



# BOITE À OUTILS

## L'ENTRETIEN COLLECTIF (FOCUS GROUP)

### DESCRIPTION BREVE

L'entretien collectif, aussi appelé focus group, est un entretien réalisé avec un groupe de personnes interviewées toutes ensemble.

### DEFINITION ET BUT

#### Définition

Méthode d'enquête qualitative rapide, le focus group est un type d'entretien de groupe semi-structuré, composé de personnes concernées par une même situation<sup>1</sup> ou une thématique.

Il est destiné à obtenir des informations relatives à leurs opinions, attitudes et expériences ou encore à expliciter leurs attentes.

#### But

Cette technique vise à recueillir, grâce à la discussion de groupe, des informations de nature qualitative (opinions, points de vue personnels) sur un thème, un sujet, une question donnée. Elle permet d'évaluer des besoins, des attentes, des satisfactions ou de mieux comprendre des opinions, des motivations ou des comportements. Elle sert aussi à tester ou à faire émerger de nouvelles idées inattendues pour la recherche.

Le focus group présente un intérêt à être utilisé en évaluation de projets ou de programmes, en particulier pour les études de terrain auprès des bénéficiaires et des acteurs intermédiaires. Lorsqu'il est utilisé à la suite d'un programme pour en évaluer l'impact, il permet de comprendre, d'analyser et de décomposer le fondement des opinions exprimées par les participant-e-s.

Il est issu d'une technique marketing de l'après-guerre aux Etats-Unis qui permettait de recueillir les attentes des consommateur/trice-s et de rendre ainsi un produit plus attractif. Il s'inspire des

1

<sup>1</sup> La compréhension de cette situation peut ensuite notamment aider à l'élaboration d'une intervention ou à une évaluation, mais d'autres utilisations peuvent en être faites, plus largement, pour comprendre une situation, indépendamment d'une intervention en lien avec celle-ci.

techniques de dynamique de groupe utilisées par C. Rogers (psychologie humaniste). Technique très prisée en Marketing, elle a été récupérée par la recherche universitaire dans des domaines divers (éducation, santé publique, sciences sociales) à partir des années 80.

### Utilités

Les focus group peuvent être utilisés dans différents types de projets et à différentes étapes :

- Pendant la phase de diagnostic pour identifier les divers facteurs contextuels à prendre en compte : mettre en lumière les besoins d'une communauté ou explorer un thème peu connu ou sur lequel les écrits antérieurs ne sont pas nombreux
- Pendant la mise en œuvre pour assurer le suivi du projet : recueillir les avis d'une population donnée sur un projet en cours afin d'identifier les principaux problèmes ou difficultés
- En tant qu'outil d'évaluation : il permet de fournir des compléments d'informations sur la perception de l'efficacité d'un programme par la communauté.

### Caractéristiques

- La dynamique du groupe permet d'explorer et stimuler différents points de vue par la discussion. Chaque participant-e défend ses priorités, ses préférences, ses valeurs (aspects socioculturels, normes de groupe) et son vécu.
- La discussion permet de préciser et de clarifier les pensées. Elle explore aussi bien les « comment ? » que les « pourquoi ? »
- Elle n'écarte pas les illettré-e-s. L'expression sans tabou de certain-e-s peut lever les inhibitions des autres.
- L'expérience commune partagée peut entraîner des solidarités.
- Le collectif peut donner plus de poids aux critiques que dans des entretiens individuels.

2

### PROCESSUS

Déroulement de la méthode

#### Préparation, recrutement des animateur/trice-s et des participant-e-s

- Déterminer les types et le nombre de focus group utiles aux différentes phases de l'évaluation du projet ou de l'intervention.
- Recruter et former un ou plusieurs animateur/trice-s<sup>2</sup>
- Identifier, au sein des catégories d'acteurs ciblées, les différents groupes d'intérêt par rapport à la thématique évaluée.
- Sélectionner les participant-e-s (6-12<sup>3</sup>) qui ont des caractéristiques communes et homogènes en lien avec le

<sup>2</sup> Les animateur/trice-s font en général partie de l'équipe de recherche qui mène le projet, ce qui garantit qu'ils/elles aient une bonne connaissance du projet.

<sup>3</sup> Méthode basée sur les interactions entre les membres d'un groupe, elle doit utiliser des groupes restreints, afin de limiter le risque de formation de sous-groupes à l'intérieur de chaque groupe.

thème abordé. Leur sélection vise à panacher les opinions pour faire émerger tous les points de vue sur le sujet.

- Elaborer le guide d'animation
- Planifier le(s) focus group(s)

### **Elaboration du guide d'entretien**

Avant de formuler le ou les thèmes, il faut consulter de la documentation, des travaux antérieurs ou des rapports d'études qui comportent déjà de précieuses informations et le type de questions à poser. Il est essentiel de définir de manière claire les objectifs et ce que l'on cherche à savoir (pourquoi mener cette étude ? Quels types d'informations recueillir ? Comment les utiliser ?), de préparer le guide à l'avance pour faciliter la production des réponses.

Le guide d'entretien est un canevas des grands thèmes qui seront abordés pour répondre aux objectifs de l'étude. Ces thèmes doivent suivre une progression logique, du général au plus spécifique. Une demi-douzaine de questions courtes et claires sont à élaborer. Elles doivent être ouvertes et stimuler le travail du groupe.

### **Sélection des participant-e-s**

Les participant-e-s ont des caractéristiques communes et homogènes en lien avec le thème abordé. Leur sélection vise à panacher leurs opinions pour faire émerger tous les points de vue sur le sujet. Il est souvent utile de mobiliser des personnes ressources pour aider l'évaluateur/trice à sélectionner les participant-e-s et identifier les leaders du futur groupe.

### **Recueil des données**

Le lieu de la séance doit être agréable et convivial ; séance menée dans une atmosphère détendue. En début de séance, le principe de focus group et les questions sont présentés aux participant-e-s. Il leur est demandé leur accord pour la retranscription de tout ce qui se dit pour l'analyse ultérieure et l'utilisation des données à des fins scientifiques.

### **Animation : modérateur/trice et observateur/trice**

Les focus groups sont menés par un/e animateur/trice maîtrisant les thématiques et les enjeux de l'évaluation, les techniques d'animation de groupe, les techniques de conduite de réunions et parlant la langue des participant-e-s. Son objectif est de faire émerger les différents points de vue. Il/elle peut laisser au départ la dynamique de groupe agir de manière non directive puis recentrer en fin de séance ou en cours de FG. Il/elle doit bien maîtriser la technique de conduite de réunion par la reformulation, la clarification et l'esprit de synthèse.

Un/e observateur/trice<sup>4</sup> s'avère utile, pour consigner le verbatim ; il/elle connaît la thématique et s'occupe des enregistrements audio des séances. Il/elle note aussi les aspects non verbaux et relationnels qui

---

<sup>4</sup> Suivant la complexité du sujet et du type d'animation choisie (par ex. s'il s'agit de méthodes visant à créer, avec les participant-e-s, un résultat visuel de leurs propos), il peut y avoir plusieurs observateurs, avec des rôles distincts (aspects logistiques, noter/compléter les notes rapportant les propos des participant-e-s, prendre des notes destinées à l'équipe de recherche (commentaires))

apparaissent lors des réunions.

### **Analyse des contenus**

La 1<sup>ère</sup> étape : phase de collecte : il s'agit de transcrire ce qui a été dit. Les commentaires des modérateur/trice-s sont identifiés. Les paroles de chaque intervenant-e, retranscrites mot à mot, doivent être bien individualisées de même que tous les aspects non verbaux.<sup>5</sup> Il faut compter 8 heures de transcription pour 1 heure d'entretien.

### **Analyse du verbatim et interprétation**

Elle consiste à retranscrire le verbatim de la séance à partir des notes et de l'enregistrement de la séance. En absence d'enregistrement, il peut être judicieux d'organiser une séance de restitution afin de valider le contenu de la retranscription du focus group.

La 2<sup>ème</sup> étape : phase d'analyse proprement dite. L'analyse doit être reproductible : quelle que soit la personne qui la fait, les conclusions doivent être les mêmes. Il n'y a pas forcément de séparation entre la collecte et cette phase d'analyse : dès la collecte du premier groupe, une première analyse permet de mieux préciser les questions du second groupe. L'analyse porte aussi bien sur le verbal que le non verbal et l'émotionnel. Elle doit se faire sans a priori et rester focalisée sur le thème, les questions clés.

Le rapport écrit : peut comprendre une synthèse narrative et descriptive, suivie d'une analyse interprétative des données et de recommandations éventuelles. Certain-e-s utilisent l'analyse assistée par ordinateur en classant les items avec la fonction « couper, coller » d'autres utilisent des logiciels de statistiques textuelles.

4

### **AVANTAGES ET LIMITES**

#### **Avantages des focus group**

- Méthode de recherche économique en temps de recueil de données et en finances
- Environnement favorisant l'expression et la discussion d'opinions controversées
- Echantillonnage du groupe sans exigence de représentativité
- Les aspects positifs de l'interaction et de la dynamique de groupe
- Les échanges favorisent l'émergence des connaissances, opinions et expériences comme une réaction en chaîne
- Le/a chercheur/se est comme un explorateur/trice qui peut connaître en partie le terrain, mais va aussi découvrir des domaines inconnus
- Les informations recueillies sont d'ordre qualitatif.

#### **Limites des focus group**

- Les aspects négatifs de l'interaction de groupe. Il peut y avoir des réticences à exprimer des idées personnelles. Il peut se

<sup>5</sup> Suivant l'analyse qui en est faite par la suite, des méthodes de retranscription permettant de synthétiser les propos, sans identifier les différent-e-s interlocuteur/trice-s, peuvent également être envisagées.

dégager des normes de groupe, source de blocage ; risque de domination de certains participant-e-s au sein du groupe (leaders d'opinion)

- Dans certains contextes, l'organisation du focus group peut être complexe du point de vue logistique : identification de groupes de bénéficiaires, distances à gérer, mobilisation de compétences nationales et locales
- L'expression publique peut être limitée par des poids d'ordre politiques et sociaux, ou relevant de la composition du groupe. Difficulté de recueillir une information sensible (susceptible de porter préjudice à quelqu'un si elle est partagée au sein d'un groupe) ou sur un sujet conflictuel (sur lequel les opinions sont radicalisées)
- Analyse des données longue et fastidieuse
- Les résultats d'une étude par focus group ne peuvent pas être généralisés car le groupe n'a pas été constitué dans un but de représentativité de la population source

## REFERENCES

- Duschesne S., Haegel, F., L'enquête et ses méthodes, l'entretien collectif, Armand Colin, 2005.
- Alain Moreau & al., S'approprier la méthode du focus group, La revue du praticien, médecine générale tome 18 N° 645 du 15 mars 2004. [www.medsyn.fr/perso/a.potier/references/fg.pdf](http://www.medsyn.fr/perso/a.potier/references/fg.pdf)
- Le focus group : pourquoi utiliser cet outil en évaluation ? [http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/example\\_s/too\\_fcg\\_res\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/example_s/too_fcg_res_fr.pdf)
- Simard G. 1989. Animer, planifier et évaluer l'action: la méthode du focus group. Laval: Mondia
- <http://www.er.uqam.ca/nobel/k36565/PDF/anim/focusgr.pdf>
- [http://www.mdm-scd.org/files/FichesMethodologiques/francais/GuideCollecte\\_Fran%C3%A7ais\\_FocusGroup.pdf](http://www.mdm-scd.org/files/FichesMethodologiques/francais/GuideCollecte_Fran%C3%A7ais_FocusGroup.pdf)