

ADAPTER LA METHODE AUX OBJECTIFS DE L'ENQUETE

Origine et objectif de la fiche

Les retours d'expérience des collectivités locales ayant réalisé ou fait réaliser des enquêtes mettent en évidence des intentions, des objectifs et des attentes différentes selon les collectivités et la façon dont l'enquête a été mise en œuvre. Ainsi, on voit ressortir 3 grandes familles d'objectifs :

- ❶ construire un outil de pilotage d'une stratégie Économie circulaire ou d'un plan de prévention des déchets (PLPDMA),
- ❷ réaliser une mesure d'impact des actions,
- ❸ élaborer une stratégie de communication.

Par ailleurs, les modalités de réalisation diffèrent : les enquêtes sont réalisées en interne ou sous-traitée ; le mode d'administration des questionnaires varie entre questionnaire auto-administré, administré en face à face, questionnaire en ligne, éventuellement par téléphone ; l'approche fait le plus souvent référence aux méthodes quantitatives (sondage) mais les méthodes qualitatives peuvent être aussi mobilisées (entretien semi-directifs, réunion de groupes).

Cette fiche a pour objectifs d'aider la collectivité à :

- préciser les objectifs qu'elle se donne pour l'enquête,
- s'appuyer sur ces objectifs pour définir les principales caractéristiques de l'enquête qu'elle souhaite réaliser.

Modalités de réalisation : enquête réalisée en interne ou sous-traitance

Les enquêtes réalisées par les collectivités sont diverses. Tout d'abord, les collectivités consultées mettent en avant différents objectifs pour les « enquêtes déchets – économie circulaire » qu'elles ont réalisées.

📌 « **Je veux construire un outil de pilotage de ma stratégie** » :

- ✓ Établir une mesure de référence : faire un « état zéro » sur le territoire
- ✓ Réaliser un état des lieux des pratiques
- ✓ Compléter le diagnostic technique

📌 « **Je veux réaliser une mesure d'impact de mes actions** » :

- ✓ Mesurer le niveau de connaissance des citoyens
- ✓ Mesurer l'évolution des pratiques des citoyens
- ✓ Faire une évaluation des actions déjà mises en œuvre ou à tester
- ✓ Renseigner les indicateurs de performance sur le [référentiel ECi](#)

📌 « **Je veux construire une communication** » :

- ✓ Sensibiliser les publics à travers la diffusion d'un questionnaire.

Trois critères influent sur le choix de type d'enquête à mettre en œuvre : la taille de la collectivité (*petite ou grande*), le mode de recueil des données (*réalisé ou non par un prestataire extérieur*) et le résultat attendu (*pilotage de la stratégie ECI par exemple*).

La taille de la collectivité a un impact sur les moyens techniques et financiers dont elle dispose pour la réalisation d'une enquête. Le choix de réaliser une enquête par les agents de la collectivité ne doit pas s'appuyer uniquement sur des aspects financiers mais bien prendre en considération les possibilités et les limites que l'exercice suppose. (Cf. M5 : Réaliser une enquête en interne)

La réalisation d'une enquête par les agents est le plus souvent le fait de collectivités de petite taille avec peu de moyens et un public plus restreint. **La réalisation même de l'enquête offre à la collectivité la possibilité de sensibiliser son public à la thématique** (prévention, économie circulaire).

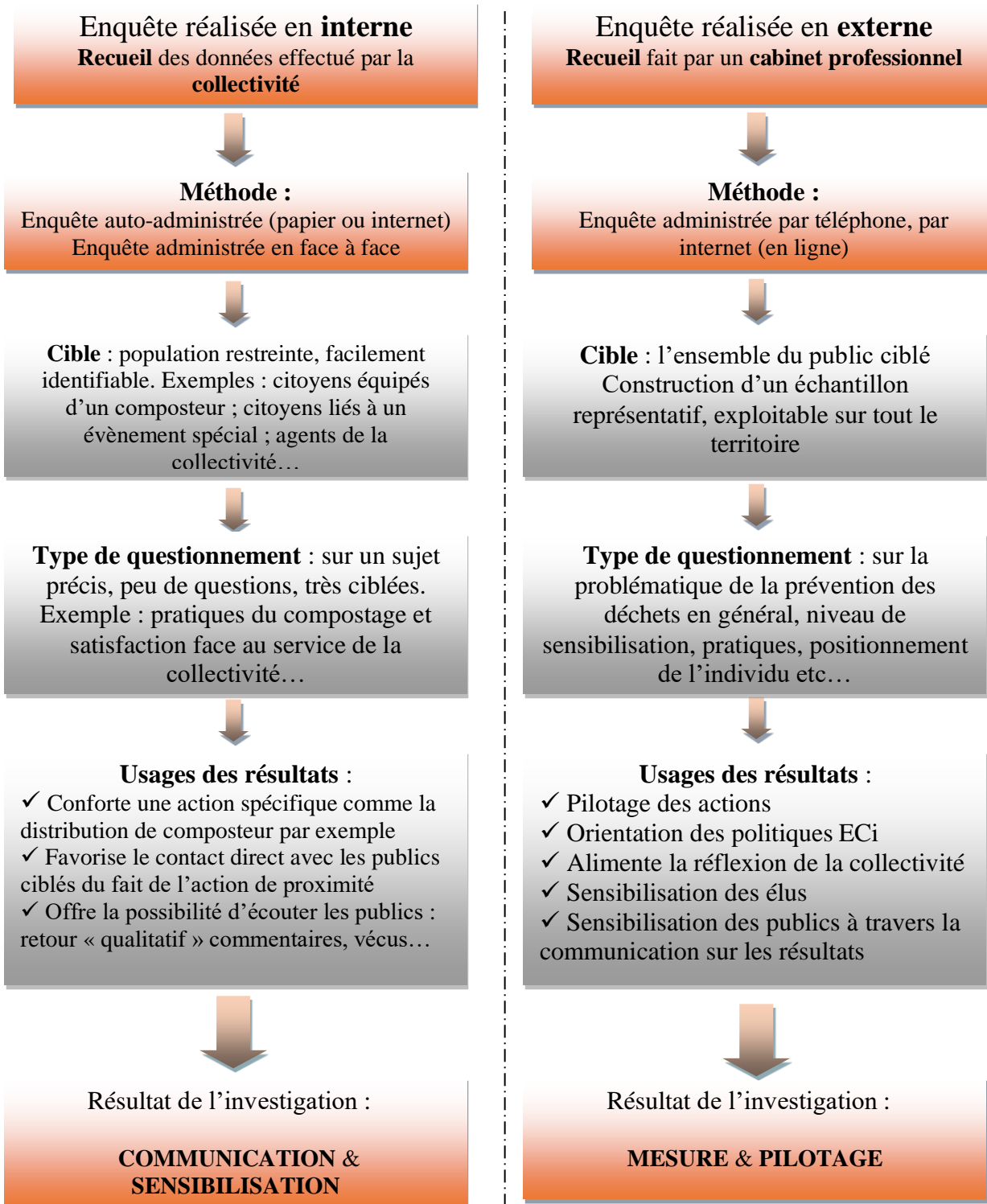
Le recours à un prestataire extérieur est généralement le fait des collectivités de grande taille, compte tenu de leurs besoins (public large) et des moyens dont elles disposent. L'accompagnement de la collectivité par le prestataire facilite la structuration du projet, son appropriation (fiabilité des résultats) et donne de la légitimité aux résultats. **L'enquête permet avant tout d'opérer des choix pour piloter ou mesurer la stratégie**. Dans un second temps, les résultats peuvent être diffusés pour sensibiliser les publics.

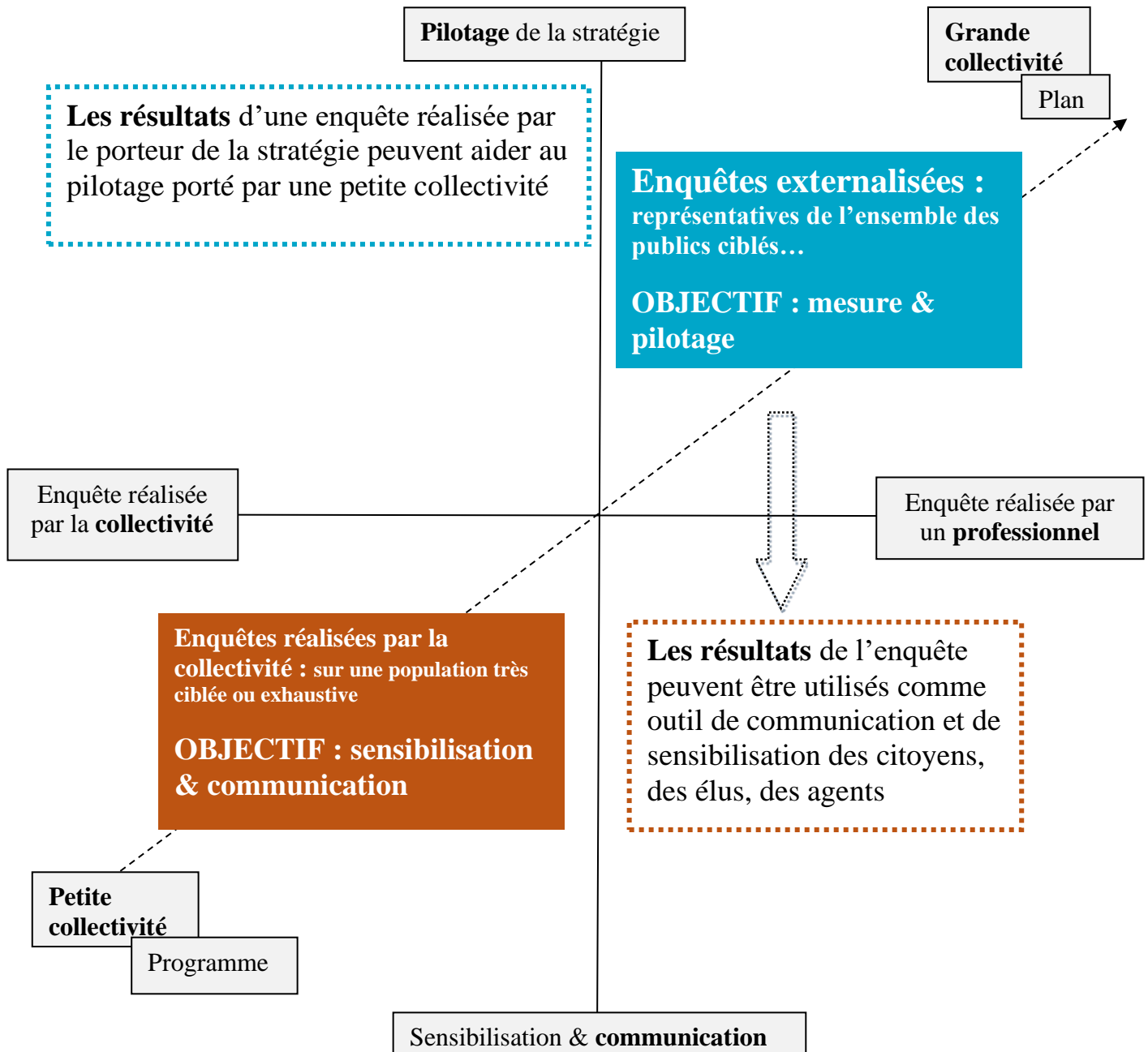
La fiabilité des résultats d'une étude réalisée par un prestataire extérieur, spécialiste dans le domaine, permet un champ d'investigation large (*interrogation sur le niveau de sensibilité des citoyens face à la prévention des déchets, l'identification des pratiques, les comportements face aux pratiques alternatives etc.*) des extrapolations des résultats à l'ensemble de la population, tandis qu'une étude réalisée en interne, par la collectivité, pour être fiable, ne couvre pas les mêmes champs d'interrogation.

L'enquête réalisée dans le cadre du pilotage d'un plan régional, peut le cas échéant, profiter aux collectivités porteuses d'un programme sur le territoire.

A. Mode d'administration des questionnaires :

Les modalités de réalisation de l'enquête (en interne ou réalisé par un prestataire extérieur) impactent assez naturellement sur la méthode et les résultats. Les différences en termes de mode d'administration des questionnaires ont des conséquences sur les publics ciblés (Cf. M2 : Choisir un mode d'administration d'un questionnaire), sur la nature des questionnements et donc sur l'usage des résultats.





Le schéma ci-dessus illustre les deux grandes tendances d'enquête en fonction des axes « objectifs de l'enquête » et « modalités de réalisation ».

On distingue ainsi :

- l'enquête réalisée par la collectivité sur une population facile à identifier avec essentiellement un objectif de sensibilisation, voire de suivi d'action ponctuelle ;
- l'enquête externalisée avec un échantillonnage représentatif qui permet une mesure des résultats, un pilotage des actions et un suivi dans le temps.

B. Type d'approche : méthode qualitative ou quantitative

Il existe **deux grands types d'approche** : les méthodes qualitatives et les méthodes quantitatives. Elles répondent à des objectifs différents et font appel à des outils d'enquête eux aussi différents. Ce choix est **lié aux objectifs** de l'enquête : ce que l'on veut savoir et pour en faire quoi.

Les méthodes qualitatives

Il s'agit d'interroger un **petit nombre** de personnes à l'aide d'un **questionnement très ouvert** pour analyser leur **discours**. Le qualitatif est **exploratoire**, on cherche à comprendre un phénomène sans a priori. Les études qualitatives permettent de recueillir un discours très riche et spontané sur la manière dont les enquêtés appréhendent le sujet de l'enquête avec leur vécu et leurs propres termes, ce sont des réponses approfondies. Elles nous apportent également des réponses à des questions que l'on ne s'était pas posées. Dans la formulation des objectifs de l'étude, les termes « **besoins** », « **attentes** », « **motivations** », « **freins** », « **images** » appellent souvent le choix des méthodes qualitatives. Elles s'appuient le plus souvent sur des entretiens semi-directifs ou sur les réunions de groupes.

Les méthodes quantitatives

Il s'agit d'interroger un **grand nombre** de personnes à l'aide d'un **questionnement fermé** pour une analyse statistique de leurs **réponses**. Le quantitatif est vérificateur, on connaît le domaine étudié et on cherche à **valider ou à infirmer des hypothèses**. Les méthodes quantitatives ont pour **avantage** d'apporter des réponses précises aux hypothèses de l'étude. En s'appuyant sur un grand nombre d'interrogations, **on peut effectuer des exploitations statistiques et extrapoler les résultats à la population totale**. Dans la formulation des objectifs de l'étude, les termes « **mesurer** », « **évaluer** », « **part** », « **hiérarchiser** », « **notoriété** » appellent souvent le choix des méthodes quantitatives. Elles s'appuient sur le **sondage** (interrogation d'un échantillon représentatif) et sur **trois types d'outils** : le sondage ponctuel, le panel et le baromètre.

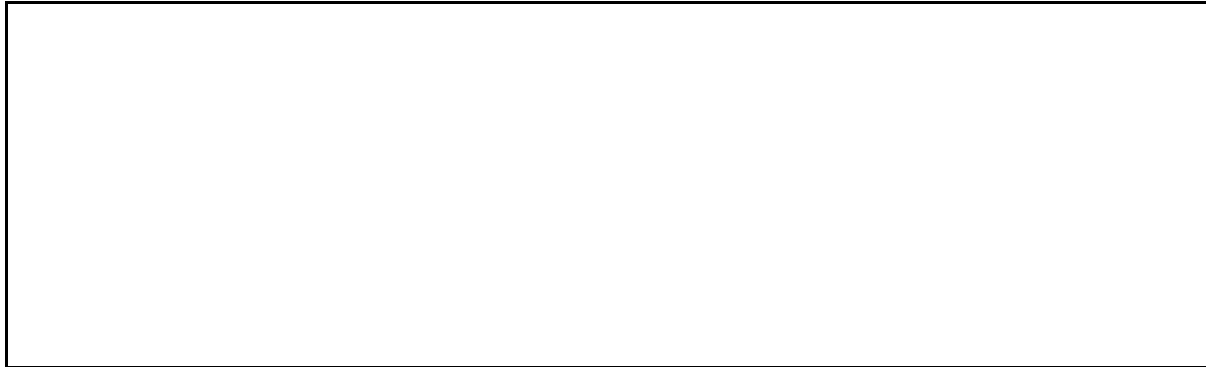
Le sondage ponctuel est effectué une seule fois. Les comparaisons sont limitées compte tenu des formulations de questions différentes.

Le panel permet de poser les **mêmes questions aux mêmes personnes** : on peut ainsi suivre les évolutions des attitudes de chaque enquêté. Cet outil comporte un biais que l'on appelle « l'effet panel » (la connaissance des questions, la préparation aux réponses et le sentiment d'appartenir à une catégorie « distinguée »), ainsi qu'un risque de lassitude que l'on compense par un renouvellement régulier d'une partie de l'échantillon.

Le baromètre permet de poser les **mêmes questions à des personnes différentes** : on peut ainsi suivre les évolutions des catégories d'individus, mais pas des personnes elles-mêmes. Il n'y a pas « d'effet panel », mais la composition de l'échantillon doit suivre scrupuleusement les mêmes caractéristiques tout au long des vagues d'enquête pour permettre une réelle comparaison des résultats.

Choix de la méthode

Chaque méthode comporte ses avantages et ses inconvénients. Les points faibles de l'une sont souvent les points forts de l'autre. Chacune est pertinente, mais le type de données et les analyses qui en découleront seront très différents. Le choix dépend des objectifs de l'enquête et des résultats attendus.



Par rapport aux objectifs de mesure, la méthode quantitative est dominante et incontournable. En complément, il peut être envisagé du qualitatif pour approfondir certaines notions comme les freins, les motivations ou pour co-construire de nouvelles pistes d'actions.

Dans une enquête Déchets – Économie Circulaire, compte tenu de la nécessité pour les collectivités d'obtenir des chiffres clefs sur lesquels s'appuyer pour prendre des décisions de pilotage de la stratégie, l'enquête sera souvent en grande partie quantitative. Il est cependant possible de combiner les méthodes avec la réalisation de quelques entretiens semi-directifs en fin d'enquête ou avec l'introduction d'une ou deux questions ouvertes dans le questionnaire. Des regroupements de collectivités ou des collaborations sont également possibles.

Les citoyens & l'économie circulaire : choix de la méthode

Problématique **qualitative**

- Perceptions et représentations : l'économie circulaire c'est quoi ? Pour qui ? Pourquoi ?
- Identification des freins : description des pratiques actuelles, ce qui est facile, ce qui est difficile, en quoi est-ce une difficulté ?
- Les leviers : recherche de solutions possibles, réalistes....
- Pratiques de contournement ou d'incivisme : que faire ?
- Identification des besoins et des attentes etc...

Cible : les citoyens

Thématiques abordées : sujet sociétal, l'environnement qui s'inscrit dans un contexte « quotidien ». Les services actuels sont-ils adaptés aux évolutions des pratiques ? Quels sont les éléments motivationnels pour entrer dans une démarche de prévention / d'ECi...

Outil : réunions de groupe ou entretiens semi-directifs

Problématique **quantitative**

- Mesurer le niveau de connaissance des citoyens face à la problématique
- Quels sont les gestes qui permettent de réduire la production de déchets (par exemple) ?
- Mesurer les pratiques d'achat (pilier consommation responsable)
- Mesurer les comportements éco-citoyens
- Quantification des freins
- Identifier l'attitude des consommateurs face au compostage, à la publicité, etc.

Cible : les citoyens

Thématiques abordées : **quantification** des pratiques (éviter, prévention...), du niveau de connaissance et **test d'hypothèses** pour favoriser les changements... (réemploi, réparation, consommation durable...)

Outil : sondage

→ Dans un questionnaire quantitatif, 1 ou 2 questions ouvertes peuvent permettre d'aborder certains sujets de manière approfondie et spontanée. Ce qui peut être le cas pour l'**identification des obstacles et les motivations aux changements d'habitudes** par exemple.