

## CHAPITRE 4

# L'ENQUÊTE

### Objectifs :

On montrera l'importance quantitative et qualitative du recueil de données dans les divers secteurs sanitaires, sociaux et de la protection sociale.

On déterminera les critères de qualité des informations recueillies.

On présentera les différentes modalités de sélection de la population soumise à une collecte de données.

On dégagera la pertinence de différentes présentations de l'information.

On attirera l'attention sur la rigueur nécessaire à l'exploitation de toute information.

Toute démarche de projet nécessite, avant d'engager quelque action que ce soit, une analyse précise de la situation existante. Pour définir les besoins d'une population, identifier un problème au sein de la structure dans laquelle on travaille, ou évaluer la qualité des services que l'on rend, on va dans un premier temps mener une enquête, c'est-à-dire une recherche méthodique d'informations auprès d'une population ciblée. On va pour cela utiliser plusieurs techniques afin de combiner quantité et qualité des données et d'aboutir à des résultats fiables et exploitables.

# 1. LES DIFFÉRENTS TYPES D'ENQUÊTE

Avant de commencer l'enquête proprement dite, il est essentiel de bien cibler le type d'enquête que l'on veut mener. Pour cela, on se focalisera sur son objectif, sa durée, le nombre de personnes à interroger ainsi que sur sa forme.

## 1 EN FONCTION DE L'OBJECTIF

Dans le secteur sanitaire et social, une enquête peut être réalisée pour différentes raisons : prendre une décision, repérer des dysfonctionnements au sein d'une structure ou d'un service, explorer de nouvelles possibilités... On va donc chercher avant tout à la définir en fonction de son objectif global. Ainsi, une enquête épidémiologique aura pour objectif d'étudier l'état de santé d'une population cible. Elle :

- identifiera et quantifiera les pathologies et leurs caractéristiques en décrivant la population touchée, la fréquence de contamination... ;
- mettra en évidence les facteurs de risque, analysera les causes des pathologies développées ;
- évaluera l'efficacité des mesures de santé publique mises en place pour lutter contre cette pathologie.

Pendant qu'une enquête sociologique, elle, étudiera les comportements et l'environnement d'un groupe social donné. Elle s'appuiera sur :

- des faits qui caractérisent les individus (âge, profession, situation familiale) et leur environnement (cadre de vie, conditions de travail) ;
- des attitudes, pratiques et motivations (consommations de drogues, conduites alimentaires) ;
- des opinions ou des attentes vis-à-vis de personnes ou de faits (sondage d'opinion, de satisfaction).

## 2 EN FONCTION DE LA DURÉE

On rencontre quatre types d'enquêtes, définies par leur durée et le nombre de fois où la population sera interrogée. L'enquête transversale se caractérise par des investigations menées de façon ponctuelle pour recueillir des données à un moment précis. Les enquêtes, qu'on désignera sous le nom de panel, vont généralement être interrogés une seule fois de façon à donner une image instantanée d'une institution ou d'un phénomène de santé. On leur demande en fait leur opinion sur le sujet à ce moment-là. Ainsi, une enquête de satisfaction va avoir pour objectif d'évaluer l'opinion des usagers concernant un service, une prestation. Ils s'exprimeront à un moment précis, et une seule fois. Vous trouverez par exemple ci-dessous un exemple d'enquête de satisfaction, transversale, visant à recueillir l'opinion des usagers du Conseil Général des Alpes-de-Haute-Provence en matière d'accueil.



## ENQUÊTE DE SATISFACTION SUR LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL

Date :

Nom du site :

Le Conseil général des Alpes de Haute-Provence est engagé dans une démarche de progrès visant à améliorer l'accueil des usagers. C'est pourquoi votre avis nous intéresse. Aussi, nous vous invitons à retourner ce questionnaire aux personnels d'accueil.

1. Quel moyen utilisez-vous le plus souvent pour nous contacter ?

Je me déplace

Je téléphone

J'écris

J'utilise Internet

### ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE



2. Sur une échelle de 1 à 10, 1 étant la plus mauvaise note et 10 la meilleure, quelle est votre satisfaction concernant ?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
L'accueil téléphonique (courtoisie, efficacité)										

3. Êtes-vous satisfait de la présentation téléphonique faite par votre interlocuteur ?

OUI

NON

4. Êtes-vous satisfait des informations données par votre interlocuteur ?

OUI

NON

5. Avez-vous rencontré des difficultés pour joindre l'interlocuteur désiré ?

OUI

NON

### ACCUEIL PHYSIQUE



6. Sur une échelle de 1 à 10, 1 étant la plus mauvaise note et 10 la meilleure, quelle est votre satisfaction concernant ?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
L'accès au site										
L'accueil sur le site										
Le respect de la confidentialité de votre demande										
La propreté des locaux										
L'espace d'attente										
Le délai d'attente										

7. Avez-vous clairement identifié le personnel d'accueil ?

OUI

NON

8. Avant de vous rendre sur site, aviez-vous pris rendez-vous ?

OUI

NON

9. Si vous avez demandé un rendez-vous (physique ou téléphonique), sous quel délai l'avez-vous obtenu ?

immédiatement

moins de 15 jours

plus de 15 jours

↳ Êtes-vous satisfait de ce délai ?

OUI

NON

10. Si l'attente a été supérieure à 30 minutes lors de votre rendez-vous sur site, vous a-t-on averti ?

OUI

NON

11. Les horaires d'ouverture du site sont-ils facilement visibles ?

OUI

NON

12. La signalétique vous a-t-elle permis de vous orienter facilement :

Pour vous rendre sur le site ?

OUI

NON

À l'intérieur du site ?

OUI

NON

13. De la documentation informative est-elle mise à votre disposition ?

OUI

NON

14. Constatez-vous depuis votre dernière visite une amélioration de l'accueil physique et/ou téléphonique ?

OUI

NON

15. Sur une échelle de 1 à 10, 1 étant la plus mauvaise note et 10 la meilleure, comment noteriez-vous :

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Votre satisfaction générale sur l'accueil										

Nous vous remercions d'avoir répondu à nos questions.

L'enquête longitudinale, qu'on appelle aussi prospective, consiste, elle, à suivre un groupe d'individus durant une période déterminée, souvent sur plusieurs années. On désignera alors ce groupe de personnes sous le nom de cohorte. Elle implique la prise en compte de plusieurs mesures à des temps précis et stratégiques. Son objectif est de suivre l'évolution d'un phénomène. Les personnes seront donc interrogées à plusieurs reprises, à différentes périodes. Voici un exemple d'enquête menée par l'INED<sup>56</sup> et consultable sur le site <http://elap.site.ined.fr>.

Source : <sup>56</sup>Institut National d'Études Démographiques.

## Étude sur l'accès des jeunes à l'autonomie



... une Étude Longitudinale sur l'Autonomisation des jeunes après un Placement. ELAP est une étude sur les conditions de vie, la préparation et l'accès à l'autonomie des jeunes accueillis à l'Aide sociale à l'enfance (ASE) ainsi que sur leur devenir et leurs conditions de sortie du dispositif d'aide.

Cette étude se déroule en 2 étapes :

- En 2013-2014, plus de 1600 jeunes âgés de 17 à 20 ans et accueillis en protection de l'enfance ont déjà répondu à un questionnaire sur leurs conditions de vie et leurs projets.
- La seconde vague d'enquête débute dès à présent et se poursuivra tout au long de l'année 2015. Si vous avez répondu au 1er questionnaire et accepté de participer à la poursuite du projet, alors un enquêteur essayera de vous contacter pour vous proposer ce 2<sup>ème</sup> questionnaire. Il est plus court (20 à 30 minutes) et se passe par téléphone.

Nous aborderons avec vous votre situation actuelle afin de savoir ce que vous devenez et vos conditions d'accès à l'autonomie. Que vous soyez encore pris en charge par l'Aide Sociale à l'Enfance ou bien sortis du dispositif, toutes les situations sont importantes et nous comptons vivement sur votre participation.

L'enquête rétrospective porte sur des informations recueillies après l'apparition d'un événement, d'une maladie. Son but est d'étudier ce phénomène, et plus particulièrement le lien qui peut exister entre lui et certains facteurs de risque.

On peut par exemple mener une enquête sur le lien entre le téléphone portable et les tumeurs cérébrales. On parlera alors d'enquête cas-témoins, dans laquelle les cas seront des patients atteints de tumeurs cérébrales, et les témoins (tirés au sort sur les listes électorales) des personnes sans tumeur. On comparera ensuite la fréquence d'utilisation antérieure de téléphones portables dans les deux groupes pour déterminer si un lien effectif existe entre l'outil et la maladie.

C'est aussi une enquête rétrospective qui a été menée dans le cas de la pandémie de COVID-19, de façon à déterminer l'origine et les causes de la maladie. Les enquêtes permanentes, enfin, enregistrent en continu une caractéristique donnée afin d'en saisir les évolutions et les orientations.<sup>42</sup> L'enquête Permanente sur les Accidents de la Vie Courante (EPAC) menée par Santé Publique France (anciennement InVS57), par exemple, a démarré en 1986. Chaque année, ses résultats sont consultables sur le site <https://www.santepubliquefrance.fr/maladies-ettraumatismes/traumatismes/articles/enquete-permanente-sur-les-accidents-de-la-viecourante-epac>.

Source : <sup>57</sup>L'Institut de Veille Sanitaire a été remplacé en 2016 par l'Agence nationale de santé publique, aussi appelée Santé Publique France.

### 3 EN FONCTION DU NOMBRE D'INDIVIDUS INTERROGÉS

Les enquêtes se définissent aussi en fonction du nombre de personnes interrogées, c'est-à-dire de la cible.

Les enquêtes exhaustives s'effectuent auprès de l'ensemble d'un groupe.

Le recensement de la population, par exemple, est effectué régulièrement par l'INSEE, de façon à avoir une connaissance fine de la population de chaque commune. Tous les habitants seront interrogés, recensés, et grâce à lui, les maires pourront envisager l'ouverture d'une crèche, la construction de logements, le développement des moyens de transport...



Les enquêtes par échantillonnage se font auprès d'une partie seulement de la population, un échantillon de l'ensemble de la population. Afin que l'enquête menée soit fiable (et d'éviter ainsi ce qu'on appelle les biais d'enquête, c'est-à-dire les risques d'erreurs dans les résultats), l'échantillon sélectionné se devra d'être le plus représentatif possible de la population à laquelle on s'intéresse puisque l'enquête menée devra ensuite permettre de généraliser les résultats à l'ensemble de la population ciblée.

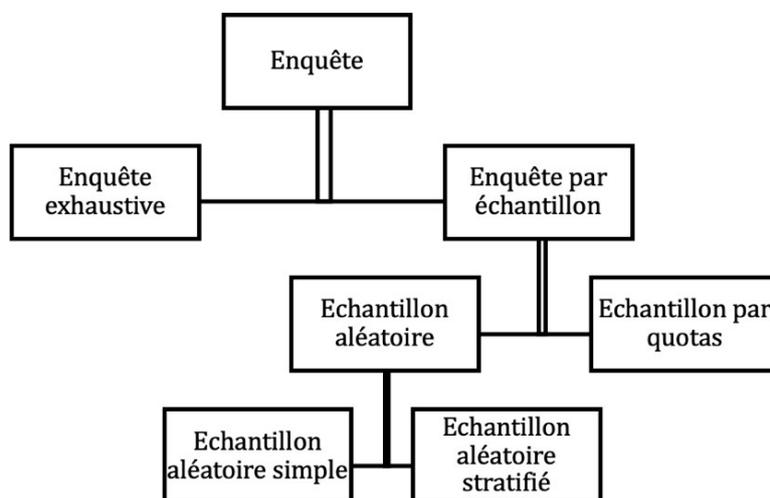
Pour ce faire, il existe deux méthodes d'échantillonnage :

- la méthode des quotas qui consiste à calculer le pourcentage de chaque type de population qu'on souhaite interroger en fonction de critères prédéfinis (sexe, âge...);
- la méthode aléatoire qui consiste souvent en un tirage au sort d'un nombre d'individus dans une base de données (fichier usagers, listing des bénéficiaires)

de l'assurance maladie...). On parlera alors d'échantillon aléatoire simple. Pour plus de représentativité, on pourra au préalable diviser la population en sous-groupes ou strates (déterminés en fonction de critères spécifiques), puis on tirera au sort notre échantillon dans chaque sous-groupe. On parlera alors d'échantillon aléatoire stratifié.

La taille de l'échantillon est déterminante dans le sens où plus l'échantillon est important, plus la généralisation sera fiable (il est évident qu'une enquête sera plus pertinente si on interroge cent personnes que dix !). Mais les gains de fiabilité ne sont pas pour autant proportionnels à l'augmentation de la taille de l'échantillon. Ce n'est pas parce qu'on interroge 2000 personnes qu'on a des résultats deux fois plus fiables qu'en n'en interrogeant que 1000.

Ainsi, quand vous cherchez à déterminer la population cible de votre enquête, plusieurs options s'offrent à vous :



La CAF par exemple se livre régulièrement à des enquêtes de satisfaction auprès de ses allocataires. Vous trouverez ci-dessous un message trouvé sur le site Internet de la CAF de la Creuse à ce sujet :

#### Enquête de satisfaction auprès des allocataires

Votre Caf réalise une enquête de satisfaction auprès de ses allocataires afin d'améliorer la qualité de ses services. Un échantillon d'allocataires sera sélectionné pour répondre à cette enquête. Les allocataires sélectionnés recevront un courrier dans le mois de septembre leur demandant leur accord pour participer. Nous avons mandaté l'institut d'études Csa pour mener cette enquête afin d'en garantir la neutralité et la confidentialité. Si vous acceptez d'y participer, vous êtes susceptible d'être contacté(e) pour répondre à un questionnaire sur vos relations avec votre Caf. L'institut d'études pourra prendre contact avec vous soit par email, soit par téléphone entre le 22 septembre et le 31 octobre 2014.

Votre avis est très important. Toutes vos réponses seront traitées de façon strictement anonyme. Elles n'auront qu'un usage statistique et ne seront jamais utilisées à des fins de contrôle. Ce questionnaire ne vous prendra que 10-15 minutes environ à remplir.

## 4 EN FONCTION DE SA FORME, DE SA NATURE

Une enquête quantitative collecte des données en vue d'un traitement statistique. Elle permet de récupérer des données chiffrées, d'effectuer des mesures, d'étudier les comportements, les opinions de la population, par le biais de questionnaires. C'est ce qu'on appelle un sondage et ces résultats seront ensuite extrapolés à l'ensemble de la population étudiée.

Une enquête qualitative, elle, collecte des données dans le but de comprendre les logiques de comportement des individus, leurs opinions. Pour ce faire, on utilise en priorité l'observation ou l'entretien qui permettront d'avoir une vision plus précise des attitudes ou des comportements des individus.

Bien que ces deux formes d'enquêtes semblent s'opposer, elles sont souvent menées conjointement par les professionnels. C'est d'ailleurs ce que vous montre le document suivant :

*Afin de développer des actions de promotion de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) adaptées aux jeunes, le Programme Jeun'ESS<sup>58</sup> a réalisé en partenariat avec le CSA deux enquêtes (qualitative et quantitative) à visée opérationnelle sur les attentes des 16-30 ans et la perception qu'ils ont de l'ESS. Le regard des jeunes sur l'ESS montre une adhésion aux principes mais un réel déficit de compréhension. Petit aperçu des résultats...*

### **Le sondage quantitatif**

Quelle que soit leur connaissance du secteur, les jeunes adhèrent massivement aux principes de l'économie sociale et solidaire (ESS) et ils considèrent les structures de l'ESS comme des acteurs de confiance pour faire évoluer la société dans le bon sens. C'est ce que révèle le sondage CSA-Jeun'ESS « Notoriété de l'économie sociale et solidaire et attentes de la jeunesse » réalisé en juin 2011 auprès de 535 personnes de 16 à 30 ans. Ce sondage permet également de mesurer le chemin à parcourir pour favoriser la rencontre entre les jeunes et l'ESS. Tout un programme !

Si les jeunes adhèrent massivement aux principes de l'ESS et souhaiteraient les voir adopter par l'ensemble des organisations et entreprises, le secteur reste cependant peu connu et seuls 23% des jeunes souhaitent s'y engager professionnellement (contre 35% au secteur privé lucratif et 42% au secteur public). Ce déficit de notoriété du secteur joue sur son attractivité. Si seuls 23% d'entre eux souhaitent s'y engager professionnellement (contre 35% au secteur privé lucratif et 42% au secteur public), ceux qui connaissent l'ESS le préféreraient au secteur privé lucratif (32% contre 27%). Confrontés à des difficultés d'insertion dans la vie professionnelle, les jeunes aspirent prioritairement à la stabilité et une certaine garantie de l'emploi (45%) et à une forte rémunération (38%). Ils sont cependant 84% à déclarer que le fait qu'une offre provienne du secteur de l'ESS les inciterait un peu ou beaucoup à postuler.

### L'enquête qualitative

En complément du sondage quantitatif, 21 jeunes de 16 à 30 ans répartis en 4 groupes se sont exprimés sur leur vision de la société française et de la place des jeunes dans celle-ci, leurs attentes et leur perception de l'ESS. Ils ont également réagi sur des supports de promotion de l'ESS et ont évoqué leurs pratiques en matière d'information. L'approche qualitative confirme très clairement la mauvaise connaissance que les jeunes ont de l'ESS. En effet, l'essentiel des participants de l'enquête a une vision très floue de l'ESS et pour la plupart elle est même erronée. Pour beaucoup d'entre eux, ce déficit de compréhension génère même une méfiance découlant de la contradiction qu'ils voient entre « économie » d'une part et « sociale et solidaire » d'autre part. L'adhésion aux principes de l'ESS est elle aussi confirmée mais l'étude qualitative souligne que, bien qu'attractifs et séduisants, ces principes apparaissent souvent comme irréalistes aux participants. Ces échanges approfondis (séances de trois heures) ont permis en croisant les déclarations spontanées, l'analyse des attentes des participants et les réactions sur des supports, de mettre en exergue des leviers à activer pour une promotion adaptée et efficace de l'ESS auprès des 16-30 ans. [www.jeun-ess.fr](http://www.jeun-ess.fr)

Source : <sup>58</sup><http://www.jeun-ess.fr/le-programme-jeunesse/notoriete-de-less-et-attente-des-jeunes/>

<sup>59</sup> [https://www.cnle.gouv.fr/IMG/pdf/InVS\\_Resultats\\_Etude\\_ABENA\\_2004-2005.pdf](https://www.cnle.gouv.fr/IMG/pdf/InVS_Resultats_Etude_ABENA_2004-2005.pdf) C'est l'étude menée en 2004-2005 qui a permis de donner naissance au projet alimentation insertion. Un second recueil de données a été effectué en 2011-2012 pour voir son évolution.

Reprenons à présent notre exemple de projet, alimentation insertion, initié en 2003. Vous trouverez ci-dessous quelques explications concernant le recueil de données de l'étude ABENA<sup>59</sup> consacrée à l'alimentation et à l'état nutritionnel des personnes bénéficiant de l'aide alimentaire qui a permis de le mettre en oeuvre :

**Quelle est la situation nutritionnelle des personnes recourant à l'aide alimentaire en France ? L'étude Abena apporte des réponses à la fois quantitatives et qualitatives à cette question. Le constat est inquiétant : la situation nutritionnelle des bénéficiaires de l'aide alimentaire apparaît très délétère, associant des apports alimentaires globalement insuffisants, des carences multiples simultanées à des taux élevés de pathologies telles que l'hypertension artérielle ou l'obésité. La prise en compte de ces populations dans les futures politiques de santé publique apparaît donc indispensable. Tout en soulignant le caractère urgent d'une amélioration de la situation, les résultats de l'étude Abena vont permettre la mise en place d'actions adéquates.**

**D**ans l'ensemble des pays industrialisés, les indicateurs montrent que les inégalités socio-économiques déterminent des inégalités sanitaires, notamment face aux pathologies liées à l'alimentation comme l'obésité, le diabète et l'hypertension artérielle. Depuis quelques années, les acteurs de la santé tentent de réagir à l'aggravation de la situation. Ainsi, l'État lance des programmes tels que le Programme national nutrition santé (PNNS) et, plus spécifique, le Plan alimentation insertion (PAI). De leur côté, les associations distributrices d'aide alimentaire se préoccupent de la formation de leurs salariés et bénévoles, pour mieux équilibrer les rations distribuées et, le cas échéant, conseiller les bénéficiaires sur leur alimentation. Ces initiatives se heurtent toutefois à une difficulté : le manque de données sur l'état nutritionnel des personnes en situation de grande précarité. Les éléments disponibles, extrapolés des résultats obtenus en population générale auprès des personnes de condition modeste, se révèlent en effet insuffisants, tant pour mettre en place des actions que pour en évaluer l'efficacité.

Pour combler cette lacune, et en réponse à une demande émise en 2003 par le secrétariat d'État à la lutte contre l'exclusion et la précarité, l'unité de surveillance et d'épidémiologie nutritionnelle (Usen)<sup>1</sup> a réalisé, en collaboration avec l'unité mixte de recherche Inserm U577/Inra/Cnam, l'étude Abena, consacrée à l'alimentation et à l'état nutritionnel des personnes bénéficiant de l'aide alimentaire.

L'objectif était double : il s'agissait à la fois de décrire, sur le plan statistique, la consommation alimentaire et l'état nutritionnel de cette population et, par ailleurs, d'analyser grâce à des entretiens approfondis le parcours social d'un certain nombre de familles bénéficiaires. Les personnes en situation de précarité étant difficiles à cerner dans leur totalité, l'étude Abena s'est concentrée sur quatre zones urbaines : le département de Seine-Saint-Denis, les villes de Paris, Dijon et Marseille. De septembre 2003 à septembre 2004, le protocole et les questionnaires de l'étude ont été mis au point sous l'égide d'un comité de suivi réunissant des représentants des administrations et des associations, des épidémiologistes, des sociologues et des économistes. Parallèlement était menée auprès des associations distributrices d'aide alimentaire, une enquête (enquête E3A) visant à décrire leur fonctionnement, à cerner, en première analyse, la valeur nutritionnelle de l'aide apportée, et à constituer une liste exhaustive des structures sur les zones choisies. Par ailleurs, un questionnaire destiné aux bénéficiaires de l'aide alimentaire





L'enquête ABENA, dont l'objectif était de déterminer la situation nutritionnelle des personnes recourant à l'aide alimentaire en France, prend racine dans un recueil de données effectué en 2004-2005. Elle est donc transversale puisque le panel choisi, l'échantillon (personnes recourant à l'aide alimentaire issues de quatre zones urbaines spécifiques), a été interrogé à un moment précis, et une seule fois. C'est un autre échantillon qui a ensuite été interrogé en 2011-2012. Ce sont donc des données quantitatives et qualitatives qui ont été recueillies, par le biais de questionnaires mais également d'entretiens approfondis.

À noter:

L'enquête se définit en fonction de :

<b>Son OBJECTIF</b>	.Épidémiologique (données de santé) .Sociologique (données de société)
<b>Sa DURÉE</b>	.Transversale (ponctuelle) .Longitudinale (longue durée) .Rétrospective (après les faits) .Permanente (en continu)
<b>Ses INTERROGÉS</b>	.Exhaustive (toute la population) .Par échantillonnage (une partie de la population)
<b>Sa FORME</b>	.Qualitative (recueil d'opinions, de ressentis) .Quantitative (recueil de données chiffrées)

## 2. LES PRINCIPALES MÉTHODES DE RECUEIL DE DONNÉES

---

Nous allons ici aborder un aperçu des différents outils de recueil de données afin que vous puissiez en avoir une vision d'ensemble et soyez capable d'amorcer une démarche d'enquête, puis une démarche de projet. Chacun sera ensuite traité individuellement et de façon plus approfondie dans la deuxième partie de ce manuel.

### 1 LA RECHERCHE DOCUMENTAIRE

Toute enquête débute systématiquement par une recherche documentaire qui permet de délimiter le sujet. De nombreux organismes sources de données mettent d'ailleurs à disposition des professionnels des documents permettant de recueillir les informations nécessaires (données sociologiques, économiques...). Pour cela, on dispose d'Internet, des journaux, de travaux de thèse aussi...

Son intérêt réside dans le volume d'informations disponibles, la diversité des domaines de recherche, l'accès de plus en plus facile à l'information, la précision des données vue la multitude des sources. Elle permet de recueillir des données quantitatives mais aussi qualitatives.

Il est en revanche nécessaire de respecter une certaine méthodologie pour optimiser le recueil de données, comme nous le verrons dans le chapitre suivant. Trop d'informations disponibles peuvent en effet désorienter l'enquêteur.

## 2 L'OBSERVATION

Utilisée dans le cadre d'études de terrain, elle consiste, comme son nom l'indique, à observer une personne, un groupe, un événement, une situation...

La présentation des informations dépendra de la nature de l'observation :

- une grille d'observation dans le cadre d'une observation non participante. L'observateur garde une certaine distance avec le groupe observé, ne prend pas la parole ;
- une prise de note, une vidéo dans le cadre d'une observation participante. L'enquêteur ici s'immerge dans la vie des personnes interrogées.

Quel que soit le mode d'observation, l'enquêteur cherche à être objectif, à comprendre les personnes, le phénomène observé.

C'est un outil très précis qui permet de recueillir des données qualitatives. De plus, c'est un moyen peu coûteux. Il peut en revanche perdre de sa fiabilité si l'enquêteur se laisse influencer, n'arrive pas à garder ses distances avec la population observée.

## 3 LE QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

Des questions sont posées à un public cible pour vérifier ou corroborer des hypothèses. Ce type d'enquête permet d'obtenir des résultats quantitatifs fiables présentés visuellement, sous forme de tableaux et graphiques.

Il permet de cibler, par le biais du questionnaire papier, ou en ligne, un public très large. En revanche, il demande des moyens importants (coût de l'impression des questionnaires, personnels pour procéder au dépouillement...) et ne permet qu'un accès différé aux informations (après dépouillement).

## 4 L'ENTRETIEN D'INVESTIGATION

Il permet de recueillir des informations en interrogeant directement une ou plusieurs personnes. Ces informations refléteront les connaissances, les expériences, les opinions de la personne interrogée. C'est un mode de recueil de données qualitatives qui offre aussi l'avantage de recueillir des informations relevant du paralangage.

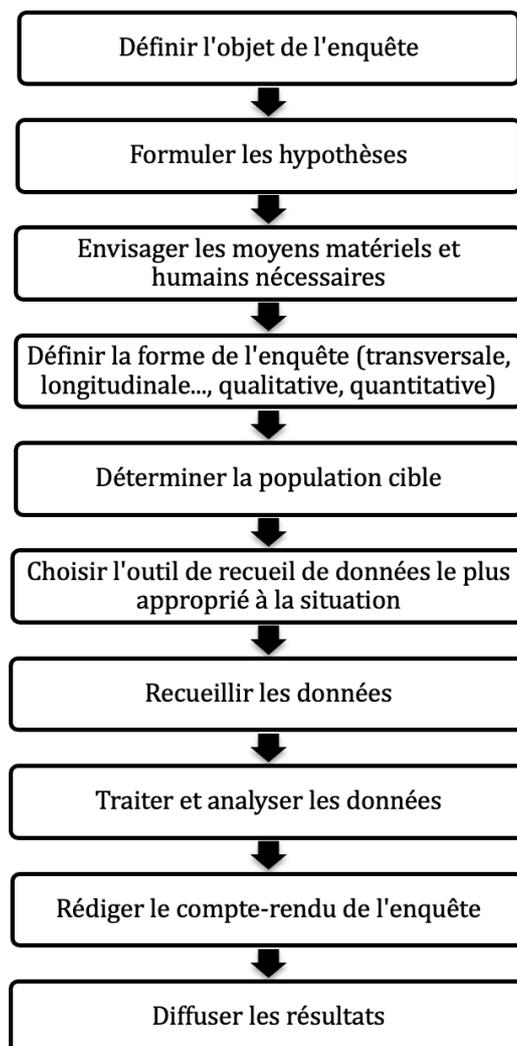
La présentation des informations dépendra de la nature de l'entretien :

- une grille d'entretien lors d'un entretien directif ;
- un guide thématique lors d'un entretien semi-directif ;
- une retranscription lors d'un entretien non directif.

Son intérêt réside dans la prise en compte des attitudes non-verbales, dans le caractère instantané et la fiabilité des données collectées. Il peut aussi apporter un complément d'information à un questionnaire, et est d'autant plus intéressant qu'il est peu onéreux. Mais il demande de grandes qualités d'écoute de la part de l'enquêteur (écoute active), ainsi que de la psychologie.

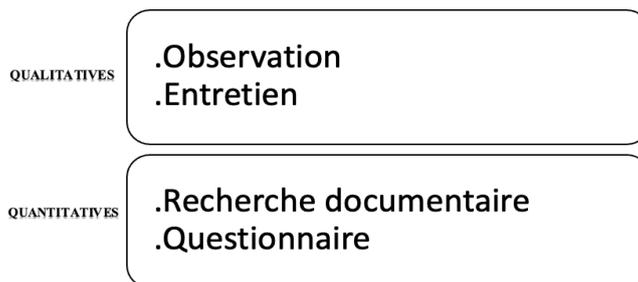
## 5 LA DÉMARCHE D'ENQUÊTE

Toute démarche d'enquête nécessite, avant même d'être amorcée, une analyse précise de la situation qui permettra de déterminer les paramètres à prendre en compte ainsi que les outils d'investigation à utiliser. Elle se compose de différentes étapes qu'il vous revient de maîtriser si vous envisagez de mettre en oeuvre une démarche de projet, quelle qu'elle soit :



**À noter :** Les enquêtes menées dans le secteur sanitaire et social contribuent à la connaissance de l'état de santé et de bien-être social des populations. Elles permettent de comprendre pourquoi et comment certains éléments influencent les individus et les groupes sociaux. Pour cela, elles se définissent en fonction de leur objectif, de leur durée, du nombre d'individus interrogés, de leur forme et utilisent des outils particuliers grâce auxquels les professionnels collectent des informations pertinentes et obtiennent des résultats fiables pour répondre au mieux aux questions que soulève ce secteur en plein développement.

## Les méthodes de recueil de données :



Chaque méthode de recueil de données ayant ses caractéristiques propres, il est tout à fait envisageable d'en utiliser plusieurs pour une même enquête de façon à réduire les imprécisions. Quelles que soient les méthodes de recueil de données utilisées, c'est la rigueur de l'enquêteur qui assurera au final une diffusion pertinente et objective des informations.



## Entraînez-vous !

*Corrigés en fin d'ouvrage*

### EXERCICE 1

Dans les cas suivants, de quel type d'enquête s'agit-il (objectif, durée, nombre d'enquêtés, forme) ?

1. Dans le cadre de son mémoire de recherche, une étudiante interroge en deux semaines, tous les salariés à temps partiel d'une entreprise.
2. Pour étudier l'insertion professionnelle des bacheliers de 2016, on interroge, tous les deux ans, un échantillon tiré de la population des bacheliers concernés.
3. Une commune fait une enquête sur les besoins en matière de loisirs auprès d'un échantillon de 500 personnes âgées de 55 ans et plus, sélectionnées par tirage au sort sur la liste de toutes les personnes de 55 ans et plus de la commune. Cinq enquêtrices administrent l'enquête en trois semaines.
4. Le ministère des Affaires culturelles conduit tous les huit ans une enquête sur les pratiques culturelles de la population auprès d'un échantillon représentatif, afin de déterminer ses habitudes culturelles.
5. Un échantillon représentatif de jeunes adultes d'une même ville est interrogé sur ses préférences en matière de cinéma. On prévoit d'examiner si les préférences sont les mêmes selon le sexe, l'âge, le niveau d'étude et l'origine sociale.

## EXERCICE 2

---

Dans les situations suivantes, indiquez quelle méthode de recueil de données peut être utilisée pour collecter les informations souhaitées. Précisez, pour chacune, ses intérêts et ses limites.

1. Dénombrer les habitants d'un pays.
2. Connaître l'opinion des usagers sur le fonctionnement de leur centre social.
3. Étudier le comportement des usagers de la CAF face aux techniciens qui les reçoivent.
4. Évaluer l'aptitude d'un candidat à pourvoir le poste qui lui est proposé.
5. Recueillir des informations sur les débouchés du BTS SP3S.
6. Déterminer les raisons pour lesquelles les usagers d'un centre social ont sollicité un rendezvous avec l'assistante sociale au cours du dernier mois.

## EXERCICE 3

---

Qu'est-ce qui, dans les situations suivantes, vous semble le mieux convenir : une étude quantitative par questionnaire ou une étude qualitative par entretien ? Justifiez votre choix.

1. Le directeur d'un établissement pour personnes âgées veut savoir si l'organisation et les services offerts par sa structure sont appropriés. Il demande à un intervenant de réaliser une enquête auprès des vingt résidents et des sept membres du personnel.
2. Un service de santé départemental voudrait évaluer les établissements pour personnes âgées qui sont sur son territoire. Cela représente environ 1500 personnes et 200 salariés à temps plein ou à temps partiel.
3. Une entreprise nationale veut évaluer la part de la population française qui utilise les tablettes éducatives.
4. Une entreprise régionale veut savoir comment les habitants de la région considèrent les tablettes éducatives, comment ils les utilisent.
5. Y a-t-il un lien entre appartenance sociale et fréquentation de lieux culturels ?

## EXERCICE 4 :

---

La méthodologie de l'enquête

(...) Lorsque l'on fait partie d'une association, on se rend vite compte que l'information et le retour d'information sont essentiels. L'information parce que

la communication de l'association passe par l'information qu'elle veut donner, ne serait-ce qu'elle existe et qu'elle fait quelque chose. Réaliser une enquête est donc un moyen de se faire connaître et d'avoir une image sympathique, plutôt ouverte. Retour d'information, parce que l'enquête est avant tout faite pour cela : piocher l'information dont on a besoin, celle qu'on ne trouve nulle part ailleurs. Ces raisons nécessitent l'effort de faire une enquête. Si nous parlons ici d'effort c'est parce qu'une enquête demande du travail. Au risque de se laisser emporter par le sens commun, signalons tout de même qu'une enquête mal préparée ne donne pas toujours de réponses fiables et peut même aboutir à d'énormes contresens. C'est pourquoi la préparation d'une enquête doit passer par plusieurs phases et sa raison doit être bien définie.

Valérie Becquet, [www.animafac.net](http://www.animafac.net), 1998.

1. Que signifient les termes l'information et le retour d'information dans la phrase soulignée du document ? Pourquoi l'auteur juge-t-elle que ces notions sont importantes ?
2. L'auteur insiste sur la nécessaire qualité du travail préparatoire d'une enquête ? Qu'en pensez-vous ? Quelles seront les conséquences d'un travail préparatoire médiocre ?

## EXERCICE 5 :



Le dernier trimestre de l'année est le moment de la générosité en France et une période stratégique pour les associations et fondations qui dépendent de la générosité des français afin de mettre en place leurs programmes d'intérêt général. En 2013, environ 43 % des dons ont été faits sur les trois derniers mois de l'année. Malgré une reprise des dons en 2013, les dons aux associations et fondations se tassent sur le 1er semestre 2014. Des fonds privés indispensables au maintien des programmes d'intérêt général des associations et fondations France générosités rassemble 81 associations et fondations d'intérêt général qui font appel à la générosité du public. Sur ces 81 organisations, 47 dépendent à plus de 80 % des ressources privées pour mettre en place leurs programmes d'utilité sociale. Les dons des donateurs français garantissent l'indépendance et la liberté d'actions des associations et fondations. Sans ces fonds privés, ce sont des programmes concrets qui sont arrêtés et des bénéficiaires qui ne sont pas aidés.

Les grandes conclusions du Baromètre de la générosité : reprise des dons en 2013 mais...

- Les dons faits aux associations et fondations françaises ont augmenté en moyenne de +3,9 % en 2013 dans un contexte d'inflation de +0,9 % ; contre une augmentation de +1,7% en 2012.
- La croissance des dons a été portée par les donateurs fidèles : leurs dons ont progressé de +4,9% en 2013 : désormais 92,4% des dons proviennent des donateurs fidèles.
- Changement dans la façon de donner ces dernières années : 39,5% des dons ont été faits par prélèvements automatiques en 2013, contre 33 % en 2010.
- En 2013, les dons en ligne ont également progressé de +35,8 % mais ne représentent qu'une part infime des dons reçus, environ 5%.
- Les français ont été plus généreux : le don moyen par chèques et autres a progressé de +4,1% pour atteindre 59,7€ ; le don moyen par prélèvement automatique de +1,5% pour atteindre 12,7€ et le don moyen pour un don en ligne a augmenté de +7,5% pour atteindre 95€.
- La générosité des français reste très saisonnière : 42 % des dons sont faits sur le dernier trimestre de l'année, dont la moitié sur le mois de décembre.
- Cette hausse des dons a été particulièrement visible en novembre (+19 % pour les dons faits en chèques et autres) et en décembre de façon plus légère : +1,9%. La forte médiatisation de la catastrophe humanitaire qui a suivi le passage du typhon Haiyan aux Philippines en novembre 2013 a créé un contexte propice et favorable à la générosité.

... Une générosité qui reste toujours fragile

Cependant, en 2013, on constate une nouvelle baisse du nombre de nouveaux donateurs (-6%) et du montant des dons issus de ces nouveaux donateurs : -7%. Les premiers résultats du Baromètre de la générosité 2014 affichent une croissance ralentie de la générosité sur le premier semestre 2014, en effet :

- les dons ont progressé de +1,8 % entre le premier semestre 2013 et le 1er semestre 2014 ;
- contre 2,5% d'augmentation entre les premiers semestres 2012 et 2013
- et 3,9% entre les premiers semestres 2011 et 2012.

La croissance des dons du 1er semestre 2014 est donc ralentie par rapport aux premiers semestres 2012 et 2013. De plus, le sondage de France générosités sur les perceptions et habitudes de dons des français, réalisé par TNS Sofres en mars 2014, révèle que 36 % des donateurs annonçaient, en raison de la crise, avoir réduit le montant de leur don ou avoir cessé provisoirement de donner, contre 33% en 2013 lors du même sondage. Dans un contexte de baisse des subventions publiques et d'augmentation des besoins, les associations et les fondations ont plus que jamais besoin des dons et de la générosité des français pour poursuivre leurs actions d'intérêt général.

Quelles causes mobilisent les français ?

Une diversité de causes suscite l'intérêt et la mobilisation de français. Les causes les plus plébiscitées chez les français sont des causes de proximité. Les premières causes citées par les français sont l'aide et la protection de l'enfance, la lutte contre l'exclusion et la recherche médicale, citée respectivement par 39 %, 34 % et 30 % des français. Viennent ensuite l'aide aux personnes handicapées (citée par 26% des sondés), l'aide aux personnes âgées (25%) et la défense des droits de l'homme (20%). Il faut rappeler que ces résultats ne suffisent pas à compenser la baisse des financements publics et les besoins croissants auxquels doivent répondre les associations et fondations.

[www.francegenerosites.org](http://www.francegenerosites.org), 16/10/2014.