

## CHOISIR UN MODE D'ADMINISTRATION D'UN QUESTIONNAIRE

### Origine et objectif de la fiche :

Les retours d'expérience des collectivités locales ayant réalisé ou fait réaliser des enquêtes mettent en évidence leur difficulté quant au choix et à la mise en œuvre des différents modes d'administration d'un questionnaire : par téléphone, en face à face ou auto-administré, en ligne.

Au-delà de l'élaboration du questionnaire (Cf. M3 : Construire une question et élaborer un questionnaire), les collectivités expriment des difficultés en ce qui concerne le suivi du terrain, la fiabilité des résultats et le recueil des données (les refus de répondre, les horaires pour contacter les citoyens...).

**Cette fiche a pour objectif de préciser les avantages et les inconvénients des différents modes d'administration d'un questionnaire.** Elle propose également une aide au choix en fonction du public cible.

#### **Les enquêtes auto-administrées : *c'est l'enquêté qui remplit lui-même son questionnaire.***

Les enquêtes administrées en ligne sont aujourd'hui les plus courantes. Les instituts de sondage ont accès à des panels qui peuvent être fidélisés ou rémunérés sous différentes formes (on parle d'incentive). En suivant les quotas de réponse, il est ainsi possible de constituer des échantillons représentatifs. Ce type d'administration est réputé favoriser une expression plus directe des opinions et limiter le biais de désirabilité sociale lié à la volonté du répondant de « plaire à son interlocuteur » en adoptant des réponses favorables au thème du sondage.

Pour limiter les fausses réponses au questionnaire, des questions de contrôle peuvent être ajoutées. La représentativité des personnes éloignées de l'informatique peut être problématique (personnes âgées, précaires...).

Elles peuvent être réalisées par la collectivité ou par un prestataire extérieur. La réalisation du questionnaire (Cf. O5 : AGENTS & ELUS bibliothèque de questions pour les enquêtes d'éco-exemplarité), doit répondre à quelques règles en matière de rédaction pour que les réponses soient interprétables et analysables (Cf. M3 : Construire une bonne question et élaborer un questionnaire)

L'intérêt pour la collectivité tient aussi dans la possibilité de s'appuyer sur la démarche d'enquête pour sensibiliser le public ciblé.

**Attention, la représentativité est liée au canal de diffusion.**

#### **Les enquêtes administrées en face à face : *l'enquêteur administre le questionnaire à un interviewé qui est en face de lui.***

Elles sont préconisées pour l'administration d'un questionnaire à une population très ciblée. Par exemple des citoyens que la collectivité équipe d'un composteur individuel, des usagers d'un service ou les participants à un événement, des élus difficilement joignables autrement, les agents de la collectivité... C'est aussi un mode privilégié pour les enquêtes qualitatives

C'est la méthode la plus simple en termes de logistique pour une collectivité, elle nécessite cependant un minimum de rigueur et de structuration pour garantir la fiabilité des résultats. (Cf. M5 : Réaliser une enquête en interne : possibilités et limites)

La réalisation du questionnaire, généralement très ciblé en termes de contenu, doit répondre à quelques règles en matière de rédaction pour que les résultats soient interprétables et analysables (Cf. M3 : Construire une bonne question et élaborer un questionnaire)

L'intérêt pour la collectivité tient aussi dans la possibilité de s'appuyer sur la démarche d'enquête pour sensibiliser le public ciblé : le face à face est l'occasion d'échanger avec l'interviewé, de diffuser de l'information et de recueillir un ressenti, une matière « qualitative »

**Les enquêtes administrées par téléphone : *l'enquêteur administre le questionnaire à l'interviewé par téléphone ou en visio.***

L'utilisation du téléphone doit aujourd'hui faire face à la réduction des lignes fixes qui complexifient la composition d'échantillons. Ce mode de consultation est aujourd'hui réservé à des problématiques spécifiques.

Il est recommandé de faire appel à un cabinet extérieur pour garantir la représentativité de l'échantillon (Cf. M4 : Déterminer l'échantillon à interroger) et assurer tous les aspects techniques que nécessite ce mode de recueil. (Plate-forme CATI)\*

Ce type d'enquête reste toutefois de moins en moins utilisé.

\*CATI est l'acronyme de Computer Assisted Telephone Interview. L'enquêteur utilise un logiciel qui lui permet de dérouler son questionnaire, saisir les réponses, faire varier les items de façons aléatoire...  
Le logiciel peut également prendre en charge la programmation des appels et la numérotation.