

- La rédaction du questionnaire
- Check-list pour chaque question
- Conseils opérationnels pour la rédaction des questions
  - 1/ la structure du questionnaire
  - 2/ la rédaction des questions

## Rédiger un questionnaire pour une étude quanti:

On reconnaît un mauvais chargé d'étude à la vitesse à laquelle il commence à rédiger son questionnaire

Définir le problème:  
Objectifs de l'étude

Ecrire les questions de recherches,  
les théories, les hypothèses, les modèles.

Etablir la liste des informations  
recherchées

Faire un plan de questionnaire

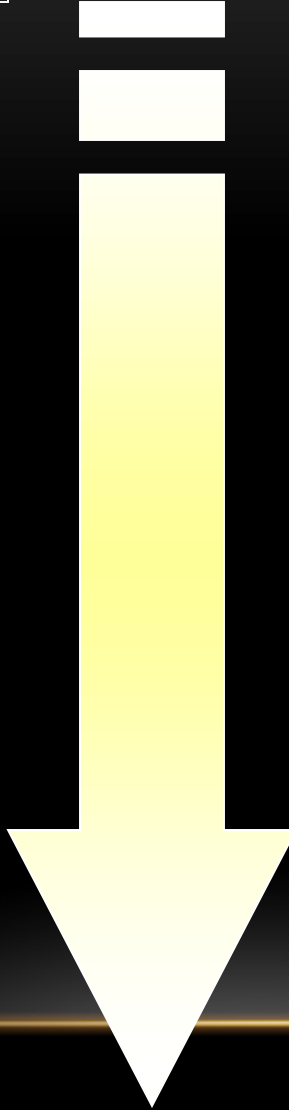
Rédiger les questions

Passer à la check-list (page suivante)



Faire un pré-test (obligatoire !!!)

Check-list pour  
chaque question:



Cette question est-elle strictement  
nécessaire ?  
A quelle information recherchée  
de ma liste répond-elle ?

Pour l'information recherchée de  
ma liste, cette question suffit-elle  
?

La personne interrogée pourra-t-  
elle me donner l'information à  
partir de cette question?

La personne interrogée voudra-t-  
elle me donner l'information à  
partir de cette question?

- Penser à la longueur du questionnaire autant qu'à l'effort demandé au sondé.

## La structure du questionnaire

Il n'y aucune règle en la matière, n'écoutez pas les conseils à l'emporte-pièce du type: jamais plus de 20 questions ou jamais plus de 5 minutes...

Si le sondé est intéressé par le sujet il sera prêt à faire un effort pour répondre.

Le nombre de questions est rarement un critère utile, le temps nécessaire pour l'administration est souvent plus pertinent.

Les conditions dans lesquelles se trouve l'enquêté au moment de l'administration:

- sont essentielle à sa participation (il n'est pas disposé au même effort s'il est assis, debout, dans une file d'attente, à son bureau....)
- ont une influence sur ses réponses.

- Profils en fin de questionnaire, question rassurante en début

On trouve souvent les questions d'identification en début de questionnaire alors que leur place est à la fin :

**La structure  
du questionnaire**

- ennui causé par ce type de questions, découragement dès le début du questionnaire.
- caractère impliquant de telles questions

Il en va de même pour toutes les questions impliquantes, surtout si le sentiment d'anonymat n'est pas très fort. De plus le sondé aurait l'impression que son avis serait moins important que ses coordonnées. (Un bémol sur les questions impliquantes utilisées à titre de filtrage en tête du questionnaire).

- La structure, l'enchaînement, la logique, l'objectif du questionnaire doivent être évident pour l'interviewé comme pour l'enquêteur.

## La structure du questionnaire

- Une phrase d'introduction doit être écrite (ne pas la laisser à l'initiative de l'enquêteur).
- Éventuellement faire apparaître des grandes parties dans le questionnaire:

I Vous et les restaurants

.....

II Notre nouvelle carte

.....

III Quelques questions sur vous pour terminer

.....

## La structure du questionnaire

### ■ Limiter les questions ouvertes (en quanti)

- en quanti, il faut privilégier les questions fermées au maximum. Les questions ouvertes sont plus difficiles à quantifier et nécessitent une opération de regroupement intermédiaire assez longue. De plus les réponses sont souvent inappropriées.
- mais il faut toujours laisser une place pour une zone de commentaires libres (ou plusieurs si nécessaire) afin de laisser le questionné s'exprimer. Ceci est indispensable dans toutes les formes de questionnaires auto-administrés.

## La structure du questionnaire

### ■ Préserver l'anonymat des réponses

- c'est une obligation légale régie par la CNIL (en France), elle-même régie par une réglementation européenne de plus en plus contraignante
- ne pas rassurer les interviewés sur ce point implique en outre que vous risquez d'induire des comportements de défense.



## La structure du questionnaire

- Toujours un pré-test
  - si une question est mal formulée/comprise, les résultats seront sans doute inexploitable. Ce sera une question inutile ou pire, les conclusions vous mèneront sur des fausses pistes.
  - il y aura toujours un effet d'interprétation des questions par les interviewés; il faut minimiser cet effet, chercher à le comprendre.

Il faut toujours tester un questionnaire dans les conditions normales auprès de la cible prévue (test complet y compris saisie informatique et lecture des résultats).

# La rédaction des questions

## La rédaction des questions

### ■ Attention à l'effets de halo

Exemple : « Pensez-vous comme Jacques Chirac que la tête de veau est un plat divin ? »

« Avez-vous, comme la plupart des hôteliers, un PMS ? »

Commentaire : les liens à des personnes ou des groupes chargés en image sont dommageables à la neutralité d'une question

### ■ Attention à l'effet d'une question sur la réponse à la question suivante:

•.....

Question 12: Vos enfants savent-ils nager ?

Question 13: Qu'aimeriez vous trouver comme animation dans notre hôtel ?

## La rédaction des questions

### ■ Éviter le jargonnage

ex : « Êtes-vous contre l'**overbooking** ? »

- si l'on ne s'adresse pas à un technicien, on a peu de chances d'être compris. La cible ne sait pas forcément ce qu'est « l'overbooking ». Utiliser une périphrase du style :

« Accepteriez-vous d'être relogé dans un autre hôtel même si vous aviez réservé chez nous ? »

## La rédaction des questions

### ■ Éviter les questions imprécises

ex : « Dormez-vous souvent à l'hôtel ? »,  
« Voyagez-vous régulièrement ? »

- la réponse ne sera pas exploitable car les termes « souvent », « rarement »... sont imprécis. Un cadre qui dort 10 nuits par an à l'hôtel peut dire que c'est rare, un agriculteur pourrait, par exemple, dire que c'est fréquent.

### ■ Éviter les questions pour la quelle l'interviewé n'a pas la réponse:

Ex: « Combien dépensez-vous chaque année au restaurant ? »

- N'ayant pas la réponse l'interviewé risque de l'inventer.

## La rédaction des questions

### ■ Attention aux questions biaisées

ex : "Achèteriez-vous ce plat **malgré** son prix élevé ?"

- cette question contient déjà l'opinion de l'enquêteur. L'interviewé sera tenté de réagir en fonction de cette opinion et non d'exprimer la sienne en dehors de cette influence.

- Éviter les mots trop impliquants, les manipuler avec précaution

ex : "Avez-vous peur du bruit à l'hôtel ?"

- cette question implique un sentiment fort et une réaction de la part de l'interviewé : "je ne veux pas que l'on voit que j'ai peur, alors je vais répondre ..."

- par ailleurs, le terme de bruit est trop vague pour désigner les nuisances sonores (terme plus édulcoré mais dont il faudra s'assurer de la compréhension dans le pré-test !)

- il vaut mieux retourner la question :

ex : "Comment qualifieriez-vous l'impact des nuisances sonores à l'hôtel ?"

- impact très fort

- impact plutôt fort

- etc.

## La rédaction des questions

## La rédaction des questions

- Éviter les questions doubles

ex : « Pensez-vous que le personnel est disponible et agréable ? »

« Que pensez-vous de la propreté de la salle et des toilettes ? »

Il faut poser 2 questions (au-moins) dans ce cas; sinon la réponse "oui" ou "non" ne serait pas interprétable.



## La rédaction des questions

### ■ Éviter les doubles négations

ex : « **Ne** pensez-vous **pas** qu'il est **impossible** que ... »

« **Ne** regrettez-vous **pas** un **manque** d'animation ? »

- à éviter, vous risquez de générer incompréhension et biais négatifs

## ■ Ne pas masquer les alternatives

ex : « Pendant les vacances quel est votre mode d'hébergement privilégié ?

- un hôtel
- une location meublée
- une résidence de tourisme »

• ici, l'interviewé qui préfère **le camping ou une résidence** secondaire... ne pourra répondre. Il manque en outre une case « autre à préciser », indispensable.

La rédaction  
des questions

▪ Proposer plusieurs modalités de réponses & "autres à préciser"

- plus il y a de choix possibles, moins les réponses des interviewées seront biaisées, mais trop de choix tue le choix car il crée l'embarras
- se limiter aux choix les plus importants en laissant les autres pour la case "autres à préciser"
- la case "autres à préciser" est souvent omise dans les questionnaires mal conçus. Elle permet pourtant de se garantir des oublis qu'il n'est jamais possible d'écarter totalement dans un questionnaire, surtout lorsqu'on ne connaît pas toutes les réponses possibles

## La rédaction des questions

### ■ Éviter les réponses imposées

- si un problème n'évoque rien pour l'interviewé, celui-ci sera tenté de répondre au hasard pour ne pas paraître idiot. Ne jamais oublier la case "ne sait pas" ou "sans opinion" qui donne à l'interviewé une porte de sortie honorable.

## ■ Attention aux échelles de temps ou de distances

■ « Voyagez-vous à l'étranger: souvent, rarement, de temps en temps »

(même remarque pour parfois, occasionnellement, vite, longtemps...)

=> remplacer par : **x fois/semaine, x fois/mois, x fois/jour** etc.

=> rechercher des **critères objectifs**.

- les distances en km ne sont pas forcément parlantes non plus. Il faut plus de temps pour faire 25 km en ville que 200 km sur une autoroute fluide.

- attention aux recoupements:

~~Une fois par semaine plus d'une fois par mois plus d'une fois par an~~

- Attention à l'amplitude des classes: des classes d'amplitudes égales sont préférables.

## La rédaction des questions

### ■ Les échelles d'attitudes

- utiliser des échelles paires au lieu des échelles impaires qui incitent à choisir la réponse médiane.
- ne garder la réponse médiane (échelle impaire) que si le sujet est très délicat, très technique (B2B) ou si le nombre de modalités est supérieur ou égal à 5.
- pour des raisons statistiques les « barreaux » de l'échelle doivent être réguliers (voir pages suivantes)
- éviter les échelles inversées dans un même questionnaire.

Dans un questionnaire pour une enquête une échelle d'attitude est une proposition de réponses hiérarchisées à une question fermée permettant à l'interviewé de situer son opinion par rapport aux propositions qui lui sont faites.

- **Échelle sémantique** : les libellés des propositions de réponses sont à des « distances sémantiques » égales les unes aux autres :

Que pensez-vous du plateau repas?

Très mauvais Mauvais Ni bon ni mauvais Bon Très bon

- **Échelle à icônes** :

Que pensez-vous du plateau repas ?



- **Échelle de Likert** : elle consiste à demander à l'interviewé son degré d'agrément à une proposition :

Le plateau repas était bon ?

Pas du tout d'accord Plutôt pas d'accord neutre plutôt d'accord tout à fait d'accord



**Echelle d'Osgood** (ou **différentiateur sémantique** : voir ce mot) : les réponses proposées sont deux adjectifs de sens opposés réunis par une échelle graduée sur lequel l'interviewé doit se positionner.

Le plateau repas était :

Très mauvais    1    2    3    4    5    6    7    Très bon

- **Echelle de Stapel** : la réponse proposée est constituée d'une affirmation précédée et suivie d'une échelle sur laquelle l'interviewé doit se positionner :

Que pensez-vous de notre plateau repas ?

+3

+2

+1

Bon

-1

-2

-3