

IMPACT ET MÉTHODES DE RECHERCHE QUALITATIVES

FONDATION
DUFRESNE
ET GAUTHIER

Synthèse et rédaction

André Fortin, conseiller animation créative
et innovation sociale

Émilie Dazé, socio-anthropologue, chercheure
et cofondatrice de la coop Le Collaboratoire

Conception graphique

Marlène Malenfant, Studio Agito


Révision linguistique

Michel Levesque

www.fdg.ca

Mai 2019

Le 11 avril dernier, plus de 60 personnes du milieu communautaire étaient réunies à Québec pour échanger et approfondir la notion d'impact en lien avec les méthodes de recherche qualitative. Ce rassemblement, piloté par la **Fondation Dufresne et Gauthier**, avait lieu dans le cadre des **Journées RRV** (réseautage, ressourcement, valorisation).



Voici une synthèse des contenus présentés ou élaborés durant cette journée. Tout d'abord, nous ferons état des résultats d'un sondage réalisé au préalable avec les participants. Par la suite, nous présenterons une série de questions que l'on peut poser en vue d'élaborer des stratégies de mobilisation afin d'avoir plus d'impact auprès des membres/usagers. Dans un troisième temps, la technique de l'entrevue sera abordée. Quelques règles d'or pour bien mener un entretien seront présentées et une grille de questions sera fournie dans l'optique de dynamiser une assemblée générale annuelle. Enfin, nous terminerons l'article en citant quelques messages formulés par les participants sur la mesure de l'impact.

10 PRINCIPALES MÉTHODES UTILISÉES PAR LES ORGANISMES POUR COLLECTER DE L'INFORMATION



Nous avons demandé aux participants quelles sont les principales méthodes utilisées pour collecter de l'information au sein de leur organisation car cette information est la matière première nous servant à mesurer notre impact : 35 personnes ont répondu au sondage. En analysant les réponses, nous sommes parvenus à dégager 10 principales méthodes qui sont présentées en ordre de priorité. Notre surprise a été de voir que l'entrevue semble peu utilisée alors qu'elle demeure un outil accessible et d'une grande richesse.

1. SONDAGE/QUESTIONNAIRE

papier, en ligne, de satisfaction, d'évaluation.

2. OUTIL DE COMPILATION DE STATISTIQUES

pour chaque activité ou service. Utilisation de feuilles de présence et/ou de journaux de bord.

3. RÉUNION

entre collègues (brainstorming, bilan de fin d'année) ou rencontre de comité.

4. CONSULTATION

de membres/usagers (dîner discussion, rencontre individuelle ou de groupe) ou de partenaires.

5. DISCUSSIONS ET ÉCHANGES INFORMELS

en direct.

6. RECHERCHES

sur le Web en consultant notamment des documents pertinents pour notre pratique.

7. PLATEFORME DE MÉDIAS SOCIAUX

(groupe Facebook).

8. ENTREVUE

en personne, par téléphone.

9. COURRIELS

10. FOCUS GROUP

(entretien collectif).

7 GRANDES IDÉES SUR L'ÉVALUATION ET SUR LA RECHERCHE

Pour connaître leur perception de la recherche et de l'évaluation, nous avons demandé aux employés des organismes de compléter les deux phrases suivantes : « Pour moi, la recherche... » et « Pour moi, l'évaluation... ». De l'analyse du contenu, il s'est dégagé sept grandes idées pour chacun des axes. Durant la journée, des personnes ont demandé la différence entre les deux termes. La réponse d'une invitée a été que la recherche se fait de manière plus globale et désintéressée alors que l'évaluation vise à aborder des éléments plus spécifiques et opérationnels. Toutefois, plusieurs résultats de recherche peuvent nous permettre d'évaluer nos pratiques et notre impact.

LA RECHERCHE

- 1** Est un **outil essentiel** afin d'avoir les **informations nécessaires** pour la réalisation de projets.
- 2** Permet d'**enrichir nos connaissances** et nos méthodes de travail pour **faire évoluer nos pratiques**. Ça donne des pistes pour l'action en permettant d'appuyer le savoir expérientiel.
- 3** C'est un **processus minutieux et rigoureux pour dessiner un portrait** sur un sujet/thème donné afin de mieux comprendre les problématiques et d'être à jour.
- 4** Permet de **valider ou d'infirmer des intuitions** et ainsi de s'ajuster.
- 5** C'est de **prendre le temps de se poser des questions**, de réfléchir.
- 6** Nécessite de la **communication et la diffusion de ses résultats**.
- 7** C'est **nourrissant... mais ça doit être utile**. Ça débouche parfois sur des changements concrets.

L'ÉVALUATION

- 1** C'est fournir de l'**information permettant l'amélioration ou l'adaptation continue** des services et des activités de l'organisme.
- 2** C'est l'occasion de **prendre un temps de recul** et de **porter un regard critique et objectif** sur notre travail. C'est une mise en commun de nos bons coups et de nos défis.
- 3** C'est un **processus pour mesurer les progrès accomplis** et un **outil d'ajustement** efficace pour nos interventions/programmes.
- 4** C'est **difficile à mettre en place, mais c'est nécessaire**. Ce n'est pas facile à intégrer dans le quotidien. Ça provoque du stress dans l'équipe de travail.
- 5** C'est un **outil de développement** et un moyen pour grandir et s'accomplir. Ça permet de rester ancré et d'évoluer.
- 6** Permet de **faire un portrait global de la personne** que nous avons devant nous et de ses besoins.
- 7** C'est un moyen de **crédibiliser nos actions** au regard des partenaires.

LES 10 PRINCIPAUX DÉFIS À CONSIDÉRER DANS LA MESURE DE L'IMPACT

La notion d'impact n'est pas toujours facile à saisir et elle demande une démarche d'appropriation pour passer de la collecte d'informations à la diffusion des résultats. La perception de la mesure d'impact est souvent associée à un long processus s'étalant sur plusieurs mois. Or, parfois celle-ci peut s'effectuer en quelques semaines en réalisant, par exemple, une dizaine d'entrevues complétées par un court sondage. Voici les 10 principaux défis qui ont été mentionnés par les personnes sondées (en ordre de priorité).

1 **Le manque de temps**, notamment pour la mesure de l'impact et l'analyse.

2 **Disposer de l'expertise et des ressources** (humaines, financières et logistiques) pour mesurer les impacts à long terme. Avoir des outils simples à utiliser.

3 **La mobilisation des membres**. S'assurer de la participation des employés et de leur motivation tout au long de la démarche. De plus, il faut défendre cette démarche auprès des dirigeants de l'organisme (CA).

4 **Mettre de l'avant le qualitatif**, au-delà du quantitatif.

5 **Conserver l'anonymat** des personnes aidées. Assurer la confidentialité des données recueillies.

6 Avoir des **outils de mesure adaptés à notre réalité**, qui rejoignent les personnes concernées et tiennent compte de leur niveau de littératie.

7 Bien **définir l'intention de départ**. Avoir des objectifs et des cibles bien identifiés. Savoir ce que l'on souhaite mesurer et démontrer.

8 Bien **traiter les réponses reçues**. Recueillir l'information sans en changer le sens, même si cela peut heurter et remettre en question certaines activités ou directions.

9 Bien **vulgariser les résultats** que nous recueillons et **assurer un suivi**. Capacité à interpréter les données et à les transformer en décisions opérationnelles.

10 La grande variété des activités qu'on offre. **Cibler les bonnes actions à inventorier pour cerner la complexité** d'une situation.



ATELIER SUR LE SONDAGE

Le sondage est la méthode de collecte de données qui est la plus utilisée selon les participants présents. C'est un outil facile à utiliser, notamment depuis l'apparition des plateformes Web (SurveyMonkey, Google Forms, LiGRE...). Toutefois, son art réside dans la bonne formulation de questions. À cet égard, une bonne question en est une que l'on teste : vocabulaire accessible, compréhension claire, bonne réception de la part de l'interviewé, efficacité pour obtenir l'information voulue... Nous avons organisé un atelier dont le sujet était la **mobilisation des membres/usagers**. Plus précisément, nous voulions obtenir des questions visant à récolter des informations, en vue de développer des stratégies de mobilisation bonifiées, nouvelles ou qui répondent aux attentes des personnes que l'on veut rejoindre. Notons qu'il est important d'élaborer des questions permettant d'aller chercher des informations qui sont connexes au sujet d'étude ou qui l'embrassent plus largement. Voici donc une série de questions pertinentes regroupées sous cinq thèmes et qui visent à améliorer son impact en suscitant une plus grande participation des membres/usagers.

QUESTIONS DE SONDAGE AUTOUR DE LA MOBILISATION DES MEMBRES/USAGERS

COMMUNICATION

- > Comment avez-vous entendu parler de nous ?
- > Que diriez-vous de notre organisme à quelqu'un de votre entourage qui ne nous connaît pas ?
- > Quel est le meilleur moyen pour vous rejoindre ?

APPORTS ET BÉNÉFICES

- > Qu'est-ce que vous voudriez apporter à l'organisme ? Quelle contribution aimeriez-vous avoir ?
- > Que venez-vous chercher dans notre organisme ?
- > Ça veut dire quoi pour vous « prendre sa place » dans une organisation ?

OBSTACLES ET FACILITATEURS DE PARTICIPATION

- > Y a-t-il des obstacles qui vous empêchent de venir dans notre organisme ? Si oui, lesquels ?
- > Qu'est-ce qui faciliterait votre implication au sein de notre organisme ?

PERCEPTIONS/ATTENTES

- > Quelle est votre perception de l'organisme et des services/activités offerts ?
- > Quelles seraient vos principales attentes quand vous vous présentez chez nous ?
- > Qu'est-ce que vous aimez chez nous ? Qu'est-ce que vous aimez moins ?

ACTIVITÉS ET TEMPS

- > Quel genre d'activités vous intéresse le plus ?
- > Quels sont les meilleurs moments pour participer à nos activités ?

ATELIER SUR L'ENTRETIEN

L'activité en deux parties consistait à élaborer, en équipe de 5-6 personnes, une grille d'entretien de six questions sur un sujet proposé, puis d'aller expérimenter la conduite de l'entretien en testant quelques-unes de ces questions avec un autre participant. La première partie de l'atelier a permis de générer tout un bassin de thèmes et de questions à aborder lors d'un entretien visant à **mieux comprendre l'expérience de l'assemblée générale annuelle (AGA), entretien mené par un organisme en vue d'améliorations**. En deuxième partie, les participants ont d'abord été mis au fait des règles à suivre et des étapes nécessaires à la conduite d'un entretien semi-dirigé (voir encadré).

8 RÈGLES D'OR ET ÉTAPES POUR LA CONDUITE D'UN ENTRETIEN SEMI-DIRIGÉ

Synthèse : Le Collaboratoire



1. UNE PRÉPARATION ADÉQUATE

- > Prévoir un habillage qui réduit la distance psychologique ou sociologique.
- > Identifier le moment le plus propice : s'assurer que l'entretien ne sera pas interrompu en prévoyant assez de temps.
- > Choisir un lieu favorable : un endroit semi-public connu de la personne.
- > Aménagement du lieu et disposition des chaises : ouvrir le regard de la personne interviewée.



2. INITIER (ÉTABLIR LE LIEN)

- > Établir un climat de confiance et de simplicité : se plier aux règles élémentaires de sociabilité.
- > Transmettre les informations de base : présentation de soi et de la recherche, anonymat et confidentialité, consentement (avant, pendant et après).
- > La première question est ouverte et doit appeler une narration (mise en contexte).



3. LES ESSENTIELS : ÉCOUTE ET ACCEPTATION INCONDITIONNELLE

- > Acceptation inconditionnelle de ce que dit la personne.
- > Écoute passive (écouter, c'est d'abord se taire) et écoute active (interventions sonores pour réagir aux propos de la personne interviewée).



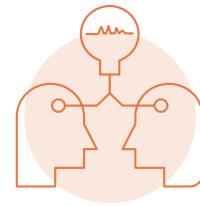
5. INTERVENTIONS DE GUIDAGE

- > Relances ouvertes (éviter les questions fermées).
- > Relances en écho : reprendre textuellement les dernières paroles de la personne interviewée.
- > Clarifications ou reformulations : « Que voulez-vous dire lorsque vous dites... ? »
- > Recentrer au besoin :
 - Ramener doucement et gentiment le propos vers l'objet de la recherche.
 - Éviter la relation d'aide, les conseils, ou de ramener à soi (exemples personnels).
 - Ramener à l'essentiel du vécu sans tomber dans l'émotionnel uniquement.



6. PRÉFÉRER LE « COMMENT » AU « POURQUOI »

- > Recentrer les propos sur le concret en évitant d'aller dans l'abstraction qui peut provoquer de la confusion ou une justification : « Comment ça s'est passé ? ».



4. S'ADAPTER AU REGISTRE ET AU RYTHME DE LA PERSONNE INTERVIEWÉE

- > Adaptation : vocabulaire employé par la personne interviewée, vouvoiement versus tutoiement, surveiller son non verbal (ex. : froncement de sourcils ou réaction à une parole).
- > Respect du rythme : suivre le timbre et le rythme de la parole, éviter de brusquer ou d'interrompre.
- > Souplesse pour assurer le maintien de la relation de communication.
- > Gestion des silences : retenir son élan d'interrompre afin de respecter les temps de réflexion sans parole.



7. CLORE L'ENTRETIEN AVEC UN BILAN

- > Annoncer qu'on arrive à la fin de l'entretien.
- > Demander au participant s'il a des choses à ajouter.
- > Demander ce que la personne a retiré de l'expérience d'entretien :
 - « Qu'est-ce que ça vous a appris de revenir sur cette expérience ? »
 - « Qu'est-ce qui ressort d'important pour vous de cet entretien ? »
 - « Quelles questions auriez-vous aimé que je vous pose ? »
- > Résumer les propos en relevant les éléments importants (faire valider le résumé).
- > Remercier chaleureusement.
- > Laisser le dernier mot à la personne interviewée.



8. (IMMÉDIATEMENT) APRÈS L'ENTRETIEN

- > Faire un mémo sur les détails de l'entretien et sur des commentaires qu'on ne veut pas oublier.

Les participants ont par la suite fait l'expérience d'être tour à tour intervieweur et interviewé. En plénière, ils ont relevé quelques défis de l'exercice : la tendance à vouloir discuter au lieu de mener la recherche, la propension à douter des questions et induire du doute chez l'autre, l'importance d'élaborer des questions ouvertes et non fermées, la nécessité d'avoir des questions claires qui évitent le flou... La compilation des résultats, suite à cette période de test, résulte en une grille d'entretien permettant d'avoir une vue d'ensemble du sujet traité.

LES MEILLEURES QUESTIONS EN VUE DE L'AMÉLIORATION DE L'AGA

1. EXPÉRIENCE DE L'AGA

1.1 Impressions générales

- > Quelles étaient vos motivations/raisons pour venir à l'AGA ?
- > En quelques mots, comment décririez-vous votre expérience d'AGA ?
- > Racontez-moi des souvenirs des AGA auxquelles vous avez participé ?
- > Quelle partie de l'AGA vous a le plus interpellé (moment préféré) ? Pourquoi ?
- > Comment vous sentiez-vous en sortant de l'AGA ?

1.3 Communications

- > Comment avez-vous reçu l'invitation à l'AGA ?
- > Selon vous, cette communication était-elle adéquate/efficace ? Pourquoi ?

1.2 Perception du pouvoir et inclusion

- > Avez-vous senti que vous étiez à votre place ? Pourquoi ?
- > Quels sont les moyens qui vous ont été donnés pour vous exprimer ?
- > Que pensez-vous à propos du pouvoir que vous avez (ou n'avez pas) sur les décisions ?

1.4 Bilan

- > Avec quelles impressions et/ou nouvelles informations êtes-vous reparti ?

2. COMPRÉHENSION (NATURE ET FONCTION) DE L'AGA

2.1 Compréhension de l'AGA

- > C'est quoi pour vous une assemblée générale?
- > Comment décririez-vous le rôle des membres?
- > Selon vous, quelles sont les procédures importantes lors d'une AGA?

2.2 Utilité de l'AGA

- > Selon vous, à quoi sert une AGA? Quelle est son importance?

3. AMÉLIORATION DE L'AGA

3.1 Participation/implication

- > Qu'est-ce qui favoriserait votre participation/présence à une AGA?
- > Comment aimeriez-vous être impliqué dans l'AGA?
- > Qu'est-ce que vous venez chercher par votre présence à l'AGA?
- > Y a-t-il des contraintes qui vous empêchent d'assister à l'AGA? (S'il y a lieu, qu'est-ce qui a nui ou rendu plus difficile votre expérience?).

3.2 Promotion

- > Qu'est-ce qui vous inciterait à inviter quelqu'un de votre entourage à l'AGA?

3.3 Logistique

- > Quelle serait la durée idéale d'une AGA?
- > Quel serait le meilleur moment de la journée/de la semaine pour tenir l'AGA?
- > Quelles seraient vos suggestions pour l'horaire de la journée, le lieu et l'animation?

3.4 Déroulement et contenu

- > Comment aimeriez-vous qu'on vous parle de ce qu'on a réalisé au cours de la dernière année?
- > Quelles informations/activités aimeriez-vous retrouver à l'AGA?

3.5 L'AGA idéale

- > À quoi ressemble pour vous l'AGA parfaite?
- > Si vous aviez une baguette magique pour rendre une AGA intéressante et attrayante, vous feriez quoi?

CONCLUSION

Pour terminer, nous vous présentons quelques idées en lien avec la question posée aux participants en fin de journée : « **Quel message allez-vous transmettre à vos collègues en lien avec l'évaluation de l'impact ?** »

L'analyse des réponses a fait ressortir sept grands messages qui sont autant d'invitations à intégrer la notion d'impact pour faire connaître le travail que les organismes accomplissent.

1. Il est important de réfléchir sur notre posture évaluative et développer des réflexes de recherche face à nos pratiques.
2. Il faut considérer toutes les données (commentaires, évaluations, bons coups, défis...) pour évaluer l'impact de nos actions/services. Il faut collecter les informations qualitatives même si certains bailleurs de fonds demandent du quantitatif. Bien recueilli, le qualitatif devient une valeur sûre.
3. Il est important de documenter l'informel (réflexions, gestes, questionnements) car ce sont des informations privilégiées. Il y a beaucoup de données dans les témoignages captés sur le vif qu'il faut compiler officiellement. Chaque information récoltée (formellement ou non) a son impact.
4. Nous avons tout intérêt à documenter et diffuser notre expertise au fil des années. Cela nous aidera à nous démarquer auprès de beaucoup de gens et organisations.
5. Documenter notre impact peut être plus facile que ce que l'on croit et peut être très motivant. On peut prendre cela une bouchée à la fois et faire cela à notre manière. Il faut avoir confiance en ce que l'on analyse à l'interne.
6. L'impact n'est pas nécessairement gage de succès. Il est parfois imprévu, caché et méconnu. Malgré cela, il est tout aussi important que les résultats à court terme.
7. La mesure d'impact aide à consolider les actions posées afin de répondre aux besoins du milieu. Elle permet d'ancrer ses interventions, d'optimiser la réalisation de sa mission, de nommer les retombées réelles et aussi d'évoluer.

Le mot de la fin revient à l'une des organisatrices de la journée : « *Vous n'êtes peut-être pas des chercheurs, mais vous êtes des experts dans ce que vous faites. Ne l'oubliez pas. Vous connaissez vos clientèles, vos équipes, la mission de vos organismes, et ça, c'est votre matière de base. Si vous faites confiance à cette connaissance que vous avez et que vous la partagez avec vos équipes, avec les gens auprès de qui vous intervenez et vos partenaires, vous allez avoir un grand impact.* »