

FICHE OUTIL : La méthode d'enquête de perception des discriminations par questionnaire

Cette fiche outil présente la méthodologie de l'enquête de perception des discriminations par questionnaire. Elle a été élaborée dans le cadre de [la journée de qualification « Elaborer et conduire une enquête de perceptions des discriminations auprès des habitants de son territoire » proposée par l'IREV le 29 mars 2023](#). Cette journée était consacrée aux méthodes de mesures des discriminations et visait à donner des repères, conseils et exemples aux acteurs.

Sommaire

A quoi sert une enquête de perception ?	2
Les objectifs d'une enquête de perception.....	2
Les étapes de l'enquête de perception	2
Les étapes de la construction du questionnaire	2
Déterminer à qui s'adresse le questionnaire	2
La formulation des questions.....	3
Insérer des questions permettant de comprendre le profil des répondants	3
La formulation des réponses	4
Précisions sur les exemples concernant la formulation de questions et réponses..	4
La passation du questionnaire	5
Les étapes de la passation du questionnaire.....	5
Les modes de passation du questionnaire	5
L'exploitation et analyse des résultats	6
Les étapes de l'exploitation et l'analyse des résultats	6
Exemple de mise en forme et de commentaires.....	6

1. A quoi sert une enquête de perception ?

Les objectifs d'une enquête de perception :

Une enquête sur les perceptions est réalisée dans le but de recueillir des impressions sur un problème ; l'idée étant de révéler les opinions des citoyens.

L'enquête de perception vise à découvrir des opinions plutôt que des faits. C'est une méthode investie par les pouvoirs publics et organisations non-gouvernementales.

Les étapes d'une enquête de perception :

1. Construction du questionnaire
2. Passation du questionnaire
3. Exploitation et analyse des résultats.

2. Les étapes de la construction du questionnaire

- Recueillir quoi ? Auprès de qui ?
- Formuler les questions
- Formuler les réponses
- Tester le questionnaire

Déterminer à qui s'adresse le questionnaire

Il s'agit de déterminer le nombre et le type de personnes à interroger. Réaliser un questionnaire nécessite de se poser la question du panel de personnes interrogées et de sa représentativité. On choisit généralement le questionnaire quand on peut constituer un échantillon suffisamment représentatif de l'ensemble de la population.

Réaliser un questionnaire dans le cadre d'une démarche locale de prévention des discriminations, nécessite d'interroger un panel représentatif du territoire.

Malgré ses limites, le questionnaire n'est pas à proscrire, il permet de dégager des « tendances », des « éléments marquants » ...

Il faudra être prudent dans l'analyse et la restitution du travail. Il faudrait notamment éviter de surinterpréter les résultats et préciser systématiquement qui sont les personnes interrogées.

Par exemple :

- *On ne dira pas « 30% des habitants du quartier (de la ville...) se disent victimes de discrimination » ;*
- *On préférera « Parmi les 112 personnes interrogées, 30% se disent victimes de discrimination ».*

Déterminer les informations à recueillir

Il s'agit de choisir les thématiques que vous souhaitez aborder dans le questionnaire.

Définition des thématiques :

- **Perception** des discriminations en France ? Sur le territoire ?
- **Expériences et vécus discriminatoires** en tant que **témoïn**
- Expériences et vécus discriminatoires en tant que **victime**
- Le **rôle des acteurs** de la lutte contre les discriminations
- La **place des pouvoirs publics**...
- L'enquête peut viser des critères ou des champs en particulier.

La formulation des questions

Deux types de questions sont envisageables selon le type d'informations que l'on souhaite recueillir :

Les questions fermées : les répondants choisissent parmi des modalités de réponses prédéfinies.

Les questions ouvertes : les répondants renseignent de manière autonome.

Les questions fermées sont les plus recommandées, d'autant que les questions ouvertes seront plus difficiles à traiter. Les questions ouvertes peuvent être utilisées pour recueillir des suggestions, des propositions. Il est donc préférable de privilégier des questions brèves, mais aussi les formulations négatives (type « ne jugez-vous pas que... »), et les questions orientées.

Une idée formulée par question.

Limiter le nombre de question pour ne pas perdre l'attention des répondants. En général, à partir de 20 questions un questionnaire ne peut plus être considéré comme « court ». Il est également délicat de dépasser 10 minutes de réponse¹.

Insérer des questions permettant de comprendre le profil des répondants :

Age, sexe/genre, situation scolaire et professionnelle, lieu de résidence, « perception par les autres » ...

Par exemples :

- Quel âge avez-vous ?
- Quel est votre lieu de résidence ? etc.

Ces informations permettront de :

- Décrire le panel interrogé,
- Faire des croisements,
- Ces questions peuvent être insérées en début ou en fin de questionnaire.

¹ « [Créer un questionnaire](#) », mis à jour le 19 mai 2023.

Les listes trop longues sont à proscrire.

Il est recommandé de veiller au respect de la confidentialité et de la réglementation RGPD. Il faudrait recueillir uniquement ce qui est nécessaire au traitement. Pour aller plus loin : [RGPD, de quoi parle-t-on ? CNIL](#).

La formulation des réponses

Les réponses aux questions fermées peuvent prendre plusieurs formes :

- Le participant choisit une ou plusieurs réponses parmi une liste d'items,
- Le participant classe les réponses qui lui sont proposées,
- Le participant évalue chaque proposition sur une échelle exprimant son opinion.

Une consigne claire qui précise le nombre et le type de réponse(s) attendue(s).

Eviter au maximum la dichotomie : oui-non.

Prévoir une modalité « Autre » pour les éventualités auxquelles vous n'auriez pas pensé.

Laisser des espaces ouverts à des commentaires libres à la fin du questionnaire ou en fin de rubrique

Précisions sur les exemples concernant la formulation de questions et de réponses :

Thématique	Données recherchées	Questions proposées	Réponses proposées
Perception	Le niveau d'inquiétude des habitants de X sur le sujet	Diriez-vous que les discriminations en Seine-Saint-Denis sont un sujet qui vous inquiète ?	Oui, tout à fait Oui plutôt Non plutôt pas Non pas du tout NSP
	Les principaux problèmes de discriminations sur le territoire	Selon vous, quels sont les principaux problèmes de discriminations sur le territoire de X ? (A classer selon l'ordre d'importance).	Age, sexe, origine, orientation sexuelle... Autre /

3. La passation du questionnaire

Les étapes de la passation du questionnaire :

- Introduire le questionnaire
- Choisir une méthode de passation adaptée
- Conclure le questionnaire

Il est important de penser à introduire et conclure le questionnaire avec un texte et/ou un discours de présentation.

Dans le cas d'un questionnaire auto-administré, l'argumentaire est encore plus crucial pour exprimer l'enjeu du questionnaire et motiver le participant à répondre. Pensez à préciser la date de retour attendue.

Veiller à insérer le logo ou le nom des structures qui portent l'enquête, la ou les structures doivent être clairement identifiées.

En conclusion, il ne faut pas oublier pas de remercier les participants et d'informer sur les suites du travail.

Les modes de passation du questionnaire :

<p>Les questions sont lues par le participant. Le participant inscrit lui-même ses réponses par écrit.</p> <p>Il s'agit d'un questionnaire auto-administré</p> <p>Il peut être transmis :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Par envoi de lien par mail - Par la mise en ligne sur un site grand public - Par un formulaire papier en libre accès/ou non. 	<p>Les questions sont lues à voix haute par l'enquêteur. Les réponses sont données à voix haute par le participant. L'enquêteur retranscrit à l'écrit les réponses.</p> <p>Il s'agit d'un questionnaire en vis-à-vis</p> <p>Il peut être effectué :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Par l'enquêteur - Par une tierce personne
---	---

4. L'exploitation et analyse des résultats

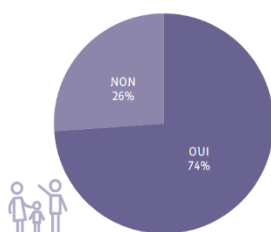
Les étapes de l'exploitation et l'analyse des résultats :

- Comptabiliser les résultats
- Représenter les réponses sous forme graphique
- Commenter et analyser
- Mettre en forme les résultats :

Exemple de mise en forme et de commentaires

Le Cabinet ARESVI a mené une enquête pour Rennes Métropole en 2019,

Tableau numéro 10 : Pourcentage de personnes se déclarant victimes de discriminations



Commentaires : Sur les 12 derniers mois, 74% des habitant.es (plus de 2200 répondants) disent avoir subi quelque chose qu'ils et elles qualifient de discrimination. Cela peut renvoyer à différentes formes d'épreuves : injures, regards insistants, gestes déplacés, violences, des menaces, harcèlement, dans plusieurs espaces et temporalités comme le travail, l'espace public, les services privés ou publics etc.

Analyse : 74%, est-ce beaucoup ? Si l'on fait une comparaison avec d'autres enquêtes, cela reste dans la fourchette des données connues. À Bordeaux, en 2014, une étude méthodologiquement identique estime que 58% des habitants ont subi des discriminations sur les 12 derniers mois. Enfin, en 2018, la ville de Paris chiffre entre 87% et 98% la perception effective pour les enquêtés d'avoir été discriminés au cours de leur vie.

La maîtrise des tableurs informatiques semble indispensable. Les analyses seront d'autant plus pertinentes qu'elles sont construites collectivement.