



CAR | Comité scientifique



C/2

FICHE METHODOLOGIQUE  
POUR IDENTIFIER LES DE-  
MANDES / LES ATTENTES  
DE LA POPULATION

Quel(s) outil(s) pour  
quel(s) objectif(s) ?

**LEADER+**



# Réseau Réseau Leader+ en Wallonie Leader+ en Wallonie

Projet co-financé par l'Union européenne (FEOGA)

et la Région wallonne



# **Fiche méthodologique pour identifier les demandes / les attentes de la population**

**Quel(s) outil(s) pour quel(s) objectif(s) ?**

**DOCUMENT de TRAVAIL**

**Auteurs : Marc MORMONT et Mélanie LOUVIAUX  
(Université de Liège, SEED)**

**Octobre 2006**

Réalisé dans le cadre de la capitalisation des bonnes pratiques du Réseau Leader+ Wallonie

<b>1</b>	<b>AVANT-PROPOS</b> .....	<b>2</b>
1.1	INTERET DE LA FICHE .....	2
1.2	DESCRIPTIF DES QUATRE EXEMPLES .....	3
1.2.1	GAL Terre de Hoëgne : enquête auprès des agriculteurs.....	3
1.2.2	GAL Assesse-Gesves : enquête auprès des agriculteurs.....	3
1.2.3	GAL Terre de Hoëgne : focus groups avec les habitants.....	3
1.2.4	GAL Cuestas : focus groups « Bœuf de la Semois » .....	3
1.3	CLASSIFICATION DES QUATRE EXEMPLES.....	4
<b>2</b>	<b>SAISIR DES REPRESENTATIONS ET DES BESOINS D'ACTEURS</b> .....	<b>5</b>
2.1	DEFINIR L'OBJECTIF ET LES HYPOTHESES .....	5
2.1.1	Identification de l'objectif et des données visées .....	5
2.1.2	Précision de la question ou du problème à la base de l'enquête.....	5
2.1.3	Formulation des hypothèses.....	5
2.2	CHOISIR LE TYPE D'APPROCHE : VERIFICATOIRE OU EXPLORATOIRE .....	6
2.3	DEFINIR LA FORME ET FORMULER LES QUESTIONS DU QUESTIONNAIRE : FERMEES, OUVERTES OU ... ? .....	6
2.3.1	Questions fermées.....	6
2.3.2	Les questions ouvertes.....	8
2.3.3	Analyse qualitative des questions ouvertes.....	11
2.4	SELECTION ET RECRUTEMENT DES ENQUETES.....	12
2.5	TEMPS DE L'ENQUETE ET EFFETS POTENTIELS .....	13
2.6	CONCLUSION .....	13
<b>3</b>	<b>PRODUCTION DE REPRESENTATIONS PARTAGEES ET DISCUTEES</b> .....	<b>14</b>
3.1	FOCUS GROUPS (FG) : DEFINITION .....	14
3.2	DEFINITION DES OBJECTIFS ET DE L'ORGANISATION .....	14
3.3	FOCUS GROUPS «CLASSIQUES» VERSUS FOCUS GROUPS «DELIBERATIFS» .....	15
3.4	STATUT DES PARTICIPANTS ET DE LEUR PAROLE.....	16
3.5	FOCUS GROUPS CLASSIQUES : RISQUES D'EFFETS DE GROUPE.....	17
3.5.1	Les « problematic speech » .....	17
3.5.2	Les « problematic silences » .....	17
3.6	FG DELIBERATIFS : RISQUES ET SOLUTIONS .....	19
3.7	ANIMATION DIRIGEE OU CO-CONSTRUITE ? .....	19
3.8	ANALYSE .....	20
3.9	CONCLUSION .....	20
<b>4</b>	<b>TABLEAU SYNTHETIQUE</b> .....	<b>21</b>

## 1 Avant-propos

### 1.1 INTERET DE LA FICHE

Il est très souvent demandé aux GAL de réaliser une enquête pour identifier les besoins, attentes, habitudes et représentations d'un public-cible. Cette démarche est souvent un préalable à tout projet de développement local.

Dans cette perspective et dans un souci d'efficacité, **cette fiche méthodologique veut éclairer sur différentes méthodes d'enquêtes possibles (leurs atouts et leurs contraintes)** pour qu'ils puissent choisir en connaissance de cause et identifier les questions à se poser avant de se lancer dans l'utilisation de l'une ou l'autre méthode.

La réalisation de cette fiche se base sur quatre expériences de GAL, chacune avec leurs spécificités.

*Avant toute chose, attirons cependant l'attention sur la distinction à faire entre «attentes» et «besoins». Les attentes comme les besoins sont toujours construits (et non donnés) .*

*Les attentes sont des demandes identifiées par les bénéficiaires eux-mêmes. Elles résultent de leur expérience et de leur priorisation subjectives, pas nécessairement partagées. Selon le type d'enquête choisi, les attentes pourront être exprimées de façons très différentes.*

*Les besoins sont des améliorations identifiées par des méthodes tenant compte à la fois de la situation des bénéficiaires et du contexte. Leur détermination dépendra de la connaissance plus ou moins fouillée de ces aspects, mais aussi de l'identification de normes qualitatives ou quantitatives (exemple : les Zones de police tente de garantir un policier pour 2.000 habitants).*

*On peut ainsi identifier des besoins qui ne sont pas du tout (encore) perçus par les bénéficiaires. Au contraire, on peut mettre en évidence que certaines attentes (qualifiées souvent de besoins par les individus) ne correspondent pas vraiment à un besoin (exemple à Assesse-Gesves où une enquête a mis en évidence une attente importante pour davantage de transports locaux en bus. En réalité le besoin était plus complexe et une offre de transport hebdomadaire en bus n'a pas eu de succès).*

*Selon la façon dont on construit, on peut parvenir à identifier les réels besoins et non des attentes pouvant masquer les véritables besoins !*

## 1.2 DESCRIPTIF DES QUATRE EXEMPLES

### 1.2.1 GAL TERRE DE HOËGNE : ENQUETE AUPRES DES AGRICULTEURS

L'enquête réalisée (juin 2004) porte sur 25 agriculteurs répartis sur les communes de Theux (13) et de Jalhay (12). Elle vise à déterminer les attentes et les besoins des agriculteurs, c'est-à-dire comment ils se sentent perçus et comment ils perçoivent les non-agriculteurs, de manière à adapter les actions du GAL et à dégager des pistes d'actions futures.

Pour ce faire, un questionnaire a été réalisé et portait particulièrement sur :

- les relations des agriculteurs avec la population néo-rurale (clôtures, odeurs de lisier, boue sur les routes, campeurs, déchets, chiens, ...),
- leur perception du métier d'agriculteur, leurs projets de diversifications,
- leur point de vue et leurs attentes par rapport aux projets du GAL (réouverture de chemins communaux, taille des haies, plantation de vergers, séances d'informations, actions en faveur de l'environnement, visites pédagogiques de fermes, formations, articles de présentation d'exploitations agricoles, ...).

### 1.2.2 GAL ASSESSE-GESVES : ENQUETE AUPRES DES AGRICULTEURS

L'enquête, réalisée (mars 2006) porte sur 24 agriculteurs répartis sur les communes d'Assesse (13) et de Gesves (11). Elle vise à déterminer les attentes des agriculteurs, c'est-à-dire comment ils se sentent perçus et comment ils perçoivent les non-agriculteurs, de manière à adapter les actions du GAL et à dégager des pistes d'actions futures.

Pour ce faire, un entretien individuel a été mené auprès de chaque agriculteur.

### 1.2.3 GAL TERRE DE HOËGNE : FOCUS GROUPS AVEC LES HABITANTS

Trois focus groups ont été organisés avec 3 publics de non-agriculteurs, différents selon l'âge : les jeunes de 17-21 ans, les adultes de 30-45 ans, les « vieux » de 50-70 ans, leur localisation (communes de Jalhay ou de Theux) et selon leur ancienneté dans la commune (anciens/nouveaux) Les agriculteurs n'ont volontairement pas été ciblés puisqu'ils avaient fait l'objet de l'enquête par questionnaire.

Les focus groups visaient à saisir les représentations des participants quant à quatre thèmes particuliers de manière à adapter les actions du GAL et à dégager des pistes d'actions futures :

- les représentations de leur village/commune ;
- leurs perceptions du monde agricole ;
- leurs perceptions de l'intégration des nouveaux habitants ;
- leurs perceptions du futur de leur territoire.

### 1.2.4 GAL CUESTAS : FOCUS GROUPS « BŒUF DE LA SEMOIS »

Cinq focus groups ont été organisés avec les mêmes participants, à raison d'un focus group par mois, de février à juin 2006. Les participants étaient des consommateurs et des naturalistes de la région de la Semois, puisqu'il s'agit ici du volet « consommateurs » du projet Bœuf de la Semois qui comporte également un volet « éleveurs ».

Les focus groups visaient à constituer un groupe de consommateurs et de naturalistes de la région pour initier une réflexion sur la définition des caractéristiques

pertinentes, aux yeux des consommateurs, qui pourraient constituer le cadre d'un cahier de charge « Bœuf de la Semois ». Il n'est pas question de faire un projet de qualité différenciée mais bien quelque chose de nouveau qui intègre, au niveau local, la dimension environnementale qu'impose Natura 2000. Natura 2000 tel qu'il est amené aujourd'hui apparaît aux yeux de la profession agricole surtout comme une contrainte. Comment pourrait-il devenir une ressource qui permet de valoriser le territoire ? Le terme "bœuf" de "la" "Semois" est donc une image de la question que se posent les porteurs du projet plutôt que la définition d'une réponse.

### **1.3 CLASSIFICATION DES QUATRE EXEMPLES**

Parmi ces exemples, on distingue deux objectifs différents:

- saisir les représentations et les besoins des acteurs
- produire des représentations partagées pour initier des projets futurs

On peut aussi distinguer deux types de démarches :

- une démarche quantitative
- une démarche qualitative

	<b>Démarche QUANTITATIVE</b>	<b>Démarche QUALITATIVE</b>
<b>Saisir des représentations</b>	- Questionnaire Terre de Hoëgne	- Entretien Assesse-Gesves - Focus Group Terre de Hoëgne
<b>Produire des représentations partagées</b>		- Focus Group Cuestas

## 2 Saisir des représentations et des besoins d'acteurs

### 2.1 DEFINIR L'OBJECTIF ET LES HYPOTHESES

#### 2.1.1 IDENTIFICATION DE L'OBJECTIF ET DES DONNEES VISEES

*Ex. d'objectif : Saisir les représentations qu'ont les agriculteurs des non-agriculteurs, de leur métier et saisir leurs attentes et réels besoins.*

Pour identifier les données recherchées, il faut distinguer :

- Les données factuelles qui répondent à des questions sur des faits, des habitudes, des activités (quoi, combien, qui, quand, où)
- Les données personnelles portent sur les représentations, les stratégies, les motivations, les valeurs et intérêts des acteurs et les interprétations qu'ils en livrent (pourquoi, comment).

#### 2.1.2 PRECISION DE LA QUESTION OU DU PROBLEME A LA BASE DE L'ENQUETE

*Ex. : Les mauvaises relations entre agriculteurs et non agriculteurs sont dues à une mauvaise compréhension réciproque des réalités des uns et des autres : il va donc falloir explorer / vérifier ce qui pose problème à qui et pourquoi.*

Il faut être au clair avec soi-même à propos du problème que l'on met en avant dans une enquête. Il est possible que le problème qui vous intéresse ne soit pas un problème important ou prioritaire pour vos interlocuteurs. Dans ce cas, vous risquez d'avoir des réponses peu significatives (par exemple interroger des agriculteurs sur l'esthétique de leurs bâtiments de ferme...). Mais si ce problème est vraiment celui qui vous importe, il vaut peut-être mieux ne pas faire une enquête et utiliser une autre méthode (voir par exemple focus group)

#### 2.1.3 FORMULATION DES HYPOTHESES

Le problème de départ renvoie toujours à des hypothèses qui :

- sont le début de solutions ou d'explications du problème
- doivent se référer à des notions « mesurables » (dont on peut définir des indices non ambigus)
- sont provisoires, ce ne sont pas des certitudes
- ne sont pas les questions que l'on souhaite poser directement aux enquêtés

Les hypothèses doivent être formulées le plus explicitement possible avant l'enquête sur base :

- de la littérature existante (dont les résultats d'enquêtes menées par d'autres GAL)
- des résultats de projets antérieurs (menés avec les agriculteurs et autres acteurs du territoire concerné)

- d'informations contextuelles sur la situation du territoire et de ses habitants (données sociologiques, économiques, environnementales, administratives...)

## 2.2 CHOISIR LE TYPE D'APPROCHE : VERIFICATOIRE OU EXPLORATOIRE

<p>Si les <b>hypothèses sont davantage vérificatoires</b>, c'est-à-dire en cas de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- forte connaissance du terrain</li> <li>- certitude quant à ce qui pose problème pour qui</li> </ul> <p style="text-align: center;">↓</p>	<p>Si les <b>hypothèses sont davantage exploratoires</b>, c'est-à-dire en cas de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- faible connaissance du terrain</li> <li>- incertitude quant à ce qui pose problème pour qui</li> </ul> <p style="text-align: center;">↓</p>
<p>Si la récolte de données vise à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- infirmer ou confirmer les hypothèses de l'enquêteur</li> <li>- mesurer l'ampleur du problème</li> </ul> <p style="text-align: center;">↓</p>	<p>Si la récolte de données vise à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- explorer, faire surgir des constats et des pistes d'explication</li> <li>- permettre aux acteurs de désigner eux-mêmes les problèmes auxquels ils doivent faire face</li> </ul> <p style="text-align: center;">↓</p>
<p>Alors, l'approche <b>quantitative</b> est souhaitée et possible → Questionnaire (2.3) + Analyse quantitative (2.4)</p>	<p>Alors, l'approche <b>qualitative</b> est plus adaptée → Entretien (2.5) + Analyse qualitative (2.6)</p>

## 2.3 DEFINIR LA FORME ET FORMULER LES QUESTIONS DU QUESTIONNAIRE<sup>1</sup> : FERMEES, OUVERTES OU ... ?

### 2.3.1 QUESTIONS FERMEES

Les questions fermées sont celles où les modalités de réponse sont fixées à l'avance par l'enquêteur (échelles, choix d'éléments, classements).

*Ex : Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord / Plutôt pas d'accord / Pas du tout d'accord*

Les questions fermées doivent être précises pour permettre de vérifier les hypothèses de travail des enquêteurs.

*Ex : « Les non-agriculteurs ne sont pas au courant des contraintes agricoles (obligation de stocker, d'épandre sous conditions...) ? ». Ce qui permet de vérifier que le problème de relations entre ces deux types d'acteurs est lié à la méconnaissance qu'ont des non-agriculteurs du monde agricole. Pour illustration, cf. les questions Q1 à Q10, Q16 à Q212 du questionnaire.*

<sup>1</sup> Inspiré de F. Heselmans de l'ULg

### 2.3.1.1 Règles de base pour la formulation des questions

Le vocabulaire doit être simple

*Ex à éviter : « Votre appartenance au monde agricole est-elle corrélée avec votre sentiment de victimisation ? »*

Une question doit être comprise de la même manière par tous

*Ex à éviter : « Est-ce que vous pensez que les néo-ruraux sont bien intégrés ? » Attention aux catégories comme « néo-ruraux » ou « être bien intégré » auxquelles chacun peut donner des significations différentes (par exemple être bien intégré peut signifier « dire bonjour / aller aux fêtes villageoises / participer à la vie associative / etc. ) »*

Évitez d'argumenter, d'utiliser des termes connotés et des jugements de valeurs dans une question et de suggérer la réponse

*Ex à éviter : « Ne pensez-vous pas que les citadins sont plus individualistes ? »*

Veillez à ce que la liste des modalités de réponse soit complète :

*Ex à éviter : « Quelles sont les causes de l'insécurité dans votre commune ? Classez : - l'immigration - la pauvreté »*

### 2.3.1.2 Analyse quantitative des questions fermées du questionnaire : Comptage et croisement

Pour chaque question, il s'agit de compter (en %) les réponses obtenues pour chaque modalité de réponse.

*Ex : « Entretenez-vous de bonnes relations avec les néo-ruraux ? » Voici les résultats : Tout à fait d'accord (2/25), Plutôt d'accord (10/25), Plutôt pas d'accord (7/25) et Pas du tout d'accord (6/25)*

Ensuite, il est possible de croiser les réponses à différentes questions.

*Ex : « J'entretiens des bonnes relations avec les néo-ruraux » et « je suis favorable au développement du tourisme dans ma commune » « J'ai plus de 50 ans » et « la succession de ma ferme est un problème »*

### 2.3.1.3 **Avantages et inconvénients**

Les avantages de l'analyse des questions fermées sont :

- ❑ Traitement quantitatif (statistiques, graphiques) possible vu la standardisation des réponses, à condition d'être anticipé dès le départ
- ❑ Pas de recodage nécessaire (gain de temps)
- ❑ Facilité d'interprétation et de compréhension
- ❑ Anonymat des réponses

L'inconvénient est que les modalités pré-construites ne permettant pas aux interrogés de fournir d'autres éléments d'explication et d'estimer le niveau.

### 2.3.1.4 **Éléments auxquels être vigilant**

Les biais du côté des enquêtés auxquels il faut être attentif sont :

- ❑ Crainte de se faire mal juger
- ❑ Désir de se conformer à la norme ou à ce qu'ils perçoivent comme attentes de l'enquêteur
- ❑ Refus et facilité à éviter de s'impliquer personnellement (ex. rapidité à se positionner plutôt d'accord mais sans être convaincu)
- ❑ Non compréhension de la question

## 2.3.2 LES QUESTIONS OUVERTES

Les questions ouvertes sont celles où les modalités de réponse ne sont pas fixées à l'avance et se déclinent sous le mode « pourquoi, en quoi, dans quelle mesure ?... ». Les questions ouvertes sont peu précises pour permettre aux enquêtés d'exprimer tout ce qu'ils désirent par rapport au sujet avancé par l'enquêteur.

*Ex. « Rencontrez-vous des problèmes avec les non-agriculteurs du territoire ? Quels sont ces problèmes ? ».*

Ce qui permet d'explorer toutes sortes de problèmes et éventuellement leurs causes, sans les avoir prédéfinis à l'avance.

### 2.3.2.1 **Le guide d'entretien**

On parle d'un guide d'entretien (et non d'un questionnaire) car plutôt qu'une liste de questions, il s'agit d'une liste de thèmes, de sujets à aborder lors de l'entretien

*Ex. La grille d'analyse patrimoniale appliquée au cas des agriculteurs pourrait être la suivante : Quels sont les atouts et les faiblesses de votre activité agricole ? Quelles sont les opportunités et les menaces de votre territoire ? Quelles stratégies mettez-vous en place par rapport à ces opportunités et menaces (pourquoi et comment, avec qui, quels bénéfiques et contraintes en retirez-vous ?) Quelles sont les stratégies que vous aimeriez mettre en place (et à quelles conditions, avec quelles aides, avec qui ?)*

Le but n'étant pas in fine de conclure si ce qu'ils disent est vrai ou non car ce qu'ils croient vrai, est réel dans leurs conséquences et c'est bien là l'intérêt.

### **2.3.2.2 L'entretien**

L'entretien est demandé par l'enquêteur et c'est lui qui le conduit. L'enquêteur doit donc utiliser un savoir-faire professionnel pour parvenir à motiver l'enquêté avec attention et gentillesse et l'amener à fournir des informations valables et non des informations «pour faire bonne impression».

On parle d'entretien semi-directif : « directif » car une liste de thèmes à aborder est préparée à l'avance par l'enquêteur et doit être complétée au fil de l'entretien mais « semi » car la possibilité est laissée aux interviewés de s'exprimer par rapport à d'autres éléments qu'ils jugent importants.

### **2.3.2.3 Présentation de l'enquêteur, des objectifs et suites de son enquête**

La présentation que fait l'enquêteur de lui-même et de ses objectifs est cruciale pour la qualité des données récoltées. Les interrogés doivent connaître ce qui vous intéresse, ce que vous pouvez comprendre ou non, transmettre ou non, etc. Cette présentation va orienter le discours qu'ils vont vous livrer. Aussi, il faut motiver la personne, accrocher son intérêt, la mettre en confiance et répondre à ses inquiétudes.

Voici quelques autres éléments à se poser et à exposer aux interrogés :

- Présentation de son Gal.
- Présenter l'objectif de l'étude (ne pas trop en dire ni pas assez).
- Expliquer les suites qui seront données à l'étude (si aucune suite n'est donnée à vos rencontres avec les agriculteurs, ils risquent d'être déçus et ne plus accepter d'y participer à l'avenir).
- Répondre au « pourquoi moi ? ».
- Informer l'enquêté sur les modalités de la rencontre (enregistrement, prise de note, anonymat ou non, etc.).
- Aspects de déontologie professionnelle pour finir de rassurer l'enquêté.
- Si c'est possible, s'être renseigné sur les projets antérieurs menés avec les enquêtés, pour savoir ce qui s'est bien ou mal passé et comment l'enquêteur risque d'être accueilli.

### **2.3.2.4 Les règles de base d'un entretien**

La première question de l'entretien est importante car elle définit le thème du discours et le type de discours : ouvert, approfondi, personnel ou non, etc. Commencez par une question assez générale et neutre qui montre que vous vous intéressez à la situation de votre interlocuteur.

Abordez ensuite les thèmes qui vous intéressent.

Il existe quelques interventions techniques pour favoriser l'expression de l'interviewé et le relancer :

- Reformulation - clarification.  
Ex « si j'ai bien compris, vous voulez dire que... ? »
- La technique « écho ou miroir » : consiste à reprendre les derniers mots de l'interviewé sous forme interrogative pour lui suggérer d'expliquer ce qu'il entend exactement par là.
- Demande explicite d'éclaircissement ou de recentrage.

Ex. « Vous avez parlé de ceci, pourriez-vous m'expliquer ce que vous voulez dire ? » ou « Pourrait-on revenir à ce que vous avez dit avant ? »

- Les marques d'écoute sont importantes mais il faut veiller à ce qu'elles ne découragent pas l'interviewé à exprimer des propos divergents de ceux qu'approuve l'enquêteur (« oui oui », hochement de tête...)

La redondance (répétition) des propos est souvent un signe permettant de conclure l'entretien

Pour clôturer l'entretien :

- Il est conseillé d'y poser les questions d'identification qui sont d'un autre type : factuel et fermé.
- Il faut toujours demander à l'enquêté s'il n'a rien à ajouter
- Il est également intéressant de discuter avec l'enquêté de son vécu de l'entretien
- Et surtout ne jamais oublier de le REMERCIER.

#### **2.3.2.5 L'enregistrement et la prise de notes :**

L'enregistrement est l'outil obligé de l'entretien car l'enquêteur ne peut assurer à la fois écoute attentive, relance et prise de notes complète.

Parallèlement à l'enregistrement, l'enquêteur peut prendre quelques notes qui l'aideront à s'y retrouver lorsqu'il réécouterait l'entretien.

Il est essentiel que l'enquêteur présente l'enregistreur comme son outil de travail et demande s'il ne pose pas de problème à l'enquêté. Assurez vos interlocuteurs de l'anonymat de l'enquête. Il est faux de croire que l'enregistrement est mal perçu par les personnes interrogées. Si l'enquêteur est à l'aise avec lui, il saura le présenter naturellement et comme allant de soi.

#### **2.3.2.6 Retranscription**

Pour être soumis à une analyse systématique et rigoureuse, l'entretien sera retranscrit intégralement, y compris : les hésitations, les rires, l'ironie, les silences et les gênes

La retranscription est un travail fastidieux qui demande beaucoup de temps mais qui permet d'obtenir les données sans déjà les avoir interprétées (par la prise de note) ni sélectionnées (ce qui nous paraît pertinent). Car la sélection et l'interprétation font partie de l'étape suivante: celle du traitement des données.

### 2.3.3 ANALYSE QUALITATIVE DES QUESTIONS OUVERTES

La démarche est qualitative, compréhensive car on ne s'intéresse pas aux pourcentages (quantités) obtenus mais à comprendre et à interpréter les résultats.

L'analyse qualitative n'est pas aisée puisqu'il ne s'agit pas d'infirmer ou de confirmer les hypothèses de départ. En revanche, c'est a posteriori -sur base des données récoltées- qu'il faut créer soi-même les catégories et les hypothèses interprétatives des questions qui se posent et des représentations des acteurs.

Un subtil équilibre est donc à trouver pour rester fidèle aux propos des interviewés tout en en proposant une grille de lecture plus générale.

Un soutien méthodologique de la part de sociologues n'est donc pas à exclure.

Pour chaque question/thème, il faut faire l'inventaire des différents types de réponses/énoncés obtenus. Il faut ensuite indiquer les sous dimensions de chaque énoncé

*Ex : « Quelles sont les difficultés que vous rencontrez dans votre métier ? »*

- *La paperasserie*
  - *Contrainte de temps (la paperasserie augmente mais le travail physique ne diminue pas)*
  - *Cause de stress lié à la difficulté et la peur de mal remplir les papiers (manque d'accompagnement)*
- *Les difficultés financières*
  - *Pour investir dans le matériel et bâtiments adéquats*
  - *Salaire non adapté au travail presté et non équivalent aux salaires des autres catégories de la population*
  - *Augmentations des normes et de la qualité mais pas du prix des produits*
- *Etc.*

Il est important de donner une idée de l'importance des différentes réponses (si un problème est cité par l'ensemble des interrogés ou par 3 sur 25, l'ampleur est différente).

Les biais du côté des enquêtés auxquels il faut être attentif sont :

- la crainte de se faire mal juger,
- le désir de se conformer à la norme ou à ce qu'ils perçoivent comme attentes de l'enquêteur.

Des biais peuvent également provenir de l'enquêteur. La qualité et la quantité des informations obtenues dépendent beaucoup de ce dernier (vérifiable par les taux de refus, les non-réponses).

En fin d'enquête, un bon truc pour tester si votre démarche est assez exploratoire est d'identifier les éléments de réponse auxquels vous ne vous attendiez pas mais qui se révèlent significatifs aux yeux des personnes interrogées.

Les facteurs de réussite d'un bon entretien sont :

- ❑ un endroit calme et permettant la confidentialité de l'entretien,
- ❑ une durée suffisante pour qu'une relation de confiance enquêteur/enquêté ait le temps de s'établir,
- ❑ le sens des relations humaines de l'enquêteur, sa capacité à être accrocheur et à l'écoute.

## 2.4 SELECTION ET RECRUTEMENT DES ENQUETES

Enquête par questionnaire (quantitatif)	Enquête par entretien (qualitatif)
Représentativité possible ou du moins, possibilité d'interroger un grand nombre d'acteurs	Représentativité et interrogation d'un grand nombre difficile. Choix d'interroger une diversité d'acteurs aux profils variés

Pour établir une liste de personnes à interviewer, différentes procédures sont envisageables:

- ❑ Le porte-à-porte
- ❑ La sélection sur une liste
- ❑ Le réseau de relations en cascade

Pour une plus grande efficacité, il est conseillé que la première prise de contact avec les potentiels enquêtés soit interpersonnelle (téléphone, rencontre versus par voie postale impersonnelle). Il est aussi conseillé qu'elle soit menée par l'enquêteur lui-même.

- ❑ Avantages de la démarche : C'est l'occasion d'établir une pré-relation d'engagement enquêteur / enquêté favorable pour créer la confiance qui sera nécessaire à la qualité de l'entretien et éviter au maximum le risque de désistement
- ❑ Désavantages :
  - Ce recrutement prend beaucoup de temps (rappeler les personnes, réorganiser les plannings selon les désistements de dernière minute, etc.).
  - Ce recrutement prend beaucoup d'énergie (encaisser les refus, réitérer les demandes).
  - Malgré ces contraintes, il ne faut pas le négliger ! Le recrutement permet aussi de faire parler des GAL et de leurs projets...

*Ex : GAL Assese-Gesves a émis un avis dans le bulletin communal, exposant le projet aux agriculteurs et proposant, aux intéressés, de prendre contact avec le GAL pour fixer un rendez-vous. C'est un bel exemple de recrutement impersonnel qui n'a eu aucune efficacité en terme de « recrutement » puisque le GAL n'a reçu AUCUNE réponse de la part des agriculteurs ! Néanmoins, cet avis dans le bulletin communal a présenté l'avantage de rendre public le projet et l'intérêt que porte le GAL aux agriculteurs. Étant donné que cette initiative n'a rien coûté au GAL et n'a pris que peu de temps, c'est donc le genre d'actions qui, dans ces conditions, ne doit pas être négligée. Avantages, désavantages... effets directs ou indirects... faites vos calculs !*

Enfin, il faut choisir un lieu et un moment qui conviennent à l'enquêté.

## 2.5 TEMPS DE L'ENQUETE ET EFFETS POTENTIELS

Enquête par questionnaire + rapide	Enquête par entretiens + lent
<b>Récolte de données moins longue</b> (administration du questionnaire)	<b>Récolte de données plus longue</b> (entretiens compréhensifs, min. 1h)
<b>Analyse des données moins longue:</b> - traitement quantitatif possible - non nécessité de créer les hypothèses	<b>Analyse des données plus longue:</b> - retranscription des entretiens - élaboration des constats problématiques et des pistes d'explication et de solutions
<b>Relation + superficielle</b> qui demande moins d'effort d'introspection et d'engagement de la part de l'enquêté : s'apparente au sondage qui permet de faire entendre sa voix, ses plaintes mais rarement le début de solutions...	<b>Relation de confiance enquêteur/enquêté :</b> l'enquêté peut se dévoiler et s'exprimer à quelqu'un qui l'écoute, dialoguer et s'engager par rapport à des débuts de solutions. Attention : Difficultés des agriculteurs face à ce mode d'expression ouvert, peu cadré, personnel... Il faut davantage orienter vos questions sur leur métier, le concret et ce qu'ils en pensent !

Dans les 2 cas (surtout dans les entretiens), l'enquête produit des effets sur les interviewés : la relation entre les acteurs et un agent de développement rend visible et concret l'intérêt que les agents de développement portent aux acteurs, à ce qu'ils vivent et à leurs projets. Ces effets sont difficiles à mesurer mais ne sont pas nuls pour autant. Il faut tenter de les saisir :

- en tant que tels, c'est déjà une forme de sensibilisation à certaines problématiques
- en tant que tremplins pour l'engagement des acteurs à la définition ou réalisation d'actions futures de développement les concernant !

## 2.6 CONCLUSION

Il n'y a pas de bonne ou mauvaise solution, mais un choix qui répond à des objectifs clairs, qui doivent tenir compte des effets potentiels que peuvent produire tel ou tel type de méthode pour saisir des données, des représentations, voire impulser de futures actions.

Il existe toujours des possibilités de combiner entre questions fermées et ouvertes, entre approche exploratoire et vérificatoire.

*Ex : le questionnaire Terre de Hoëgne :*

- Il comportait à la fois des questions fermées et plus ouvertes.
- Il était réalisé en face à face.
- L'enquêteur posait des questions fermées mais notait les commentaires personnels et spontanés des interrogés.

Le cas fréquent : la récolte de données sert à infirmer ou confirmer les hypothèses préalables ET à en faire surgir de nouvelles.

## 3 Production de représentations partagées et discutées

### 3.1 FOCUS GROUPS (FG) : DEFINITION

Le focus group (FG) est une discussion de groupe réunissant 10 à 15 personnes sélectionnées sur base de certains critères visant à explorer un certain nombre de sujets.

Les participants sont invités à faire part de leurs réflexions, sur base de leur opinion et de leur expérience personnelle.

Un modérateur encourage la participation des participants, promeut une exploration en profondeur des questions et thèmes de la recherche et s'assure que la discussion reste centrée sur le sujet

Le focus group peut être utilisé de façon plus ou moins directive, plus ou moins contextualisée, projective ou argumentative, contradictoire ou consensuelle, dans une logique exploratoire ou vérificatoire, etc. Dès le départ, il est essentiel de clarifier les options choisies.

### 3.2 DEFINITION DES OBJECTIFS ET DE L'ORGANISATION

FG Terre de Hoëgne	FG Cuestas Bœuf de la Semois
3 FG avec 3 <b>publics différents</b> : les 17-21 ans, les 30-45 ans, les 50-70 ans (pas les agriculteurs).	5 FG avec <b>les mêmes participants</b> : consommateurs et naturalistes de la région de la Semois.
Saisir représentations des participants sur : leur village/commune, le monde agricole, l'intégration des nouveaux habitants et le futur de leur territoire.	Créer un groupe de réflexion sur les caractéristiques pertinentes d'un cahier de charge « Bœuf de la Semois ».
Sont visées : les <b>représentations spécifiques de chaque public</b>	Est visée : <b>la diversité des points de vue</b> , en pariant qu'elle <b>permette des propositions satisfaisantes</b> .

### 3.3 FOCUS GROUPS « CLASSIQUES » VERSUS FOCUS GROUPS « DELIBERATIFS »

FG Terre de Hoëgne : classiques	FG Bœuf de la Semois : délibératifs
<p><b>Tour de table :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'animateur lance un thème et demande à chaque participant de se prononcer à tour de rôle sur le thème.</li> </ul> <p><i>Ex : « Est-ce important pour vous qu'il y ait des agriculteurs dans votre village/commune, et pourquoi ? »</i></p>	<p><b>Discussion</b> et débat contradictoire :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'animateur ou les invités exposent une thématique.</li> <li>- L'animateur demande aux participants de poser leurs questions et ensuite d'exprimer leur avis et d'en discuter entre eux</li> <li>- L'animation tend à favoriser une dynamique de groupe, d'expression d'avis contradictoires et de questionnement (versus un consensus)</li> </ul>
<p><b>Pas d'enjeu décisionnel</b></p>	<p><b>Enjeu décisionnel (construction du projet « mise sous tension »)</b></p>
<p>Gain de temps et de coût car ça revient à réaliser <b>plusieurs entretiens en un seul !</b></p>	<p>Durée du processus permet :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Discussion, exploration, imagination</b> des éléments pertinents</li> <li>- <b>Décision des éléments à retenir</b></li> </ul>

### 3.4 STATUT DES PARTICIPANTS ET DE LEUR PAROLE

FG Terre de Hoëgne : classique	FG Bœuf de la Semois : interactionniste
Postulat : chaque participant est l'auteur de <b>ses propres vérités</b> que l'entretien collectif, puis l'analyste, vont tenter de révéler.	Postulat : chaque participant n'a pas une vérité unique et stable mais est constamment <b>en train de construire ses vérités</b> en interaction avec les autres C'est pourquoi des <b>intervenants extérieurs</b> sont invités pour apporter et discuter des informations. <b>Une alternance</b> entre FG avec invités et sans invités est conseillée. Les experts ou témoins doivent avoir comme consigne « de dire aux participants ce qu'ils savent et non ce que les participants doivent penser ou décider ». Après leurs interventions, il est <b>CRUCIAL</b> que les experts s'en aillent pour organiser un moment de discussion uniquement entre participants.

*Ex : FG « Bœuf de la Semois »*

*L'animation se déclinait sous le mode « quelles sont les questions que vous vous posez suite à ce que vous avez appris des interventions des experts » et non pas directement « que pensez-vous de tel sujet ».*

*Par les questions posées, des préoccupations et des intérêts divergents sur la question du « Bœuf de la Semois » ont commencé à surgir. C'est bien en s'interrogeant, en discutant et en argumentant que les jugements se construisent et que les participants peuvent explorer ce qui n'est pas encore connu, ni détenu, voire visible ou appréhendable, par un seul acteur.*

*Ces interactions discursives argumentées révèlent ainsi la capacité des participants à dire le faux au sens de Deleuze, c'est-à-dire « non pas l'opposé de la vérité mais le fait que les acteurs en pratique s'engagent constamment dans la falsification de l'idée qu'un seul point de vue peut adéquatement représenter tous les autres ».*

*Les consommateurs sont alors amenés à composer avec les différents points de vue, à élargir le leur et ainsi à chercher des solutions satisfaisantes et non pas une situation optimale.*

### 3.5 FOCUS GROUPS CLASSIQUES : RISQUES D'EFFETS DE GROUPE

Les FG sont des situations construites (versus naturelles et habituelles), les participants ne savent donc pas toujours comment se comporter.

#### 3.5.1 LES « PROBLEMATIC SPEECH »

Les « problematic speech » sont les discours de participants auxquels tous les autres se conforment

*Ex : « Vous sentez vous Liégeois ? ». Si la première personne répond « oui, oui absolument! », les autres risquent d'en dire autant sans que l'on sache si c'est bien leur position et surtout, ce qu'ils entendent par « se sentir Liégeois ».*

Comment les éviter ?:

- ❑ Repérer les personnes influentes pour ne pas qu'elles commencent le tour de table.
- ❑ Valoriser l'expression d'avis personnels : divergents ou non.
- ❑ Si ces effets de groupe ne peuvent être évités, l'animateur doit au moins les détecter pour en tenir compte lors de l'analyse.

#### 3.5.2 LES « PROBLEMATIC SILENCES »

On parle de « problematic silences » quand certains s'expriment peu ou pas du tout.

Cette situation est un signal d'alarme pour l'animateur qui doit alors se demander :

- ❑ Si la question est formulée de manière assez claire
- ❑ Quelle est la raison de la difficulté à répondre
- ❑ Quel est le lien du participant à ce thème

*Ex : Le fait que les agriculteurs s'expriment peu dans un débat public ne signifie pas qu'ils ne sont pas intéressés mais indique peut-être que ce format de discussion ne leur convient pas*

Les silences ou les « non-réponses » sont donc des réponses à part entière qu'il conviendra d'analyser et de tenter d'interpréter comme les autres

Éléments auxquels il faut être vigilant :

- ❑ Le fait que les participants se connaissent ou non : Certains sont plus à l'aise de s'exprimer dans un groupe d'inconnus. Pour d'autres, c'est l'inverse ! En soi, il n'y a pas un choix meilleur qu'un autre mais il faut être attentif aux différentes conséquences pour les participants
- ❑ L'ordre et le type de questions posées :

**Graphique 1.** Pour certains, il est plus facile de commencer par s'exprimer sur des données factuelles et d'ensuite exprimer leurs opinions, leurs ressentis, sur des questions larges et ouvertes.

**Graphique 2.** Pour d'autres, si les premières questions sont factuelles et fermées, ils risquent d'adopter un mode de réponse concis et factuel tout au long de la rencontre. Il est souvent conseillé de commencer les questions ouvertes pour donner le ton !

Compléter les données obtenues en focus group par des entretiens individuels, avant ou après le FG, peut être une initiative utile pour compenser les biais dus aux effets de groupe. Ceci permet de prendre en compte le point de vue des participants dont l'animateur doute qu'il ait pu être exprimé durant le FG.

### 3.6 FG DELIBERATIFS : RISQUES ET SOLUTIONS

Les effets de groupe sont diminués en raison de la temporalité longue du processus:

- ❑ La progression dans la durée permet de créer des liens de confiance entre les participants (et avec l'animateur).
- ❑ La confiance permet aux langues de se délier, à des points de vue différents de s'affirmer et d'être écoutés.
- ❑ Ce qui amène les participants à construire, élargir et mûrir certaines positions et élaborer des pistes de solutions individuelles et collectives qui redistribuent les rôles et les responsabilités et fait apparaître des questions comme celle de l'équité par exemple.

La durée présente néanmoins le risque d'abandon des participants au fur et à mesure. Un travail d'intéressement continu des participants est à faire, notamment via les comptes-rendus entre chaque séance.

### 3.7 ANIMATION DIRIGEE OU CO-CONSTRUITE ?

FG Terre de Hoëgne classiques	FG Bœuf de la Semois délibératifs
L'animateur a un guide d'entretien qui liste à l'avance les questions ou les thèmes sur lesquels il va demander aux participants, à tour de rôle, de se prononcer.  C'est le schéma-type de plusieurs entretiens individuels en un focus group !	Le contrôle et l'orientation des discussions est partagé entre l'animateur et les participants ( « self-managed group ») Lors du 1er FG : <ul style="list-style-type: none"><li>- Avec l'aide des animateurs, les participants ont dressé la liste des thématiques à traiter lors des réunions suivantes.</li><li>- Des règles ont été mises au point ensemble : les animateurs sont les garants de la prise de parole et de l'écoute de chacun, du caractère convivial des réunions. Ils sont chargés d'inviter deux experts par réunion dont le point de vue est différent.</li></ul>

*Ex : FG Bœuf de la Semois est un bel exemple de co-construction de l'animation dans le projet: un 5ème FG -pas prévu au départ- a été ajouté pour répondre à la demande des participants qui souhaitent faire la synthèse de leurs réflexions et confronter celles-ci au projet des éleveurs.*

La co-construction de l'animation est une prise de risque non négligeable pour l'animateur :

Il ne peut savoir à l'avance sur quoi le projet va déboucher, mais pourtant il doit le diriger et s'assurer de son aboutissement !

### 3.8 ANALYSE

FG Terre de Hoëgne : Analyse classique individuelle	FG Bœuf de la Semois : Analyse partagée
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisée par l'<b>analyste seul</b></li> <li>- Quand les FG sont terminés</li> <li>- <b>Aucun retour aux participants</b> (comme dans les sondages)</li> <li>- L'enquête se termine et est <b>séparée des projets futurs</b></li> <li>- Voir l'analyse des entretiens : importance de la retranscription, reprendre le guide d'entretien et lister les réponses, être attentif aux effets de groupe (si trop de réponses sont similaires) et <b>infirmer, confirmer ou adapter les hypothèses de départ</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisée par le chercheur <b>ET les participants</b></li> <li>- Tout au long du projet via les <b>analyses</b> intermédiaires : synthèses des animateurs envoyées aux participants avant le FG suivant, avec <b>possibilité d'être discutées</b></li> <li>- L'analyse finale, celle d'où on tire les conclusions collectives, correspond à la délibération au sens de « <b>décision</b> » et est appelée « mise sous tension ». Elle a l'avantage d'être <b>partagée</b>. La difficulté principale est le fait de faire des choix et de trancher ! Les participants sont donc sous tension « Que choisit-on ? Au nom de qui parle-t-on ? Quelle est notre légitimité ? Quel groupe mettre en place pour assurer le suivi du projet ? etc. »</li> </ul>

### 3.9 CONCLUSION

FG Terre de Hoëgne : FG classiques	FG Bœuf de la Semois : FG délibératifs
Points positifs	
Inviter la population à un FGC <ul style="list-style-type: none"> <li>- c'est lui <b>permettre de s'exprimer</b> sur des sujets qui la concernent.</li> <li>- permet d'intéresser, de sensibiliser la population aux sujets soumis.</li> <li>- montre l'importance que lui accordent les GALs.</li> </ul>	Associer le diagnostic des représentations à l'initiation d'un groupe autour de la construction d'un projet partagé permet de ne pas uniquement sonder les participants mais de les <b>engager envers un futur projet qui a du sens pour eux.</b>
Points négatifs	
Risque de placer les gens (non pas dans une dynamique d'ouverture et d'engagement par rapport aux projets futurs) mais dans une dynamique d'expression de plaintes ou de revendications particulières de type « y a qu'à ».	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contraintes de temps, d'énergie</li> <li>- Exige un intéressement continu des participants</li> <li>- Besoin de compétences et prises de risque pour enclencher et accompagner une telle dynamique participative</li> </ul>

Enfin, pour clôturer, il est essentiel de ne pas oublier que la manière dont vous menez votre enquête et la manière dont vous diffusez les résultats véhiculeront une image concrète de votre GAL et de vos projets !

## 4 Tableau synthétique

Méthode	SAISIR DES REPRESENTATIONS			PRODUIRE DES REPRESENTATIONS COLLECTIVES
	Questionnaire	Entretien	Focus groupe	Focus groupe
Type de démarche	Quantitative	Qualitative	Qualitative	Qualitative
Connaissance de la nature du problème	Grande	Faible	Faible	-
Connaissance du terrain	Grande	Faible	Faible	-
Nature des hypothèses	Vérificatoires	Exploratoires	Exploratoires	Exploratoires
Type de questions	Fermées	Ouvertes	Ouvertes	Ouvertes
Résultats	Résultat chiffré pour chaque hypothèse	Catégorie de réponses/nouvelles hypothèses	Catégorie de réponses/nouvelles hypothèses	Consensus/projet commun
Objectifs	Infirmier ou confirmer les hypothèses	Explorer, faire surgir des constats et des pistes d'explication	Saisir les représentations des participants	Créer un groupe de réflexion
	Mesurer l'ampleur du problème	Permettre aux acteurs de désigner leurs problèmes	Permettre de s'exprimer sur des sujets le concernant	Construction d'une vérité commune
Caractéristique de l'enquêteur	Enquêteur	Interviewer	Animateur	Animateur-accompagnateur
Caractéristique des enquêtés	Représentativité possible	Représentativité difficile	10-15 personnes	10-15 personnes
	Possibilité d'interroger un grand nombre	Interrogation d'un grand nombre difficile	Critères de sélection	Critères de sélection
Temps nécessaire	Court	Long	Long	Long
Relation de confiance	Faible	+ grande	Faible	Elevée
Effet sur les interviewés	sensibilisation/engagement + faible	sensibilisation/engagement +élevé	sensibilisation/engagement +faible	sensibilisation/engagement +élevé
Interlocuteur	1 personne	1personne	Groupe	Groupe
Type de FG	-	-	Classiques/tour de table	Délibératifs/interactionniste/débat
Dynamique de groupe	-	-	Faible	Grande
Outils	Questionnaire	Enregistreur/Guide d'entretien/Grille de lecture	Guide d'entretien	Personne ressource/outils d'animation
Témoignage GAL	Terre de Hoëgne	Assesses-Gesves	Terre de Hoëgne	Cuestas