entre autres, sur de nombreux paramètres, en particulier psychologiques, celui-ci doit être conçu de manière à ne poser aucun problème de compréhension aux personnes questionnées.
- Avant son administration à grande échelle, il doit être testé sur un nombre réduit de personnes afin de détecter et corriger d'éventuels problèmes de compréhension et d'articulation des questions.

4^{ème} étape – Réalisation de l'enquête (administration du questionnaire)

- Administrer le questionnaire, consiste à interroger l'échantillon afin de collecter les informations.
- Matériellement il existe plusieurs modes d'administration :
 - o enquête face à face : dans la rue, sur le lieu de travail ou de vente, à domicile,
 - o enquête par correspondance (auto administration) par voie postale ou, de plus en plus, par Internet,
 - o enquête par téléphone.
- S'il y a contact oral (et/ou visuel) avec la personne interrogée, les avantages résident dans la certitude de l'enquêteur quant à l'identité ou la catégorie de la personne interrogée et dans l'aide qu'il est possible de lui apporter dans la compréhension des questions posées. Les inconvénients se situent au niveau des risques de voir la présence de l'enquêteur introduire des biais dans l'entretien et dans les résultats de celui-ci. De plus, il convient de tenir compte de nombreux éléments matériels et psychologiques (voir détails partie 4 infra).

5^{ème} étape – Exploitation des données recueillies

Il s'agit :

- de saisir et stocker les données recueillies ;
- de traiter (dépouillement) : classements, tris (à plat ou croisés), calculs statistiques afin de dégager des tendances centrales et des tendances de dispersion... avec tableur, SGBD, logiciel d'analyse des données ou progiciel d'enquêtes (Sphinx, Ethnos) permettant la gestion de toute enquête ou sondage (traitement statistique, enquête Internet ou questionnaires en ligne...) ;
- interpréter et présenter les résultats et conclusions dans un rapport d'enquête qui peut être diffusé et/ou présenté oralement ;
- utiliser les conclusions pour la prise de décision et le lancement d'actions en conséquence.

3 – La réalisation du questionnaire

Les questionnaires conviennent plus aux enquêtes de type quantitatif, car des analyses statistiques devant être ultérieurement effectuées sur les données collectées, il convient d'avoir un questionnement identique d'un sondé à l'autre.

3.1 – Les types de questions

Les questions ouvertes :

- elles ne proposent pas de réponses standards et laissent la réponse libre ; elles n'enferment pas la personne interrogée dans les schémas de pensée du questionneur ;
- elles valorisent le questionné et favorisent une plus grande richesse en informations collectées ;
- elles ont comme inconvénient, si les réponses sont multiples et très variées, de rendre les données recueillies plus difficilement exploitables.

Les questions fermées :

- elles proposent une liste de réponses entre lesquelles le questionné doit choisir ;
- elles facilitent la collecte des réponses et le traitement statistique ultérieur du fait d'une information standardisée ;
- les réponses proposées peuvent être simplificatrices et ne pas permettre de découvrir autre chose que ce qui est déjà connu ;
- elles sont plus difficiles à rédiger car elles doivent prendre en compte tous les cas de figure possibles et, à défaut d'exhaustivité, elles risquent d'orienter les réponses ;
- elles peuvent être :
 - fermées avec une seule réponse possible,
 - fermées à choix multiples (plusieurs réponses possibles),
 - fermées ordonnées (plusieurs réponses possibles à classer par ordre de préférence).

Les questions mixtes (semi ouvertes) :

- il s'agit de questions fermées proposant un dernier choix « autre » accompagné de l'indication « précisez » ;
- elles permettent, tout en évitant les divagations, l'expression de nuances, la collecte d'autres informations et la détection de mauvaises interprétations de la question (ce qui est surtout utile lors de la phase de test du questionnaire).

3.2 – Les qualités d'une « bonne question »

Une « bonne question » permet une réponse sincère et contenant l'information recherchée. Il faut donc réussir à bien la formuler, surtout si le questionnaire est appelé à être auto administré. Elle doit donc revêtir certaines qualités :

- Être **compréhensible** pour ceux auxquels elle s'adresse, en utilisant un vocabulaire le plus adapté possible au niveau social et intellectuel du questionné et à sa culture.
- Être **claire**, en évitant les doubles négations et les phrases trop longues. S'il y a risque de confusion entre les différents sens d'un même terme, il faut fournir une explication ou une précision sur le sens retenu. Il ne doit y avoir qu'une seule idée par question.
- Être **précise** ; dans les choix possibles, il faut éviter les termes comme « beaucoup », « souvent », « parfois » et privilégier des indications plus précises comme « tous les mois », « deux fois par mois ».
- Être **non tendancieuse** : la formulation même de la question ne doit pas induire un type de réponse ou influencer le questionné.
- Être **non intimidante**, surtout s'il s'agit d'une question impliquant certaines connaissances, la réponse risque d'être faussée, le questionné voulant paraître au mieux. C'est pourquoi la constitution de l'échantillon est très importante. Si l'on n'est pas sûr de son échantillon, il est nécessaire de faire précéder la question de questions filtres permettant de s'assurer de la connaissance du sujet par le questionné et, le cas échéant, de lui faire éviter les questions pouvant le mettre en difficulté.

f) Ne **pas choquer** : attention aux déterminants culturels et représentations sociales des personnes questionnées.

g) **Favoriser l'engagement** du questionné quand une réponse sûre et affirmée est nécessaire ; le verbe utilisé doit alors être au présent ou au passé et non au futur ou au conditionnel.

D'une façon générale la grande règle à respecter est de se mettre à la place du questionné et essayer de voir les interprétations qu'il pourrait donner aux questions et réagir face à celles-ci.

3.3 – L'organisation du questionnaire

Il convient de respecter certaines règles.

a) **Respecter une cohérence expressive générale** d'une question à l'autre.

b) **Suivre un certain ordre** :

- commencer par une présentation de l'enquête, ses objectifs et son intérêt ;
- d'abord placer des questions introductives, souvent ouvertes, permettant de mettre confiance l'interviewé ;
- puis, des questions plus générales ne revêtant pas trop de difficultés ;
- poser, ensuite, les questions plus précises et techniques ;
- enfin, placer les questions permettant d'identifier l'enquêté (sexe, tranche d'âge, CSP, nombre de personnes composant le foyer...).

c) **Construire le questionnaire en parties cohérentes** afin que le questionné ait une meilleure compréhension de l'ensemble et n'ait pas l'impression que les questions n'ont aucun rapport les unes avec les autres.

d) Placer des questions permettant de **tester la véracité** des réponses déjà données auparavant dans le questionnaire, en reposant la même question sous une forme différente ou une question faisant se contredire le questionné en cas de réponse précédente fausse ou biaisée.

Remarque : dans le cas d'une enquête qualitative, le questionnaire sera plutôt un guide de questionnement permettant à l'enquêteur de ne pas oublier de questions ou de domaines à explorer et de procéder dans un certain ordre et avec une certaine logique. Ce guide peut aussi avoir une certaine logique arborescente, permettant d'explorer toutes les réponses possibles et d'ouvrir sur des voies parfois inattendues.

4 – L'entretien d'enquête

L'entretien peut revêtir différentes formes dépendant des objectifs et du type d'enquête, ainsi que de l'utilisation ou non d'un questionnaire plus ou moins contraignant. Cependant, certains éléments préalables sont à prendre en compte quel que soit le type d'entretien.

4.1 – Les éléments à prendre en compte, quel que soit le type d'entretien

a) **La nécessité de présenter initialement à l'enquêté** :

- l'enquêteur, l'enquête et ses finalités,
- le déroulement de l'entretien et ce que l'enquêteur attend de son interlocuteur.

b) **Les interactions entre l'enquêteur et son interlocuteur**

S'agissant d'une relation de communication, il convient d'appliquer les règles habituelles en matière de communication interpersonnelle. De plus, différents paramètres influent aussi sur le déroulement de l'entretien : position hiérarchique de chacun, âges respectifs, degré de connaissance du sujet, contingences culturelles, présence ou non d'autres participants et

qualité de ceux-ci, empathie (voire connivence) entre les interlocuteurs (sans que cela ne nuise au fond des propos échangés).

c) Les contingences matérielles de l'entretien

Même si l'enquêteur ne maîtrise pas toujours la détermination de l'heure, du lieu (terrain neutre ou pas) ou de la configuration des lieux (de part et d'autre d'un bureau ou autour d'une table...), ces éléments ont une importance considérable pour la qualité de l'entretien.

4.2 – Les différents types d'entretiens

a) Les entretiens non directifs

Ils sont surtout utilisés pour :

- les entretiens exploratoires destinés à mieux cerner un problème et un domaine, des questions ou des problèmes émergeront au cours de celui-ci et permettront d'approfondir peu à peu la problématique, ses tenants et aboutissants ;
- les entretiens d'approfondissement portant sur un sujet déjà maîtrisé par l'enquêteur et visant à obtenir le plus d'informations possibles, celui-ci privilégiera la richesse qualitative des informations obtenues plus que la précision statistique.

Bien que non directif, l'entretien doit être préparé car l'enquêteur doit au moins avoir cerné le thème et construit un guide de questionnement.

L'enquêteur, après avoir présenté le thème et l'objectif de l'enquête et lancé les questions ou la réflexion, doit s'effacer au maximum pour laisser l'interlocuteur libre de développer sa pensée et, si possible, échapper au discours tout fait en exprimant une réflexion plus personnelle et plus originale conduisant à une qualité plus grande des informations recueillies.

La difficulté, pour lui, est de relancer la discussion et la réflexion dans le fil directeur de la problématique sans brider l'interlocuteur. Cela peut se faire en reformulant une idée de l'interlocuteur, ceci en inclinant la discussion dans un certain sens voulu par l'enquêteur.

L'exploitation des informations recueillies demande un travail plus complexe et rigoureux que dans le cas d'un entretien directif.

b) Les entretiens directifs

Ils sont surtout utilisés pour obtenir des informations plus précises ou pour vérifier des informations déjà obtenues lors d'entretiens exploratoires. Il s'agit d'interroger l'interlocuteur à partir d'une série de questions ou de lui faire remplir un questionnaire :

- dans le premier cas, l'enquêteur dirige le cours de l'entretien mais pas les réponses de l'interlocuteur qui peut répondre longuement aux questions posées, le questionnaire tenant alors plus du guide de questionnement ou d'entretien ;
- dans le second cas, il s'agit plus d'assister l'interlocuteur tout au long du processus d'administration du questionnaire, ceci, sans l'influencer quant à ses réponses.

La conduite de ce type d'entretien est plus facile mais il faut bien être à l'écoute et faire éventuellement compléter la réponse si elle est trop partielle ou insuffisamment claire.

c) Les entretiens semi-directifs

Il s'agit bien souvent d'approfondir un sujet sur lequel on dispose déjà d'informations, ceci en posant, d'une part, des questions très précises et, d'autre part, des questions très ouvertes permettant à l'interlocuteur de pousser sa réflexion.