



# MÉTHODE →

## CONCEPTION D'UN QUESTIONNAIRE

### LE QUESTIONNAIRE

- **QUOI ?**

Un questionnaire est une série de questions qui permet de recueillir l'avis ou les réactions d'un individu sur un thème défini. Il existe 2 types de questionnaires (2 modes d'administration) :

- les questionnaires d'administration directe (auto-administration ou auto-enregistrement) où les personnes sondées notent elles-mêmes les réponses aux questions. Exemples : enquête en ligne (questionnaire en format électronique, mis à disposition sur un intranet ou envoyé par mail) ou par courrier postal ;
- les questionnaires d'administration indirecte dans lesquels l'enquêteur note les réponses données par la personne interrogée. Exemples : enquête en face à face ou par téléphone.

- **POURQUOI ?**

Les questions qui composent un questionnaire ont pour but de mieux cerner les avis, les attentes d'un groupe d'individus.

L'objectif d'une enquête est de collecter des données, de les analyser et de proposer des solutions ou de disposer d'informations qui permettent de mieux connaître un groupe et ses attentes.

- **COMMENT ?**

5 étapes doivent être respectées pour construire un questionnaire pertinent :

→ **1<sup>re</sup> étape : Définir le cadrage**

Il faut définir les données à recueillir, l'objectif (ce que l'on souhaite étudier), le type de traitement (le nombre de questionnaires à administrer, les modalités d'administration), le public visé (le profil des interrogés) et la décision à prendre.

→ **2<sup>e</sup> étape : Structurer le questionnaire**

Il est nécessaire de réfléchir à l'organisation du questionnaire. Un ordonnancement bien précis doit être adopté :

**1) Une partie introductive** montre l'intérêt que peut avoir l'enquêté à se soumettre au questionnaire.

On y trouvera selon le type de questionnaire choisi :

- l'enquêteur ainsi que la date et l'heure (en cas d'administration indirecte) ;
- le titre (accrocheur ; proscrire le terme « questionnaire ») ;
- une introduction qui informe sur l'objectif, la date de fermeture de l'enquête, les modalités de retour.

**2) Les questions de mise en confiance** (2 ou 3 premières questions) doivent permettre de prendre contact avec le sondé et éviter de porter à controverse ou d'impliquer un jugement de valeur. Elles sont faciles à répondre.

**3) Les questions essentielles** (« noyau dur » du questionnaire) doivent permettre de cerner l'enquêté dans ses attitudes, ses jugements, ses intentions ou motivations. Elles sont regroupées en rubriques classées dans un ordre logique. Les questions sont fermées pour assurer leur exploitation statistique. Il faut rédiger au moins une question ouverte (à la fin généralement) pour permettre au sondé de s'exprimer librement sur le sujet de l'enquête.

**4) La fin du questionnaire** constitue une partie signalétique qui décrit le profil du sondé (nécessaire aux statistiques) : catégorie socioprofessionnelle, revenu, âge, sexe, situation familiale, poste occupé, etc. Cette partie ne doit pas apparaître comme inquisitrice : le sondé doit pouvoir rester anonyme (l'indiquer clairement dans le questionnaire conformément aux prescriptions de la CNIL).

Les remerciements peuvent être placés à la fin du questionnaire ou de l'introduction.

Remarque : afin d'encourager les réponses, on se limitera à 10 questions pour un questionnaire en ligne.

→ **3<sup>e</sup> étape : Rédiger le questionnaire**

Les questions doivent être numérotées pour faciliter le dépouillement. Elles doivent être formulées clairement, sans ambiguïté et dans un vocabulaire compréhensible. Il existe différents types de questions :

Type de question	Exemple
Questions fermées (à choix unique)	Connaissez-vous des personnes qui n'utilisent pas Internet ? <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non Depuis que vous avez Internet, vous estimez-vous : <input type="checkbox"/> Beaucoup mieux informé(e) <input type="checkbox"/> Mieux informé(e) <input type="checkbox"/> Aussi bien informé(e) <input type="checkbox"/> Moins bien informée(e)
Questions fermées à choix multiple	Quelle utilisation faites-vous d'Internet ? <input type="checkbox"/> Préparer mes vacances <input type="checkbox"/> Me former <input type="checkbox"/> Acheter des produits <input type="checkbox"/> Rechercher des données <input type="checkbox"/> Communiquer <input type="checkbox"/> Enrichir mes connaissances
Questions à échelle de Lickert (ou d'opinion)	« On trouve tout sur Internet », êtes-vous : <input type="checkbox"/> Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/> D'accord <input type="checkbox"/> Moyennement d'accord <input type="checkbox"/> Pas du tout d'accord
Questions de notation	Notez votre opérateur Internet sur une échelle de 1 à 10, 10 étant la meilleure note : 1 ○ ; 2 ○ ; 3 ○ ; 4 ○ ; 5 ○ ; 6 ○ ; 7 ○ ; 8 ○ ; 9 ○ ; 10 ○
Questions de classement	Classez en les numérotant les logiciels cités ci-dessous suivant votre fréquence d'utilisation : <input type="checkbox"/> Access <input type="checkbox"/> Excel <input type="checkbox"/> Word <input type="checkbox"/> Outlook <input type="checkbox"/> Powerpoint <input type="checkbox"/> Photoshop
Questions ouvertes	Listez les logiciels que vous avez installés ou fait installer sur votre poste informatique.

→ **4<sup>e</sup> étape : Tester le questionnaire**

Le test sur un échantillon de personnes doit être réalisé afin de valider la bonne compréhension des questions et des consignes ; il est en effet indispensable de repérer les questions mal interprétées et d'apporter les corrections nécessaires.

→ **5<sup>e</sup> étape : Procéder à l'analyse**

L'analyse des résultats en valeur absolue (en volumes) ou relative (en pourcentages) s'effectue par 2 types de tris :

- le tri à plat qui permet d'exploiter les réponses à une question ;
- le tri croisé qui exploite les réponses à 2 questions à la fois.