

ADAPTER LA METHODE AUX OBJECTIFS DE L'ENQUETE

Origine et objectif de la fiche :

Les retours d'expérience des collectivités locales ayant réalisé ou fait réaliser des enquêtes relatives à la prévention des déchets mettent en évidence des intentions, des objectifs et des attentes différentes selon les collectivités et la façon dont l'enquête a été mise en œuvre. Ainsi, on voit ressortir 3 grandes familles d'objectifs :

- ❶ construire un outil de pilotage du plan et/ou du programme,
- ❷ réaliser une mesure d'impact des actions,
- ❸ élaborer une stratégie de communication.

Par ailleurs, les modalités de réalisation diffèrent : les enquêtes sont réalisées en interne ou sous-traitée ; le mode d'administration des questionnaires varie entre questionnaire auto-administré, administré en face à face ou par téléphone ; l'approche fait le plus souvent référence aux méthodes quantitatives (sondage) mais les méthodes qualitatives peuvent être aussi mobilisées (entretien semi-directifs, réunion de groupes).

Cette fiche a pour objectifs d'aider la collectivité à :

- préciser les objectifs qu'elle se donne pour l'enquête,
- s'appuyer sur ces objectifs pour définir les principales caractéristiques de l'enquête qu'elle souhaite réaliser.

Sommaire :

Origine et objectif de la fiche :	1
Sommaire :	1
A. Modalités de réalisation : enquête réalisée en interne ou sous-traitance	2
B. Mode d'administration des questionnaires :	3
C. Type d'approche : méthode qualitative ou quantitative	5

A. Modalités de réalisation : enquête réalisée en interne ou sous-traitance

Les enquêtes réalisées par les collectivités sont diverses. Tout d'abord, les collectivités consultées mettent en avant différents objectifs pour les « enquêtes prévention » qu'elles ont réalisées.

📌 « Je veux construire un outil de pilotage de mon plan et/ou mon programme » :

- ✓ Etablir une mesure de référence : faire un « état zéro » sur le territoire
- ✓ Réaliser un état des lieux des pratiques
- ✓ Compléter le diagnostic technique

📌 « Je veux réaliser une mesure d'impact de mes actions » :

- ✓ Mesurer le niveau de connaissance des citoyens
- ✓ Mesurer l'évolution des pratiques des citoyens
- ✓ Faire une évaluation des actions déjà mises en œuvre ou à tester
- ✓ Renseigner les indicateurs ADEME de performance des plans et programmes de prévention

📌 « Je veux construire une communication » :

- ✓ Sensibiliser les publics à travers la diffusion d'un questionnaire.

Trois critères influent sur le choix de type d'enquête à mettre en œuvre : la taille de la collectivité (*petite ou grande*), le mode de recueil des données (*réalisé ou non par un prestataire extérieur*) et le résultat attendu (*pilotage du plan ou du programme ou sensibilisation à la prévention des déchets du public ciblé par l'enquête*).

La taille de la collectivité a un impact sur les moyens techniques et financiers dont elle dispose pour la réalisation d'une enquête. Le choix de réaliser une enquête par les agents de la collectivité ne doit pas s'appuyer uniquement sur des aspects financiers mais bien prendre en considération les possibilités et les limites que l'exercice suppose. (Cf M5 : Réaliser une enquête en interne)

La réalisation d'une enquête par les agents est le plus souvent le fait de collectivité de petite taille avec peu de moyens et un public plus restreint. **La réalisation même de l'enquête offre à la collectivité la possibilité de sensibiliser son public à la prévention.**

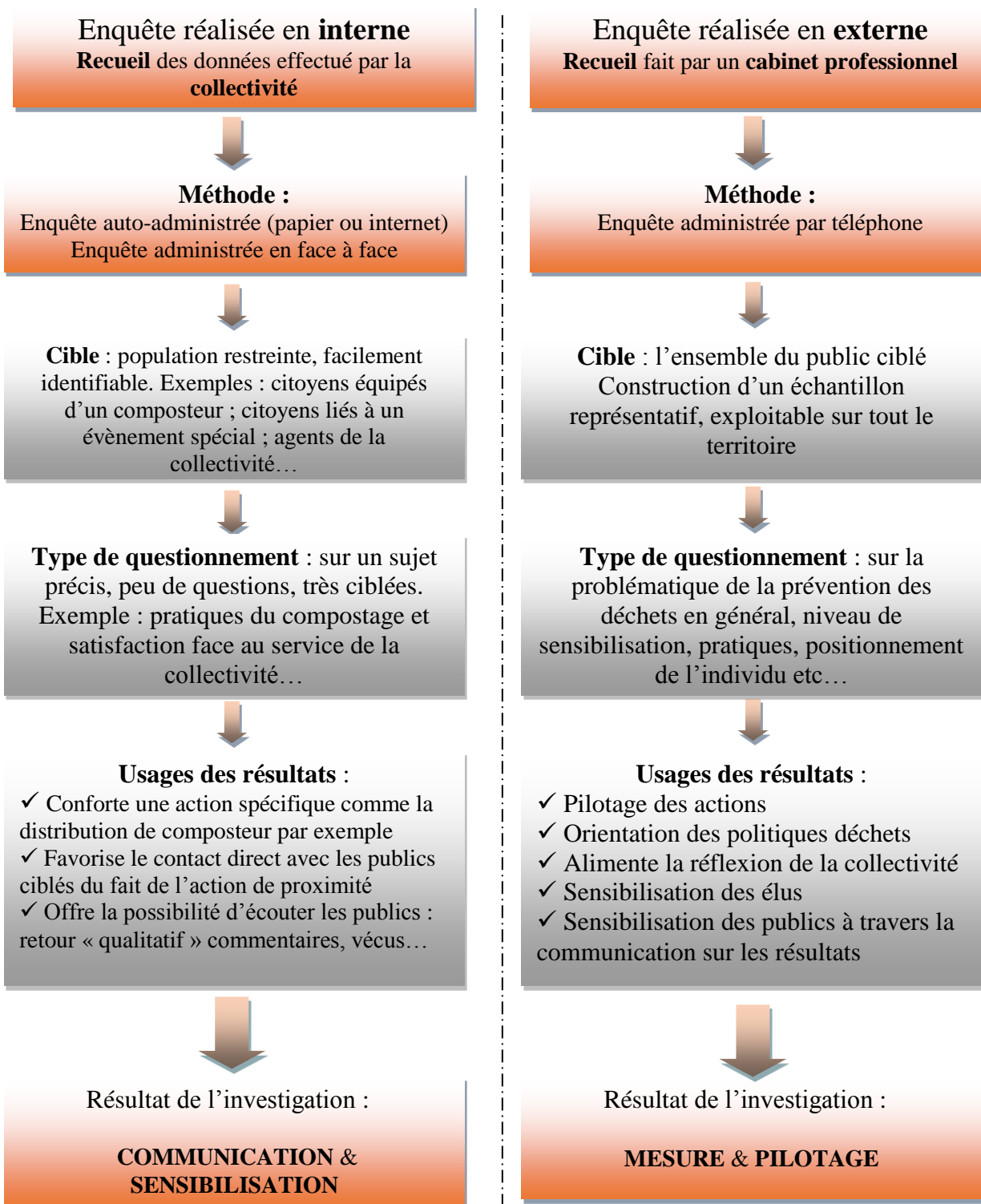
Le recours à un prestataire extérieur est généralement le fait des collectivités de grande taille, compte tenu de leurs besoins (public large) et des moyens dont elles disposent. L'accompagnement de la collectivité par le prestataire facilite la structuration du projet, son appropriation (fiabilité des résultats) et donne de la légitimité aux résultats. **L'enquête permet avant tout d'opérer des choix pour piloter ou mesurer le plan ou le programme de prévention.** Dans un second temps, les résultats peuvent être diffusés pour sensibiliser les publics.

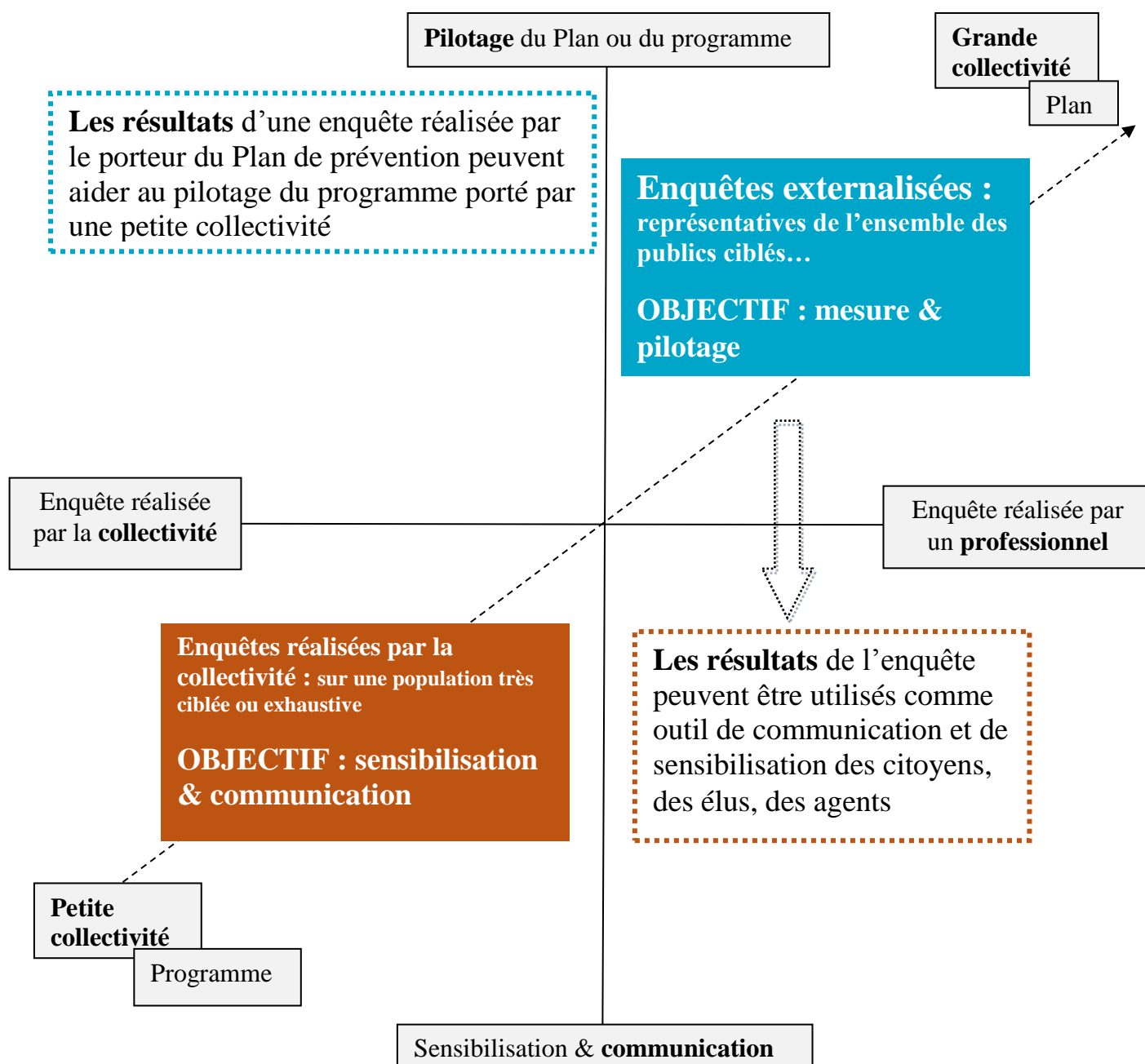
La fiabilité des résultats d'une étude réalisée par un prestataire extérieur, spécialiste dans le domaine, permet un champ d'investigation large (*interrogation sur le niveau de sensibilité des citoyens face à la prévention des déchets, l'identification des pratiques, les comportements face aux pratiques alternatives etc.*) des extrapolations des résultats à l'ensemble de la population, tandis qu'une étude réalisée en interne, par la collectivité, pour être fiable, ne couvre pas les mêmes champs d'interrogation.

L'enquête réalisée dans le cadre du pilotage d'un plan départemental, peut le cas échéant, profiter aux collectivités porteuses d'un programme sur le territoire.

B. Mode d'administration des questionnaires :

Les modalités de réalisation de l'enquête (en interne ou réalisé par un prestataire extérieur) impacte assez naturellement sur la méthode et les résultats. Les collectivités qui réalisent des enquêtes en interne utilisent le plus souvent la technique d'enquête auto-administrée ou en face à face tandis que les cabinets professionnels ont recours à l'enquête réalisée par téléphone. Ces différences en termes de mode d'administration des questionnaires ont des conséquences sur les publics ciblés (Cf M2 : Choisir un mode d'administration d'un questionnaire), sur la nature des questionnements et donc sur l'usage des résultats.





Le schéma ci-dessus illustre les deux grandes tendances d'enquête en fonction des axes « objectifs de l'enquête » et « modalités de réalisation ». On distingue ainsi :

- l'enquête réalisée par la collectivité sur une population facile à identifier avec essentiellement un objectif de sensibilisation, voire de suivi d'action ponctuelle ;
- l'enquête externalisée avec un échantillonnage représentatif qui permet une mesure des résultats, un pilotage des actions et un suivi dans le temps.

C. Type d'approche : méthode qualitative ou quantitative

Il existe **deux grands types d'approche** : les méthodes qualitatives et les méthodes quantitatives. Elles répondent à des objectifs différents et font appel à des outils d'enquête eux aussi différents. Ce choix est **lié aux objectifs** de l'enquête : ce que l'on veut savoir et pour en faire quoi.

Les méthodes qualitatives

Il s'agit d'interroger un **petit nombre** de personnes à l'aide d'un **questionnement très ouvert** pour analyser leur **discours**. Le qualitatif est **exploratoire**, on cherche à comprendre un phénomène sans a priori. Les études qualitatives permettent de recueillir un discours très riche et spontané sur la manière dont les enquêtés appréhendent le sujet de l'enquête avec leur vécu et leurs propres termes, ce sont des réponses approfondies. Elles nous apportent également des réponses à des questions que l'on ne s'était pas posées. Dans la formulation des objectifs de l'étude, les termes « **besoins** », « **attentes** », « **motivations** », « **freins** », « **images** » appellent souvent le choix des méthodes qualitatives. Elles s'appuient le plus souvent sur des entretiens semi-directifs ou sur les réunions de groupes.

Les méthodes quantitatives

Il s'agit d'interroger un **grand nombre** de personnes à l'aide d'un **questionnement fermé** pour une analyse statistique de leurs **réponses**. Le quantitatif est vérificateur, on connaît le domaine étudié et on cherche à **valider ou à infirmer des hypothèses**. Les méthodes quantitatives ont pour **avantage** d'apporter des réponses précises aux hypothèses de l'étude. En s'appuyant sur un grand nombre d'interrogations, **on peut effectuer des exploitations statistiques et extrapoler les résultats à la population totale**. Dans la formulation des objectifs de l'étude, les termes « **mesurer** », « **évaluer** », « **part** », « **hiérarchiser** », « **notoriété** » appellent souvent le choix des méthodes quantitatives. Elles s'appuient sur le **sondage** (interrogation d'un échantillon représentatif) et sur **trois types d'outils** : le sondage ponctuel, le panel et le baromètre.

Le sondage ponctuel est effectué une seule fois. Les comparaisons sont limitées compte tenu des formulations de questions différentes.

Le panel permet de poser les **mêmes questions aux mêmes personnes** : on peut ainsi suivre les évolutions des attitudes de chaque enquêté. Cet outil comporte un biais que l'on appelle « l'effet panel » (la connaissance des questions, la préparation aux réponses et le sentiment d'appartenir à une catégorie « distinguée »), ainsi qu'un risque de lassitude que l'on compense par un renouvellement régulier d'une partie de l'échantillon.

Le baromètre permet de poser les **mêmes questions à des personnes différentes** : on peut ainsi suivre les évolutions des catégories d'individus, mais pas des personnes elles-mêmes. Il n'y a pas « d'effet panel », mais la composition de l'échantillon doit suivre scrupuleusement les mêmes caractéristiques tout au long des vagues d'enquête pour permettre une réelle comparaison des résultats.

Choix de la méthode

Chaque méthode comporte ses avantages et ses inconvénients. Les points faibles de l'une sont souvent les points forts de l'autre. Chacune est pertinente, mais le type de données et les analyses qui en découleront seront très différents. Le choix dépend des objectifs de l'enquête et des résultats attendus.

	Qualitatif	Quantitatif
Objectif	exploration	vérification
Echantillon	petit	grand
Questionnement	ouvert	fermé
Données recueillies	motivations	réponses
Analyse	de contenu	statistique
Interprétation	compréhension	mesure
Extrapolation à la population	délicate	possible
Mots clefs	attentes, motivations, freins	mesurer, hiérarchiser, notoriété
Outils	interview, groupe	sondage, panel, baromètre

Par rapport aux objectifs de mesure, la méthode quantitative est dominante et incontournable. En complément, il peut être envisagé du qualitatif pour approfondir certaines notions comme les freins, les motivations ou pour co-construire de nouvelles pistes d'action.

Dans une enquête prévention des déchets, compte tenu de la nécessité pour les collectivités d'obtenir des chiffres clefs sur lesquels s'appuyer pour prendre des décisions de pilotage du plan ou du programme, l'enquête sera souvent en grande partie quantitative. Il est cependant possible de combiner les méthodes avec la réalisation de quelques entretiens semi-directifs en fin d'enquête ou avec l'introduction d'une ou deux questions ouvertes dans le questionnaire. Des regroupements de collectivités ou des collaborations sont également possibles. Par exemple, le conseil général du Maine et Loire a introduit un volet qualitatif important dans son enquête prévention.

