



PROJET PILOTE

Mon milieu dynamique !

UN COFFRE À OUTILS POUR LA REVITALISATION CENTRICOISE

L'enquête par sondage avec questionnaire

Guide en 10 étapes, en soutien aux municipalités

Objectif de l'outil

Cet outil vous guidera dans les étapes opérationnelles de création d'un questionnaire et permettra d'anticiper les défis courants, d'éviter des pièges et de vous préparer adéquatement dans un processus de consultation, d'enquête ou de recherche.

Table des matières

1. À quoi peut servir un questionnaire?	3
2. Quels sont les différents modes de collecte de données?	3
3. Comment constituer un échantillon?	4
4. Combien de personnes rejoindre pour que l'échantillon soit représentatif de la population?	6
5. Comment rédiger un questionnaire en choisissant le bon type de questions?	7
6. Quelles règles privilégier pour formuler des questions de qualité?	8
7. Comment formuler des choix de réponses de qualité pour les questions fermées?	9
8. De quoi s'accompagne un questionnaire?	10
9. Prêts à transmettre le questionnaire!	10
10. Quelles stratégies adopter pour obtenir un meilleur taux de réponse?	10
Bibliographie	11

1. À quoi peut servir un questionnaire?

Un questionnaire est un instrument de collecte de données composé d'une série de questions visant à recueillir des informations (données) auprès d'une population qui composera **l'échantillon** de votre collecte.

2. Quels sont les différents modes de collecte de données?

Il existe deux manières de collecter des données par questionnaire aux personnes ciblées :

1. Le **questionnaire autoadministré** : les personnes répondantes prennent connaissance et répondent aux questions de manière autonome (questionnaire envoyé par courriel, par courrier postal, disponible en ligne ou mis à disposition sous format papier).
2. Le **questionnaire administré par une tierce personne**, associée à la collecte de données : les questions sont posées par une personne en présentiel, virtuel, ou par téléphone.

Le choix du mode de collecte dépend de plusieurs facteurs : le sujet, les caractéristiques du groupe ciblé (niveau de littératie, disponibilité, limitations, âge, etc.), les moyens disponibles (financiers, humains et techniques), le temps requis, le contexte de réalisation, la géographie du territoire, etc.

Il importe de choisir le mode qui permettra d'atteindre plus efficacement les objectifs. Chacun comporte son lot d'avantages et inconvénients.

	Avantages	Inconvénients
Questionnaire papier autoadministré par envoi postal	<ul style="list-style-type: none">• Permet de solliciter un nombre important de personnes.• Permet de rejoindre les personnes qui n'auraient pas accès à internet.• Les personnes participantes peuvent remplir le questionnaire à leur rythme (le finaliser ultérieurement par exemple).	<ul style="list-style-type: none">• Ne permet pas de clarifier certaines questions ni de demander des éclaircissements sur des réponses.• Risque que certaines réponses soient inexploitables (illisibles ou incomplètes).

	Avantages	Inconvénients
Questionnaire autoadministré par internet	<ul style="list-style-type: none"> • Peut-être envoyé à un nombre important de personnes. • Collecte plus rapide des données et accès aux réponses en temps réel. • Permet d'utiliser des vidéos ou du contenu audio (pour rejoindre des personnes avec limitations, par exemple). • Les personnes participantes peuvent remplir le questionnaire à leur rythme (le finaliser ultérieurement, par exemple). • Permet l'envoi automatique de rappels. • Les réponses sont plus lisibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne permet pas de clarifier certaines questions ni de demander des éclaircissements sur des réponses. • Certaines parties de la population risquent d'être sous-représentées (personnes peu scolarisées ou qui n'ont pas accès à internet).
Questionnaire administré par une personne associée à la collecte de données	<ul style="list-style-type: none"> • Permet de clarifier certaines questions et de demander des éclaircissements sur des réponses. • Permet d'obtenir des réponses très détaillées. • Les résultats permettront de faire l'analyse précise d'une situation (enjeux, points de vue de différentes parties, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Nécessite plus de temps que les autres modes de collecte (préparation, transcription et analyse). • Nécessite d'identifier une personne neutre qui n'a pas d'intérêt dans l'application des résultats, une personne qui saura respecter la confidentialité.

3. Comment constituer un échantillon?

Il existe deux méthodes pour constituer le groupe qui répondra au questionnaire :

1. La **méthode probabiliste** : repose sur la constitution d'un **groupe aléatoire** de personnes parmi une population. Exemple : ne pouvant pas sonder l'ensemble de la population d'une municipalité, un questionnaire est envoyé à 100 citoyens et citoyennes habitant dans différents quartiers ou zones de la municipalité.
2. La **méthode non probabiliste** : repose sur la constitution d'un **groupe non aléatoire ou intentionnel** composé de personnes qui ont été recrutées en fonction de caractéristiques spécifiques. Exemple : ne pouvant pas sonder l'ensemble des individus qui fréquentent un centre de loisirs, 30 femmes et 30 hommes vont être recrutés pour répondre à un questionnaire sur les enjeux d'accessibilité au centre. On s'assurera que les personnes ciblées sont d'âge, de genre et de conditions variées (différents types de handicaps).

Il convient d'évaluer les avantages et inconvénients de chaque méthode, en fonction de l'objectif visé par la collecte de données, car ce choix a un impact sur les résultats.

	Avantages	Inconvénients
Échantillon probabiliste (aléatoire)	<ul style="list-style-type: none"> • Offre les mêmes chances à l'ensemble de la population de répondre au questionnaire. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne garantit pas une représentativité de la population ciblée (certaines personnes pourraient ne pas répondre au questionnaire reçu).
Échantillon non probabiliste (intentionnel)	<ul style="list-style-type: none"> • Les personnes ciblées seront plus facilement rejointes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque de biais subjectifs dans l'étape de recrutement. Davantage d'étapes de préparation et de réflexion sont nécessaires ici pour s'assurer que le recrutement sera le plus objectif possible et veiller à ce qu'une diversité de personnes soit représentée. • Enjeux éthiques dans les procédures de recrutement. Puisque des personnes sont ciblées dans le recrutement, tout le monde n'aura pas les mêmes chances de participer au questionnaire.

4. Combien de personnes rejoindre pour que l'échantillon soit représentatif de la population?

Table d'estimation de la taille d'un échantillon

(niveau de confiance 95 %; précision +/- 5%)¹

Population	Échantillon (Nombre de personnes à rejoindre)
300	169
340	181
380	191
420	201
460	210
500	217
550	226
600	234
650	242
700	248
750	254
800	260
900	269
1000	278
1200	291
1500	306
1800	317
2000	322

Pour information : plus la population est grande, plus l'échantillon doit être grand. Néanmoins, une fois une certaine taille de population atteinte, une augmentation de la population n'a plus d'influence sur la taille de l'échantillon.

¹ Mayer, Robert et collaborateurs. 2000. Méthodes de recherche en intervention sociale, 424 p.

La taille de la population de votre municipalité ne figure pas dans ce tableau. La plateforme en ligne [SurveyMonkey](https://www.surveymonkey.com) propose une calculatrice de taille d'échantillon pour avoir des résultats statistiquement significatifs.

5. Comment rédiger un questionnaire en choisissant le bon type de questions?

Deux grands types de questions peuvent guider les choix :

Les **questions ouvertes** : les personnes ont la possibilité de s'exprimer librement sur la question qui leur est posée (ex. : Quelles suggestions pouvez-vous nous offrir pour améliorer la cohésion sociale dans votre quartier?).

Les **questions fermées** : les personnes doivent faire un ou plusieurs choix parmi les réponses proposées.

Les **questions fermées** peuvent être composées de différents types de réponses :

Les **questions à choix unique** (une seule réponse possible)

- Avez-vous 18 ans et plus?
 - Oui
 - Non

Les **questions à choix multiples** (plusieurs réponses possibles)

- Laquelle de ces sources médiatiques est votre principale source d'information?
 - Les journaux
 - La télévision
 - La radio
 - Autre

Les **échelles de notation** (les personnes répondantes sélectionnent la valeur qui se rapproche le plus de leur opinion)

- Quel est votre niveau de satisfaction de l'offre d'activités de loisirs proposée par la municipalité?

0 1 2 3 4 5

Insatisfait ○ ○ ○ ○ ○ ○ Très satisfait

Les **échelles de Likert** (les personnes répondantes sélectionnent la modalité qui se rapproche le plus de leur opinion)

- En règle générale, dans quelle mesure êtes-vous intéressé.e par la politique municipale?
 - Très intéressé.e
 - Plutôt intéressé.e
 - Peu intéressé.e
 - Pas du tout intéressé.e
 - Je ne sais pas

Un questionnaire peut être composé uniquement de questions ouvertes, fermées ou des deux. Chaque type de question a des avantages et des inconvénients.

	Avantages	Inconvénients
Les questions ouvertes	<ul style="list-style-type: none"> • De nature exploratoire : nourrissent les résultats en ce qu’elles rendent compte de multiples réalités et dépassent les réponses attendues. 	<ul style="list-style-type: none"> • Traitement des résultats qui peut-être plus long et peut comporter certains défis liés à la compréhension de ce qui est écrit.
Les questions fermées	<ul style="list-style-type: none"> • Moins énergivores pour les personnes répondantes et pour la personne responsable de la recherche (temps consacré au traitement des résultats moins long) 	<ul style="list-style-type: none"> • Laisse peu de place à des éléments de réponse autres que ceux pensés par la personne en charge de la recherche

6. Quelles règles privilégier pour formuler des questions de qualité?

Voici quelques règles de base à prendre en compte pour la formulation de questions.

	Exemples de questions à éviter	Exemples de questions à privilégier
Favoriser des formulations affirmatives	Dans quelle mesure n’êtes-vous pas d’accord avec l’affirmation suivante?	Dans quelle mesure êtes-vous d’accord avec l’affirmation suivante?

	Exemples de questions à éviter	Exemples de questions à privilégier
Favoriser des questions neutres simples et précises	Êtes-vous d'accord que les engagements de votre député ont été respectés?	Selon vous, les engagements de vos députés ont-ils été respectés?
Poser une seule question à la fois	Vous sentez-vous en sécurité dans votre ville et dans votre quartier de résidence?	Sur une échelle de 0 à 5, à combien évaluez-vous votre sentiment de sécurité dans votre municipalité de résidence ? Sur une échelle de 0 à 5, à combien évaluez-vous votre sentiment de sécurité dans votre quartier ou zones à proximité de votre résidence?
Formuler des questions qui ne laissent pas apparaître de jugement	Vous arrive-t-il de prendre le risque de consommer de l'alcool au volant?	Avez-vous déjà consommé de l'alcool au volant?

7. Comment formuler des choix de réponses de qualité pour les questions fermées?

Il existe quelques règles à observer pour formuler des choix de réponses de qualité :

- S'assurer que les choix de réponses sont suffisamment exhaustifs pour que toute personne répondante puisse s'y reconnaître
- Ajouter la modalité « Autre » aux choix de réponses proposés
- Ajouter la modalité « Non applicable » aux questions qui pourraient ne pas s'appliquer à l'ensemble des personnes répondantes
- Privilégiez les échelles de notation comprenant un nombre impair de degrés (exemple : « sur une échelle de 0 à 5 » plutôt que « sur une échelle de 0 à 10 ») pour que les personnes répondantes ne soient pas portées à choisir le degré central (ici le 5 : neutre).

8. De quoi s'accompagne un questionnaire?

Dans toute collecte de données impliquant des personnes, il importe d'être soucieux de la dimension éthique et de fournir aux personnes toute l'information nécessaire pour qu'elles participent de manière éclairée. Ces informations se retrouvent dans un document qui accompagne le questionnaire ou se situent au début du questionnaire en ligne.

Ce document indique le but de l'étude (la collecte de données) et l'utilisation qui sera faite des résultats, les dispositions prises pour anonymiser les données (si applicable), la garantie de confidentialité des données (si applicable), le temps nécessaire pour répondre au questionnaire, la possibilité d'avoir accès ou non aux résultats, les avantages à participer au sondage (si applicable), ainsi que les coordonnées de la personne à rejoindre pour plus d'information. Le document d'information permettra d'obtenir le consentement libre et éclairé des personnes répondantes.

9. Prêts à transmettre le questionnaire!

Il est recommandé de prétester votre questionnaire auprès de quelques personnes de la population qui peuvent être concernée par le sujet de la consultation, mais n'ont pas été associées au processus d'élaboration du questionnaire, pour s'assurer que la formulation des questions est claire, que le questionnaire n'est pas trop long, que les modalités de réponses des questions fermées sont suffisamment exhaustives, que le processus logistique fonctionne correctement (pour les questionnaires en ligne). Lorsque le questionnaire sera validé, il pourra être diffusé !

10. Quelles stratégies adopter pour obtenir un meilleur taux de réponse?

Il existe différentes stratégies permettant d'augmenter le taux de réponses aux questionnaires. En voici quelques-unes :

- Concevoir un questionnaire attractif (charte graphique soignée, questions simples) en s'assurant de l'accessibilité selon le public cible (niveau de littératie, caractère d'écriture, niveau de langage, etc.).

- Dans le cas où le questionnaire serait administré par une personne, il est important d’instaurer un climat de confiance avec les personnes participantes et faire preuve de transparence sur les enjeux de la recherche.
- Choisir le bon moment pour diffuser le questionnaire en fonction des disponibilités de la population visée : quand les personnes ciblées (travailleuses, retraitées, aînées, jeunes, etc.) seront-elles disponibles et disposées à participer?
- Lorsque pertinent, utiliser les moyens de communication accessibles et connus par les citoyens et citoyennes pour informer de l’objectif de la consultation et du (des) moyen(s) pour y participer : infolettre, bulletins municipaux, journaux locaux, réseaux sociaux, groupes du milieu, etc.
- Effectuez des relances (deux fois maximum).

Bibliographie

Fortier, Lisa. 2017. *Le Guide d’accompagnement méthodologique : Enquête par sondage avec questionnaire*. Centre intégré de santé et de services sociaux de Chaudière-Appalaches, 48 p.

Baude, Amandine et Jérôme Cerutti. 2021. *Guide pratique à l’intention des étudiants des sciences humaines et sociales « Comment faire ? Un questionnaire en ligne »*. Québec, Centre de recherche sur l’adaptation des jeunes et des familles à risque (JEFAR), Collection Devenir chercheurE, 29 p.

Mayer, Robert, Marie-Christine Saint-Jacques, Daniel Turcotte et collab. 2000. *Méthodes de recherche en intervention sociale*, 424 p.



©2024 Projet pilote Mon milieu dynamique !

Porté par



Coordonné par



Financé par



Ce projet pilote a été développé en collaboration et en partenariat avec plusieurs acteurs en développement social de la région, dont les cinq MRC du territoire (MRC d'Arthabaska, MRC de Bécancour, MRC de Drummond, MRC de L'Érable, MRC de Nicolet-Yamaska). Il a été réalisé grâce au ministère des Affaires municipales et de l'Habitation dans le cadre du Fonds d'appui au rayonnement des régions.



Outil créé par



Angela Brunschwig et Lise St-Germain, Centre de recherche sociale appliquée (CRSA), en collaboration avec Danielle Forest, Centre de recherche sociale appliquée (CRSA)