

Créer un questionnaire

L'utilisation du questionnaire est adaptée lorsque l'on souhaite recueillir des informations précises auprès d'une grande partie de la population et/ou des professionnels. Le taux important de participation et les réponses guidées (par des questions majoritairement fermées) permettent de dégager de grandes tendances sur des sujets ciblés. Sa diffusion à un large échantillon de personnes permet d'atteindre une plus grande représentativité (mixité) des publics et des acteurs.

Il est conseillé si l'on souhaite comprendre le sens que les personnes donnent aux faits, aux opinions, à leurs habitudes..., de réaliser parallèlement des entretiens individuels ou collectifs, comme des ateliers participatifs.

ETAPES DE CONSTRUCTION

1. Formaliser les objectifs de l'enquête et déduire des hypothèses

A partir de chaque objectif d'enquête, plusieurs sous-objectifs sont déclinés. Ils peuvent être formulés sous forme de questions. Ces sous-objectifs sont eux-mêmes déclinés en hypothèses : c'est une réponse possible, provisoire, à laquelle il faudra répondre par des données objectivées. C'est sur ces hypothèses que repose le travail d'enquête, il est donc important de les préciser avant de s'engager dans un travail de questionnaire.

Exemple :

- Objectif général : Évaluer les besoins du territoire en terme éducatif pour les 3-11ans
- Sous-objectifs : Quels sont les besoins des familles ?
 - En matière de durée « de garde »
 - En matière d'activités proposées
 - En matière d'accessibilité financière...
- Hypothèses :
 - Les familles ont besoin de moyens de garde jusqu'à x heure
 - Les familles ont particulièrement besoin d'offres artistiques
 - Les familles n'ont pas la capacité de supporter le coût global des activités, etc.

2. Définir à qui s'adresse le questionnaire et les moyens de diffusion

Formaliser les objectifs de l'enquête permet de définir :

- dans un premier temps quel type de la population sera concernée et ciblée, et devra être interrogée ;
- dans un second temps les canaux de communication adaptés pour atteindre le plus grand nombre de personnes.

Les hypothèses permettent de définir les indicateurs et les informations que l'on cherche.

3. Définir les éléments recherchés qui seront utiles au projet, choix des thématiques abordées

Le nombre de thématiques doit être limité et en cohérence avec les éléments recherchés.

Exemple :

- Volonté de création ou d'amélioration des services proposés :

Recherche du niveau de satisfaction (avis, opinions, récits de pratiques) des usagers et des familles sur l'accessibilité financière, d'inscription, les relations aux structures, etc.

Recherche des besoins et des manques.

- Volonté d'établir les grandes priorités politiques de la collectivité :

Recherche des préoccupations majeures des publics et des acteurs, les valeurs qu'ils défendent...

Afin d'obtenir un formulaire fluide, il est conseillé de veiller à articuler les éléments entre eux dans le sens d'une progression.

4. Variables de départ ou déterminants sociaux

Généralement plusieurs informations types sont demandées aux participants en début de questionnaire.

Exemple :

- Age, sexe, emploi, lieu de résidence, nombre d'enfants, lieu de scolarisation des enfants, etc.

Ces informations, si elles ont un réel intérêt dans le futur croisement des données, sont intéressantes pour le sondeur car elles permettent :

- de décrire les différents profils des sondés
- et de qualifier les réponses en fonction des déterminants de type : âges, revenus, parent isolé, etc.

Cependant ces items doivent être limités : plus on ira chercher de caractéristiques précises sur les individus, plus l'on risque d'avoir « des populations » représentées sur un pourcentage si insignifiant qu'il ne pourra être traité, jugé non représentatif.

5. Les questions :

La formulation des questions doit être soigneusement travaillée :

- ne contenir aucun caractère équivoque ou orienté, pouvant influencer sur les réponses des participants.
- exprimer un sujet par question, pour qu'elle soit simple et brève
- être adaptées aux personnes ciblées
- Éviter les formulations négatives

Les questions fermées sont à prioriser :

- Les répondants choisissent parmi les modalités de réponses prédéfinies ;
- Les réponses sont rapides pour le participant et les données sont moins fastidieuses à traiter pour le sondeur ;
- Cela n'empêche pas de permettre un choix de réponses plus important que le « oui ou non » mais le risque est de ne pas convenir aux personnes interrogées.

Les questions ouvertes sont à favoriser pour obtenir des suggestions ou des propositions :

- Les répondants renseignent de manière autonome, permettent des réponses qui décrivent la complexité des points de vue ;
- Elles peuvent venir étayer précisément un élément particulièrement recherché dans la démarche ou de façon inattendue, orienter le diagnostic vers de nouvelles directions ;
- Cela engendre une plus grande difficulté et un plus long temps de traitement des données.

6. Possibilités de réponses

Les outils existants pour réaliser ces sondages sont nombreux, ils permettent de créer diverses modalités de réponse, pertinente avec la question :

- Choix unique parmi les propositions
- Choix multiples parmi les items
- Le continuum : classement de 1 à X parmi les propositions, par ordre d'importance, de préférence, etc.
- Positionnement sur une échelle de satisfaction, sur affirmations
- ou échelle quantitative (<2000€, > 3000 habitants, etc.)

7. Diffusion du questionnaire

Quelques points importants sont à noter :

- Quelque soit le mode de diffusion il est important d'introduire le questionnaire, d'argumenter l'enjeu et d'y associer le logo de la structure

qui en est en charge : plus la démarche sera comprise, plus les participants se sentiront concernés et seront susceptibles d'y participer

- Il est important de préciser la date de retour attendue
- Et il est préférable de remercier les participants et d'informer sur les suites du travail
- RGPD : Il peut être favorable de rassurer les personnes sollicitées en précisant le caractère anonyme du formulaire et de l'utilisation des réponses dans un cadre précis et borné.

8. Traitement des données

L'analyse la plus simple, nommée le tri à plat, consiste à répartir la totalité des réponses sans prise en compte de variables particulières. Exemple :

Sur x participants

- > Question 1 : x% de oui / x% de non / x% sans opinion
- > Question 2 : x% très satisfait / x% satisfait / x% mécontents...

Lorsque l'on parle de tris croisés, on parle de croiser les résultats d'une question avec un des déterminants ou caractéristiques pré-identifiés en amont.

Le choix de croiser un type de réponse avec un type de caractéristique de participant est motivé par les hypothèses à démontrer. Exemple :

- Parmi plusieurs propositions, je veux savoir s'il existe des différences entre les garçons et les filles du même âge sur un même sujet :

Réponses de la question	A	B	C	Totaux
Fille	74	9	20	103
Garçon	70	2	20	92
Totaux	144	11	40	195

Quelque soit les résultats de l'analyse des données, il est nécessaire de garder quelques réserves quant à la superficialité des réponses et aux limites dans l'explicitation : le participant peut ne pas formuler de propositions, ne pas se positionner ou le faire par défaut en se limitant aux choix proposés par le sondeur.

Outils en complément d'autres types d'actions : animations spécifiques ou temps de paroles auprès des publics :

- Temps de paroles dans les structures (porteur de parole, photo langage, etc.)
- Jeux
- Animations spécifiques