


Comment préparer son *Focus Group*



Pour quelles raisons utiliser un Focus Group

- Pour obtenir des informations relatives aux opinions, attitudes et expériences
 - Pour obtenir des informations relatives aux attentes des participants vis-à-vis un sujet donné
 - Le focus group présente un intérêt à être utilisé en évaluation de projets ou de programmes
 - s'agit donc d'une méthode d'enquête qualitative rapide.
- 

Les avantages d'un focus group

- La discussion à plusieurs peuvent être moins intimidant qu'une situation d'entretien individuel.
- La situation de partage peut faire surgir des idées, opinions et points de vu qu'une personne ne partagerait pas avec un intervieweur.
- La situation de partage des idées, histoires, anecdotes, etc. peut rappeler des participants des choses intéressant qu'ils ont oubliées.
- La situation de confrontation des points de vu peut faire sortir des opinions plus fort, qu'un participant cacherait dans un entretien individuel.

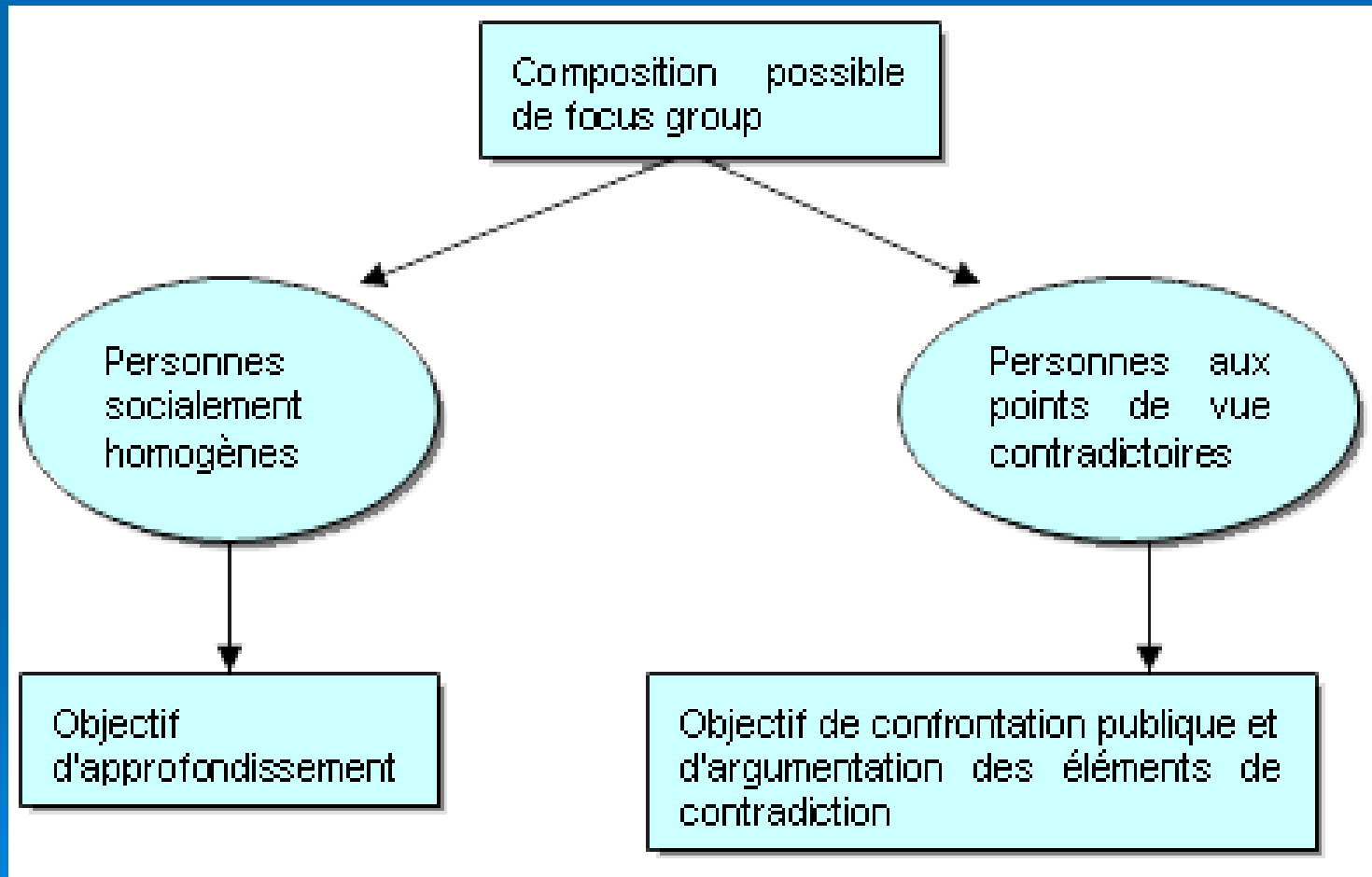
Caractéristiques du Focus Group

- Réunit 3 - 6 personnes (optimum 4) pour une rencontre de 30 - 60 minutes (40 – 45 minutes idéale), afin de tester des idées, faire des brainstorming.
- Il s'agit d'un instrument de recherche qualitatif qui permet d'explorer et d'interagir à plusieurs personnes sur la question d'intérêt.
- Il représente le point de vue de certaines personnes seulement; il s'agit de comprendre en profondeur les perspectives et opinions d'un petit groupe stratégiquement ciblé.
- Cette méthodologie exploratoire permet la compréhension des perceptions, sentiments, attitudes et motivations, ce que d'autres méthodologies ne peuvent saisir.

Les étapes du processus

- Définir les objectifs de la recherche
- Identifier le profil type de l'échantillonnage
- Définir le nombre approprié de focus groups à faire
- Trouver un local
- Recruter les participants
- Rédiger le guide de discussion
- Trouver un modérateur
- Prévoir l'équipement pour la salle (enregistreuse, TV, tableaux, etc.)

Comment sélectionner les participants



Comment bâtir un questionnaire de discussion

- Choisit thèmes d'étude et proposer les questions à aborder avec les participants.
- Il est important de rappeler que les participants doivent se sentir libres de développer d'autres questions liées aux problématiques prévues.
- condenser les questions : la liste des questions ne doit pas être trop longue. Il ne s'agit pas d'un questionnaire mais d'un aide / guide pour le débat.

Comment se déroule la rencontre

- 5 min : Intro

Mot de bienvenue, réexpliquer le but de la rencontre, expliquer les règles de conduite (rôle du modérateur, autorisation d'enregistrer, confidentialité, aucune mauvaise réponse, parler un à la fois), question pour briser la glace (nom des participants, et quelques questions générales en lien avec leurs habitudes touchant l'étude).

- 30 min – 50 min: Discussion sur le sujet

- 5 min: Conclusion (derniers commentaires/suggestions, remerciements, etc).

Choisir la ou les méthodes d'animation de groupe ?

- L'animateur a souvent recours à différents modes d'animation de groupe, afin d'éviter la monotonie, le relâchement ou parce que la dynamique de groupe évolue.
- L'entretien de groupe ne doit pas devenir une somme d'entretiens individuels.
- Il faut veiller à créer et maintenir une interaction dynamique entre les participants. Cette dynamique dépendra de la qualité de l'animation.

Quelles suggestions pour animer les discussions d'un groupe ?

➤ Voir lecture notes



Choix du modérateur

- Le modérateur est l'élément clef de succès!
- On cherche les qualités suivantes:
- Doit comprendre les techniqualités du sujet
- Avoir de l'expérience
- Gérer le temps
- S'ajuster rapidement à l'évolution de la conversation VS suivre le guide d'entrevue
- Se rappeler des commentaires faits plus tôt pour les ramener au bon moment.
- Excellente écoute, faire des liens entre les idées dites
- Utiliser fréquemment des questions pour aider les participants préciser, afin d'augmenter la clarté et le nombre d'informations: aller chercher l'info! → Sans biaiser!
- Susciter la participation active de tous, maintenir le cap sur les objectifs de la conversation
- Avoir une personnalité qui inspire confiance et met les gens à l'aise.

Le rôle de l'animateur

➤ Produire

- formuler le problème à résoudre sans donner de solutions,
- préciser la situation de départ,
- énoncer les hypothèses,
- centrer les discussions sur les points majeurs du guide d'entretien.

➤ Aider

- faire le point sur le travail du groupe,
- hiérarchiser les problèmes posés,
- reformuler les points obscurs,
- relancer le débat.

➤ Moduler

- rechercher les causes de blocage du groupe,
- éviter les tensions,
- contrôler les "leaders" et relancer les "timides",
- prendre en compte les silences et les moments d'hésitation du groupe.

Références

- Kitzinger, J., Markova, I., & Kalampaliki, N. (2004, mai-juin). Qu'est-ce que les focus groups? *Bulletin de psychologie*(471), pp. 237-243.
- Duchesne, S., & Haegel, F. (2013). *L'enquête et ses méthodes L'entretien collectif*. Paris: Armand Colin.