



CONDUIRE UNE ENQUÊTE QUANTITATIVE DANS L'ÉVALUATION

Formation du 20 novembre
2023



20
IMPACT
24

NATHAN MICLO & NICOLAS HERVIEU

CABINETS PLURICITÉ ET VISIONARY

LA FORMATION D'AUJOURD'HUI



**SE LANCER
CONCRETEMENT ET
PILOTER LA
DÉMARCHE!**



**CONDUIRE UNE
ENQUÊTE**



**UTILISER LES
MÉTHODES
QUALITATIVES**



**ANALYSER LES
DONNÉES ET RÉDIGER
UN RAPPORT
D'ÉVALUATION**



**UTILISER DES
TECHNIQUES
QUANTITATIVES PLUS
« POUSSÉES »**



OBJECTIFS

- **Sensibiliser** à l'enquête quantitative en maîtrisant ses définitions / principes et son application dans une démarche évaluative
- **Se familiariser** avec les outils – méthodes et processus de l'enquête quantitative
- **Questionner sa capacité** à engager une enquête quantitative
- Vous **apporter** des connaissances « théoriques » comme des techniques et conseils « concrets », basés sur des illustrations

UNE VISION D'ENSEMBLE SUR UN ENSEMBLE DE SUJETS



Préparer et anticiper l'enquête

Choisir un mode de passation

Echantillonner

Rédiger un questionnaire /

Trouver l'équilibre entre questions fermées/ouvertes

CONDUIRE UNE ENQUÊTE



Lire et utiliser les résultats de l'enquête

Choisir un logiciel

Maximiser les taux de réponses

Produire les analyses univariées & bivariées /

Exploiter les questions ouvertes

A L'ORDRE DU JOUR

2 heures de formation

1. L'enquête en évaluation, *de quoi parle-t-on ?*

- Des éléments de définition
- Une enquête dans une évaluation, à quoi ça sert ?

2. Mener l'enquête, *comment s'y prendre ?*

- Les étapes
- La conception
- La diffusion et le suivi
- Le traitement, l'analyse et l'utilisation des résultats

DU CONTENU

DES EXEMPLES

DES ÉCHANGES

1

L'ENQUÊTE EN ÉVALUATION

L'ENQUÊTE EN ÉVALUATION

Dis, c'est quoi une enquête ?



« Une opération visant à donner une indication quantitative des opinions, attitudes et comportements d'une population par l'interrogation d'un échantillon représentatif de celle-ci ».



Un sondage est, quelle que soit sa dénomination, une enquête statistique visant à donner une indication quantitative, à une date déterminée, des opinions, souhaits, attitudes ou comportements d'une population par l'interrogation d'un échantillon.

Loi ordinaire et loi organique du 25 avril 2016 de modernisation des règles applicables aux élections et à l'élection présidentielle

Créer de la donnée

Beaucoup de données

Exploitation statistique

Connaissance profils, appréciation du projet, qualification des résultats, éléments d'impacts...

Extrapolation

Place possible pour le quali (a la marge)

L'ENQUÊTE EN ÉVALUATION

Utiliser l'enquête dans la démarche évaluative



Le suivi du projet

Le devenir des bénéficiaires après le projet

Le avant / après

L'appréciation du projet

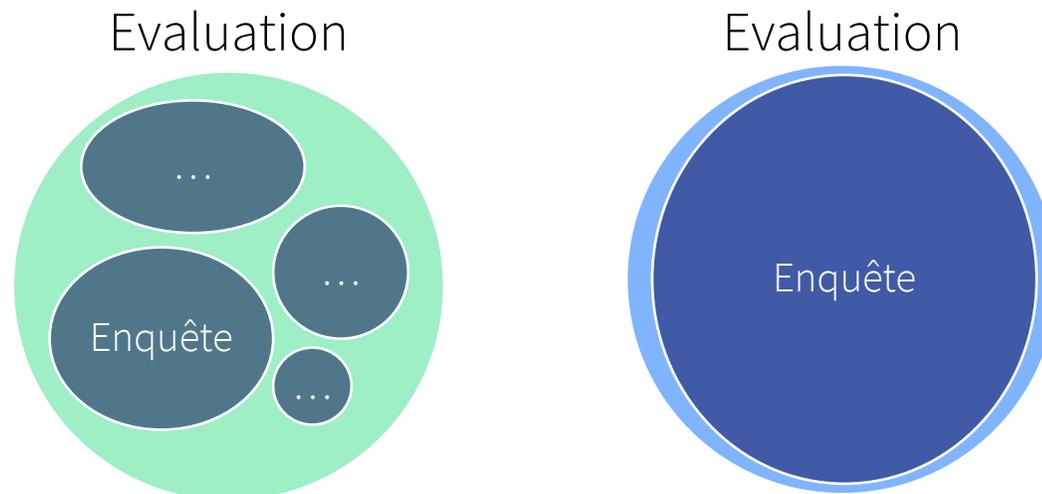
La satisfaction

L'ENQUÊTE EN ÉVALUATION

Utiliser l'enquête dans la démarche évaluative

Intégration à l'évaluation

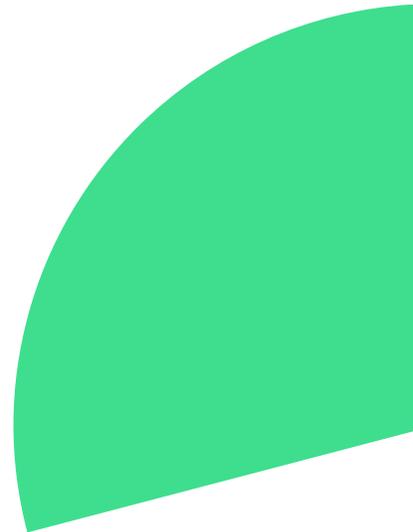
- Comme un outil de collecte et d'analyse
- Doit être anticipé lors du cadrage
- Crée de la donnée non existante et qui se prête à un calcul d'indicateurs normés (en lien avec le référentiel d'évaluation)



L'ENQUÊTE EN ÉVALUATION

Quizz d'appropriation / d'ouverture à l'échange

1. Et vous, est-ce que vous prévoyez de réaliser une enquête dans votre évaluation ?
 - Oui, je pense conduire une enquête
 - Non, je ne pense pas conduire une enquête
 - Je ne sais pas encore quels outils je vais mobiliser
 - Je répondrai à cette question à l'issue de la formation 😊 !
2. Si vous prévoyez de réaliser une enquête, il s'agit...
 - D'une enquête de satisfaction auprès des bénéficiaires
 - D'une enquête avant / après
 - D'une enquête auprès des partenaires
 - Autres



2

MENER L'ENQUÊTE

LES ÉTAPES

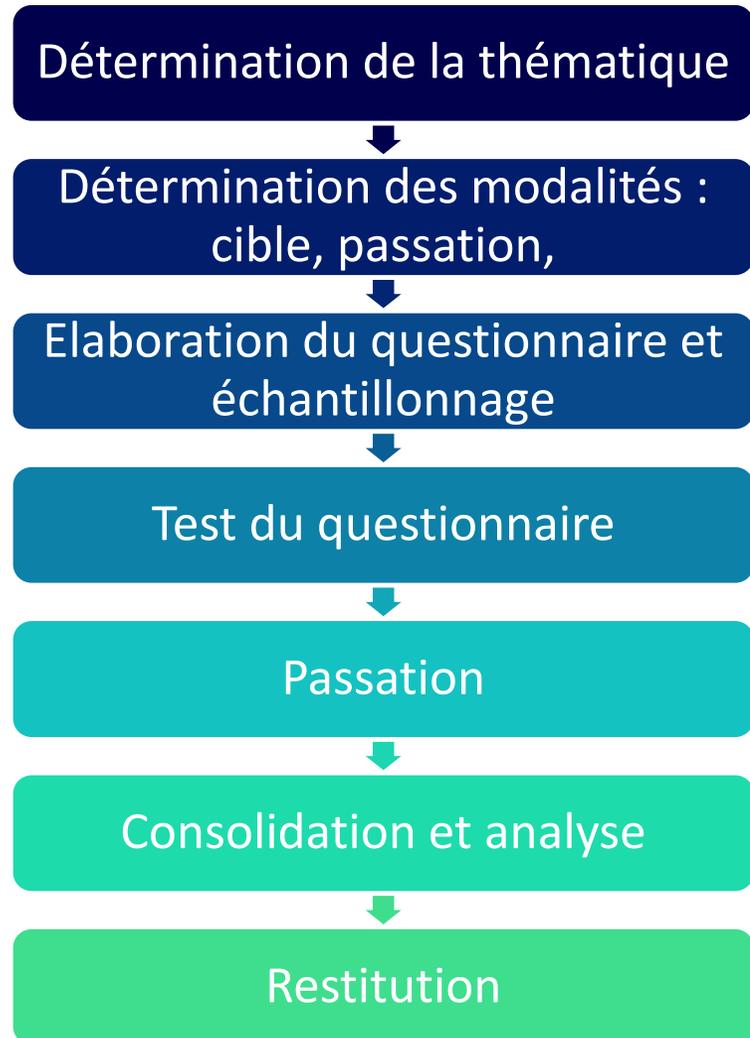
LA CONCEPTION

LA DIFFUSION ET LE SUIVI

LE TRAITEMENT, L'ANALYSE ET L'UTILISATION DES
RÉSULTATS

MENER L'ENQUÊTE

Les étapes : la « checklist » de questions à se poser



- L'enquête est-elle le bon outil ?
- Qui est la population mère ?
- Passation tél, mail, papier... ? Quelle taille d'échantillon visée?
- Echantillon aléatoire ou par quotas ?
- Rédaction du questionnaire : lisibilité, durée, intérêt...
- Auprès d'individus typiques de la cible
- Noter difficultés sur les questions, durée, lassitude...
- Préparation d'un emailing, passation des appels...selon les modes d'administration retenus
- Surveiller le taux et la qualité des réponses, relancer
- Centralisation des données dans le logiciel d'enquête retenu
- Qualification puis analyse des résultats
- Livrables à déterminer : souvent format powerpoint pour la présentation: tris à plat et commentaires

MENER L'ENQUÊTE // LA CONCEPTION

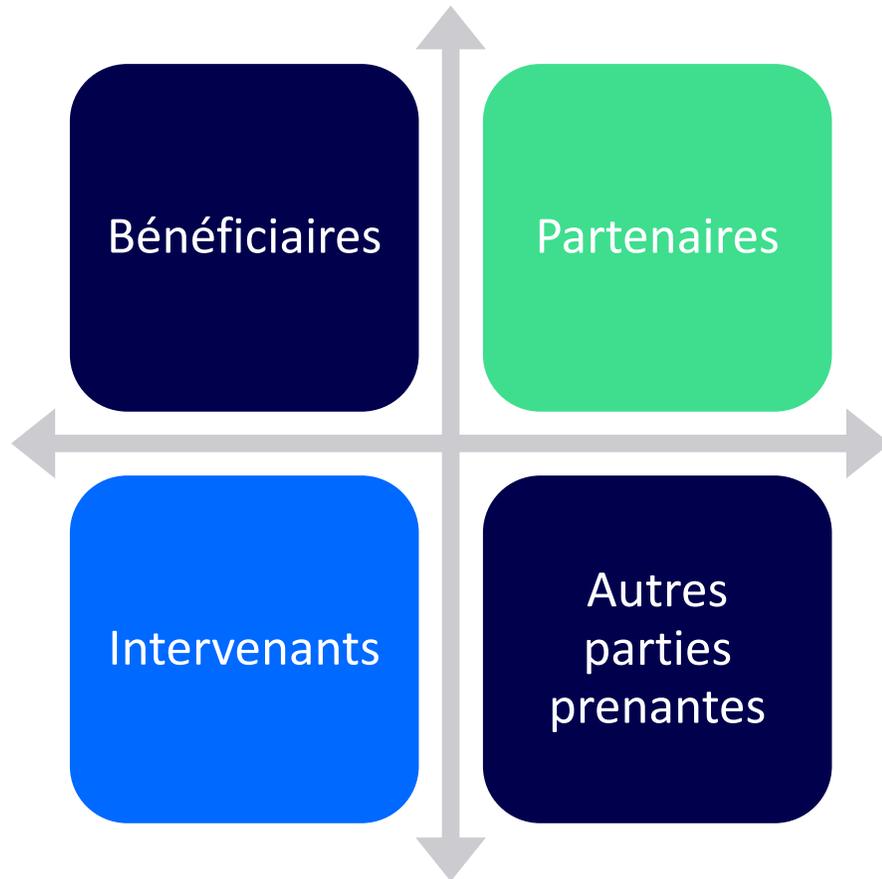
Le protocole pour bien démarrer

Calendrier	- Date du terrain, des restitutions, reconductions possibles
Cible	- Population mère
Echantillon répondant	- Echantillon visé
Base de sondage	- Issue des données de gestion / annuaire universel / sans base de sondage
Protection des données personnelles	- Vérification des obligations légales / RGPD
Mode de diffusion	- Internet / emailing / mailing postal / téléphone / réseaux sociaux / Partenaires / Kit
Mode de passation	- En ligne / par téléphone / sur site / par courrier / combinée. Téléassistance
Procédure de test	- Nombre d'entretiens et protocoles de tests
Modalité des relances	- Mode, nombre, rythme et ciblage des relances
Taille du questionnaire	- Nombre de questions ouvertes et fermées. Durée de passation
Contrôle d'accès	- Accès par identifiant unique / par mot de passe général / accès libre
Données utilisées pour le contact	- Envois anonymes / Messages personnalisés (identité, code unique, message ad hoc...)
Données utilisées pour le formulaire	- Pas de données pré-remplies / Utilisation de la base existante pour pré-remplir certaines variables clefs
Suivi et contrôle de l'enquête en cours	- Contrôles statistiques, rappels, etc.
Contrôle des réponses	- Contrôles pendant l'enquête et après l'enquête. Redressements.
Modalités de restitutions	- Validation des réponses / Communication des résultats

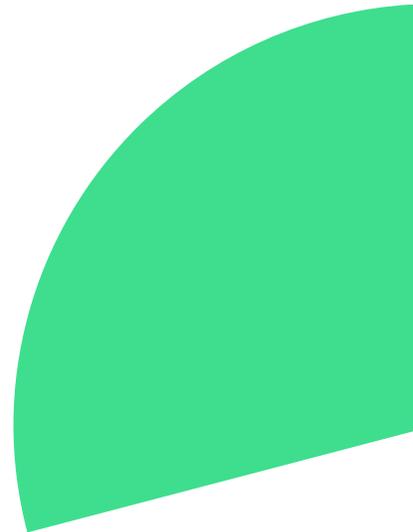
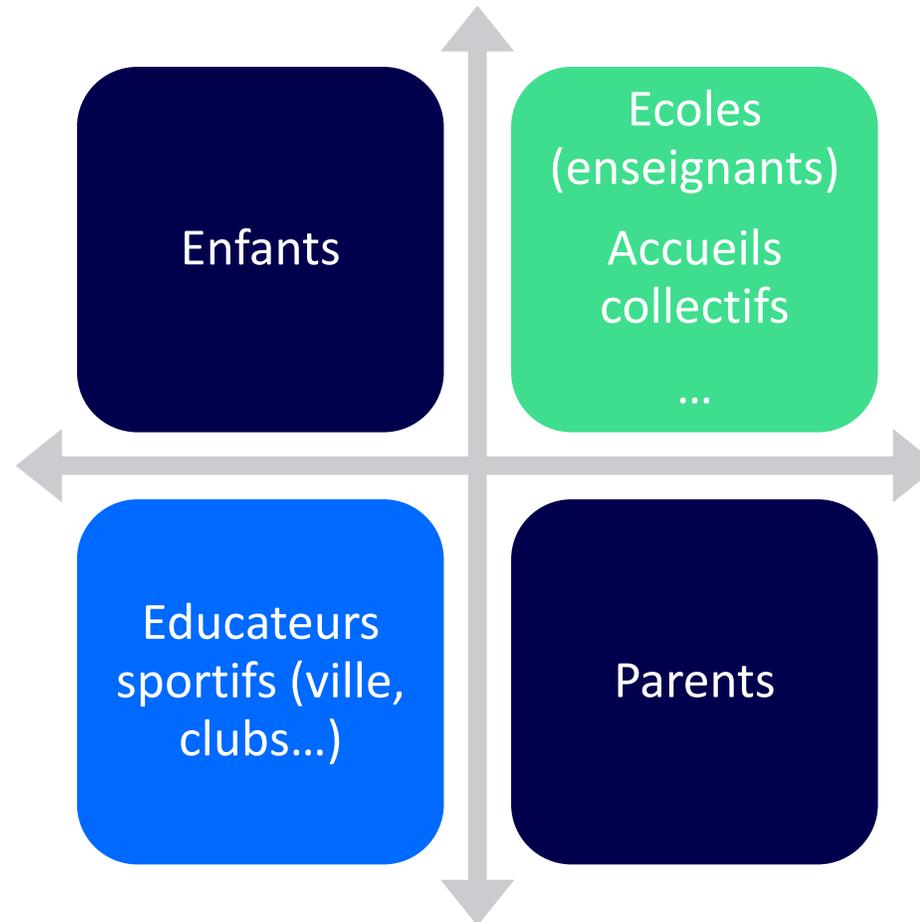
MENER L'ENQUÊTE // LA CONCEPTION

Quelles cibles viser ?

Différents types de cible



Exemple – évaluation d'une Ecole des sports



MENER L'ENQUÊTE // LA CONCEPTION

La notion d'échantillon

La population mère

- Doit être connue, délimitée
- Accessible (disponibilité des contacts ?)

Population sondée

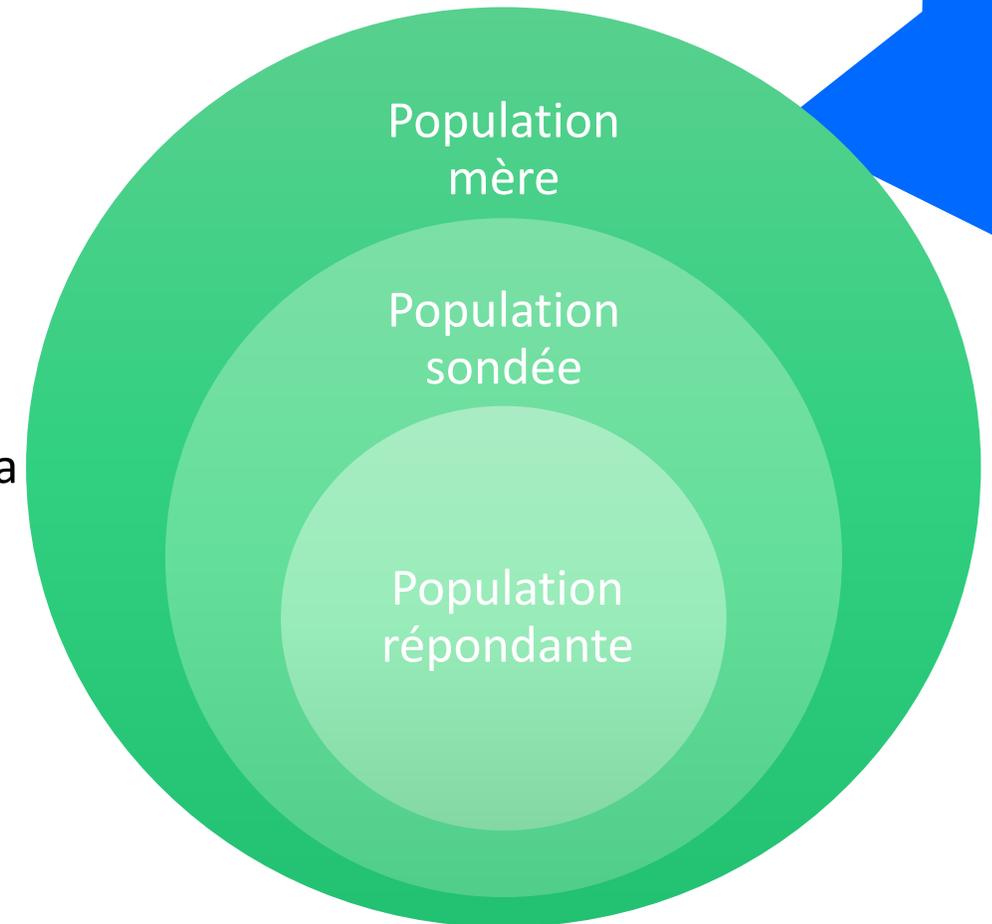
- Quel biais entre répondants et sondés ?

La taille de l'échantillon

- La taille de l'échantillon dépend de l'hétérogénéité de la population, pas de son nombre (effet représentativité).
- La taille de l'échantillon permet d'améliorer la précision

Echantillon

- « Fraction représentative d'un certain type de population »
- « modèle réduit de l'ensemble de la population »



MENER L'ENQUÊTE // LA CONCEPTION

La question de la représentativité

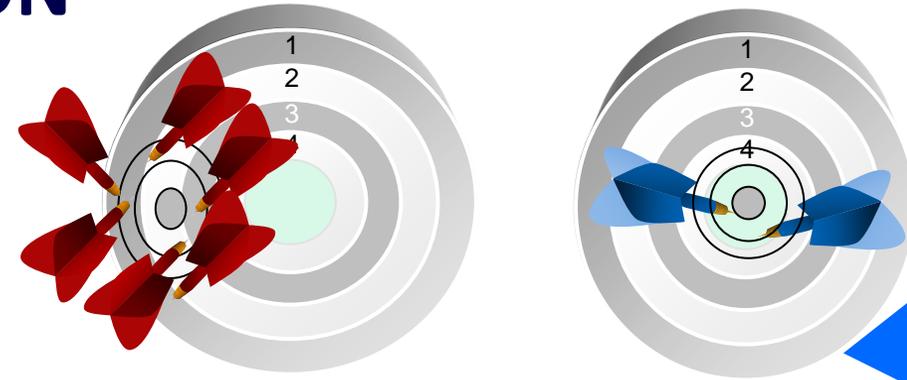
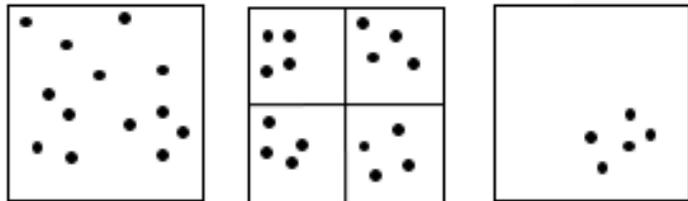
Il existe plusieurs mesures de la représentativité, et plusieurs façons de l'affiner/la calculer :

Les principales méthodes utilisées :

- Sélection aléatoire simple : tirage au sort
- Sélection aléatoire stratifiée : création de sous-groupes homogènes (échantillon dans chacun)
- Sélection par quota : construction d'un modèle réduit

Et il existe plusieurs méthodes de redressement :

- Par pondération sur une ou plusieurs variables
- Par troncature (suppression d'observations)



» Exemples de plan de plan d'échantillonnage avec sélection par quota :

Baromètre EMPLOI FORMATION

34391 observations

BAROMÈTRE EMPLOI FORMATION 2021

Etude menée du 22/11/2020 au 22/01/2021

Répartition détaillée des réponses complètes par région et objectifs théoriques

Antilles - Guyane			Auvergne - Rhône-Alpes			Bourgogne - Franche-Comté			Bretagne		
	Nb	Ext		Nb	Ext		Nb	Ext		Nb	Ext
ACI	2	8	ACI	9	23	ACI	5	9	ACI	5	6
Adhérents directs	6	15	Adhérents directs	20	68	Adhérents directs	5	20	Adhérents directs	9	25
Aide à domicile	1	14	Aide à domicile	11	111	Aide à domicile	3	66	Aide à domicile	10	39
ALISFA	1	27	ALISFA	26	145	ALISFA	2	27	ALISFA	7	35
Animation	3	17	Animation	56	201	Animation	19	53	Animation	25	106
CAUE	0	1	CAUE	0	3	CAUE	0	2	CAUE	0	1
COOP HLM	0	0	COOP HLM	0	5	COOP HLM	0	1	COOP HLM	0	3
ESH	0	1	ESH	0	8	ESH	0	1	ESH	0	2
Familles rurales	0	0	Familles rurales	3	24	Familles rurales	0	8	Familles rurales	1	8
FSJT	0	0	FSJT	1	12	FSJT	0	6	FSJT	3	6
IRC	0	1	IRC	0	1	IRC	0	0	IRC	0	0
MLPAIO	0	1	MLPAIO	0	14	MLPAIO	0	6	MLPAIO	1	4
Mutualité	0	2	Mutualité	5	13	Mutualité	2	4	Mutualité	4	4
OPH	0	0	OPH	2	5	OPH	1	3	OPH	1	3
OPHS	0	0	OPHS	0	1	OPHS	0	1	OPHS	0	0
RQ	0	4	RQ	1	7	RQ	1	4	RQ	0	1
SOLIHA	1	1	SOLIHA	1	7	SOLIHA	0	4	SOLIHA	0	3
TSF	0	2	TSF	3	35	TSF	2	11	TSF	0	6
Total	14	94	Total	138	683	Total	40	226	Total	66	252

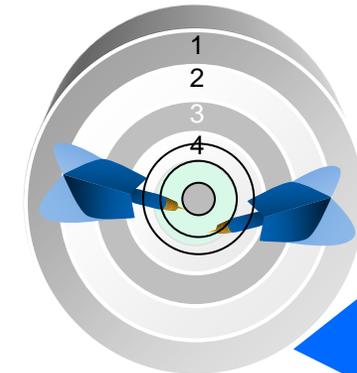
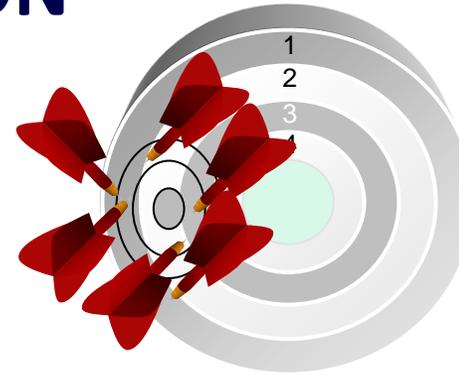
MENER L'ENQUÊTE // LA CONCEPTION

La significativité

La précision (mesurable) dépend principalement de la taille de l'échantillon

La significativité d'un échantillon est donnée par sa précision.

- Pour un échantillon aléatoire : les intervalles de confiance
- Pour un échantillon par quotas : comparaisons à la population mère et redressements
- Plus la taille de l'échantillon est grande, plus la mesure est précise.
- Plus la taille de la population mère est grande, plus la mesure diminue...



Calculez l'intervalle d'erreur de votre échantillon

Aussitôt que vous connaissez le vrai nombre de répondants à l'issue de votre enquête, vous pouvez calculer la marge d'erreur réelle à l'aide de l'outil ci-dessous.

La marge d'erreur	
Taille de la population:	65000000
Nombre de répondants:	1000
Niveau de confiance:	95% ▾
La marge d'erreur:	3.10%

Combien de personnes y a-t-il dans le groupe qui représente votre échantillon? (La taille d'échantillon ne change pas beaucoup pour des populations de plus de 20.000.)

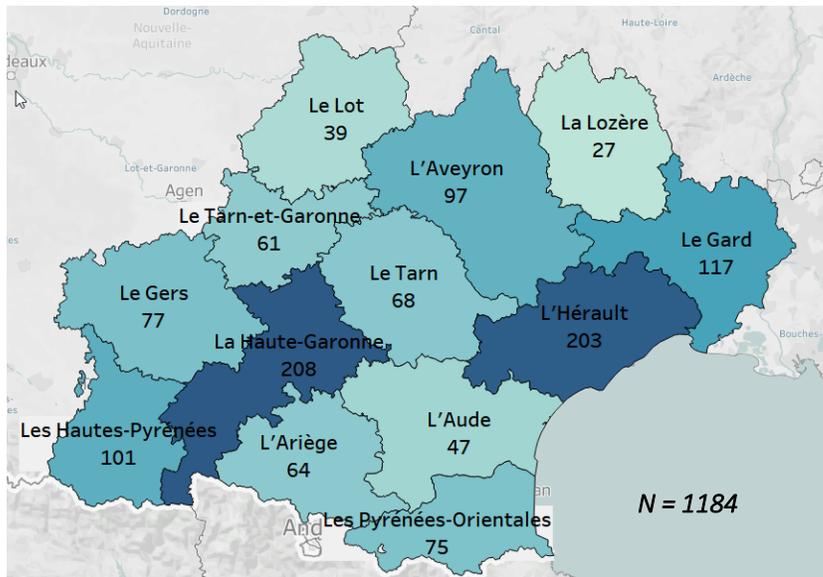
Le nombre réel de répondants qui ont répondu à l'enquête.

Le niveau de confiance reflète le degré de certitude de la marge d'erreur. Il est exprimé en pour-cent et interprète combien de fois le vrai pourcentage de la population qui choisirait une réponse, est au-dedans de la marge d'erreur; en d'autres mots dans quelle mesure faites-vous confiance à la correction des réponses qu'ont données les répondants (un niveau de confiance plus haut demande une taille d'échantillon plus grande).

...pour un échantillon parfaitement aléatoire

ILLUSTRATION#1 – L'ENQUÊTE SUR LES EMPLOIS LIÉS À L'ANIMATION SPORTIVE EN OCCITANIE

Le calcul de la significativité au service des analyses territorialisées...



INTÉRÊT DU CALCUL DE LA SIGNIFICATIVITÉ DE L'ÉCHANTILLON DE RÉPONDANTS

- **Avant passation** : Définir le volume cible, selon la marge d'erreur visée
- **Après passation** : Connaître la robustesse des analyses territorialisées

Territoire	Indice de confiance	Marge d'erreur
Région Occitanie	97,3 %	2.7 points
Ariège	88,5 %	11.5 points
Aude	86 %	14 points
Aveyron	90,5 %	9.5 points
Gard	91,2 %	8.8 points
Haute-Garonne	93,4 %	6.6 points
Gers	89,4 %	10.6 points
Hérault	93,4 %	6.6 points
Lot	84,8 %	15.2 points
Lozère	81,7 %	18.3 points
Hautes-Pyrénées	90,9 %	9.1 points
Pyrénées-Orientales	89 %	11 points
Tarn	88,5 %	11.5 points
Tarn-et-Garonne	88 %	12 points

Concrètement comment lire des résultats une fois la significativité de l'échantillon calculée ?

Ex. L'analyse « 30% des associations occitanes déclarent avoir eu recours à un emploi aidé lors des trois dernières années » implique que la donnée réellement observée se situe dans l'intervalle 27,3% et 32,7% (si on reproduisait l'enquête).

MENER L'ENQUÊTE // LA CONCEPTION

Mode d'administration à adapter selon la taille des échantillons

effectif de l'échantillon	mode d'enquête préconisé	commentaires
< 20	<ul style="list-style-type: none"> ■ face à face ■ téléphone 	<ul style="list-style-type: none"> ■ entretien classique ? <p>intérêt d'une relation à l'enquêté ne justifie pas un traitement avec un outil spécifique</p>
< 50	<ul style="list-style-type: none"> ■ téléphone ■ papier face à face 	<ul style="list-style-type: none"> ■ intérêt d'une relation à l'enquêté ■ ne justifie pas forcément un traitement avec un outil spécifique
au-delà	<ul style="list-style-type: none"> ■ papier Internet ■ téléphone (selon budget) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ intérêt de la représentativité ou de la différenciation <p>Outil de traitement : statistiques</p>

MENER L'ENQUÊTE // LA CONCEPTION

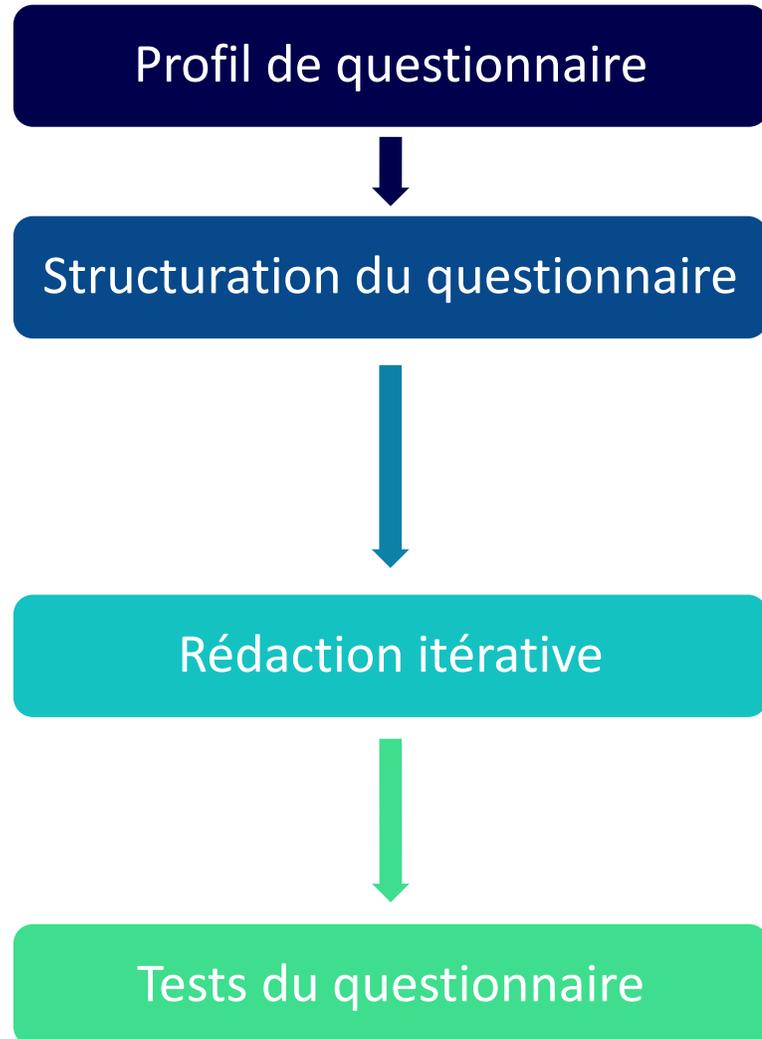
Mode d'administration : avantages et inconvénients de chaque canal d'administration

Pas de solution miracle ! Mais un mix de canaux à envisager pour multiplier les chances de réussite de l'enquête !

	Courrier	Internet	Téléphone	Face à face
Impact pour le questionnaire				
Longueur possible	**	***	*	**
Contrôle de l'échantillon	*	*	***	*
Taux de réponse	*	**	***	**
Impact sur la qualité de l'interview				
Capacité à recueillir des données sensibles	***	**	*	*
Contrôle de la compréhension par le sujet	*	*	**	***
Réduction du biais de désirabilité sociale	***	***	**	*
Impacts économiques				
Facilité d'organisation	**	****	***	**
Coût	***	****	**	*
Délais de réalisation	*	****	***	**

MENER L'ENQUÊTE // LA CONCEPTION

Rédiger un questionnaire : le processus d'élaboration



- Arbitrage sur l'implication attendue des répondants : temps disponible, taux de réponse, précision des informations, etc.
- Chronologique ou thématique
- Rythmer le questionnaire
- Respecter le principe d'entonnoir
- Attractivité : graphisme, recours aux images
- Rédaction des questions de chaque partie + les variables de profil et d'administration
- Revoir chacune des questions : 8 à 20 à mots par question, entre 4 et 8 modalités, pas de jargon, de double négation, prévoir les issues de non-réponse
- Indiquer des consignes au répondant
- Qualité / utilité / simplicité sont les clés !
- Vérifier la durée, la précision des réponses, les incompréhensions et les biais
- Refaire le questionnaire...puis refaire un nouveau test!

SOUS-GROUPE CONCEPTION

La structure du questionnaire

Progressivité du questionnaire

- Questions faciles au début
- Alternance questions difficiles et de repos dans le corps
- Questions simples et factuelles à la fin

Enchaînement « logique » pour le répondant

- Evite de se sentir mal à l'aise
- Permet de savoir où on en est
- Groupement des questions par thème

Des transitions entre les parties

- Titres de partie explicites
- Paragraphes de liaisons
- Clôture d'un thème par une question de « respiration », souvent ouverte

ILLUSTRATION#2 – COMMENT TRAVAILLER « A PLUSIEURS » SUR LA MISE EN PLACE D'UNE ENQUÊTE

Un processus peu innovant, mais à respecter pour fluidifier le travail d'équipe

D'ABORD DU WORD

Eval - AAP Education par le sport
Questionnaire auprès des enfants bénéficiaires des projets de l'AAP

Le projet d'éducation par le sport

	1	2	3	4	5	6
1. Le projet a-t-il été initié ?						
2. Le projet a-t-il été financé ?						
3. Le projet a-t-il été évalué ?						
4. Le projet a-t-il été communiqué ?						
5. Le projet a-t-il été suivi ?						
6. Le projet a-t-il été adapté ?						

Outil de suivi des projets lauréats - Education par le sport

INDICATEURS SUR VOTRE PROJET (à remplir lors de la 1ère remontée d'information)

Sur quel(s) créneau(x) déployez-vous vos activités sportives et d'accompagnement éducatif ?

Durant le temps scolaire | Durant le temps périscolaire | Durant le temps extrascolaire

Dans quel(s) lieu(x) pratiquez-vous les activités sportives du projet ?

Niveau de confort pour les activités sportives du projet :

Dans quel(s) lieu(x) pratiquez-vous les activités d'accompagnement éducatif du projet ?

Niveau de confort pour les activités d'accompagnement éducatif du projet :

Au delà des établissements scolaires, quels sont vos partenaires mobilisés sur le projet ?

ENSUITE LE NUMERIQUE

→ IDEAL DANS LA PHASE REFLEXIVE

- Pour se concentrer sur le fond
- Pour compiler les retours/commentaires
- Pour faciliter la logique de modification continue

→ IDEAL POUR LA PHASE ITERATIVE

- Pour se concentrer sur la forme
- Pour tester les fonctionnalités, conditionnalités, voies de questionnaire

MENER L'ENQUÊTE // LA CONCEPTION

Rédiger un questionnaire : les erreurs à ne pas commettre !

Effet de suggestion

Formation « provoquée » d'opinion par les questions fermées

Lassitude guidant au plus rapide/simple/moins engageant

Formulations orientées

Tropisme vers l'accord plutôt que le désaccord

Effet de contraction

Aux questions jugées trop personnelles, trop engageantes

En réaction à des thèmes, mots ou idées dérangeantes

Si la structure du questionnaire n'est pas comprise

Effets liés à l'enchaînement des questions

Effet de halo : l'enchaînement des questions (surtout fermées) peut influencer sur les réponses.

Effet d'ancrage sur des modalités, en cas de questions fermées successives

→ Besoin d'alternances entre plusieurs questions fermées et une question ouverte de « respiration »

ILLUSTRATION#3 – L'ENQUÊTE BÉNÉFICIAIRE D'UN PROGRAMME D'INSERTION PAR LE SPORT

Les questions fermées pour quantifier un phénomène, les questions ouvertes pour les expliquer...

The image shows a survey form titled "Parle-nous de toi". It has two main sections. The first section, "Ou en es-tu du programme ?", contains five radio button options: "J'intègre tout juste le dispositif", "Je suis en cours d'accompagnement", "Je viens de terminer", "J'ai terminé il y a un moment (+ 6 mois)", and "J'ai abandonné le programme en cours de route". The last option is selected and highlighted in orange. The second section, "Quelles sont les causes de cet abandon ?", contains a text input field with the placeholder "Tapez votre texte ici". At the bottom, there are navigation buttons: "← Précédent", a disabled button, and "Suivant →". The form is powered by Sphinx.

Attention, le recours aux questions ouvertes doit être ponctuel, puisque :

- Le traitement est particulièrement lourd
- Les interprétations impliquent de la subjectivité
- Leur récurrence peut faire fuir un répondant
- Les questions ouvertes ne peuvent pas se substituer à d'autres méthodes de collecte d'informations, plus qualitatives (*entretiens, focus-group...*).

MENER L'ENQUÊTE // LA CONCEPTION

Choisir un logiciel

Les questions à se poser :

- Solutions complètes ou uniquement pour de l'enquête en ligne ?
- Solution payante ou gratuite ?
- Limites du gratuit : généralement adaptée pour des enquêtes 100% en ligne. Outils de diffusion et d'analyses peu développés, limitation à une dizaine de questions et centaines de réponses généralement

Quelques noms d'outils fréquemment utilisés :

Google Forms

LimeSurvey

Sphinx

SurveyMonkey

Typeform

ILLUSTRATION#4 – LES SUPPORTS D'ENQUÊTES EXISTANTS

Des logiciels plus ou moins élaborés, à mobiliser selon le projet d'enquête

Les +

EX. GOOGLE FORM

DES SOLUTIONS GRATUITES

Sports tournaments
Choose your favorable area wisely

anjumarch79@gmail.com (not shared) [Switch account](#)

Name
Your answer

Which sport you are interested in?

Cricket
 Football

Which team you want to be in?

Team 'A'
 Team 'B'

In which position you want to play?

Player
 Leader

Tell us about your sport experience
Your answer

[Submit](#) [Clear form](#)

- Gratuité de l'outil
- Idéal pour les petits questionnaires
- Adapté pour les questionnements simples/peu complexes
- Rapide à construire
- Intuitif au remplissage

Les -

- Une ergonomie relativement pauvre
- Des conditionnalités moins élaborées
- Des voies de questionnaires impossibles
- Très peu d'outils d'analyses

EX. SPHINX

DES SOLUTIONS PAYANTES

ville de Malakoff [ENQUETE AUPRES DES MALAKOFFIOT-E-S](#) eMOha pluricite

Pratique sportive
Au cours des 12 derniers mois, avez-vous fait, même occasionnellement y compris pendant vos vacances, une (ou des) activité(s) physique(s) et sportive(s) ?

Aucune pratique durant l'année,	Une fois par an	Une fois par trimestre
Une fois par mois	Plus d'une fois par semaine,	Une fois par semaine,
Moins d'une fois par semaine,	Exclusivement pendant les vacances	

Combien d'activités physiques et sportives pratiquez-vous ?

Une seule activité 2 activités 3 activités 4 activités et plus

Lorsque vous pratiquez une activité physique et sportive, il s'agit...

Plusieurs réponses possibles

<input checked="" type="checkbox"/> D'une pratique encadrée (club, association sportive, en entreprise...)	<input type="checkbox"/> De la participation à des événements ou des rassemblements sportifs (courses, événements marchands...)	<input type="checkbox"/> D'une pratique libre (autoorganisée, sans structure)
--	---	---

Pour quelle(s) raison(s) faites-vous du sport ?

Citez les trois plus importantes

<input type="checkbox"/> Pour m'occuper	<input type="checkbox"/> Pour me sentir et être en bonne santé	<input type="checkbox"/> Par goût de l'effort
<input checked="" type="checkbox"/> Pour me faire plaisir, pour m'amuser	<input type="checkbox"/> Pour faire des compétitions, me challenger	<input checked="" type="checkbox"/> Pour faire des rencontres, s'intégrer dans un groupe/collectif
<input checked="" type="checkbox"/> Pour partager un moment avec des amis	<input type="checkbox"/> Pour découvrir un ou des sport(s)	<input type="checkbox"/> Pour sortir, par goût de l'extérieur (urbain ou nature)
<input type="checkbox"/> Autre		

[← Précédent](#) [Suivant →](#)

Powered by Sphinx

Les +

- Une ergonomie qui incite au bon remplissage
- Des fonctionnalités de contrôle du remplissage
- Une alternance de format qui permet de « tirer un fil »
- Des conditionnalités élaborées et des voies de questionnaire possible
- Solution tout en un : de la conception aux analyses

Les -

- Un logiciel payant
- Une prise en main plus complexe pour exploiter l'ensemble des fonctionnalités

MENER L'ENQUÊTE // LE SUIVI ET LA DIFFUSION

Maîtriser la représentativité avant et pendant l'enquête

Sources potentielles de biais de représentativité	Explication	Solution potentielle mise en œuvre
Ma base de contact est incomplète/imprécise	Les bases de contact ne sont pas parfaites. Les personnes ne disposant pas de contacts à jour peuvent présenter des profils particuliers (par ex. personnes âgées avec moins de courriel, absence de téléphone fixe et adresse postale périmée chez les jeunes CSP-, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> - Sollicitation multi-canal, avec relances, pour que tous les répondants potentiels soient bien informés de l'étude. - Enrichissement de fichier et traitement systématique des retours courrier et courriel (NPAI)
Erreur de sélection : je ne sais pas qui interroger	Le choix des personnes à interroger, même avec des méthodes statistiques robustes, peut entraîner un biais de représentativité (généralement mesurable)	<ul style="list-style-type: none"> - Sollicitation exhaustive de toute la population
Erreur de non-réponse : qui sont mes non-répondants et comment minimiser l'impact de cette non réponse ?	Les personnes qui choisissent de répondre n'ont souvent pas exactement le même profil que celles qui ne répondent pas, ce qui entraîne une distorsion des résultats (par ex. plus grande facilité à répondre pour ceux qui ont « réussi » leur parcours, l'ont terminé plus récemment, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> - Durée d'étude assez longue pour toucher les répondants moins « enthousiastes » - Effort significatif de relances même si le nombre de réponses est déjà élevé - Détection des profils sous-répondants en cours d'enquête et ciblage des relances sur ces profils prioritaires

MENER L'ENQUÊTE // LE SUIVI ET LA DIFFUSION

Maximiser les taux de réponse

Facteurs partiellement maîtrisés par le cabinet réalisant l'enquête, et partiellement par le commanditaire

L'attraction

- Intérêt pour le sujet
- Attrait du formulaire
- Gains immédiats ou futurs
- Gains directs ou indirects
- Sentiment d'utilité/ valorisation de soi

La qualité du questionnaire

- Longueur,
- Structure,
- Simplicité,

La coercition

- Obligation légale
- Impacts sur la relation au financeur/partenaire

Facteurs contextuels

- Captivité du répondant
- Freins à l'accès
- Confiance dans le sondeur (technique, politique)
- Surcharge de travail

Facteurs partiellement maîtrisés par le commanditaire, et partiellement par le contexte

ILLUSTRATION#5 – DES IDÉES POUR DIFFUSER ET SUIVRE SON ENQUÊTE

Des outils « incitatifs » et « interactifs » pour gagner en efficacité !

DES SOLUTIONS DE DIFFUSION

EX. SEND IN BLUE

[Voir la version en ligne](#)



Evasion Urbaine - Enquête jeunes Trajectoires

Bonjour à toi,

Nous nous permettons de te relancer suite à l'envoi la semaine dernière de l'enquête sur le programme "Trajectoires - Du Sport vers l'Emploi". Nous avons besoin de toi qui as suivi ou qui suis en ce moment le programme au sein d'[Evasion Urbaine](#).

Ce **bref questionnaire** est l'occasion de revenir sur **ton expérience** au sein du programme, qu'elle soit **sportive**, sur le volet **professionnelle** et **sociale**. Cette enquête te permettra de nous dire **davantage** sur cet **accompagnement** et ta **vision** de ce programme d'**insertion par le sport** !

Répondre à l'enquête

En répondant à cette brève enquête (moins de 5 minutes), tu aideras l'association à développer ses actions et à pérenniser ses programmes d'insertion par le sport.

L'ensemble des équipes d'Evasion Urbaine et l'ANPSS te remercie très chaleureusement, et par avance, du temps consacré à ta réponse.

DES SOLUTIONS DE SUIVI/PILOTAGE

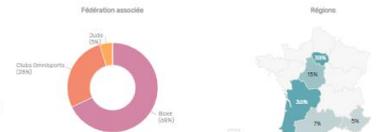
EX. LA DATAVIZZ

1 Filtrés du tableau de bord

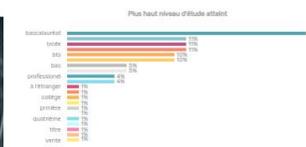
Sélectionnez sur le nom de votre association dans la barre en haut de votre écran et/ou les catégories ci-dessous en fin de filtre l'ensemble de la vue.

109

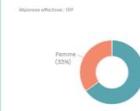
Réponses effectives



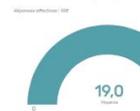
2 Le profil des bénéficiaires



Sexe/Genre du bénéficiaire



Age moyen



Quartier Prioritaire



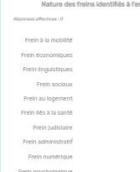
Situation de handicap



3 Leur situation socio-professionnelle



Nature des freins identifiés à l'entrée dans le dispositif



Accompagnement socioprofessionnel initial



Bénéficiaires du RSA



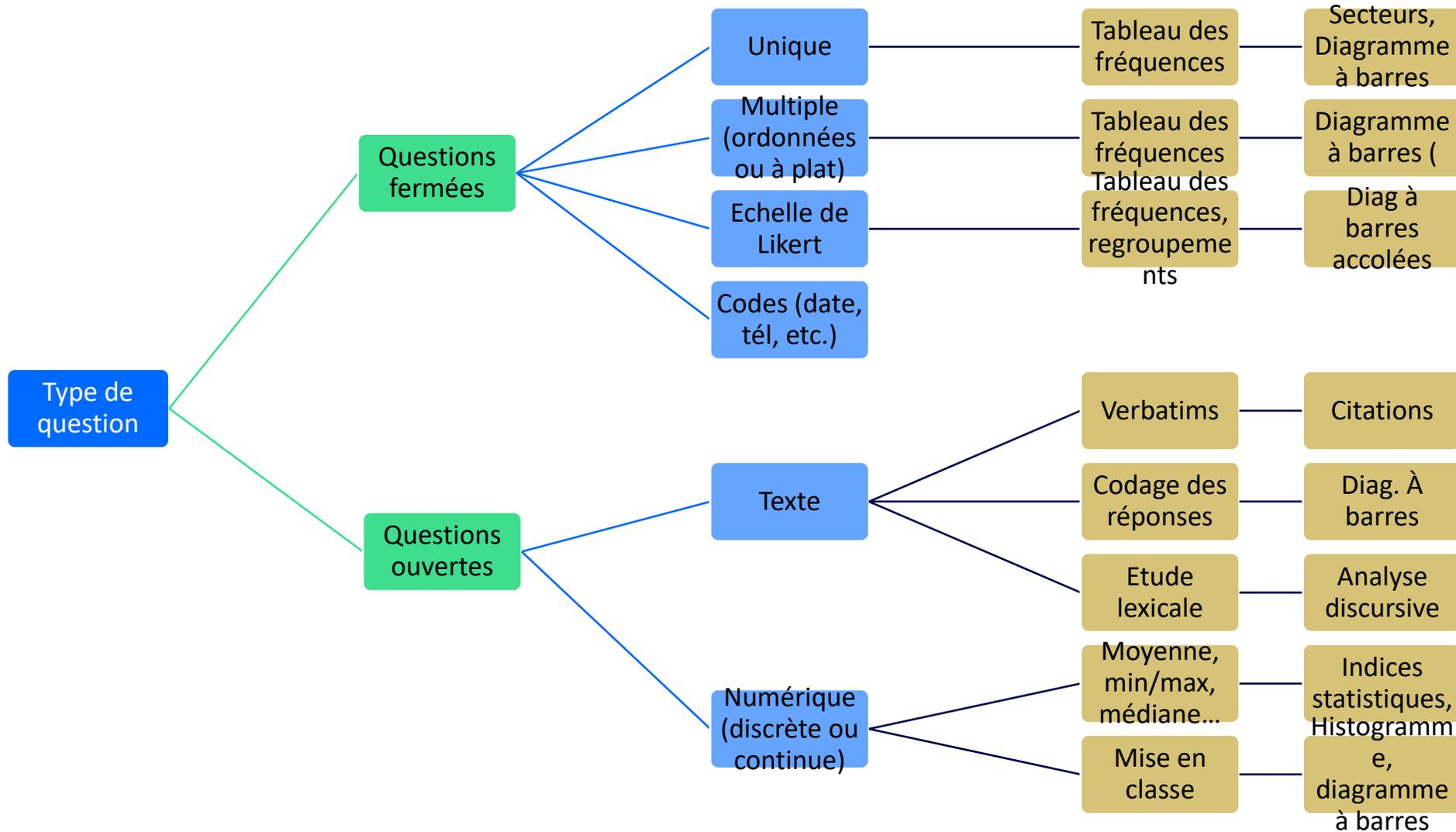
Permis de conduire



Lien pour démonstration : [ici](#)

MENER L'ENQUÊTE // L'EXPLOITATION

Analyse : Produire les analyses, traiter les verbatims, intégration dans le rapport / dans la démarche (groupe de travail d'interprétation, restitution...), communication, traiter des résultats négatifs



MENER L'ENQUÊTE // L'EXPLOITATION

Après les analyses : les livrables

1/ Le rapport d'enquête « classique » :

- Risque fréquemment rencontré : faire trop long
- OK dans une démarche de production de connaissances, mais peu adapté pour faire du pilotage opérationnel

Dans les faits, l'enquête donne lieu à un rapport technique complet, précisant les limites et intervalles de confiance, qui sera une annexe du rapport d'évaluation.

Les résultats de l'enquête sont exploités dans le plan du rapport d'évaluation, structuré par thématique/question évaluative. Ces résultats sont confrontés aux autres sources d'informations, notamment qualitatives.

2/ Un ou plusieurs document(s) de synthèse seront forcément attendus, de type synthèse (5 à 10 pages) avec chiffres clés et datavisualisation (pages d'analyses dynamiques accessibles avec une connexion Internet)

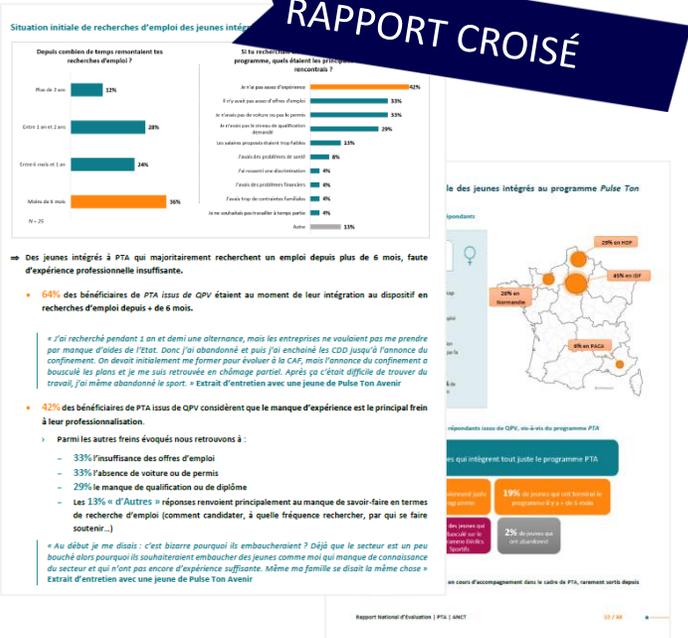
3/ Les annexes : tableur des réponses brutes, verbatim complet, fichier de contacts qualifiés, fichiers d'analyse et de graphiques...

ILLUSTRATION#6 – DES SUPPORTS DIFFÉRENTS, SELON LES AMBITIONS DE LA DÉMARCHE !

Aucun interdit, le champ des possibles est ouvert, mais attention aux contraintes !

1

RAPPORT CROISÉ



2

- **INTÉRÊT** : Restitution exhaustive et visuelle des résultats
- **BÉMOL** : Parfois trop long, et peu manquer de profondeur d'analyse

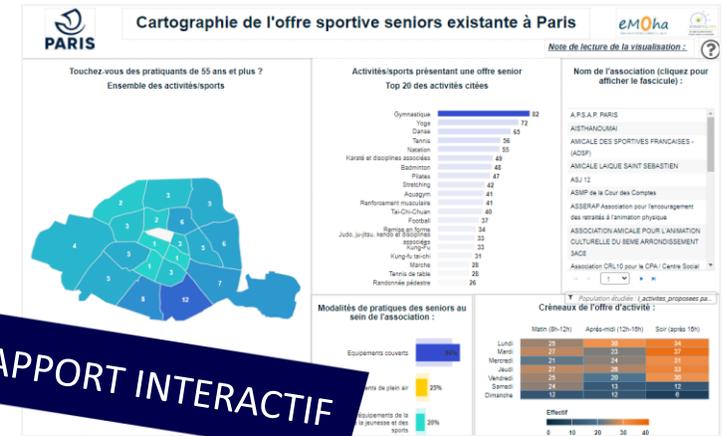


RAPPORT D'ENQUÊTE

- **INTÉRÊT** : Contenu d'analyse croisé issu de différents matériaux
- **BÉMOL** : exercice de synthèse parfois important

3

Lien pour démonstration : [ici](#)



RAPPORT INTERACTIF

- **INTÉRÊT** : Alternance possible entre résultats globaux et micro
- **BÉMOL** : Nécessite des outils spécifiques et un savoir-faire « plus fin »

3

**AVANT DE SE
QUITTER...**

POUR ALLER PLUS LOIN

Des ressources pour creuser !

- Quivy R. et Van Campenhoudt L. (2013), Manuel de recherche en sciences sociales, Dunod (4e éd.)
- Davoine Albert (2011), Les enquêtes : généralités sur les sondages, la population et l'échantillon, cours de recherche commerciale online
- Petit guide de méthodologie de l'enquête – Université Libre de Bruxelles - Marine Lugen : https://igeat.ulb.ac.be/fileadmin/media/publications/Enseignement/Petit_guide_de_m%C3%A9thodologie_de_l'enqu%C3%AAte.pdf
- PARIZOT Isabelle, « 5 – L'enquête par questionnaire », dans : Serge Paugam éd., L'enquête sociologique. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 2012, p. 93-113.
- EVAL – Centre de ressources en évaluation – Questionnaires : <https://www.eval.fr/questionnaires/>



Photo de Clay Banks sur Unsplash



PARIS 2024



Contact

Impact@paris2024.org