

Bonnes pratiques de conception de questionnaire

Corriger ou pas les effets de mesure

Sommaire

 01

Les fondamentaux d'un questionnaire

 02

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

01

Les fondamentaux d'un questionnaire

01

Les fondamentaux d'un questionnaire

01.1

Un média destiné à
l'enquête

01.2

Question/Réponse -
La théorie

01.3

Les trois dimensions d'un
questionnaire

Les fondamentaux d'un questionnaire

| Un média destiné à l'enquête

| Le point de vue de l'enquête

On doit s'assurer de trois points élémentaires :

1. que l'enquêté comprend la question,
2. que l'enquêté est capable d'y répondre,
3. que l'enquêté accepte d'y répondre.

Pour cela, le questionnaire fait appel à des compétences statistiques et non statistiques :

- Sciences cognitives : psychologie, linguistique
- Statistiques : tests quantitatifs,
- Sciences sociales : expertise thématique
- Informatiques et techniques : design de l'interface, format de questionnaire « responsive » adapté au support de collecte

Les fondamentaux d'un questionnaire

| Question/Réponse – La théorie

| La question selon Dillman

1. Une phrase complète rédigée à la forme interrogative (« question stem ») : doit fournir l'information la plus directe et la plus explicite) ⇒ l'énoncé de la question
2. Des instructions supplémentaires ⇒ les consignes, les instructions, les unités, les exemples
3. Des espaces ou des modalités pour la réponse (qui fournissent également des indices) ⇒ la réponse

↪ Ces différents éléments apportent du sens chacun indépendamment, et en tant qu'ensemble

Les fondamentaux d'un questionnaire

| Question/Réponse – La théorie

| Les cinq étapes de la réponse

1. Perception de la question

- ⇒ Repérage de la question dans la page
- ⇒ Identification du sens de lecture

2. Compréhension

- ⇒ Compréhension du sujet de la question dans le cadre de la thématique de l'enquête
- ⇒ Signification des mots de la question

3. Recherche de l'information pertinente

- ⇒ Recherche des informations dans sa mémoire
- ⇒ Consultation de documents

4. Évaluation de l'information

- ⇒ Identification de l'information pertinente parmi les informations trouvées
- ⇒ Hiérarchisation des informations parmi celles qui sont pertinentes

5. Réponse

- ⇒ Conversion de la réponse dans le format attendu

Les fondamentaux d'un questionnaire

| Question/Réponse – La théorie

| Les cinq étapes de la réponse

1. Perception de la question ⇒ **À combien de temps remonte votre dernier contact avec un médecin généraliste ?**

- À moins de 6 mois
- Entre 6 mois et un an
- À plus d'un an

2. Compréhension ⇒ Doit on inclure les messages sur un répondeur téléphonique pour un simple renouvellement d'ordonnance ? Oui, puisque cela inclut la délivrance d'une prescription...

3. Recherche de l'information ⇒ Effort de mémoire du répondant / consultation de documents : ce devait être juste avant les vacances d'été, donc plutôt fin juin- début juillet

4. Évaluation de l'information ⇒ Si nous sommes en novembre, alors fin juin correspond à moins de 6 mois

5. Réponse ⇒ Le répondant répond : à moins de 6 mois.

Les fondamentaux d'un questionnaire

- | **Ses trois dimensions**
- | **Le contenu, la rédaction, la forme**

Un questionnaire bien conçu doit assurer la compréhension et l'adhésion du l'enquêté au sujet de l'enquête. Pour cela, il est nécessaire de :

- ↪ Travailler sur le contenu des questions, en identifiant les informations que l'on souhaite collecter et les rendre compréhensibles.
- ↪ Travailler sur la rédaction, en formulant des questions, des réponses et des instructions de manière à faciliter le processus cognitif du répondant.
- ↪ Travailler sur la forme et la communication visuelle des énoncés des questions, des modalités de réponses, des consignes mais aussi du cheminement dans le questionnement en utilisant les quatre types de langage (verbal, numérique, symbolique, graphique) et leurs quatre propriétés (taille, police, contraste/couleurs, positionnement).

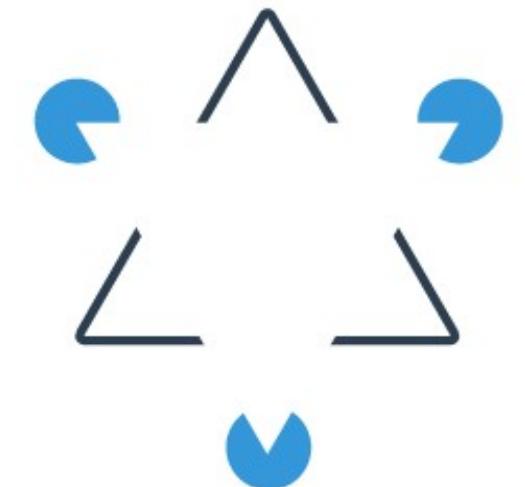
Les fondamentaux d'un questionnaire

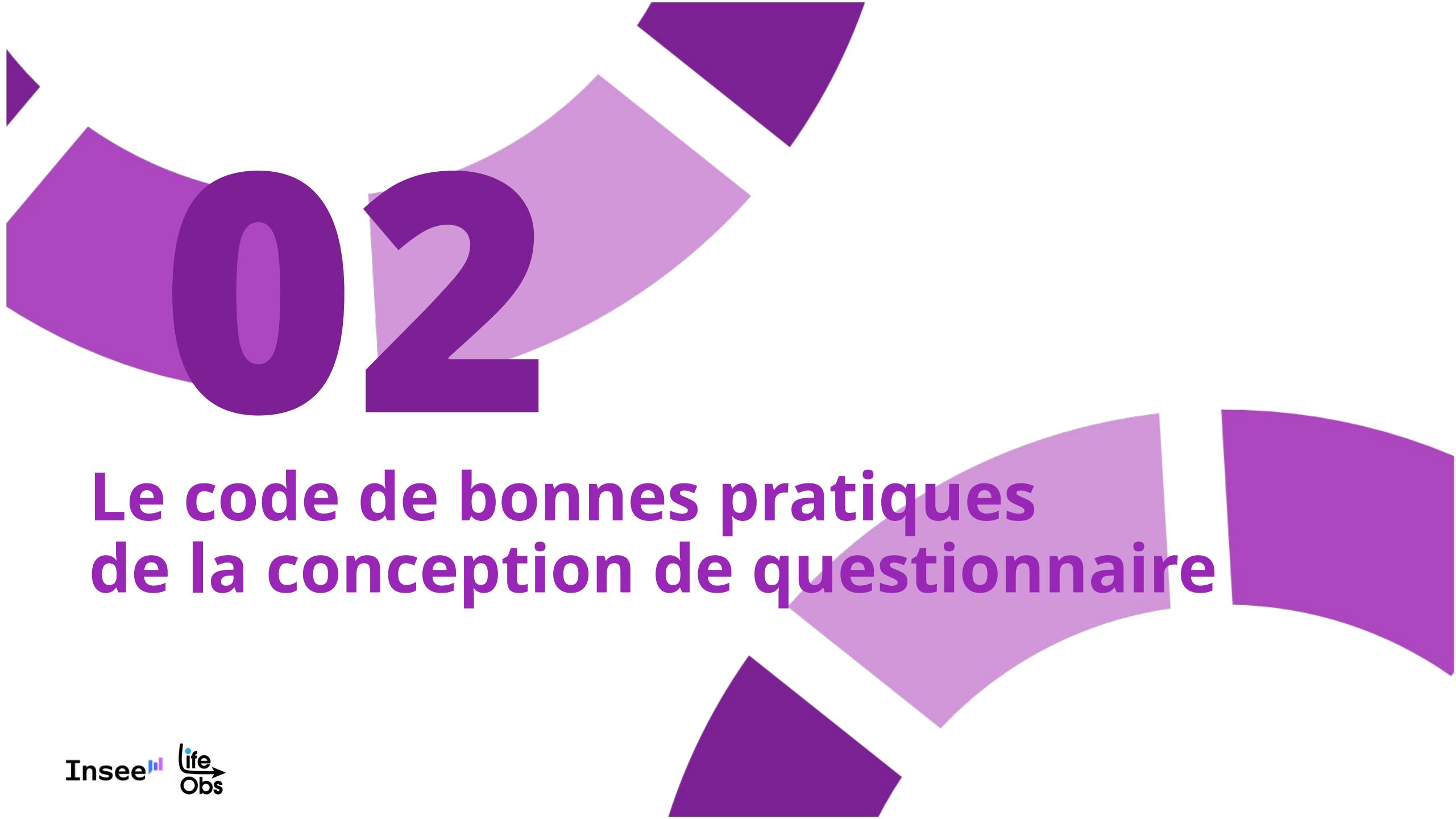
| Ses trois dimensions

| Le contenu, la rédaction, la forme

↪ Mettre en œuvre les principes de la Gestalt Psychologie : le tout est plus que la somme des parties

- **principe de proximité** : les éléments proches sont de même nature ;
 - ↪ les énoncés des questions et leurs espaces de réponse/options de réponse doivent être regroupés.
- **principe de similarité** : les éléments similaires en termes de police, couleur, taille ou autres caractéristiques sont de même nature ;
 - ↪ les polices de caractère doivent être utilisées uniformément et à une seule fin dans un questionnaire ;
 - ↪ une mise en forme homogène simplifie la compréhension de l'enquêté et lui donne des repères ; attention tout ce qui est mis en relief se fait au détriment du reste ;
- **principe de « pragnanz » (ou de simplicité)** : les éléments simples sont plus facilement compris et mémorisés ;





02

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

02

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

02.1

Amélioration de la qualité des données produites

02.2

Amélioration de l'expérience utilisateur

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | Effet sur la qualité des données produites
- | Pertinence

Un questionnaire bien conçu permet :

- ↪ de **répondre aux objectifs de l'enquête**, et uniquement à ceux-ci, attention aux enquêtes « omnibus » qui intègrent des questions éloignées du sujet ou qui concernent un trop petit nombre de répondants ;
- ↪ de poser aux enquêtés uniquement les questions qui les concernent : filtrer le questionnaire mais attention aux abus (risques de réponses inexploitables, d'erreur, d'évitement, etc.) ;
- ↪ de collecter les variables qui permettent de calculer les indicateurs attendus ;
- ↪ de **satisfaire les utilisateurs finaux des données** ;

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

| Effet sur la qualité des données produites

| Pertinence

Exemple 1 :
La question dichotomique pour filtrer

Au cours des douze derniers mois (*c'est-à-dire depuis ^DATENQ-1AN*), avez-vous [^PRENOM a-t-il(elle)] été membre d'une ou plusieurs associations (sportives, culturelles, humanitaires, politiques, de jeunesse, de loisirs, de personnes âgées) ?

1. Oui
2. Non

Si oui

TASSOC

De quel type d'association s'agit-il ?

Plusieurs réponses possibles

Carte IN26 (Types d'association)

1. D'action sanitaire et sociale, association humanitaire et caritative
2. Sportive
3. Culturelle
4. De loisirs
5. Association de défense de droits et d'intérêts communs (y compris parents d'élèves)
6. Club de 3^{ème} âge, loisirs pour les personnes âgées
7. Association de protection de l'environnement
8. Syndicat, groupement professionnel
9. Association religieuse, cultuelle, groupe paroissial
10. Autre

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

| Effet sur la qualité des données produites

| Exactitude et fiabilité (1/19)

Un questionnaire bien conçu permet :

↪ de **limiter les effets de mode** lorsque les libellés des questions, des réponses ainsi que l'ordre des questions, et les filtres sont compatibles avec un mode auto-administré ; pour cela, il faut :

- réduire les différences d'interprétation grâce à une **formulation simple et univoque** des questions (attention à l'ordre des questions et à l'influence du contexte) ; lever les ambiguïtés, éventuellement en ayant recours à des tests utilisateurs ;
- choisir une formulation qui s'ajuste aux capacités réelles des répondants (exercice de réflexivité pour limiter les biais de spécialistes, attention aux tableaux, bannir le vocabulaire technique ou professionnel) ;
- décomposer les questions complexes en une série de questions simples, comprenant une seule notion par question ;

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | **Effet sur la qualité des données produites**
- | Exactitude et fiabilité (2/19)

Exemple 2 : Univocité : l'importance de la définition du concept

Question : qu'est-ce qu'un livre lu ?

Pensez-vous qu'il faille compter comme livres lus les cas suivants ? (% oui)

1. Lire un article dans une encyclopédie ⇒ 20%
2. Feuilleter un livre de photographies ⇒ 14 %
3. Regarder les reproductions d'un livre d'art ⇒ 21%
4. Lire quelques pages d'un ouvrage religieux ⇒ 40%
5. Lire une biographie d'un artiste ou d'un sportif célèbre ⇒ 70%
6. Rechercher des renseignements dans un guide touristique pour préparer un voyage ⇒ 26 %
7. Commencer un roman et l'interrompre parce qu'il vous ennuie ⇒ 44 %
8. Lire une histoire à ses enfants ⇒ 60%

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | Effet sur la qualité des données produites
- | Exactitude et fiabilité (3/19)

Exemple 3 : Univocité : l'influence du contexte et de l'ordre des questions

Question a : Êtes-vous favorable à la construction de mosquées en France

Question b : Êtes-vous favorable ou défavorable à ce que l'on accorde le droit de vote aux élections municipales aux immigrés résidant et travaillant en France depuis quelques années ?

Présentation du taux de réponse à la question b :

	Question a en premier	Question b en premier
Favorable	34 %	42 %
Défavorable	52 %	46 %
Indifférent	14 %	12 %

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

Réf : /

- | Effet sur la qualité des données produites
- | Exactitude et fiabilité (4/19)

Exemple 4 :
S'adapter aux capacités des répondants : éviter les tableaux

Catégorie de déchets (Cochez la case si vous êtes concernés par ce déchet)	Quantité produite en 2008 (Indiquez une quantité de préférence en tonne, sans décimale)	Part emballages dans la quantité de déchets (Cochez la case la plus proche de la réalité)	Compactage des déchets (Indiquez si vos déchets ont été compactés)	Traitement des déchets (cochez la ou les cases concernées)				Mode de traitement des déchets (indiquez le pourcentage par mode)								
				sur site	Hors site, collectés par Prestataire spécialisé ou autre	Services municipaux	Votre établissement	Recyclage matière, valorisation	Valorisation énergétique	Incineration sans valorisation énergétique	Mise en décharge	Centre de tri ou déchèterie*				
<input type="checkbox"/> D2 Papiers	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³	0% 30% 70% 100%	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> D3 Papiers et cartons en mélange	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³	0% 30% 70% 100%	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> E1 Déchets textiles	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³	0% 30% 70% 100%	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> E2 Déchets de cuir	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³	0% 30% 70% 100%	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> F1 Pneumatiques	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou nombre</td></tr></table>			tonnes	ou nombre		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou nombre															
<input type="checkbox"/> F2 Autres déchets de caoutchouc	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> G1 Palettes perdues et usagées	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou nombre</td></tr></table>			tonnes	ou nombre		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou nombre															
<input type="checkbox"/> G2 Caisses et cagettes en bois usagées	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> G3 Copeaux, sciures, écorces ou plaquettes	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> G4 Bois en Mélange	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³	0% 30% 70% 100%	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> H1 Déchets minéraux	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> I1 Équipement hors d'usage (machines et mobiliers hors d'usage, sauf DEEE : piles, batteries et accumulateurs ou équipements repris par le fournisseur)	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> J1 Véhicules mis au rebut	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> L1 Déchets d'espaces verts	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> M1 Déchets alimentaires (cantine, restaurants d'entreprises)	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³	0% 30% 70% 100%	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															
<input type="checkbox"/> Autres déchets non dangereux, précisez : _____	<table border="1"><tr><td> </td><td> </td></tr><tr><td>tonnes</td><td>ou m³</td></tr></table>			tonnes	ou m ³	0% 30% 70% 100%	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tonnes	ou m ³															

* N'utilisez cette colonne que si vous ne connaissez pas la destination finale du déchet après passage par le centre de tri.

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- Effet sur la qualité des données produites
- Exactitude et fiabilité (5/19)

Exemple 4 :
S'adapter aux capacités des répondants : éviter les tableaux

IV - PRODUCTION DE DÉCHETS NON-DANGEREUX EN 2016

- Sont considérés ici comme « déchets » toutes les matières destinées à l'abandon, ainsi que celles recyclées, valorisées, traitées (en interne : sur site ou en externe) ou mises en décharge.
La définition d'un déchet est donc indépendante de la destination du déchet, ainsi que des notions économiques liées à sa gestion (coûts d'élimination ou bénéfices lors de la valorisation). Les déchets, ré-introduits dans le processus de production de l'établissement, ne doivent pas être comptabilisés .
- Les déchets concernés par cette enquête sont les **déchets non dangereux**. Cette enquête ne porte donc pas sur les substances explosives, inflammables, nocives, toxiques etc... comme les déchets de préparations chimiques, les déchets acides... Tous déchets souillés par une substance dangereuse (chiffons souillés, verre souillé, bois traité avec des substances dangereuses...), sont considérés comme des déchets dangereux.
- Merci de remplir le questionnaire **en tonnes** lorsque vous le pouvez ou à défaut en m3 (ou en nombre pour la ligne G1 « palettes »). En cas de quantité inférieure à 1 tonne ou 1 m3 arrondir à la première décimale (ex pour 320 Kg, indiquer 0,3)

→ 1. Parmi les types de déchets ci-dessous, lesquels avez-vous produits au cours de l'année 2016 ?

	Catégorie de déchets produits ?  
Boues et effluents non dangereux	N1 - Boues de STEP (uniquement si vous avez une station d'épuration sur votre site) <input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
	N2 - Autres boues ou effluents (eaux usées...) <input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
Déchets organiques non dangereux 	O1 - Déchets organiques d'origine végétale (fruits, légumes, brisures de pain, déchets verts...) <input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
	O2 - Autres déchets organiques (origine animale ou mélange animal/végétal) <input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
Déchets non dangereux non triés 	P1 - Déchets en mélange <input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
	A1 - Déchets de verre <input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
	B1 - Métaux ferreux <input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
	R2 - Métaux non ferreux (aluminium, cuivre...) <input type="radio"/> Oui

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | Effet sur la qualité des données produites
- | Exactitude et fiabilité (6/19)

Exemple 4 :
S'adapter aux capacités des répondants : éviter les tableaux

VI - QUANTITÉ DE DÉCHETS ORGANIQUES NON DANGEREUX

O1 Déchets organiques d'origine végétale (fruits, légumes, brisures de pain, déchets verts...)

→ 1. Quantité de déchets organiques d'origine végétale produite en 2016

Réponse de préférence en tonne

tonnes ou m³

→ 2. Traitement des déchets organiques d'origine végétale

Cochez la ou les cases concernées

Sur site
 Hors site - Collectés par un prestataire spécialisé ou autre
 Hors site - Collectés par les services publics
 Hors site - Collectés par votre établissement ou entreprise

→ 3. Mode de traitement des déchets organiques d'origine végétale

Indiquez le pourcentage par mode

	Pourcentage
Epandage	<input type="text"/> %
Compostage	<input type="text"/> %
Station d'épuration	<input type="text"/> %
Méthanisation	<input type="text"/> %
Incinération (avec ou sans récupération d'énergie)	<input type="text"/> %
Valorisation (matière, alimentation animale...)	<input type="text"/> %
Mise en décharge	<input type="text"/> %

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | **Effet sur la qualité des données produites**
- | Exactitude et fiabilité (7/19)

Exemple 5 : Décomposer les questions complexes : une seule interrogation par question

Question : Pensez-vous qu'au cours des 12 derniers mois, votre salaire et vos conditions de travail aient été satisfaisants ?

1. Oui, tout à fait
2. Oui, partiellement
3. Non, pas du tout

Préférer : Deux questions

- Pensez-vous qu'au cours des 12 derniers mois, votre salaire ait été satisfaisant ?
 1. Oui, tout à fait
 2. Oui, partiellement
 3. Non, pas du tout
- Pensez-vous qu'au cours des 12 derniers mois, vos conditions de travail aient été satisfaisantes ?
 1. Oui, tout à fait
 2. Oui, partiellement
 3. Non, pas du tout

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

| Effet sur la qualité des données produites

| Exactitude et fiabilité (8/19)

↪ de **limiter les effets de mode** lorsque les libellés des questions, des réponses ainsi que l'ordre des questions, et les filtres sont compatibles avec un mode auto-administré ; pour cela, il faut :

- préférer la présentation « oui/non » devant chaque modalité pour les enquêtes en multimode :
 - risque trop important, avec la présentation sous forme de cases à cocher, de primacy effect pour les modes auto-administrés ou de recency effect pour les modes intermédiaires, surtout lorsque le nombre de modalités est important ;
 - des études ont montré que les réponses semblent plus complètes avec le choix « oui/non » car cette présentation oblige l'enquêté à lire toutes les modalités ;
- travailler l'affichage : utiliser des espaces blancs sur fond de couleur pour mettre en relief les espaces de réponse ; les adapter à l'information collectée et choisir des formats semblables pour des types d'information identique ;
- faciliter l'apprentissage des répondants en clarifiant la structure du questionnaire ;
- choisir un sens de lecture homogène tout au long du questionnaire ;

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

Effet sur la qualité des données produites

Exactitude et fiabilité (9/19)

Exemple 6 :
Les questions à choix multiples avec plusieurs réponses possibles

→ 1. Au cours des trois derniers mois, en dehors de chez vous, vous avez utilisé internet...

Plusieurs réponses possibles

- sur votre lieu de travail.
- sur votre lieu d'études
- chez des membres de votre famille, des amis, voisins
- dans un autre lieu (cybercafé, bibliothèque, hôtel, aéroport, etc.)
- pas d'utilisation en dehors de chez vous

→ 2. Au cours des trois derniers mois, en dehors de chez vous, vous avez utilisé internet...

sur votre lieu de travail.	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
sur votre lieu d'études	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
chez des membres de votre famille, des amis, voisins	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
dans un autre lieu (cybercafé, bibliothèque, hôtel, aéroport, etc.)	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non
pas d'utilisation en dehors de chez vous	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

| Effet sur la qualité des données produites | Exactitude et fiabilité (10/19)

↪ de limiter les erreurs de mesure :

Erreur de mémoire : Problème de datation des événements, mémoire sélective, oubli de quantités négligeables ou de ce qui n'a pas de sens, reconstruction du passé à l'aune du présent, sous-estimation et simplification du passé, sur-estimation de ce qui est important, etc. ;

- ⇒ interroger sur chaque composante d'un concept plutôt que sur le concept dans son ensemble ; lister les pratiques, les objets, les sources de revenus ;
- ⇒ limiter la consultation de documents externes ; ou avertir les enquêtés des documents à consulter ;
- ⇒ favoriser les associations d'idées : adopter un déroulement logique du questionnaire, par faisceau de questions sur un même événement ;
- ⇒ dans les questions filtrées, rédiger des phrases complètes reprenant les termes du filtre pour alléger l'effort mémoire de l'enquêté ;
- ⇒ évaluer l'opportunité de fournir aux répondants les données qu'ils ont renseignées antérieurement (qualité des données, risque de divulgation) ;

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | **Effet sur la qualité des données produites**
- | Exactitude et fiabilité (11/19)

I - VOTRE SITUATION PROFESSIONNELLE ACTUELLE

En 2018, vous avez exercé un emploi salarié dans l'administration désignée ci-dessous :

- 1. Êtes-vous toujours en activité au sein de cette administration ?

- Oui
- Non

→ Si oui, passez à la question 4.

- 2. Si vous n'êtes plus en activité dans cette administration, quand l'avez-vous quittée ?

Indiquez le mois et l'année.

□□ / □□□□

- 3. Pour quelle raison avez-vous quitté cette administration ?

Une seule réponse possible.

- Changement d'administration
- Départ à la retraite
- Départ définitif de la fonction publique (fin de contrat, démission...)
- Disponibilité ou autre sortie temporaire (détachement...)
- Autre

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | **Effet sur la qualité des données produites**
- | **Exactitude et fiabilité (12/19)**

↪ de **limiter les erreurs de mesure** :

Satisficing : Arrêter de chercher le choix optimal dès qu'une option permet d'atteindre un certain niveau d'aspiration ; le satisficing est lié à l'effort cognitif demandé et au faible niveau d'implication du répondant, il se traduit par des réponses incomplètes, des stratégies de réponses systématiques (acquiescement, « ne sait pas », choix de la première modalité (primacy effect), choix de la dernière modalité (recency effect), etc.) ou aléatoires ; il est sensible aux effets d'ordre, à la présentation des modalités de réponse, à l'absence d'enquêteur.

- ⇒ varier les formats de question pour contrer la lassitude des enquêtés ;
- ⇒ éviter les listes de modalités trop longues ;
- ⇒ poser des questions de contrôle pour vérifier la cohérence des réponses ;
- ⇒ faire des questionnaires courts ;

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | **Effet sur la qualité des données produites**
- | **Exactitude et fiabilité (13/19)**

↪ de **limiter les erreurs de mesure** :

Désirabilité sociale : Pour présenter une image favorable de lui, le répondant se conforme à ce qu'il imagine des normes et des attentes sociales, et qu'il faut être pour avoir de la valeur ; ce type d'erreur est moins sensible en mode auto-administré ;

⇒ formuler des énoncés de question de la manière la plus neutre possible ; éviter les questions qui suggèrent une réponse : préférer par exemple : « Comment l'activité de votre entreprise a-t-elle évolué en 2024 ? » plutôt que « L'activité de votre entreprise a-t-elle progressé en 2024 ? » ;

⇒ identifier les thématiques « sensibles » (sexualité, politique, religion, argent, alcool, drogue, tabac, etc. Tout ce qui montre qu'on n'est pas un citoyen modèle !) et ne pas proposer de modalités médiane dans les échelles d'opinion ;

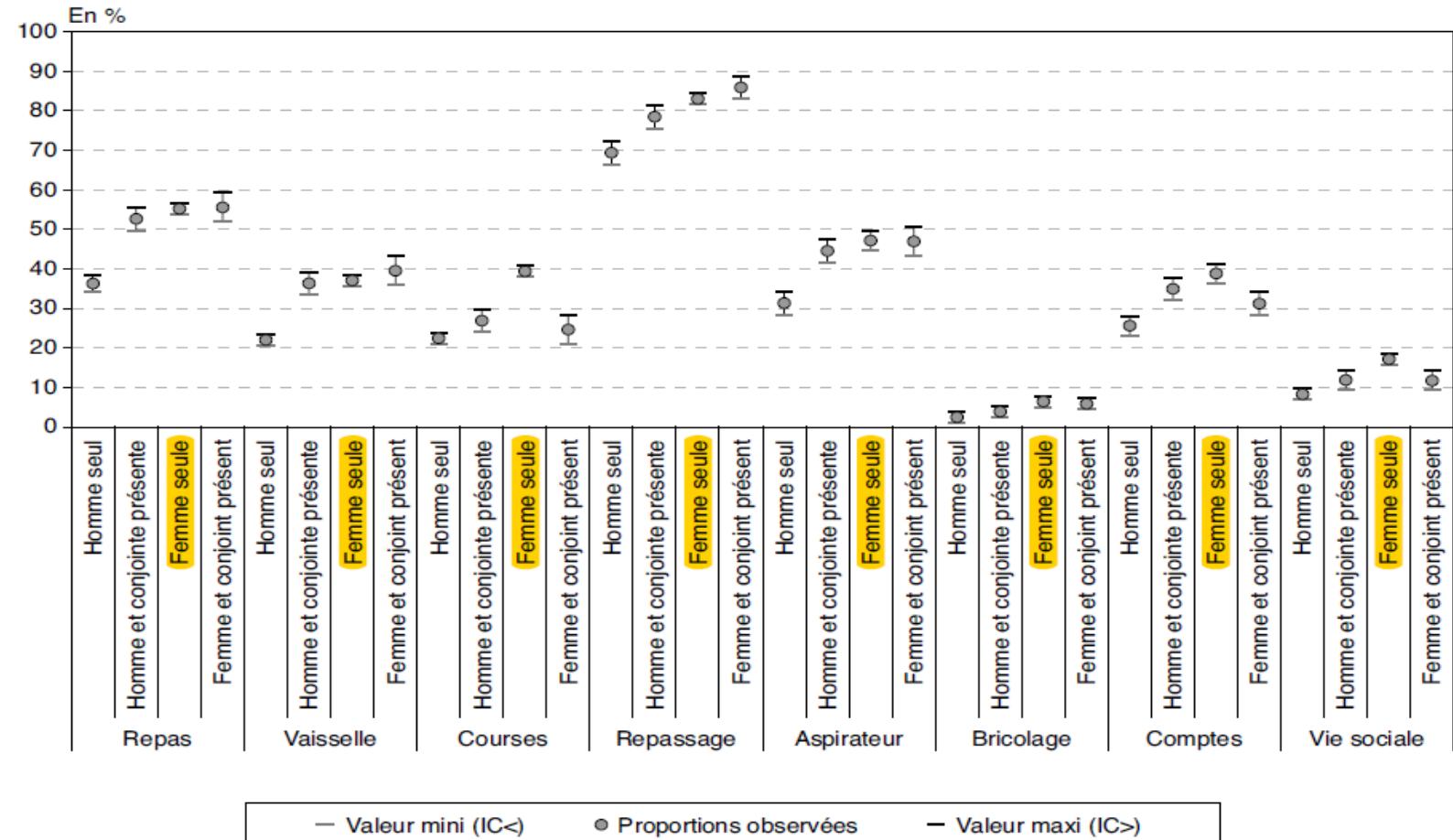
⇒ éviter les modalités honteuses ;

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | Effet sur la qualité des données produites
- | Exactitude et fiabilité (14/19)

Exemple 11 : La désirabilité sociale

Graphique III
Proportion de réponses « toujours la femme » selon le sexe et les conditions de passation



Lecture : 36,6 % des hommes en couple interrogés seuls ont déclaré que c'est « toujours la femme » qui prépare les repas ; 52,6 % des hommes en couple interrogés en présence de leur conjointe déclarent que c'est « toujours la femme » qui prépare les repas.

Calcul des intervalles de confiance (IC) : $IC = p \pm 1,96 \times \sqrt{\frac{p \times (1-p)}{\text{effectif}}}$.
Champ : personnes en couple cohabitant ($N = 6\,088$).
Source : Éri-GGS(1), Ined-Insee, 2005.

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

| Effet sur la qualité des données produites

| Exactitude et fiabilité (15/19)

↪ de **favoriser l'exactitude des réponses :**

[Tout type de questions]

- les énoncés doivent prendre la forme d'une phrase complète rédigées à la forme interrogative, et non la forme de fragments de phrase ou de mots clés ; l'enquêté n'a pas à deviner la question par lui-même ;
- ils doivent permettre à l'enquêté d'identifier et cibler le sujet au cœur de la question, indépendamment des réponses proposées ; si besoin des consignes sont ajoutées au plus près de l'énoncé pour préciser les concepts manipulés ;
- ils s'adressent à l'entité concernée par la question (vous/votre ménage/votre entreprise/votre établissement, etc.) ;
- ils indiquent les périodes à prendre en considération par des dates ou des durées précises ou encore, des fréquences chiffrées (3 fois par semaine plutôt que fréquemment) ;
- indiquer, le cas échéant, l'unité de mesure après chaque case de réponse ;

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | Effet sur la qualité des données produites
- | Exactitude et fiabilité (16/19)

Exemple 7 : Les énoncés des questions doivent être rédigés à la forme interrogative

Question : Actuellement (pour le ménage) diriez-vous plutôt que financièrement ... (en %)

1. Vous ne pouvez pas y arriver sans faire de dette
2. Vous y arrivez difficilement
3. C'est juste, il faut faire attention
4. Ça va
5. Vous êtes plutôt à l'aise
6. Vous êtes vraiment à l'aise

➤ **Préférer : Comment caractériseriez-vous votre situation financière actuelle ?**

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

| Effet sur la qualité des données produites

| Exactitude et fiabilité (17/19)

↪ de **favoriser l'exactitude des réponses :**

[Questions à choix multiples]

- les modalités de réponses doivent décrire toutes les situations possibles ;
 - dans le cas contraire, prévoir un filtre ou une modalité « autre » ou « sans objet » ;
 - utiliser les modalités « Ne Sait Pas » ou « Refus de répondre », mais avec discernement ;
 - faire attention aux bornes : moins de 10 salariés, de 10 à 49 salariés... ;
 - choisir un vocabulaire précis ; éviter les formulations floues comme « plutôt oui », « généralement » ; préférer une fréquence chiffrée à une appréciation de la fréquence (rarement, souvent, etc.) ;
- les modalités doivent être exclusives les unes des autres (rendre exclusif si ce n'est pas le cas) ;
- les modalités médianes doivent être évitées surtout quand le nombre de modalités est faible ;

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

| Effet sur la qualité des données produites

| Exactitude et fiabilité (18/19)

↪ de **limiter la non-réponse** :

- faciliter le processus de réponse (en cinq étapes) de l'enquêté ;
 - ⇒ on pourra proposer des tranches plus que demander des montants précis ;
- améliorer l'expérience utilisateur du répondant : en clarifiant et en fluidifiant le cheminement du questionnaire, en améliorant la communication visuelle ;
 - ⇒ tirer parti des habitudes de lectures familiaires ;
 - ⇒ indiquer clairement le début de chaque question et de chaque partie ;
 - ⇒ regrouper les éléments de données similaires (ordre des questions et des modules) ;
 - ⇒ séparer les questions ;
- augmenter la satisfaction de l'utilisateur : la satisfaction de l'enquêté conduit dans un premier temps à une meilleure coopération et dans un second temps à améliorer in fine l'image du producteur de l'enquête et de l'Institut.

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | Effet sur la qualité des données produites
- | Exactitude et fiabilité (19/19)

Exemple 9 :
Clarifier le cheminement

Figure 26. A complex navigational path, from the Bureau of Economic Analysis' quarterly foreign direct investment questionnaire, pre-2007.

FORM BE-605 U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE
BUREAU OF ECONOMIC ANALYSIS
TRANSACTIONS OF U.S. AFFILIATE,
EXCEPT A U.S. BANKING AFFILIATE,
WITH FOREIGN PARENT
MANDATORY CONFIDENTIAL
QUARTERLY REPORT

Part I IDENTIFICATION

1. Report for quarter _____ year _____
2. Name and mailing address of U.S. affiliate
See General Instructions
for consolidated reporting
of U.S. affiliates.

3. U.S. affiliate name in Part I is - Month/Year
a. U.S. business enterprise incorporated in the United States
b. An incorporated U.S. business enterprise, such as a branch, partnership, real estate, etc.
c. Branch or office of the foreign parent or the firm's parent outside the U.S. which holds the direct investment interest in the U.S. affiliate through another U.S. affiliate

4. Name of foreign parent of the U.S. affiliate
5. Country of foreign parent's U.S. affiliate
CALCULUS

6. Foreign parent named in item 4 holds - Month/Year
7. Only indirect equity interest in the U.S. affiliate through another U.S. affiliate (see WFOA item 2)
8. Whether a direct or indirect equity interest in the U.S. affiliate (see WFOA item 2)
9. Whether item 7 C is owned directly by the foreign parent or held in trust
10. BEA USE ONLY

Part II FOREIGN PARENT'S DIRECT EQUITY IN U.S. AFFILIATE

See Specific Instructions
11. Quarterly net income statement
12. Certain realized and unrealized gains (losses), net of taxes
a. Included in net income (item 11)
b. Not included in net income (item 11) but taken to cover certain other items, including transfers and dividends
13. Transfers and dividends
14. Dividends - gross amount
15. Gross change in equity interest - amount by which each U.S. affiliate's equity interest in the U.S. affiliate increased or decreased during quarter
16. U.S. affiliate paid dividends or interest to persons other than U.S. persons
17. Net amount of dividends distributed among items 14 and 16
18. Interest - included in net income
19. Royalties, license fees, and other amounts received from intangible property
20. Charges for the use of tangible assets

Part III DIRECT PAYMENTS TO AND RECEIVED FROM FOREIGN PARENT BY U.S. AFFILIATE, AS CONSOLIDATED, DURING QUARTER

Enter amounts paid, received, or transferred to or from foreign parent (or to or from a foreign parent's subsidiary during the quarter) during the last 20 days of the quarter. Report items 12 through 20 gross of any other transaction. See Specific Instructions
21. Payments made to foreign parent
22. Receipts or amounts due to foreign parent
23. Liabilities owing U.S. affiliate directly or indirectly to foreign parent
24. Receivable due to U.S. affiliate directly or to its foreign parent - current and long-term
25. Increase in equity interest
26. Decrease in equity interest
27. Transactions between foreign parent and U.S. affiliate - See Specific Instructions
28. Acquisitions by foreign parent of equity interest in U.S. affiliate
29. U.S. persons other than U.S. affiliate
30. All foreign persons
31. Sale by foreign parent of equity interest in U.S. affiliate
32. U.S. persons other than U.S. affiliate
33. All foreign persons
34. Total change during quarter of foreign parent's equity in U.S. affiliate

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

| Effet sur la qualité des données produites

| Comparabilité et cohérence

Comparabilité dans le temps :

↪ de collecter des réponses homogènes dans le temps en formulant des questions de manière durable.

Comparabilité dans l'espace :

↪ de garantir la cohérence des réponses quel que soit le lieu de vie des répondants en posant des questions adaptées à tous les contextes territoriaux.

Comparabilité entre sous-populations :

↪ d'obtenir des réponses comparables quel que soit l'individu et ses caractéristiques socio-démographiques.

Cohérence :

↪ de collecter des variables de contrôle pour identifier les sources d'incohérence.

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | Effet sur l'expérience de l'utilisateur
- | Clarté et accessibilité (1/3)

Un questionnaire bien conçu permet :

Clarté :

- ↪ d'alléger l'effort cognitif du répondant en rédigeant des consignes pertinentes.
- ↪ de ne pas interrompre la réponse à l'enquête en positionnant les instructions dans le sens de la lecture (éviter les infos-bulles ou n'y faire figurer que des informations qui ne servent pas directement à la réponse).
- ↪ envisager de reformuler les instructions importantes sous forme de questions pour amener le répondant à comprendre et appliquer correctement les consignes ;
- ↪ convertir les paragraphes narratifs en listes à puces ;

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

Effet sur l'expérience utilisateur

Clarté et accessibilité (2/3)

Exemple 12 : Les infos-bulles

I - STATUT D'OCCUPATION

→ 1. Quel est votre statut d'occupation dans le logement ?

Locataire
 Propriétaire
 Logé à titre gratuit
 Usufruitier 

La propriété juridique d'un logement comprend deux parties : le droit d'utiliser le logement et d'en percevoir les fruits (loyers) que l'on appelle droit d'usufruit, et « le reste » (le droit de vendre ou de donner le logement), qu'on appelle la nue-propriété. Un démembrement de propriété peut avoir lieu lors des transmissions entre générations, successions ou donations. En cas de donation ou de succession, l'usufruit est la jouissance d'un bien (ici le logement) dont la nue-propriété revient éventuellement à une ou à d'autres personnes. Le viager consiste à vendre son logement en échange d'un capital ou « bouquet » (une partie du prix de vente), et d'une « rente » (des versements réguliers) en général, pour le restant de sa vie. L'occupant est : - soit l'ancien propriétaire, devenu usufruitier car il conserve la jouissance du logement - soit l'acheteur : il est alors propriétaire

I - STATUT D'OCCUPATION

→ 1. Quel est votre statut d'occupation dans le logement ?

La propriété juridique d'un logement comprend deux parties : le droit d'utiliser le logement et d'en percevoir les fruits (loyers) que l'on appelle droit d'usufruit, et « le reste » (le droit de vendre ou de donner le logement), qu'on appelle la nue-propriété. Un démembrement de propriété peut avoir lieu lors des transmissions entre générations, successions ou donations. En cas de donation ou de succession, l'usufruit est la jouissance d'un bien (ici le logement) dont la nue-propriété revient éventuellement à une ou à d'autres personnes. Le viager consiste à vendre son logement en échange d'un capital ou « bouquet » (une partie du prix de vente), et d'une « rente » (des versements réguliers) en général, pour le restant de sa vie. L'occupant est : - soit l'ancien propriétaire, devenu usufruitier car il conserve la jouissance du logement - soit l'acheteur : il est alors propriétaire

Le code de bonnes pratiques de la conception de questionnaire

- | Effet sur l'expérience de l'utilisateur
- | Clarté et accessibilité (3/3)

Un questionnaire bien conçu permet :

Accessibilité :

- ↪ de garantir que tous puissent accéder au questionnaire en choisissant un design simple et accessible ; le DSFR pour les interfaces officielles de l'État présente en plus l'avantage d'être reconnaissable et d'accroître la confiance des répondants ;
- ↪ de garantir que le questionnaire passe sur tous les supports de collecte (responsive design).

Merci

Christine Fluxa
Insee – Division Recueil et
Traitement de l'Information
+33 1 87 69 55 36
Christine.fluxa@insee.fr

Insee
Mesurer pour comprendre

insee.fr      [le blog](#)

 Life
Obs

Bibliographie

Rédaction et révision des lignes directrices pour la conception de questionnaires, Rebecca L. Morrison, Symposium Statistique Canada 2008

Questionnaire Design Guidelines for Establishment Surveys, Rebecca L. Morrison, Don A. Dillman, and Leah M. Christian, Journal of Official Statistics, Vol. 26, No. 1, 2010

Designing and conducting business surveys, G. Snijkers and al., 2013

Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode surveys – The tailored design method, Don A. Dillman and al., 2014

Questionnaire development, Deidre Giesen, Vivian Meertens, Rachel Vis-Visschers, Dirkjan Beukenhorst, Statistical Methods (2012), Statistics Netherland

Towards a theory of self-administered questionnaire design, Cleo R. Jenkins U.S. Bureau of the Census and Don A. Dillman Washington State University, 1995

Système 1 système 2, les deux vitesses de la pensée, Daniel Kahneman, 2016