

Publication n°



**SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE D'ÉVALUATION DE PROGRAMME**  
**affiliée à la Société canadienne d'évaluation**

## **Considérations sur le choix d'une méthode de sondage**

document de travail  
pour l'exposé de

Michel Lemieux  
Sociologue et vice-président à la recherche et au marketing  
Groupe Léger et Léger

Activité de formation et d'échanges  
de la Société québécoise d'évaluation de programme

Québec, 16 janvier 1998



## LA MATIÈRE (1)

---

- les genres d'utilisation des sondages
- les différentes méthodes
- la stratégie du questionnaire
  - la bonne question
  - la bonne dynamique
- les échantillons



## LA MATIÈRE (2)

---

- les étapes de réalisation d'un sondage
- les facteurs qui déterminent les coûts d'un sondage
- les groupes de discussion



## recensement et sondage

---

### > RECENSEMENT

- > compilation de données primaires
  - > N.usines dans une ville
  - > exportations en 1997
  - > revenus déclarés des médecins

### > SONDAGE

- > tiré par échantillonnage
  - > quelques uns peuvent représenter tous
  - > 500 grands et 1000 grands...
  - > **coût et rapidité, liée à la notion même de sondage**



## le sondage: une technique et un art

---

- > la science statistique: les techniques des échantillons
- > un aspect de psychologie sociale quant à la dynamique de déroulement
- > un aspect de qualité et de précision d'écriture quant aux questions
- > une solide connaissance des logiciels de statistiques
- > le flair d'aller chercher les bonnes données
- > le sens pédagogique d'expliquer simplement les résultats



## TYPOLOGIE DES GENRES D'UTILISATIONS DES SONDAGES

---

- > **1-le sondage de marketing**
  - > besoins et attentes des consommateurs
  - > ciblage de clientèle
  - > perception de produits et de marques
  - > perception de campagne publicitaires
- > **2-le sondage d'affaires publiques**
  - > politiques gouvernementales
    - > sondage politique (partis politiques et médias)



## TYPOLOGIE DES GENRES D'UTILISATIONS DES SONDAGES (suite)

---

- > **3- SONDAGES DE SATISFACTION DE  
CLIENTÈLES**
- > **4- SONDAGES ORGANISATIONNELS**
  - > eco
- > **5- SONDAGE SPECTACLE**



## LES MÉTHODES: LE FACE À FACE

---

- > caractéristiques:
  - > **sur place** (centres commerciaux, domicile, rue)
  - > **la meilleure**
    - > permet des questionnaires longs
    - > interaction de l'intervieweur
    - > permet de soumettre du matériel
  - > **la plus coûteuse**
  - > obligation de contrôler de façon stricte la qualité des enquêteurs



## LES MÉTHODES: L'AUTO-ADMINISTRÉ

---

- > postal, remis sur place
- > peu coûteux
- > permet des formulations de question complexes (ex. échelle)
- > inconvénients au plan de la représentativité
  - > qui répond ?
  - > analphabétisme...
- > comment faire répondre plus et mieux ?  
*récompenses...*



## LES MÉTHODES : LE SONDAGE TÉLÉPHONIQUE

---

- avantages
  - le plus courant, peu coûteux, rapide
  - permet le SAO (assistance informatisée)
  - surveillance des entrevues
  - facilité à constituer des échantillons



## LES MÉTHODES : LE SONDAGE TÉLÉPHONIQUE

---

- les inconvénients
  - biais par l'absence de téléphone dans des foyers
  - numéros confidentiels
  - réticences à livrer des informations
  - réponses peu élaborées aux questions ouvertes
- constat de base
  - anxiété de répondre (la mauvaise réponse)
  - motivation à répondre (pourquoi ?)



## **LA STRATÉGIE DU QUESTIONNAIRE**

---

- l'art de formuler chaque question et de les articuler en contrôle des interactions
- LA BONNE QUESTION
  - 1-CLARTÉ, SIMPLICITÉ, AISÉMENT COMPRÉHENSIBLES
    - MORT AU JARGON !!!
  - 2-NON AUX QUESTIONS ÉQUIVOQUES
  - 3-UN SEUL ÉLÉMENT D'INTERROGATION PAR QUESTION



## **LA BONNE QUESTION (SUITE)**

---

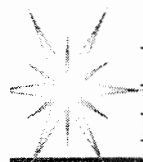
- LES QUESTIONS MAL ADAPTÉES À CERTAINES CATÉGORIES DE RÉPONDANTS
- LES QUESTIONS QUI EXIGENT UNE GYMNASTIQUE INTELLECTUELLE
- LES ÉCHELLES À X NIVEAUX



## LA BONNE QUESTION (SUITE)

---

- > LES QUESTIONS QUI COMPORTENT UN HAUT DEGRÉ DE DÉSIRABILITÉ SOCIALE
- > LA QUESTION QUI EXIGE QU'ON RÉPONDE AU NOM DE TIERS
- > L'ARTIFICIALITÉ DE CERTAINS SUJETS
- > LE NOMBRE DE MODALITÉS DE RÉPONSES



## L'ORDRE DES QUESTIONS OU LA DYNAMIQUE DU QUESTIONNAIRE

---

- > LA MISE EN SITUATION, L'IMMERSION PROGRESSIVE
- > DU SPONTANÉE VERS L'ASSISTÉE
- > L'ORDRE CLASSIQUE
  - > LA PRÉSENTATION
  - > L'ÉLIGIBILITÉ
  - > LE COMPORTEMENT
  - > LE JUGEMENT
  - > VARIABLES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES





## L'ORDRE DES QUESTIONS OU LA DYNAMIQUE DU QUESTIONNAIRE

---

### > LES ÉCUEILS

#### > 1 LA CONTAMINATION CONTEXTUELLE

> QUAND L'ÉCHANTILLON N'EST PLUS  
REPRÉSENTATIF

> QUAND LE COMMANDITAIRE EST IDENTIFIÉ

#### > 2 LE QUESTIONNAIRE TROP LONG

#### > 3 LE QUESTIONNAIRE ENNUYANT

### > LES S.A.O.



**Le questionnaire,  
d'abord une conversation  
dirigée**

---



## LES ÉCHANTILLONS

---

> PRIMO

- > choisi au hasard
- > pas échantillonaux, tirages, etc.

> SECONDO

- > un assez grand nombre de répondants



## les aspects importants

---

> **LA STRATIFICATION PAR QUOTAS**

- > une exigence de répondants dans une sous-catégorie

> **LES MARGES D'ERREUR**

- > la probabilité qu'un échantillon X appartienne à la population générale

>

> **LE TAUX DE COLLABORATION**



## LES ÉTAPES DE RÉALISATION D'UN SONDAGE

---

### > 1-LA PROBLÉMATIQUE

- > on veut savoir quoi exactement ?
- > qui doit être impliqué dans la conception de la recherche ?
- > qui doit être sondé ?
- > quelles dimensions doivent être fouillées ?
- > quel est le budget disponible ?



## LES ÉTAPES DE RÉALISATION D'UN SONDAGE

---

### > 2-LA RÉALISATION

#### > -**la mise au point du questionnaire**

- > les dimensions
- > les indicateurs
- > la formulation de la question

#### > -**le prétest**

- > la compréhension des questions



## LES ÉTAPES DE RÉALISATION D'UN SONDAGE

---

### > 3-LE TRAITEMENT

- > la codification
- > le plan de croisement
- > la pondération
- > utilisation des logiciels
  - > SPSS ,SAS, STAT-XP



## LES ÉTAPES DE RÉALISATION D'UN SONDAGE

---

### > 4-RÉALISATION DU RAPPORT

- > plusieurs niveaux possibles
- > partie descriptive
  - > selon le nombre de variables sous analyse
  - > fréquences, les graphiques
  - > descriptif segmenté
- > partie analytique
  - > retrouver la dynamique des variables (articulation)
  - > indices , analyse multivariée, typologie
  - > recommandations et suggestions



## LES ÉTAPES DE RÉALISATION D'UN SONDAGE

---

- 5-RÉCEPTION DU RAPPORT DE SONDAGE
  - qui doit le recevoir ?
  - qui doit réagir ?
  - comment intégrer le sondage dans la dynamique d'une organisation, dans une prise de décision ?



## LES FACTEURS QUI DÉTERMINENT LE COÛT D'UN SONDAGE

---

- 1-la sortie de l'échantillon
- 2-le taux d'incidence
- 3-la présence d'une grille de sélection
- 4-la durée du terrain:
  - N. minutes x N. de répondants
- 5-la codification des questions ouvertes
- 6-le rapport : N. questions X N. variables de segmentation ( + graphiques)



## LES GROUPES DE DISCUSSION

---

- Basées sur la dynamique de groupe et les techniques d'animation
- groupe d'une dizaine de personnes sélectionnées, rémunérées
- recrée les interactions entre les personnes
- plus créatifs, plus imaginatifs, exploratoire
- permet de leur soumettre du matériel
- interdit la quantification