

# Briefing enquêteurs

European Social Survey (ESS)  
Round 5, Belgique – Version francophone  
2010-2011

Frédéric Heselmans CLEO - ULg

# Introduction générale à l'enquête par sondage

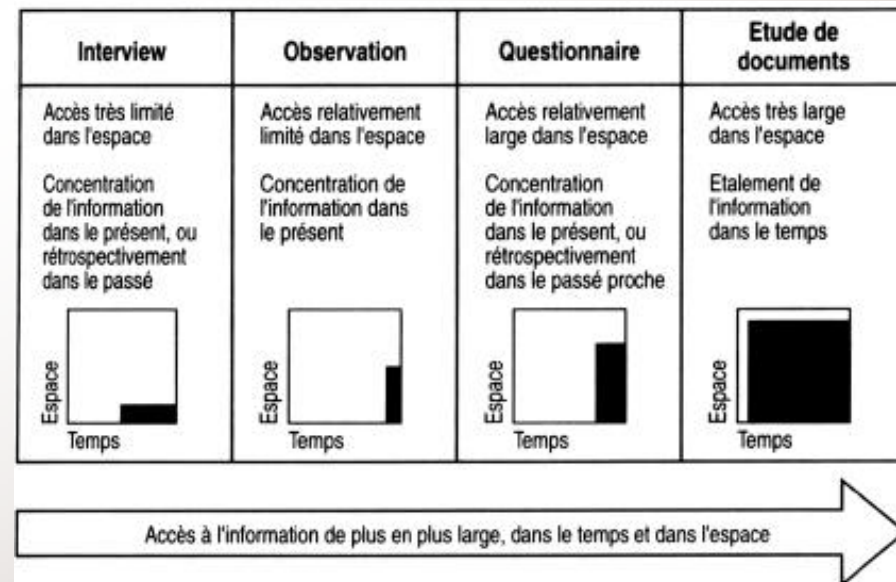
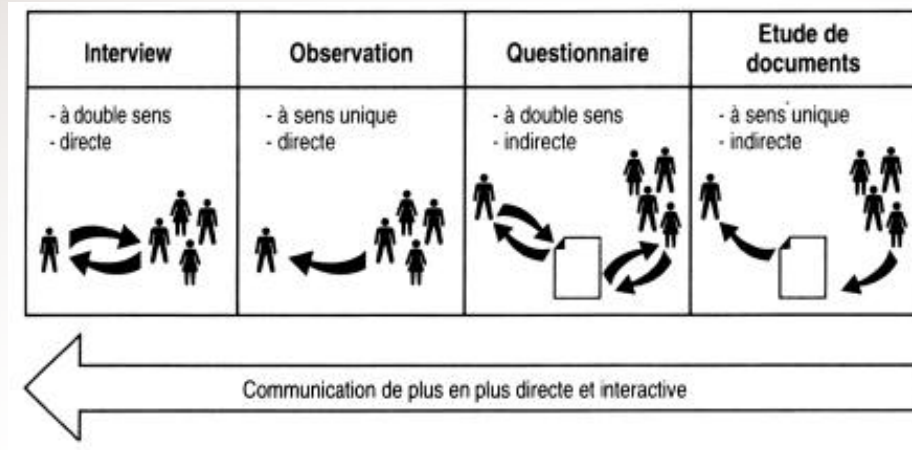
- L'objectif de cette courte introduction est de vous permettre d'acquérir la maîtrise des quelques notions nécessaires à la bonne **compréhension des conditions dans lesquelles l'une des méthodes les plus fréquemment utilisées dans les sciences sociales, l'enquête par sondage, peut être un outil pertinent et fiable.**
- Nous allons donc parler **d'enquête scientifique**, pas d'enquête :
  - × Policière
  - × Journalistique
  - × Administrative
  - × Clinique
  - × ...
- Ainsi, vous devrez au terme de cet exposé être capables d'évaluer *a posteriori* la qualité d'une enquête par sondage au travers de quelques critères de validation.
  - × Toutefois nous aborderons également par la même occasion quelques aspects de la pratique de l'enquête par sondage. Au delà de la posture critique, c'est ici plutôt les **règles de conduite permettant de mener à bien une recherche scientifique** que nous évoquerons.

- Toute démarche scientifique de recueil d'information implique d'élaborer une stratégie.
  - × Une stratégie est « (...) un ensemble coordonné de méthodes et de techniques censées être pertinents en regard de l'objectif poursuivi. »
- Il faut donc un **objectif**
  - × Que voulons-nous savoir ? Quelles sont nos exigences de précision ?
- Il faut une **méthode**.
  - × Nous évoquerons ici uniquement l'enquête par sondage...
- Cette méthode impliquera le recours à des **techniques**.
  - × •Une technique se met toujours au service d'une méthode. C'est une « recette », un ensemble de démarches pré-établies à effectuer dans un certain ordre et éventuellement dans un certain contexte. C'est le niveau concret de la **pratique de l'enquête**.
  - × Ex: la technique d'échantillonnage, la technique de l'entretien...

# Choisir la bonne méthode

→ Les principales méthodes de recueil d'information :

- × INTERVIEW
- × OBSERVATION
- × QUESTIONNAIRE
- × ETUDE DE DOCUMENTS



- Les questions qu'il faudrait se poser avant de se lancer dans une enquête par sondage :
  - × Est-ce réalisable ?
    - Durée;
    - Coût;
    - Moyens logistiques;
  - × Est-ce le meilleur choix ?
    - Existe-t-il des alternatives (données existantes par exemple) ?
    - L'observation directe n'est elle pas préférable ?
  - × Va-t-on obtenir l'information recherchée ?

**D'une manière générale, si l'objectif est de comprendre la façon dont les individus se représentent un phénomène, quelle est leur perception, quelles sont leurs valeurs, leurs normes, l'enquête par sondage est souvent la méthode la plus adaptée, voire souvent la seule démarche possible.**

- S'agit-il d'un processus d'évaluation ou d'un processus de recherche ?
  
- Quelle est sa fonction ?
  - × Descriptive (fonction centrale dans la plupart des processus de collecte d'information) ;
  - × Heuristique (Elle a pour but de faire émerger des hypothèses qui devront par la suite être vérifiées);
  - × De vérification (tester une hypothèse);
  - × Prédictive (Ex: évaluer les chances de succès de... ), prévisionnelle (simulation, modélisation) ou prospective (relative à l'étude de l'avenir lointain);
  
- Quels sont les enjeux ?

« Le savant n'est pas l'homme qui fournit les vraies réponses,  
c'est celui qui pose les bonnes questions »

(C. Lévi Strauss)



## → Recueillir des faits :

- × problème de l'exactitude, la source principale d'erreur est la mémoire
- × durée de l'observation ?

## → Recueillir des jugements :

- × Opinions;
- × Attitudes;
- × Attentes / Préférences ;

## → Recueillir des « cognitions » :

- × La connaissance conditionne souvent le jugement

## → Questions fermées : les modalités de réponse sont fixées à l'avance par la personne qui interroge :

- Echelles
- Choix d'éléments
- Classements
- ...

### × Problèmes liés aux modalités pré-construites :

- Couverture
- Dichotomisation
- labels verbaux pour les échelles
- point médian...

### × Avantages :

- Pas de recodage
- Facilité d'interprétation, facilité de compréhension
- Anonymat.

## → Questions ouvertes

## → Trois règles de base :

- × Le vocabulaire doit être simple;
- × Une question doit être comprises de la même manière par tous;
- × Il ne faut pas formuler une question en considérant certains présupposés comme acquis;

## → Le jeu des 7 erreurs :

- × Structure logique: danger des négations;
- × Il faut éviter qu'une même réponse puisse être donnée pour des raisons trop différentes;
- × Pas de question double;
- × Eviter d'argumenter dans une question;
- × Eviter les termes connotés ou les jugements de valeur;
- × Veiller à ce que la liste des modalités de réponses soit suffisamment complète;
- × Ne pas suggérer la réponse dans la question;

- Crainte de se faire mal juger.
  - × Qu'est-ce que l'enquêteur va penser de moi ?
  
- Désir de se conformer à la norme.
  - × Que répondraient les autres ?
  
- Refus de se laisser impliquer personnellement.
  - × Je veux bien dire ce que je pense que les autres font... pas ce que je fais...
  
- Suggestibilité au contenu des questions.
  - × Quand on me parle de maladie... ça me fait penser à des souvenirs pénibles...

Sonder, c'est choisir une partie (l'échantillon)  
pour représenter le tout (la population)

- Pour s'assurer de la bonne qualité d'un sondage, deux éléments sont à prendre en compte :
- × La méthode de choix de l'échantillon :
    - Pour être représentatif, un échantillon doit être obtenu par une méthode rigoureuse qui permet de choisir des enquêtés sans *biais*.
    - Cela revient à assurer à toute unité de la population la possibilité de figurer dans l'échantillon.
  - × La taille de l'échantillon :
    - Même obtenu par une méthode rigoureuse de choix, un échantillon sera plus ou moins précis selon sa taille.
    - Pour augmenter la précision du sondage, on augmente donc la taille de l'échantillon.

### → Les échantillons probabilistes :

- × il faut disposer d'une liste exhaustive de la population et veiller à ce que chaque individu possède une chance connue et non nulle de faire partie de l'échantillon (identique pour chacun dans le cas du sondage aléatoire simple).

### → Les échantillons empiriques :

- × Lorsqu'on ne dispose pas de base de sondage, il est possible de construire des échantillon représentatifs, sur le terrain, avec des règles précises.

### → Echantillons par quotas :

- × On dispose de données sur la structure de la population que l'on tente de reproduire en modèle réduit dans l'échantillon.

### → Des échantillons non représentatifs :

- × Le choix raisonné : représentatif est ici confondu avec « typique »
- × La méthode boule de neige
- × Echantillons de volontaires ou échantillons de convenance
- × ...

- Il n'y a pas de certitude lorsque l'on utilise la méthode de l'enquête par sondage !
  - × Nous pouvons juste affirmer qu'il y a une forte chance (convention) que la *vraie valeur* se situe dans un *intervalle* plus ou moins grand autour de la *valeur observée pour l'échantillon*.
  - × Ex: Avec 95 chance sur 100 de ne pas se tromper, si 50 des 100 personnes faisant partie d'un échantillon répondent « oui » à une question, on peut affirmer que entre 40 et 60 % de la population répondrait « oui » à la même question. Si la même question avait été posée à 1000 personnes, on pourrait affirmer que la « vraie » proportion de « oui » se situe entre 47 et 53 %.
  
- Il n'y a pas pour les grands échantillons de lien entre le *taux de sondage* et la précision !
  - × Si j'interroge 1000 personnes aux Etats-Unis j'aurais à très peu de choses près la même précision que si j'interroge 1000 personnes en Belgique.
  
- **Le taux de réponse est un élément déterminant de la fiabilité d'une enquête par sondage !**
  - × Si le taux de réponse est faible nous sommes en présence d'un échantillon de volontaires ou de convenance (exactement ce en opposition de quoi le sondage a été inventé) !
  - × On ne peut pas présumer que ceux qui ne répondent pas répondraient comme ceux qui répondent...



## → L'accroche :

- × C'est un moment particulièrement décisif !
- × La réussite de l'enquête dépend souvent de cette phase à laquelle les enquêteurs sont rarement formés.
- × En effet, le taux de refus est très dépendant de cette capacité à « accrocher » l'enquêté.

## → Dès la rencontre l'enquêteur doit être capable de motiver le répondant potentiel :

- × Problème lié au mot « enquête »;
- × Problème des pratiques commerciales consistant à poser quelques questions avant de présenter un produit;

→ L'entretien (ou interview) mené en science sociale diffère des situations de :

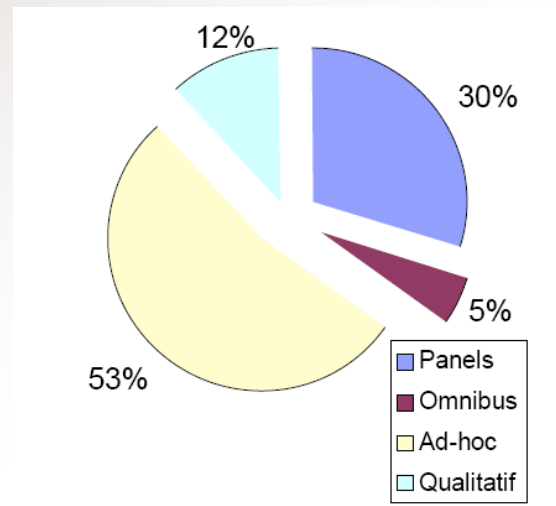
- × bavardage entre amis ou voisins;
- × l'échange d'arguments pour convaincre (ou pour vendre) ;
- × l'interrogatoire policier ;
- × la confession.

→ Une situation professionnelle

- × L'entretien est demandé par l'enquêteur pour obtenir de l'information sur un thème : c'est lui qui est concerné et qui conduit l'entretien.
- × Il devra donc utiliser un savoir-faire professionnel pour parvenir à motiver l'enquêté avec attention et gentillesse et l'amener à fournir des informations valables et non des informations « pour faire bonne impression ».
- × La pratique montre qu'il n'y a pas de sujet qui soit inabordable avec un bon enquêteur.

- La distance sociale entre protagonistes (proximité de classe, de niveau d'instruction, d'âge).
  - × On considère généralement qu'il faut éviter une trop grande distance sociale (privilégier la situation d'homophilie).
  - × Cependant, trop de connivence peut nuire.
  
- Biais du côté de l'enquêté
  - × Estime de soi
  - × Conformité à la norme
  - × Défense du moi et oubli inconscient d'événements pénibles.
  
- Biais du côté de l'enquêteur
  - × La qualité et la quantité des informations obtenues dépendent beaucoup des enquêteurs (vérifiable par les taux de refus, non réponses...)
  - × Facteurs de réussite : Sens des relations humaines, être accrocheur et persuasif, capacité d'introspection et attitude professionnelle
  - × Il existe des biais vérifiés et difficilement maîtrisables:
    - Effet de modelage
    - Effet d'anticipation

- Ambiguïté du terme « Sondage d'opinion »
  - × Sondage = méthode d'enquête et techniques associées
  - × Opinion = ni faits, ni cognitions, ni comportements. Pas nécessairement politiques !
- Le marché de l'enquête par sondage



- Le chiffre d'affaire des instituts de sondage ne représente pas 1% du chiffre d'affaire de la publicité en Belgique...
- Seuls 5 à 6 % concernent des sondages d'opinion réalisés pour la classe politique ou les médias... Il s'agit donc d'un « produit d'appel » pour les instituts de sondage.

# Pour faire connaissance avec l'ESS

1er round: 2002 - 2ème round: 2004 - 3ème round: 2006 - 4ème round 2008

+/- 30 Pays européens (BE depuis le Round 1)

Les données sont utilisées par la communauté européenne, les gouvernements des pays, les analystes de l'opinion, les politiciens, les journalistes et surtout les scientifiques, etc.

Financé par des institutions européennes et nationales (C.E., ESF, FWO, FNRS)

Il y a actuellement près de 30.000 utilisateurs enregistrés de ces données.

En 2006 cette étude a remporté le prix Descartes. Ce prix international décerné par l'Union Européenne couronne l'excellence de la recherche.

## Participation aux vagues précédentes :

- Round 1: 22 pays
- Round 2: 21 pays
- Round 3: 26 pays
- Round 4: 30 pays

## Round 5 :

Cette enquête est menée simultanément dans **25 pays** :

Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Chypre, République Tchèque, Danemark, Estonie, Finlande, France, Allemagne, Hongrie, Irlande, Israël, Lituanie, Pays-Bas, Norvège, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Russie, Slovaquie, Slovénie, Suède, Suisse, Ukraine.

## → Attitudes et comportements

- × Nous savons ce que pensent les politiciens et les journalistes des réalités auxquelles la Belgique est confrontée aujourd'hui. Mais cette enquête a pour sujet **ce que le public pense**. Cela nous permettra de connaître les attitudes et opinions des Belges et de les comparer à celles des autres pays européens.

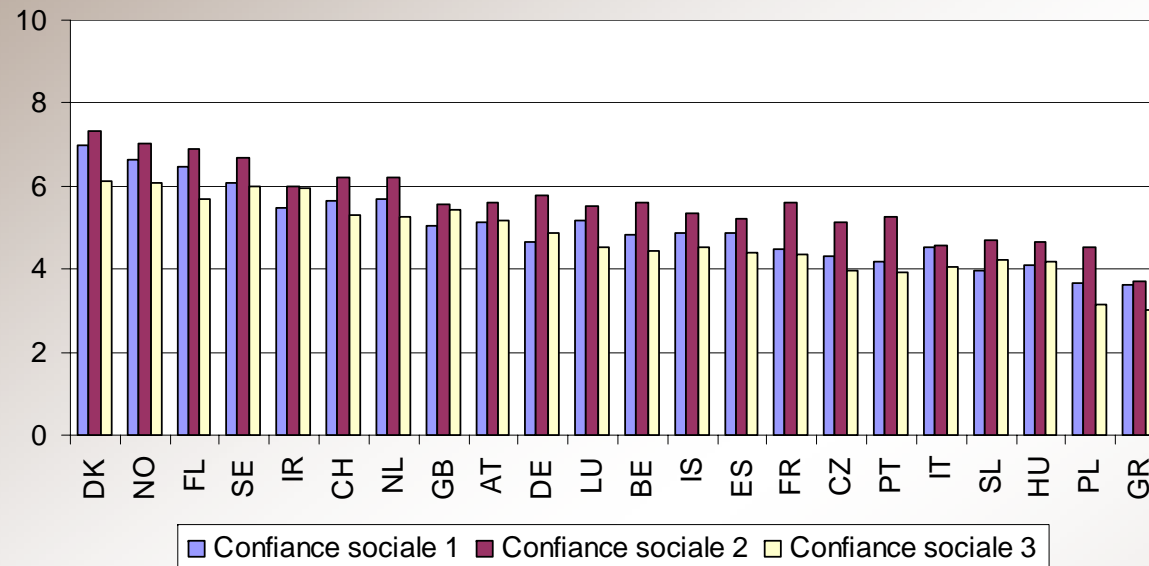
## → Modules centraux (fixes): media, confiance sociale, ...(voir questionnaire)

## → Modules tournants des vagues précédentes :

- × R1: Citoyenneté, participation et démocratie, immigration.
- × R2: Famille, travail, bien-être, santé et soin, politique économique en Europe, économie de marché et citoyenneté.
- × R3: Bien être social et personnel, moments clés et transitions au cours de la vie.
- × R4: Attitudes envers les "groupes d'âges" ~ âgisme. Attitudes par rapport au rôle de l'état, les services sociaux, la solidarité...



## Exemple : Confiance sociale (Poortinga 2006)



1. Diriez-vous que l'on peut généralement faire confiance à la plupart des personnes, ou que l'on n'est jamais trop prudent dans ses contacts avec les gens ?
2. En utilisant cette carte, diriez-vous que la plupart des gens tenteraient de profiter de vous s'ils en avaient l'occasion, ou essaieraient de rester corrects ?
3. Diriez-vous que la plupart du temps, les gens tentent d'être utiles aux autres ou qu'ils se préoccupent le plus souvent d'eux-mêmes ?

→ Modules tournants du round 5 :

Section D du questionnaire :  
Confiance dans la police et la justice

Section F du questionnaire :  
Travail, famille et bien-être

- La méthodologie et le questionnaire ont été développés par une équipe scientifique internationale.
- Dans chaque pays : une organisation scientifique est responsable de la supervision de l'enquête (en Belgique : KUL et ULg).
- Dans chaque pays : un organisme de sondage est sélectionné sur la base d'un cahier des charges (très sévère) pour la collecte des données (en Belgique : GFK Significant)

Coordination nationale pour la Belgique francophone

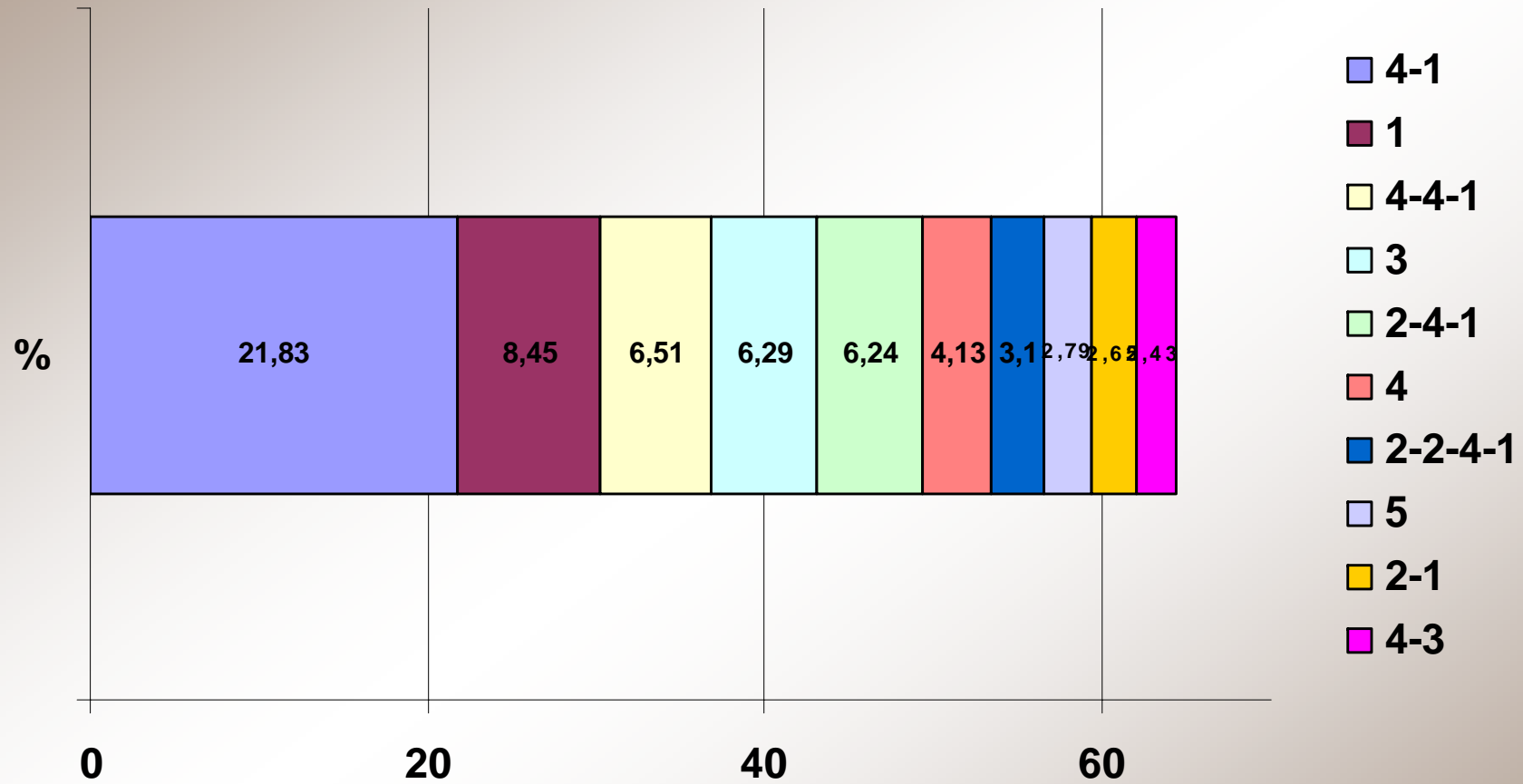
**CLEO-ULg**

Prof. dr. Marc Jacquemain (ULG)

Frédéric Heselmans (ULG)

# Les stratégies de terrain

# Analyse des séquences vers le contact final durant l'ensemble de l'enquête (R2)



1=entretien; 2=non-contact; 3=refus; 4=pas disponible; 5=inéligible

# Pour l'ESS le taux de réponse cible est de 70 % !

→ Le rôle de l'enquêteur :

- × Enquêteur = 1<sup>ère</sup> personne de contact avec le répondant.
- × Pas de remplacement par d'autres adresses ou répondant !
- × L'enquêteur a une grande responsabilité nous seulement en ce qui concerne le taux de réponse mais aussi la qualité des données récoltées.

Cela déterminera le succès de l'enquête et des recherches basées sur cette enquête.

- **La lettre de contact et la brochure** (avec le logo de l'Université) sont envoyés aux adresses. La première visite doit avoir lieu le plus rapidement possible après l'envoi de la lettre.
- Le **premier contact est toujours en face à face**. Prenez une copie de la lettre avec vous ainsi qu'une brochure et votre badge d'identification.
- Un minimum de **4 tentatives de contact par répondant** est exigé.
- Tentatives de contacts à différents jours de la semaine et à différentes heures. Au moins un contact le soir et un contact le week-end.
- Remplir le questionnaire.
- Remplir le formulaire de contact.



- Contacter la personne sélectionnée uniquement.
- Compléter immédiatement chaque tentative de contact sur le formulaire de contact.
- A chaque tentative de contact répondre à TOUTES les questions du formulaire de contact

- La première impression est déterminante :
- × Toujours en face-à-face
  - × Politesse
  - × Se présenter, présenter la carte d'identification
  - × Répondre si besoin à la question “pourquoi moi ?”

- L'importance de l'enquête
- Faire référence à la lettre d'introduction
- Citer les instances commanditaires
  - × La Commission Européenne
  - × La Fondation Européenne de la Science
  - × L'Université de Liège
  - × Le Fonds National de la Recherche Scientifique
- S'assurer de la présence du répondant

S'assurer de la présence du répondant (seul lui peut répondre/refuser)

Anonymat & statistique : « pourquoi moi ? »

- Responsabiliser le répondant (son avis compte et personne ne peut le remplacer)
- Motiver : La chance de faire valoir son avis (visibilité sociale de l'ESS)
- Importance des résultats pour de nombreux acteurs (y compris les décideurs)

- ➔ Le premier contact est déterminant mais il faut surtout préparer le suivant :
  - × Face-à-face ou téléphonique
    - Sourire
    - Politesse et courtoisie
  - × L'objectif est d'aller plus avant : proposer un contact ultérieur en cas de réponse « tiède »
  - × Adapter l'heure de visite à la catégorie d'âge du répondant

- Ce formulaire vous permet de noter les détails de tous les appels et de tous les contacts que vous faites.
- Cela sert à enregistrer les détails des échanges.
- Cela sert à vérifier un échantillon d'adresses.
- Cela sert également à collecter des informations sur les adresses et sur les zones géographiques.

→ Formulaire de contact:

- × Doit être complétée pour toutes les adresses et pour chaque tentative même lorsqu'aucun contact n'a été obtenu.
- × Toutes les informations doivent-être remplies **POUR CHAQUE CONTACT**



## Première partie : identité du répondant et de l'enquêteur

ID du répondant

Nom du répondant

Numéro de l'enquêteur

Numéro de téléphone du répondant  
sélectionné

→ Deuxième partie



**Round 5 – 2010-2011**  
Echantillon probabiliste nominatif

Tentative de contact	Numéro de l'enquêteur
1 → ...	
... → ...	
... → ...	
... → ...	

**ID NO.**

**NOM du répondant :**

**NUMERO DE TELEPHONE du répondant :**

Pas de téléphone ..... 2  
Refus..... 3

## Deuxième partie : grille « résultat du contact »

1. Date du contact au format JJ/MM  
*exemple : 23/12 pour le 23 décembre*

2. Jour de la semaine  
*lundi = 1, mardi = 2, mercredi = 3, jeudi = 4  
vendredi = 5, Samedi = 6, Dimanche = 7*

3. Heure au format 24H

4. Type de contact

- 1) Face à face
- 2) Téléphone
- 3) Interphone
- 4) Infos fournies par l'institut de sondage
- 5) Autre

5. Résultat

→ Troisième partie

**Résultat du contact** (*contact = toute tentative effectuée pour atteindre la personne sélectionnée*)

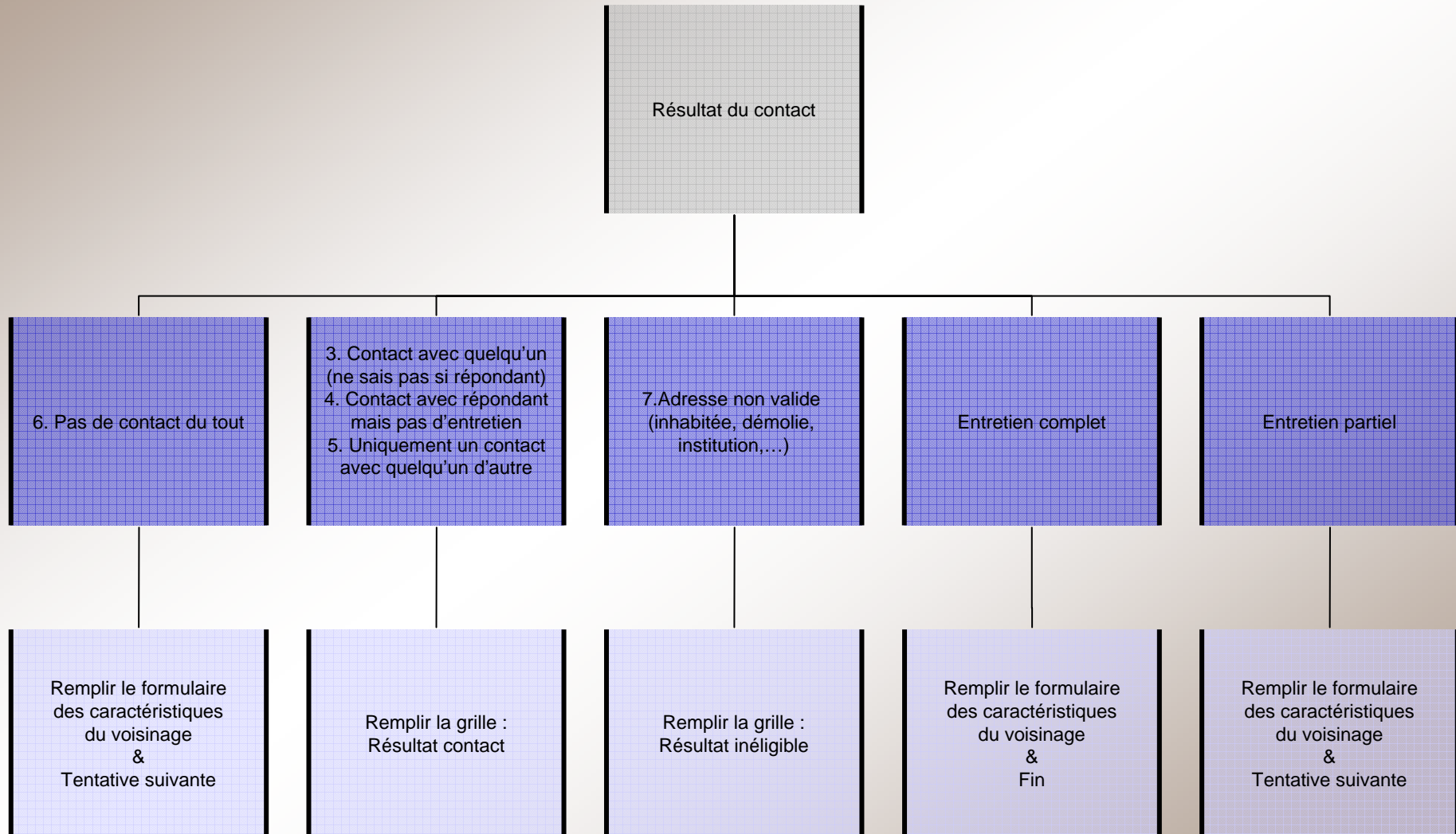
<b>Cont. No.</b>	<b>1. Date</b> JJ/MM	<b>2. Jour</b> de la semaine lu=1 ma=2 mer=3 jeu=4 ve=5 sa=6 di=7	<b>3. Heure</b> au format 24 H	<b>4. contact:</b> 1 = face à face 2 = Téléphone 3 = interphone 4 = information fournie par l'institut de sondage 5 = Autre	<b>5. RESULTAT</b> 1= Entretien complet 2= Entretien partiel 3= Contact avec quelqu'un (ne sait pas si répondant) 4= Contact avec le répondant mais pas d'entretien 5= Uniquement un contact avec quelqu'un d'autre 6= Pas de contact du tout 7= Adresse non valide (inhabitée, démolie, institution,...) 8 = Autre information à propos de la personne à interroger
1	/		:		
2	/		:		
3	/		:		
4	/		:		
5	/		:		
6	/		:		
7	/		:		
8	/		:		
9	/		:		
10	/		:		

**Notes concernant les rendez-vous, indications horaires...**

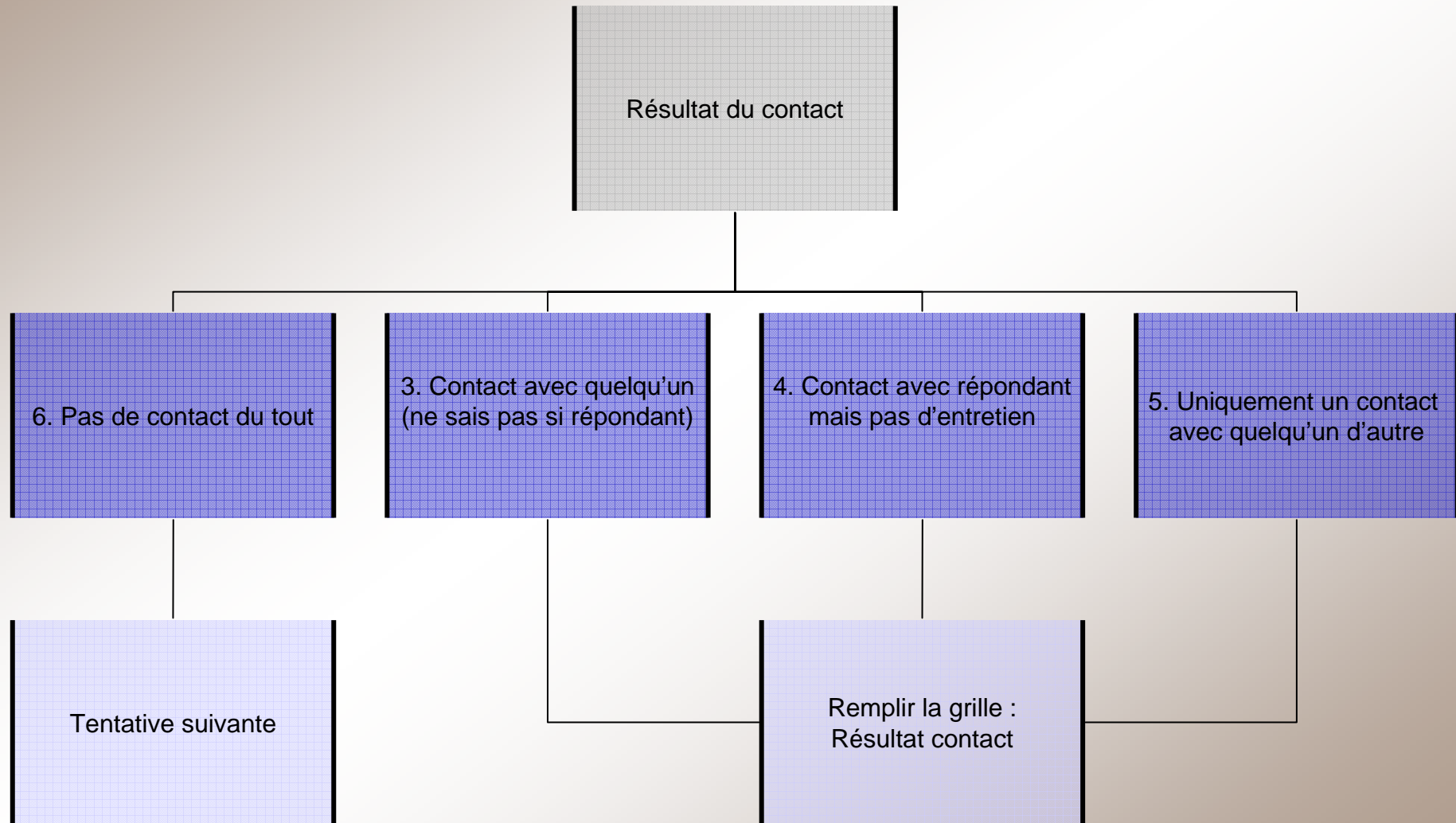
**Si le code du résultat du contact est :**  
 1,2,6 --> Aller à la section N1  
 3,4,5, 8 --> Aller a la section 6 = résultat contact  
 7--> Aller à la section 12 = adresse non valide

# Troisième partie : que faire du résultat du contact ?

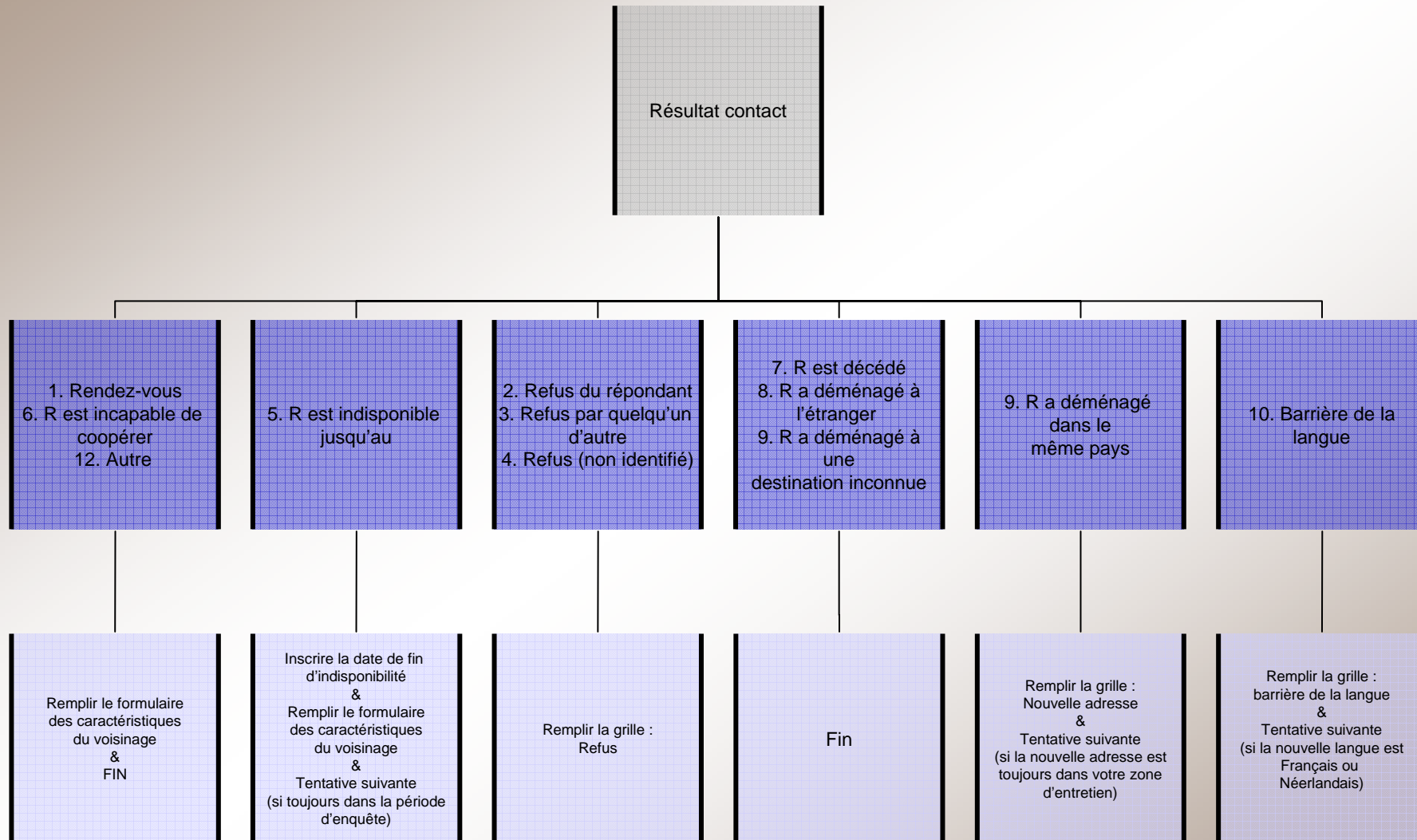
## PREMIER CAS : le contact était FACE A FACE ou par INTERPHONE



## DEUXIEME CAS : le contact était TELEPHONIQUE



# Grille : résultat contact ?



# Grille : Résultat Contact

## 6. RESULTAT CONTACT MAIS PAS D'INTERVIEW

(C=Tentative de contact; R=Répondant)

(ne cochez qu'une seule réponse par colonne)

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
1 Rendez-vous ..... → N1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2 Refus du répondant ..... → 7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3 Refus par quelqu'un d'autre ..... → 7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4 Refus (non identifié)..... → 7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5 R est indisponible jusqu'au ..... / ..... → N1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6 R est mentalement ou physiquement incapable de coopérer..... → N1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7 R est décédé ..... → FIN	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8 R a déménagé à l'étranger ..... → FIN	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
9 R a déménagé, adresse inconnue → FIN	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
10 R a déménagé en Belgique..... → 13	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
11 Barrière de la langue ..... → 6b	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
12 Autre:..... → N1	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
.....										

6b. SI barrière de la langue. Quelle(s) langue(s) parle le répondant ?

NOTER LA LANGUE :

→ Aller à la section N1 page 5



## Grille : refus

SI REFUS (code 2 , 3 ou 4 à la Q.6 )			
7. Le refus a eu lieu lors de la visite numéro (complétez)	Contact n°	Contact n°	Contact n°
8. Raison(s) du refus ? (cochez tous les codes qui correspondent)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1. Pas le moment (ex. : maladie, enfants,...) / une autre occupation en cours (ex. : visite)	1	1	1
2. Pas intéressé	2	2	2
3. Ne connaît pas assez / rien du tout sur le sujet « c'est trop difficile pour moi »	3	3	3
4. Perte de temps	4	4	4
5. Perte d'argent	5	5	5
6. Respect de la vie privée / « je ne donne pas d'information personnelle »	6	6	6
7. Ne répond jamais aux enquêtes	7	7	7
8. Participe trop souvent	8	8	8
9. Ne fais pas confiance aux enquêtes	9	9	9
10. Mauvaise expérience antérieure	10	10	10
11. Opposé au sujet	11	11	11
12. R refuse parce que le partenaire / un membre de la famille ou du ménage n'approuve pas la coopération	12	12	12
13. Je ne laisse jamais entrer des inconnus chez moi.	13	13	13
14. Autres:	14	14	14
.....			
.....			
<b>9. Donnez votre propre estimation des chances de participation future du répondant sélectionné :</b>			
1 Ne participera CERTAINNEMENT pas dans le futur	1	1	1
2 Ne participera PROBABLEMENT pas dans le futur	2	2	2
3 Participera PEUT-ÊTRE dans le futur	3	3	3
4 PARTICIPERA dans le futur	4	4	4
8 Ne sais pas	8	8	8

## Grille : refus

10. Quel age pensez-vous qu'avait le répondant (ou la personne qui a répondu à sa place)?	Contact n°	Contact n°	Contact n°
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 Moins de 20 ans	1	1	1
2 Entre 20 et 39 ans	2	2	2
3 Entre 40 et 59 ans	3	3	3
4 60 ans ou plus	4	4	4
8 Ne sais pas/ jamais vu le répondant (ou vu quelqu'un d'autre)	8	8	8
11. Le répondant / la personne contactée est			
1 Un homme	1	1	1
2 Une femme	2	2	2
8 Ne sais pas	8	8	8

→ Aller à la section N1 page

## Grille : résultat inéligible

### RESULTAT ADRESSE NON VALIDE

SEULEMENT SI L'ADRESSE N'EST PAS TROUVABLE,  
OU RESIDENTIELLE, OU OCCUPPEE

#### 12. RESULTAT (=adresse non valide)

Maison / habitation abandonnée ou démolie .....	1
Maison pas encore construite ou pas encore habitable.....	2
Habitation non-occupée (vide, résidence secondaire ou saisonnière...)	3
L'adresse n'est pas résidentielle: site industriel ou commercial.....	4
L'adresse n'est pas résidentielle: institution (maison de repos, hôpital, centre militaire, monastère,...)	5
L'adresse n'est pas trouvable, l'adresse n'était pas suffisante .....	6
Autre ( <i>donnez des détails</i> ) .....	7

→ FIN

### SEULEMENT SI LE RÉPONDANT A DÉMÉNAGÉ EN BELGIQUE

#### 13. Nouvelle adresse

1 : La nouvelle adresse est :

Rue: .....Numéro: ..... Boîte: .....

Ville: .....Code postal: .....

Province ..... Pays: ..... → Allez au point 14

2: A déménagé dans une institution → FIN

#### 14. La nouvelle adresse est-elle toujours dans votre zone d'entretien?

1 OUI → Passez le point N1, essayez de joindre le répondant à sa nouvelle adresse -> contact suivant

2 NON → FIN

# Formulaire des caractéristiques du voisinage

## FORMULAIRE DES CARACTERISTIQUES DU VOISINAGE

- REMPLIR UN SEUL FORMULAIRE POUR CHAQUE ADRESSE
- REMPLIR DE JOUR QUAND C'EST POSSIBLE
- REMPLIR POUR CHAQUE UNITE D'ÉCHANTILLON Y COMPRIS LES REFUS, NON CONTACTS...

**N1.** Dans quel type de maison vivent les répondants ?

Ferme .....	1
Unité d'habitation simple :	
Maison isolée .....	2
Maison jumelée .....	3
Maison en rangée .....	4
La seule unité d'habitation dans un bâtiment à autre destination (surface commerciale).....	5
Unité d'habitation multiple :	
Immeuble à appartements, studio.....	6
Appartements pour étudiants, chambres .....	7
Maison de retraite .....	8
Autre :	
Caravane ou bateau .....	9
Autre:.....	10
.....	
.....	
Ne sais pas .....	88

**N2.** Avant de pouvoir atteindre la porte personnelle du répondant, devez-vous utiliser un interphone, franchir une barrière ou une porte fermée ?

Oui – il y a un système de parlophone / interphone .....	1
Oui – il y a une porte ou une barrière fermée.....	2
Oui – il y a un parlophone / interphone et une barrière fermée.....	3
No – il n'y a aucun de ces éléments.....	4

# Formulaire des caractéristiques du voisinage

**ENQUÊTEUR :** Pour évaluer l'état matériel général de l'habitation prenez en considération les éléments suivants :

- Des problèmes de toiture (fuites – éléments manquants)
- Des dégâts aux fenêtres (châssis – vitrages)
- Tout autre problème de salubrité

**N3.** Dans quel état matériel sont les constructions ou les habitations dans ce quartier ?

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| En très bon état.....     | 1 |
| En bon état.....          | 2 |
| En état satisfaisant..... | 3 |
| En mauvais état.....      | 4 |
| En très mauvais état..... | 5 |

**ENQUÊTEUR :** Pour évaluer l'état général du voisinage prenez en considération l'environnement immédiat de la maison ou de l'appartement du répondant. Regardez à gauche et à droite de l'habitation à une distance d'environ deux habitations (+- 15 mètres).  
S'il s'agit d'un appartement considérez le même espace autour du building, pas seulement de l'appartement lui-même.

**N4.** Dans le voisinage immédiat, dans quelle mesure est-il fréquent d'observer des déchets ou des débris répandus sur le sol ?

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| Très fréquent.....        | 1 |
| Plutôt fréquent.....      | 2 |
| Plutôt pas fréquent.....  | 3 |
| Pas du tout fréquent..... | 4 |

**N5.** Dans quelle mesure est-il fréquent d'observer des traces de vandalisme, de graffiti ou de dégradations volontaires?

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| Très fréquent.....        | 1 |
| Plutôt fréquent.....      | 2 |
| Plutôt pas fréquent.....  | 3 |
| Pas du tout fréquent..... | 4 |

# 3: Questionnaire

- Un des enjeux de ce type de questionnaires « généralistes » est que certaines parties vont intéresser le répondant plus que d'autres.
  - × Votre responsabilité est de maintenir un « rythme » acceptable auquel poser les questions. Il n'est ni question de « presser » le répondant, ni de laisser trop de place à des digressions... (pas de discussion philosophique ou de débat politique...)
- Vous avez des cartes réponses à votre disposition. Il est impératif de les utiliser !
  - × Certaines réponses comme « ne sait pas » ne DOIVENT pas être lues et ne sont pas sur les cartes réponses.
- En règle générale vous ne DEVEZ PAS fournir d'explication sur les questions.
  - × Dans certains cas vous avez une explication pour un terme spécifique de la question.
- Certains questions pourraient paraître comme « sensibles ».
  - × VOUS devez être à l'aise avec ce type de question.
  - × Rassurez le répondant en lui rappelant l'anonymat et le caractère scientifique de la recherche.

- Lisez clairement et lentement chaque question
- N'acceptez pas la réponse "je ne sais pas" trop rapidement
- En cas de doute, assurez-vous que vous avez bien entendu la réponse
- Le questionnaire est divisé en module, chaque module correspond à un sujet spécifique. Parfois, il y a de petites phrases introductives, parfois non.
  - × Le répondant n'a pas à savoir lorsqu'on passe d'un module à l'autre.
  - × Le questionnaire doit être présenté comme un tout.



- Sur votre écran vous verrez des instructions spécialement pour vous. (INTERVIEWER / ENQUÊTEUR) : ceci n'est pas à lire à haute voix.
  
- Certaines questions déjà posées sont répétées:
  - × Test pour la méthodologie
  - × Sert à améliorer les futurs questionnaires
  - × → Dire : « N'essayez pas de vous rappeler, s'il vous plaît, ce que vous avez répondu précédemment mais traitez-les comme s'il s'agissait de questions complètement nouvelles. »

- Expliquez l'utilisation cartes réponses au répondant et assurez-vous qu'il les utilise correctement;
- Tournez vous-même les cartes réponses (souvent, les cartes sont utilisées plusieurs fois, etc..)
- Assurez-vous que les réponses présentées sur la carte réponse correspondent aux réponses sur l'écran.
- Confirmez les réponses.

- A1-A10 : Médias, confiance...
- B1-B40 : « Politique », citoyenneté, capital social...
- C1-C36 : Sentiment de bien-être, exclusion, identité sociale et culturelle...
- D1-D55 : Confiance dans la police et la justice...
- F1-F69 : Profil socio-démographique...
- G1-G88 : Travail, famille...
- H : Valeurs
- I : Questions test
- J : VOTRE avis

### → A6 MONTREZ ENCORE CARTE 1

- × Et combien de temps, un jour de semaine habituel, passez-vous à lire des articles sur la POLITIQUE ET L'ACTUALITE dans les journaux ?

### → A7 MONTREZ CARTE 2

- × Maintenant, à l'aide de CETTE carte, dites-moi combien de fois utilisez-vous Internet, le Web ou l'e-mail pour votre USAGE PERSONNEL, que ce soit à la maison ou au travail ?

### → A8 MONTREZ CARTE 3

- × A l'aide de cette carte, diriez-vous que l'on peut généralement faire confiance à la plupart des personnes, ou que l'on n'est jamais trop prudent dans ses contacts avec les gens ? Veuillez indiquer votre réponse sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que l'on n'est jamais trop prudent et 10 signifie que l'on peut faire confiance à la plupart des personnes. (ENQ. NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)
- × C'est la première question de positionnement sur un axe, expliquez la démarche à l'aide de la carte réponse.

### → B4-B10 MONTREZ CARTE 8

- × En utilisant cette carte, dites-moi, sur une échelle de 0 à 10 quelle confiance vous faites **PERSONNELLEMENT** à chacune de ces institutions. 0 signifie que vous ne faites pas du tout confiance à une institution et 10 que vous lui faites complètement confiance. Tout d'abord ...
  - "le Parlement fédéral belge"
  - "la justice"
  - "la police"
  - "les hommes politiques"
  - "les partis politiques"
  - "le Parlement européen"
  - "les Nations Unies "
- × C'est la première série de question avec les mêmes modalités de réponses, montrez bien qu'il s'agit d'une question différentes à chaque fois.

### → B11

- × Pour une raison ou une autre, il arrive aujourd'hui que des gens ne votent pas. Avez-vous voté aux dernières élections législatives (Chambre des Représentants) du 13 juin 2010 ?
- × LES QUESTIONS B11 ET B12 SE RAPPORTENT UNIQUEMENT AU CHOIX POUR LA CHAMBRE, PAS AU CHOIX POUR LE SÉNAT

### → B12

- × Pour quel parti avez-vous voté à ces élections? (ENQ. NE RIEN SUGGERER - 1 SEULE REPONSE POSSIBLE)

→ Voici un exemple de question où il ne faut rien suggérer et ne pas lire les modalités de réponses (il n'y a d'ailleurs pas de carte réponse)

- En règle générale dans ce module, toute référence à « la police » concerne l'ensemble des corps de police à tous les niveaux géographiques.
- D11 La question est un peu “compliquée”...
  - × Laisser le temps au répondant de bien lire chaque modalité de réponse.
- D25- D31 La question peut paraître “saugrenue”...
  - × Rappeler l'anonymat / il ne s'agit pas forcément d'une expérience personnelle
- D40 On entre dans des questions “sensibles”...
  - × Rappelez qu'il n'y a pas de mauvaise réponse
  - × Il s'agit pour le répondant d'être sincère... pas de vous plaire.
- D43-D45 On est en plein dans des questions “vraiment sensibles”...
  - × Rappelez l'anonymat...
  - × Rappelez l'importance de réponses conforme à la « réalité » pour la validité scientifique de l'enquête...

### → TABLEAU MEMBRES DU MENAGE

× Combien de personnes, vous même et les enfants y compris, vivent régulièrement comme membres de votre ménage ?

→ Pouvez-vous me donner le prénom de chaque membre de la famille en commençant par vous même, et ensuite du plus âgé au plus jeune.

→ De quel sexe est il/elle ?

→ Année de naissance de il/elle ?

→ Pouvez vous me dire quelle relation il existe entre vous et ....? Est-ce que c'est votre ...?

- Bien précisez que la réponse vient du répondant : s'il parle de Sylvie (qui est sa fille) il faut répondre : Fils|fille (beau-fils|belle fille ou adoptés, enfant placé dans une famille d'accueil, enfant du partenaire)



→ F6 & F11 : vie en couple

- × **On parle de statuts légaux.**

→ Questions sur l'éducation

- × La carte réponse est « complexe »... essayez la question ouverte puis trouvez la catégorie correspondante dans la grille.

→ Questions sur les revenus

- × Cette question n'est pas tabou !
- × La personne à le choix entre différentes échelles de réponse (hebdo-mensuel-annuel).

### → Travail

- × Si le répondant à plus d'un travail vous devez prendre en compte celui qui représente le plus d'heures de travail. En cas d'équivalence, celui que est le mieux payé.

### → Revenus

- × Vous pouvez accepter des estimations.

### → Tavaux ménagers

- × Référez-vous aux indications sur la carte réponse.

Ce module fait appel à des questions « standards » dites de « Schawtz »

- Cette partie constitue le plus souvent une redite de questions déjà posées
  - × Ceci permet de mesurer la qualité des question
  - × La personne ne doit pas essayer de se rappeler ce qu'elle a déjà répondu.
  - × Plusieurs versions différentes existes et sont sélectionnées aléatoirement.

### → Ce module VOUS concerne

- × Nous vous demandons de transcrire ici votre opinion sur le déroulement de l'enquête
- × Certaines questions nous permettront de vérifier les biais possibles dus aux profils des enquêteurs (Ex. en Grande Bretagne les enquêteurs sont souvent des enquêtrices de plus de 60 ans...)

Difficultés, incompréhension, question d'un répondant, vague de refus...

**Prennez contact sans attendre avec GFK Significant !**

Si vous devez contacter le CLEO/ULg :

[Frederic.heselmans@ulg.ac.be](mailto:Frederic.heselmans@ulg.ac.be)