

## Fiche *méthodo*

### Élaborer un questionnaire

#### Ce que ça permet

Après qu'une analyse qualitative a identifié des thématiques d'intérêt, le questionnaire permet de quantifier ces enjeux, afin de les hiérarchiser par ordre d'importance ou de prévalence...

#### Comment faire ?

1. Lister les **types de profils** qui devraient a minima et dans l'idéal compléter le questionnaire (types d'utilisateurs, genre, catégories d'âges...). Estimer également les nombres minimal et idéal de questionnaires complétés qui devraient/pourraient être collectés. Souvent, quelques centaines de questionnaires complétés est un minimum, quelques milliers commencent à être satisfaisants. Gardez en tête que plus les profils sont variés et plus le nombre de questionnaires complétés est grand, plus les données collectées seront représentatives !
2. Décider si le questionnaire peut être **anonyme** ou si des **données identifiantes** ou à **caractère personnel** doivent nécessairement être collectées. Le cas échéant, il est possible d'envisager une étape de pseudonymisation des données avant leur analyse en attribuant à chaque répondant un code permettant de séparer les données identifiantes des données non-identifiantes à analyser. Définir la liste des données à caractère personnel à collecter en les réduisant au minimum, à l'essentiel (inutile de collecter les noms, prénoms, adresses email ou encore numéro de téléphones en l'absence de besoin de recontacter les répondants) !
3. Préparer la **trame du questionnaire** incluant :
  - a. un court texte introductif pour poser le cadre et le contexte,
  - b. une mention de la durée indicative nécessaire pour compléter le questionnaire,
  - c. une information concernant le caractère anonyme, pseudo-anonyme ou nominatif de la collecte de réponses via ce questionnaire,
  - d. les mentions RGPD applicables : modalités et durées de conservation des données à caractère personnel collectées, procédure à suivre pour faire effacer ses données,
  - e. un rappel que les réponses récoltées pourront uniquement être utilisées de façon anonyme (si tel est le cas !),
  - f. la liste de questions à poser,
  - g. éventuellement un champ libre à la fin du questionnaire pour que les personnes l'ayant complété puissent revenir sur certains points,

émettre des remarques ou poser leurs questions (n'intégrer un champ libre que si les réponses associées seront réellement lues et traitées, inutile de faire perdre du temps et/ou de générer des attentes en laissant voix au chapitre aux répondants si elle sera systématiquement ignorée),

- h. un court texte conclusif pour (ré-)expliquer à quoi ces entretiens vont servir, quelles sont les prochaines étapes, donner les coordonnées (au moins une adresse email) à contacter en cas de questions, sans oublier de remercier la personne pour son temps,
  - i. la procédure à suivre pour remettre le questionnaire, si format papier imprimé ou format fichier par email.
4. Identifier la **modalité la plus adaptée** pour le questionnaire, au regard des profils d'usagers ciblés : en format papier imprimé, en format fichier transmis par email (complexe, à éviter), en ligne sur une plateforme dédiée. ~~Dans le cas d'une plateforme de questionnaire en ligne, privilégier la plateforme interne à l'institution ciblée si elle existe, ou une plateforme compatible avec les accès et outils numériques des profils de répondants ciblés.~~ En cas de collecte de données identifiantes ou à caractère personnel, exclure les plateformes de questionnaire en ligne hébergées hors Union Européenne (car hors RGPD). Lors du choix de la plateforme, étudier attentivement les différentes options et veiller à vérifier les contraintes ou limites de chacune (nombre de questions maximal, nombre de répondants maximal, durée de disponibilité maximale...).
5. Pour élaborer la **liste des questions** à poser :
- a. estimer la durée maximale de complétion du questionnaire à ne pas dépasser : si la complétion n'est ni obligatoire, ni dédommée financièrement ~~ou qu'elle n'ouvre aucun droit~~, éviter de dépasser 10 min (les questionnaires courts, 2 à 5 minutes, seront davantage remplis que les questionnaires plus longs),
  - b. lister toutes les questions qui devraient idéalement être posées,
  - c. regrouper les éventuelles questions qui se recoupent, qui abordent une même thématique ou une même étape temporelle,
  - d. organiser ces groupes de questions dans un ordre logique (du plus large au plus spécifique, dans l'ordre chronologique...), et préparer une phrase d'introduction pour annoncer le début de chaque groupe de questions ("les questions de cette étape portent sur la façon dont vous avez vécu la phase 2 de la démarche administrative"),
  - e. penser à adapter le format des questions pour collecter des réponses qui vous seront les plus utiles possibles, en fonction de vos objectifs et de vos hypothèses : il existe de nombreux formats de question, de la question très ouverte (champ libre) à la question "à choix" (pour/contre, pas du tout d'accord > tout à fait d'accord...) plus

restrictive, chaque format pouvant être plus ou moins approprié aux besoins,

- f. formuler les questions avec des phrases courtes et un langage simple (mieux vaut plusieurs phrases/questions courtes avec des synonymes ou avec un exemple pour être certain qu'elles sont bien comprises qu'une longue phrase complète mais alambiquée), utiliser des formulations neutres pour éviter d'influencer les réponses des personnes entendues,
- g. étudier le risque que certaines questions posées influencent les réponses données à des questions ultérieures, et réorganiser l'ordre des questions si nécessaire pour minimiser ces biais.

6. **Implémenter** les contenus préparés (textes introductif, conclusif, questions...) sur la modalité choisie. En cas de plateforme de questionnaire en ligne, étudier et choisir soigneusement les **paramètres techniques** pour faciliter au maximum la complétion des répondants tout en évitant les risques de biais éventuels :

- quelles questions s'affichent sur une même page ?
- est-il possible de revenir en arrière ou corriger une réponse précédemment donnée ?
- est-il possible d'enregistrer l'avancement de complétion et de revenir pour le terminer plus tard ?
- quels usages de l'option « aléatoire » pour présenter les questions/groupes de questions ?

7. En cas de questionnaire en ligne, **tester** quelques premières fois le questionnaire du début à la fin sur ordinateur en testant les principaux navigateurs, et également sur smartphone en testant les principaux systèmes d'exploitation. Tester également sur ces différents supports en simulant diverses situations : tenter de retourner en arrière pendant la complétion du questionnaire, fermer l'onglet en cours puis tenter une réouverture, cliquer sur tous les liens... Corriger les erreurs et retester jusqu'à obtention d'un rendu satisfaisant, puis exporter le fichier de réponses collectées afin d'étudier son organisation. Idéalement, les réponses doivent pouvoir être extraites en format Excel ou CSV, avec une question posée par colonne, et un répondant par ligne. Cela permet de faciliter l'analyse des résultats en permettant de construire plus aisément des représentations graphiques, ou d'importer les données dans un logiciel d'analyse statistique, le cas échéant.

8. Préparer un **message-type de recrutement** qui mentionne :

- a. en une ou deux phrases le contexte dans lequel cette campagne d'entretiens s'insère (qui porte le projet, quels sont les objectifs),
- b. la raison pour laquelle il serait bénéfique pour le projet de connaître l'expérience spécifique des répondants ciblés,

- c. une assurance que les réponses récoltées pourront uniquement être utilisées de façon anonyme (si tel est le cas !),
- d. une estimation de la durée de complétion du questionnaire (cette estimation doit être au plus proche de la réalité !),
- e. la modalité d'accès au questionnaire : où trouver le questionnaire papier imprimé, quel fichier compléter et où le renvoyer, lien d'accès direct au questionnaire en ligne (pour éviter les longs liens, préparer un *short link*).

9. **Faire relire et tester** le questionnaire intégral et le message-type de recrutement par quelques collègues, dont certains extérieurs au projet pour vérifier que les questions sont claires et compréhensibles pour des personnes qui ne connaissent pas le contexte du projet. Demander à ces collègues de reformuler chaque question pour vérifier qu'elles sont comprises de la même façon dont elles ont été pensées, ainsi que leurs retours généraux à l'issue de la complétion du questionnaire. Chronométrer les essais pour vérifier que la durée réelle ne dépasse pas celle annoncée. Effectuer les ajustements nécessaires (formulation de questions, durée annoncée de complétion du questionnaire ou nombre de questions, procédure de recrutement...).
10. Identifier le ou les **canaux de diffusion à utiliser** pour le recrutement des personnes ciblées (réseaux internes, réseaux sociaux, locaux physiques ou sites internet ~~d'institutions,...~~), en veillant à toucher les différents types de profils et à éviter les biais de sélection qui pourraient émerger si les canaux utilisés ne permettent de contacter que certains profils ~~d'utilisateurs~~ (avec les canaux numériques, on peut passer à côté de certains profils, certaines tranches d'âges, ou catégories sociales, par exemple). Éviter de ne contacter que des usagers habitués ou "experts" (même si ce sont les plus faciles à recruter !).
11. Organiser et poursuivre le **recrutement** des personnes au regard du nombre minimal/idéal de réponses à récolter (cf. point 1.) en gardant à l'œil au fil de l'eau sur les caractéristiques démographiques des répondants, de manière à avoir des réponses avec des profils diversifiés et pertinents de personnes tout en respectant les contraintes du projet.