

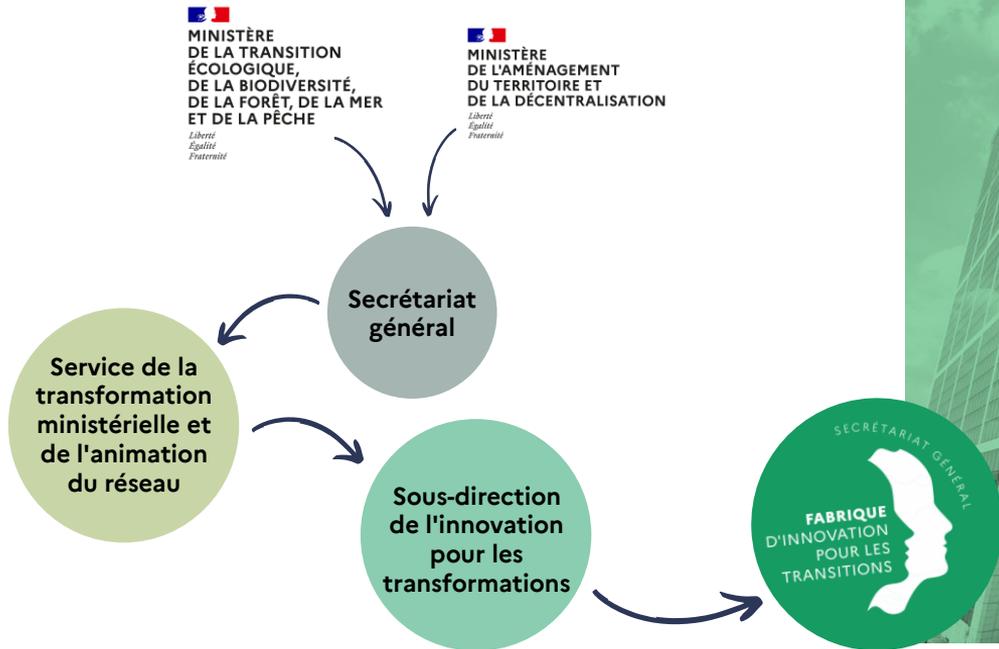


Webinaires “Sciences comportementales & transition écologique”

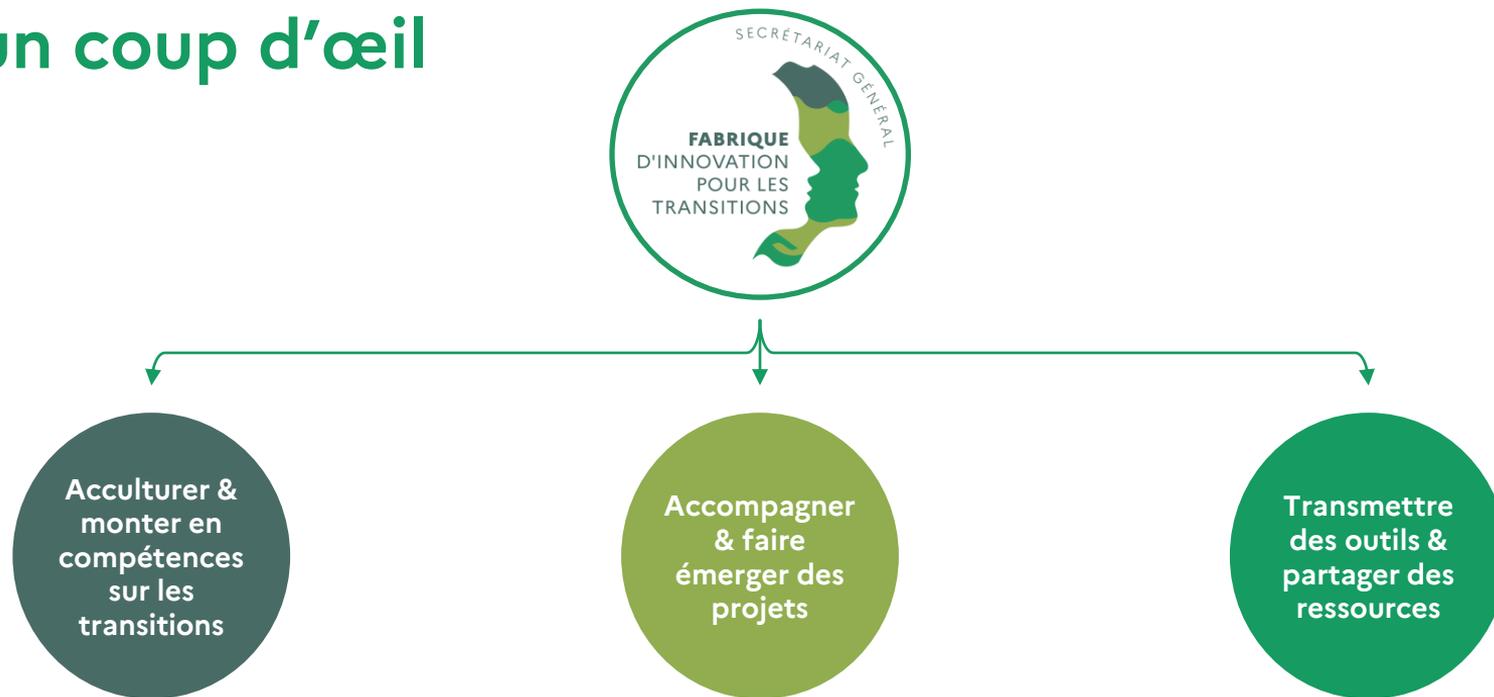
03 juillet 2025

Sarah Grèzes-Besset et **Maja Olow** - Fabrique d'innovation pour les transitions (FiT/SDIT/STMAR/SG)

Qui sommes-nous ?



En un coup d'œil



Faire connaître l'approche

Le parcours de webinaires « Sciences comportementales et transition écologique »

Quand ?

Une fois par mois, le jeudi de 13h30-14h30

Pour quoi faire ?

Explorer les étapes d'un projet en sciences comportementales pour intégrer le facteur humain et rendre l'action publique plus efficace et durable.

- Cycle 1 : découvrir l'approche comportementale pour une action publique plus efficace et durable
- Cycle 2 : réaliser un diagnostic comportemental
- Cycle 3 : à partir d'un diagnostic, prototyper une intervention comportementale
- Cycle 4 : expérimenter et évaluer une intervention comportementale avant d'envisager le déploiement

Echanger avec un chercheur, un expert ou un agent public

Pour qui ?

Ouvert à tous



MINISTÈRES AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE TRANSITION ÉCOLOGIQUE
Innovons pour les transformations

Contact Être tenu informé Se connecter

Recherche

Qui sommes-nous ? Notre offre Nos actualités Agenda Nos événements Notre galerie de projets Outils et ressources Veille de l'innovation

Accueil > Le parcours de webinaires "Sciences comportementales et transition écologique"

Le parcours de webinaires "Sciences comportementales et transition écologique"

Une fois par mois, 60 minutes pour échanger avec un expert en sciences comportementales ou un porteur de projets des Ministères Aménagement du territoire et Transition écologique.

Partager la page

🔗 🐦 📄 ✉️ 🔄

SOMMAIRE

1. Cycle 1 : découvrir l'approche comportementale pour une action publique plus efficace et durable
2. Cycle 2 : réaliser un diagnostic comportemental
3. Cycle 3 : prototyper une intervention comportementale à partir d'un diagnostic
4. Cycle 4 : expérimenter et évaluer une intervention comportementale avant d'envisager le déploiement

Parcours de webinaires

Sciences comportementales et transition écologique





**MINISTÈRES
AMÉNAGEMENT
DU TERRITOIRE
TRANSITION
ÉCOLOGIQUE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Webinaire 4 – Mener un diagnostic et identifier les freins comportementaux. *De la théorie à la pratique.*

Mariam Chammat

Directrice de projets en sciences comportementales, Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

L'intervenante



Mariam Chammat

Directrice de projets en sciences comportementales, Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

Prochain rendez-vous

Rendez-vous le 11 septembre 2025 à 13h30



Webinaire 5 : Définir les leviers et stratégies comportementales pour concevoir des actions d'accompagnement au changement de comportements – *Que sont les behavioural insights ?*

Avec :

Nicolas Fieulaine, Chercheur en psychologie sociale, associé à la Chaire Innovation Publique de l'INSP, spécialiste en sciences comportementales appliquées et directeur de NF Etudes

Merci



Merci de remplir le questionnaire d'évaluation
jusqu'au 10 juillet

Vous souhaitez nous contacter ?

fabrique.transitions@developpement-durable.gouv.fr

En précisant dans l'objet du mail [Sciences
comportementales]



GOVERNEMENT

Liberté
Égalité
Fraternité

SCIENCES COMPORTEMENTALES ET TRANSITION ÉCOLOGIQUE

*MENER UN DIAGNOSTIC ET IDENTIFIER LES
FREINS COMPORTEMENTAUX
DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE*

Mariam CHAMMAT (PhD)

Direction interministérielle de la transformation publique



DIRECTION INTERMINISTÉRIELLE DE LA TRANSFORMATION PUBLIQUE



Les équipes de la DITP ont 4 missions principales

- **Mise en œuvre des politiques prioritaires**
- **Accélération des projets à fort impact** avec l'appui d'experts et du FTAP
- **Simplification administrative** pour améliorer le service aux usagers.
- **Promotion de l'innovation** et transformation des organisations

PÔLE SCIENCES COMPORTEMENTALES DE LA DITP



Stephan
GIRAUD



Mariam
CHAMMAT (PhD)



Anne-Sophie
HACQUIN



Camille
SOULE



Camille
LAKHLIFI (PhD)

- ❑ Prise en compte de la recherche en sciences comportementales dans la mise en œuvre des politiques publiques
- ❑ Evaluation d'interventions avant et après leurs mise à l'échelle

LES SCIENCES COMPORTEMENTALES EN ACTIONS

ÉCONOMIE



- Pratiques commerciales trompeuses
- Logements vacants
- Paiement cotisations sociales en ligne
- Transparence fiscale
- Changement d'assurances
- Recouvrement TVA
- Paiement restes à charges hospitaliers
- Paiement impôts en ligne

ENVIRONNEMENT



- Covoiturage
- Indice de réparabilité
- Modes de chauffages écoresponsables
- Promotion chèque énergie
- Rénovation énergétique
- Facture énergétique des bâtiments publics

TRAVAIL/SOCIAL



- Insertion Professionnelle des jeunes
- Stéréotypes liés au handicap
- Démarches MDPH
- Egalité F/H
- Accidents de la vie courante



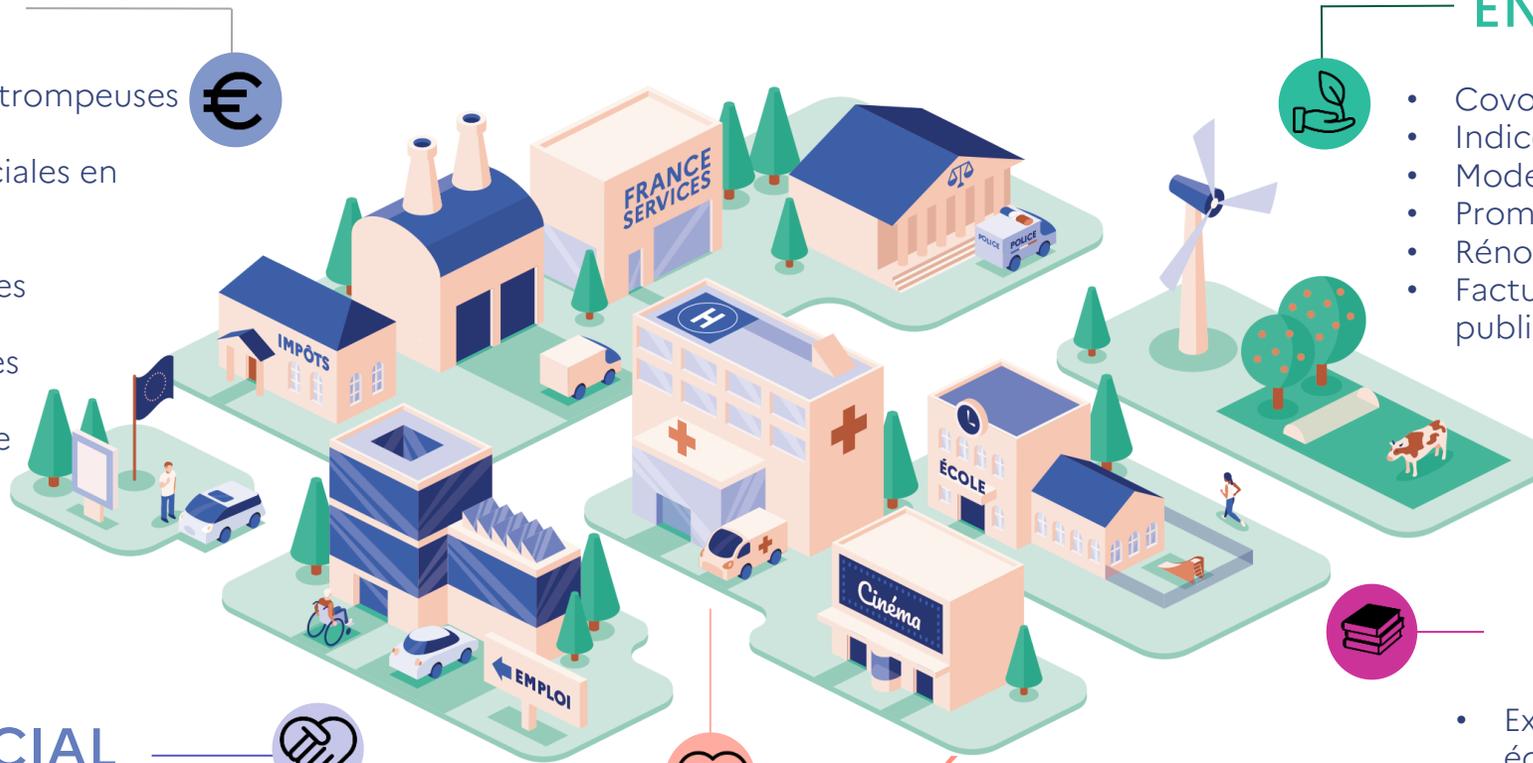
SANTÉ

- Consommation raisonnée d'antibiotiques
- Commande carte vitale en ligne
- Vaccination EHPAD
- Tester/Alerter/Protéger
- Communication COVID
- Activité physique personnes âgées
- Paiements restes à charge
- Médicaments génériques
- Accueil Temporaire

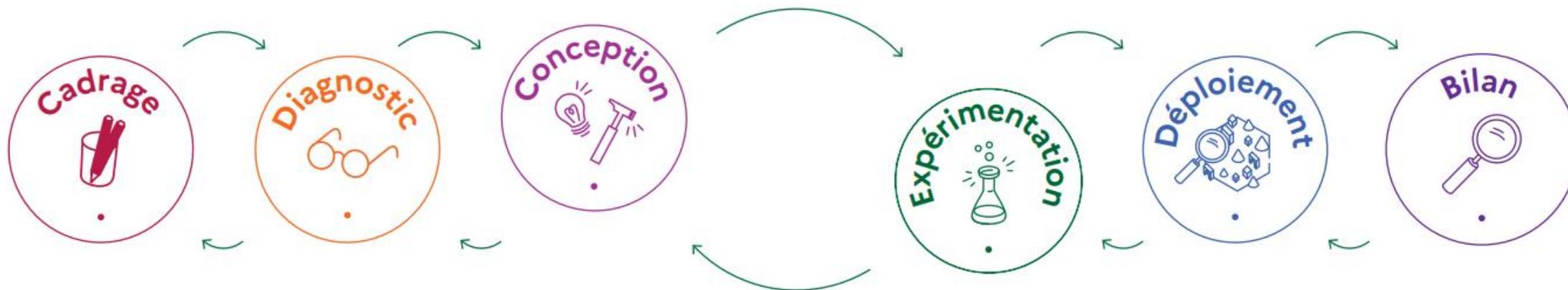
ÉDUCATION



- Exposition des enfants aux écrans
- Prévention manque de sommeil chez les enfants
- Pass Sport
- Pass Culture



METHOLOGIE PROJET



- **Clarifier** la problématique et la vision
- **Définir** les objectifs
- **Mobiliser** les parties prenantes et planifier le projet

- **Rassembler et étudier l'existant** (benchmark & revue de littérature)
- Dresser vos listes **d'hypothèses**
- **Mener votre travail d'investigation** avec le bon choix de méthodes

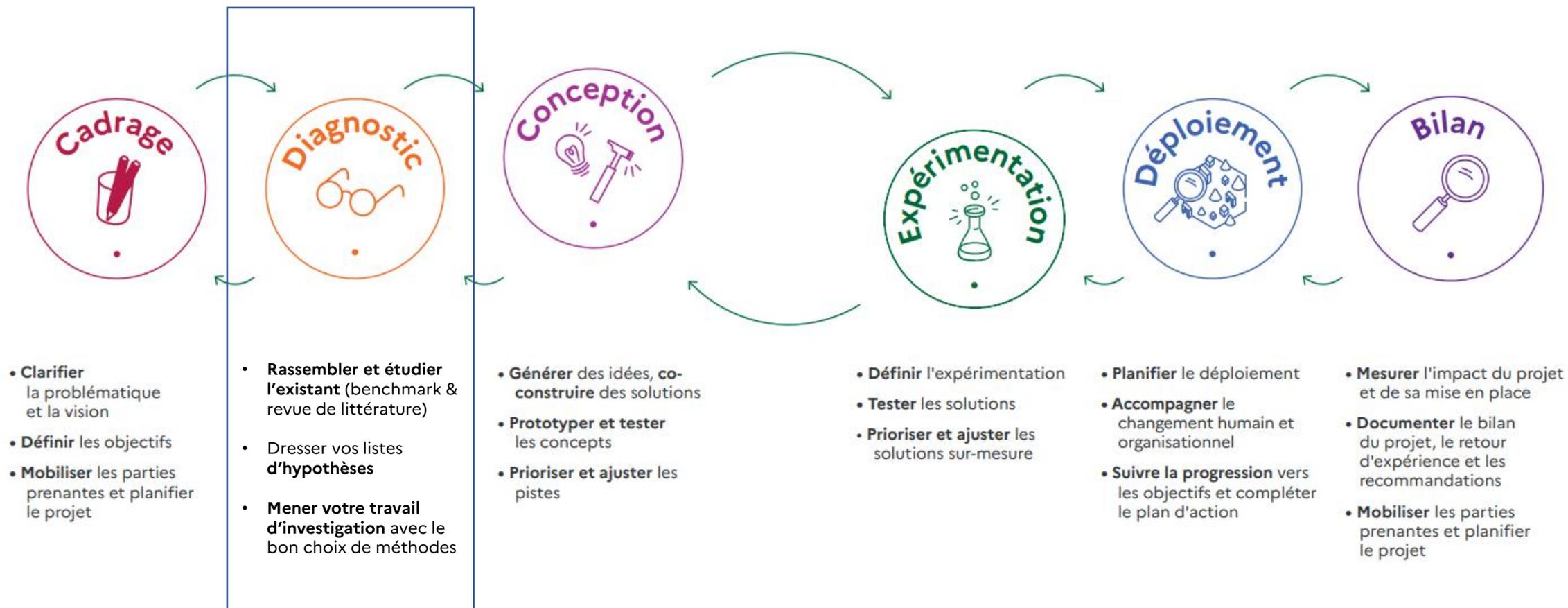
- **Générer** des idées, **co-construire** des solutions
- **Prototyper et tester** les concepts
- **Prioriser et ajuster** les pistes

- **Définir** l'expérimentation
- **Tester** les solutions
- **Prioriser et ajuster** les solutions sur-mesure

- **Planifier** le déploiement
- **Accompagner** le changement humain et organisationnel
- **Suivre la progression** vers les objectifs et compléter le plan d'action

- **Mesurer** l'impact du projet et de sa mise en place
- **Documenter** le bilan du projet, le retour d'expérience et les recommandations
- **Mobiliser** les parties prenantes et planifier le projet

METHOLOGIE GLOBALE



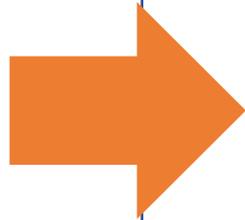
EXEMPLES DE SUJETS



- **Comprendre pourquoi les commerçants gardent leur éclairage de magasins allumés toute la nuit**

- **Comprendre pourquoi les OP (organisme des producteurs) n'adoptent pas le label « Pêche durable »**

ps: Les organisations de producteurs (OP) sont des structures regroupant un ensemble de pêcheurs afin d'organiser leur activité sur le plan économique



- **Rassembler et étudier l'existant** (benchmark & revue de littérature)
- Dresser vos listes **d'hypothèses**
- **Mener votre travail d'investigation** avec le bon choix de méthodes



- Rassembler et étudier l'existant (benchmark & revue de littérature)
- Dresser vos listes d'hypothèses
- Mener votre travail d'investigation avec le bon choix de méthodes

Exemple du projet sur l'éclairage nocturne des commerces

MÉTHODOLOGIE : étude documentaire



Les travaux de recherche de ce projet visent à identifier des pistes de freins, à la fois psychologiques et structurels, à l'extinction des éclairages commerciaux de nuit, ainsi que des pistes de leviers qui pourraient amener un changement de comportement.

La revue de littérature s'est concentrée sur 3 champs principaux :

- La **littérature scientifique** concernant notamment les conséquences de la pollution lumineuse sur la biodiversité et la santé humaine ainsi que les liens entre éclairage et (in)sécurité (et sa perception).
- La **littérature comportementale** concernant les économies d'énergie. Il n'existe pas à notre connaissance de littérature comportementale spécifique à l'éclairage commercial. Nous avons donc exploré les interventions visant un comportement jugé proche d'un point de vue psychologique : à savoir, les interventions incitant les ménages à réaliser des économies d'énergies.
- **Les articles de presse, rapports** issus des associations et des acteurs publics, **et les études d'opinion** relatives à l'éclairage nocturne. Cette recherche vise notamment à recueillir des informations sur les comportements d'éclairage des commerces, l'attitude des commerces et de la population en général au sujet de l'éclairage nocturne, ainsi que les différentes interventions déjà menées pour inciter à l'extinction.

- En plus de cette revue de littérature, nous avons analysé divers **supports développés par des associations ou des acteurs publics à destination des commerçants** pour les sensibiliser aux enjeux de la pollution lumineuse et les inciter à l'extinction : tracts, livrets explicatifs, lettres de rappel à la réglementation.

- **Analyse de la réglementation** : Arrêté du 27 décembre 2018 relatif à la prévention, à la réduction et à la limitation des nuisances lumineuses, Code de l'environnement.

Pour repérer d'éventuelles barrières et leviers qui auraient trait à l'application de la loi et au parcours usager face à cette loi, nous avons également analysé la réglementation en vigueur, ses mécanismes d'applications et les pénalités associées à son non-respect. Sur ces points, l'analyse des textes législatifs a été complétée par des entretiens avec des acteurs publics impliqués dans l'élaboration et l'application de la réglementation.



- **Rassembler et étudier l'existant** (benchmark & revue de littérature)
- Dresser vos listes **d'hypothèses**
- **Mener votre travail d'investigation** avec le bon choix de méthodes

Exemple du projet sur la pêche durable



Recherche documentaire

- Documents encadrant l'écolabel (référentiel et Plan de Contrôle Cadre)
- Travaux réalisés par Sakana et Mer Conseils
- Contexte réglementaire (lois Egalim, Climat et Résilience) et stratégique (Plan d'action pour une pêche durable)
- Rapports et prises de position d'ONGs, acteurs de la filière et acteurs institutionnels
- Stratégies RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale) de la grande distribution
- Littérature grise sur la filière de la pêche en France (documentation Ifremer, ministères, sites d'Organisations de Producteurs)

LA REVUE DE LITTÉRATURE SCIENTIFIQUE :

POURQUOI ET COMMENT ?

- C'est l'étape où l'on **lit et analyse toutes les recherches et publications existantes** sur notre sujet
- C'est un peu comme faire un **état des lieux des connaissances** avant de construire sa propre idée

Pourquoi est-ce si important en science ?

- **Comprendre ce qu'on sait déjà** : Éviter de refaire une étude qui existe déjà.
- **Identifier les "trous"** : Trouver ce qu'on ne sait pas encore, ce qui manque dans la recherche.
- **Inspirer de nouvelles idées** : Découvrir de nouvelles façons de penser ou de nouvelles méthodes.
- **Situer notre travail** : Montrer comment notre recherche s'inscrit dans ce qui existe déjà.



La revue de littérature est notre carte pour explorer le monde des connaissances.

Où chercher les informations ?

Bases de données scientifiques : Ce sont nos "bibliothèques numériques géantes »

- **Google Scholar** : Un bon point de départ pour trouver des articles.
- **Scopus / Web of Science** : Pour des recherches plus complètes et approfondies.
- D'autres bases plus spécifiques à votre domaine (ex : PubMed pour la biologie/santé, JSTOR pour les sciences humaines).
- **Connected papers**
- **Elicit**



Astuce : Utilisez des mots-clés précis et des combinaisons (par exemple : "changement climatique" ET "impact agriculture").

Effective Interventions to Reduce Meat Consumption

Share

Create alert

Q What interventions are most effective in reducing meat consumption ?

Summary of top 4 papers

Copy

Research indicates that interventions targeting animal welfare concerns can effectively reduce meat consumption and related intentions (Mathur et al., 2021). Tailored approaches for different meat-eating groups, such as reducers and habitual consumers, have shown promise in decreasing animal product intake (Lacroix & Gifford, 2020). Effective strategies include providing information on health

Sort: Most relevant

Filters

Export as

UPGRADE

Grid View

Paper	Abstract summary	Manage Columns
<input type="checkbox"/> Towards reduced meat consumption: A systematic literature review of intervention effectiveness, 2001–2019 Tatjana Kwasny +2 Appetite 2021 · 158 citations DOI	Interventions that provide information on health/environmental effects, link meat to living animals, increase visibility of vegetarian dishes, and provide cooking education are effective in reducing meat consumption.	Search or create a column Describe what kind of data you want to extract <input type="text" value="e.g. Limitations, Survival time"/>
<input type="checkbox"/> Interventions to reduce meat consumption by appealing to animal welfare: Meta-analysis and evidence-based recommendations Maya B. Mathur +6 Appetite 2021 · 76 citations DOI	Interventions appealing to animal welfare concerns are effective in reducing meat consumption, at least in the short term.	ADD COLUMNS <ul style="list-style-type: none">+ Summary+ Main findings+ Methodology+ Intervention+ Outcome measured+ Limitations
<input type="checkbox"/> Targeting interventions to distinct meat-eating groups reduces meat consumption Karine Lacroix +1 2020 · 59 citations DOI	Targeted interventions tailored to distinct meat-eating groups are more effective at reducing meat consumption than non-targeted interventions.	<input type="button" value="Show more"/>
<input type="checkbox"/> Meat consumption among different social groups and specific options for reducing it: a literature review of empirical research Thea Xenia Wiesli Frontiers in Sociology 2025 · 0 citations DOI	Effective interventions to reduce meat consumption include price incentives, normative messaging, and increasing accessibility of plant-based options, tailored to specific social groups.	

Elicit: The AI Research Assistant

Drivers and barriers toward reducing meat consumption

Prior works

Derivative works

List view

Filters

More

Origin paper

Drivers and barriers toward reducing meat consumption

Isaac Cheah, Anwar Sadat Shimul, ... 2020

Motivations, barriers, and strategies for meat reduction at different family...

Joya A. Kemper 2020

Reducing meat consumption and following plant-based diets: Current...

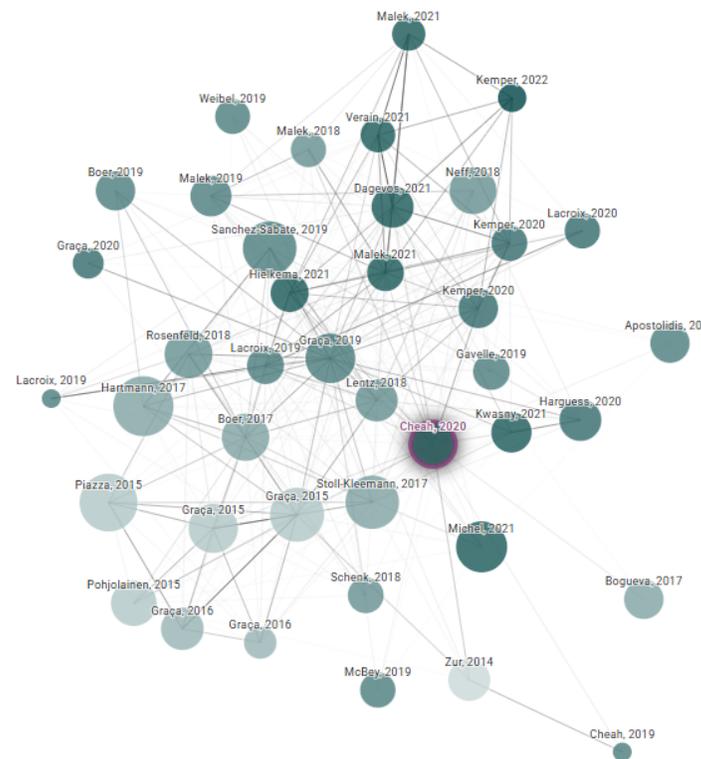
J. Graça, Cristina A. Godinho, M... 2019

Individual motivations for limiting meat consumption

Ifat Zur, C. Klöckner 2014

Reducing meat consumption in meat-loving Denmark: exploring willingness...

M. H. Hielkema, T. Lund 2021



This graph is outdated. Update progress: 48%



2014 2022

Drivers and barriers toward reducing meat consumption

Isaac Cheah + 2 authors I. Phau

2020, Appetite

98 Citations

Save

Open in:

S2 TL;DR: The study provides insights into the motivations of individuals to limit their meat consumption and systematically examines the perceived benefits and barriers of meat consumption thus shedding insights on the opportunities for dietary behaviour change and public health.

Quoi regarder dans les documents trouvés ?

- **La source** : Est-ce une revue scientifique reconnue ? Qui sont les auteurs ?
- **La date** : L'étude est-elle récente ou datée ? Les connaissances évoluent vite !
- **L'objectif** : Que voulait démontrer cette étude ?
- **Les résultats principaux** : Qu'est-ce que les auteurs ont découvert ?
- **La méthode** : Comment ont-ils fait leur recherche ? (Est-ce fiable ?)
- **Les limites** : Quelles sont les faiblesses ou les choses que les auteurs n'ont pas pu explorer ?



Astuce pour organiser et analyser vos lectures :

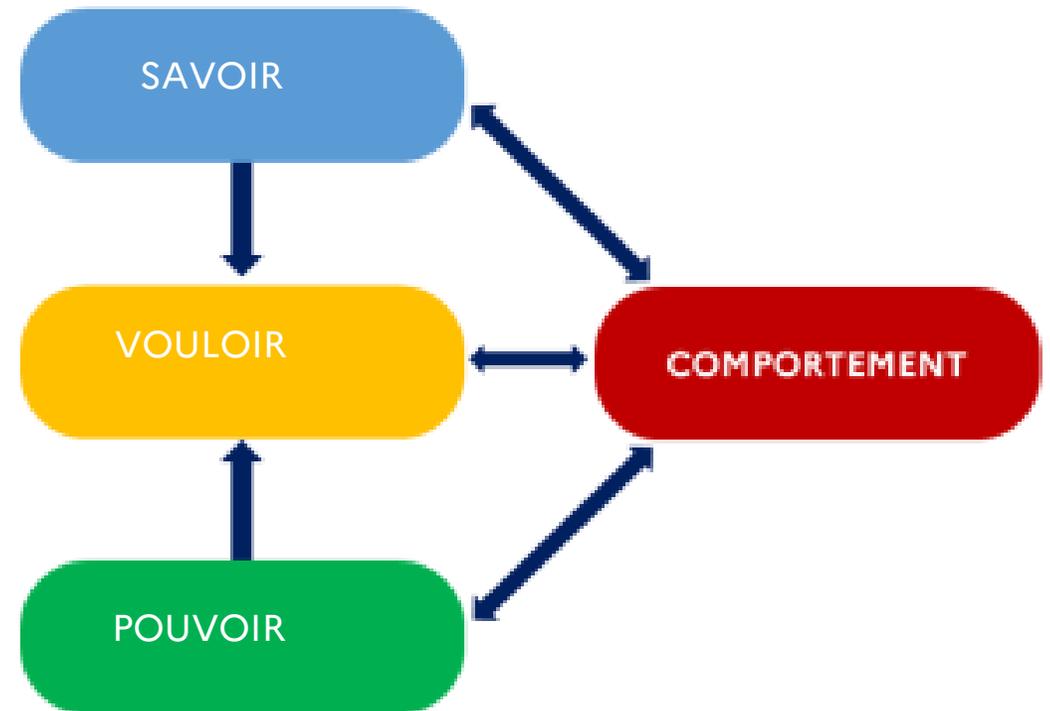
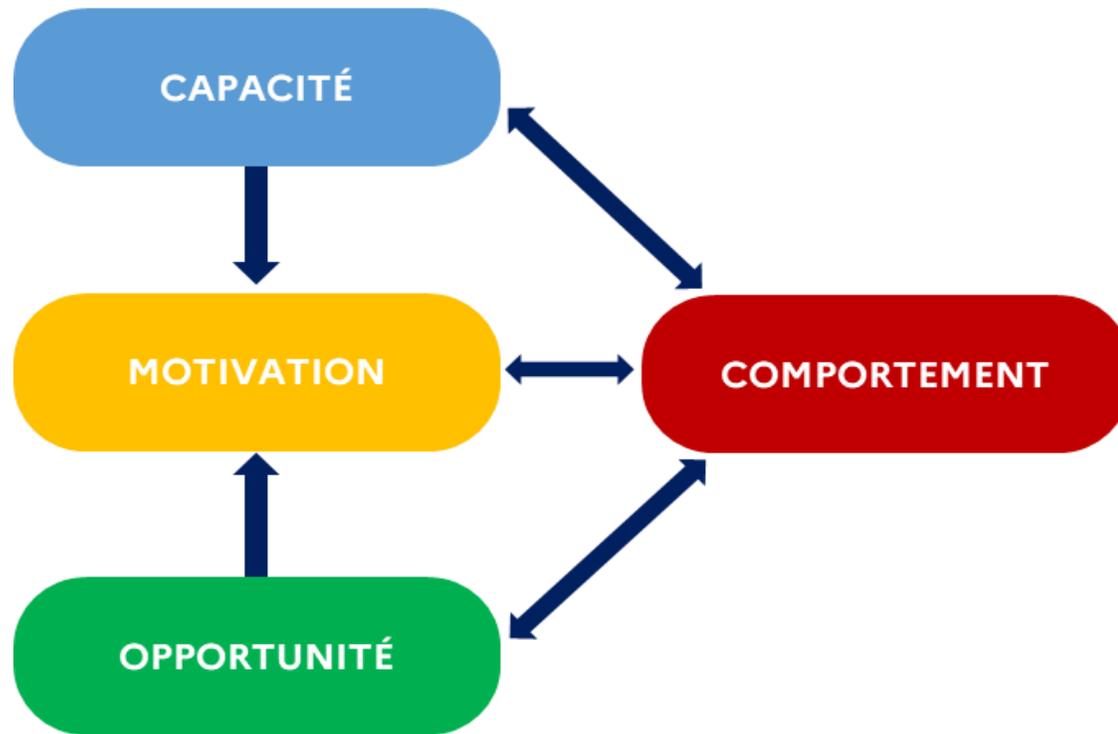
- Créez un tableau excel simple pour chaque article lu : Titre, Auteurs, Année, Idée principale, Points forts, Points faibles, Votre commentaire.
- Cela vous aide à comparer les études et à synthétiser les informations clés.



- **Rassembler et étudier l'existant**
(benchmark & revue de littérature)
- Dresser vos listes **d'hypothèses**
- **Mener votre travail d'investigation** avec le bon choix de méthodes

Le modèle COM-B

- Pour chaque comportement, il y a des **facteurs qui l'expliquent**.
- Le modèle **COM-B** (Capability, Opportunity, Motivation - Behaviour) est un outil puissant pour les identifier.
- Il nous aide à **ne rien oublier** quand on cherche les causes d'un comportement.



Source : COM-B, Michie et al., 2014

DRESSER VOTRE LISTE D'HYPOTHÈSES

Capacité

Quels éléments de capacité physique (force, endurance) ou mentale (ignorance sur un sujet, compréhension) pourraient entraver la réalisation de ce comportement par le public cible ?

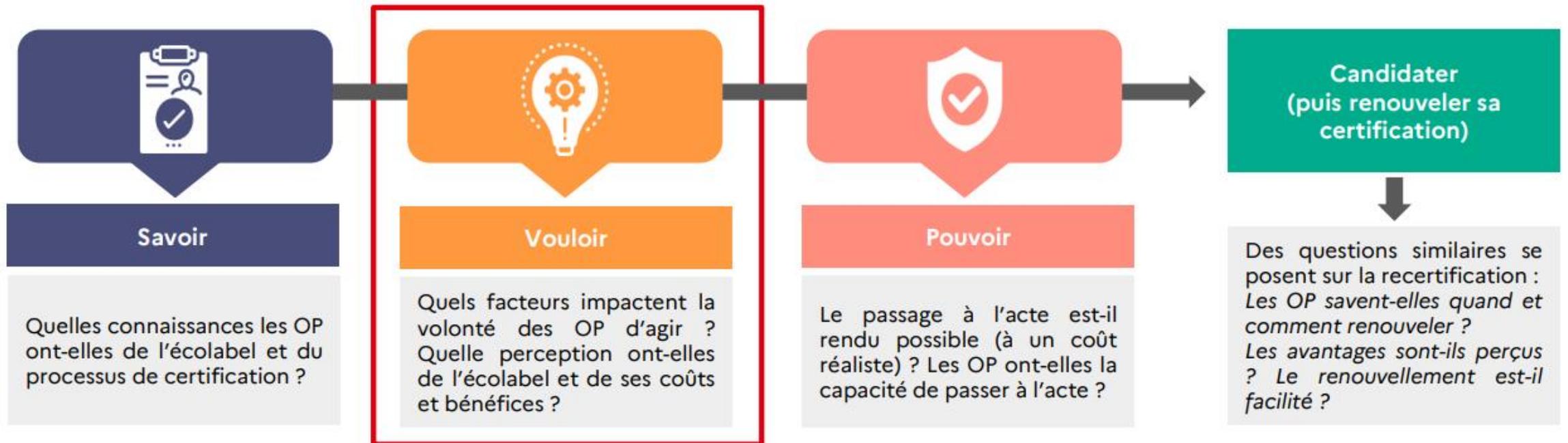
Motivation

Quels éléments liés aux émotions/ressenti de votre public cible, ou à sa motivation réfléchie (identité professionnelle, projection à moyen ou long terme, rejet moral...) pourraient entraver la réalisation de ce comportement ?

Opportunité

Quels éléments extérieurs à votre public cible pourraient entraver la réalisation de son comportement : absence d'infrastructures, manque de temps, de ressources, de support hiérarchique, norme sociale etc.

MODÈLE DE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT : ENCOURAGER LES OP À CANDIDATER

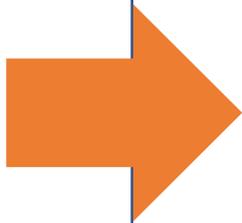


Dresser votre liste d'hypothèses

	Établissement évalué		Évaluateur.ice.s
	Équipe de direction	Équipes pédagogique / éducative / administrative	
Capacité Connaissances	<ul style="list-style-type: none"> Comprendre le déroulé du dispositif d'évaluation Savoir quoi faire et quels leviers mobiliser pour agir sur les pistes de recommandation 		<ul style="list-style-type: none"> Être formé à l'adoption d'une posture et d'une méthode adaptées à l'évaluation d'établissement Savoir émettre des recommandations, créer des jalons et des indicateurs clairs dans le rapport d'évaluation externe
	<ul style="list-style-type: none"> Avoir les ressources pour comprendre et expliquer l'évaluation et son lien avec le projet d'établissement et le contrat d'objectif Savoir fédérer l'équipe pédagogique autour du projet d'établissement 		
Motivation	<ul style="list-style-type: none"> Comprendre l'utilité de l'exercice d'évaluation Accepter de se prêter à l'exercice de l'évaluation, au risque d'être confronté à des retours critiques Être dans des dispositions favorables (se sentir suffisamment en confiance, considéré, écouté et en contrôle, bénéficier des pré-requis minimaux, être en accord politique avec le dispositif, avoir le contexte structurel minimum requis) pour accepter de participer à l'exercice de remise en question et d'évaluation Être confiant dans l'objectivité et la justice du dispositif et des évaluateurs 		<ul style="list-style-type: none"> Être volontaire et intéressé par la démarche d'évaluation externe
	<ul style="list-style-type: none"> Être confiant dans le soutien institutionnel (matériel, et notamment financier) pour la mise en œuvre des recommandations 	<ul style="list-style-type: none"> Considérer que cela fait partie des missions attendues dans la fiche de poste (en l'absence de revalorisation/contrepartie salariale) Observer qu'un temps et une décharge de travail associés sont prévus pour l'évaluation et la mise en place des recommandations Avoir confiance et de bonnes relations avec l'équipe de direction 	
Opportunité	<ul style="list-style-type: none"> Avoir le temps et la bande passante (sans priorité concurrente) nécessaires pour s'impliquer pendant l'évaluation, puis sur la durée Pouvoir agir sur les actions recommandées (en d'autres termes que les pistes soient réellement actionnables) Capacité à coopérer et transmettre les infos avec des lieux, temps, outils appropriés (physiques ou numériques) 		<ul style="list-style-type: none"> Pouvoir faire remonter les contraintes structurelles limitantes à résoudre en priorité avant le reste
	<ul style="list-style-type: none"> Pouvoir prendre le temps en amont pour prendre connaissances des outils afin de les transmettre efficacement aux équipes 		



- **Rassembler et étudier l'existant**
(benchmark & revue de littérature)
- Dresser vos listes **d'hypothèses**
- **Mener votre travail d'investigation** avec le bon choix de méthodes



MENER VOTRE TRAVAIL D'INVESTIGATION AVEC LE BON CHOIX DE MÉTHODES

Collecter des Informations:

- Pour comprendre chaque élément du COM-B, on a besoin de **preuves**.
- On ne se base pas sur des suppositions, mais sur des **données concrètes**.
- On utilise deux grandes familles de méthodes :
 - **Quantitatives** (pour les chiffres)
 - **Qualitatives** (pour comprendre en profondeur).

Définissez Précisément Votre Question

Quel est l'objectif de votre investigation ?

- **Cherchez-vous à savoir "Combien" ou "Quelle est la proportion" ?**
- Vous voulez mesurer la fréquence d'un comportement, le niveau d'une opinion, ou la corrélation entre deux variables ?
- Ces questions appellent des outils **quantitatifs**.

- **Cherchez-vous à comprendre "Pourquoi" ou "Comment" ?**
- Vous souhaitez explorer les motivations profondes, les expériences vécues, les perceptions, ou les mécanismes complexes derrière un comportement ?
- Ces questions nécessitent des outils **qualitatifs**.

Évaluez vos Contraintes

Soyez réaliste quant à vos ressources :

- **Temps** : Combien de temps avez-vous pour collecter les données ? Certains outils sont plus rapides que d'autres.
- **Budget** : Certains outils (comme les enquêtes à grande échelle ou les logiciels d'analyse avancés) peuvent être coûteux.
- **Compétences de l'équipe** : Avez-vous l'expertise nécessaire pour utiliser l'outil choisi et analyser les données qu'il produit ? (Ex : mener des entretiens approfondis demande une certaine maîtrise).
- **Accès** : Avez-vous l'autorisation ou la possibilité d'accéder aux lieux ou aux personnes nécessaires à votre investigation ?

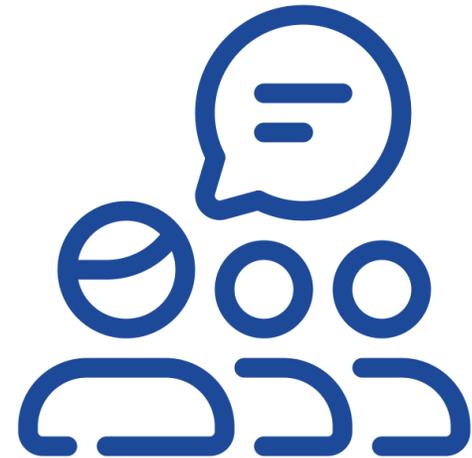
Les Outils à Votre Disposition



Les Outils à Votre Disposition (Leurs Forces et Faiblesses)

Entretiens et Groupes de Discussion

- **Forces :**
 - Excellents pour comprendre en profondeur les motivations, les perceptions, les émotions.
 - Permettent d'explorer des sujets complexes et sensibles, et de saisir des nuances.
- **Faiblesses :**
 - Ne fournissent pas de données chiffrées généralisables.
 - Peuvent être chronophages et sensibles aux biais liés à l'interaction avec l'animateur.



Préparation du guide d'entretien

- **Définir les objectifs :** Pour éviter le biais de confirmation, assurez-vous que les objectifs sont clairs et non influencés par des hypothèses préexistantes.
- **Créer une trame semi-directive** incluant une introduction (cadre, contexte, durée, déroulement), des questions structurées par thématique, et un temps de parole libre en fin d'entretien.
- **Préparer** des trames spécifiques pour chaque type d'usager afin de poser des questions pertinentes et adaptées.
- **Structurer les questions de manière neutre :** Évitez les questions orientées qui pourraient induire des réponses biaisées.
- **Éviter les questions suggestives :** Pour limiter le biais d'ancrage, ne suggérez pas de réponses dans vos questions.
- **Tests pilotes :** Réaliser des tests complets avec un échantillon familier pour recueillir des retours et ajuster le processus (durée, formulation, procédure de recrutement).

Guide d'entretien - Responsable du site

Introduction

- Introductions
- Notre projet vise à encourager des jeunes qui ont signé (ou sont sur le point de signer) le PACEA à assister aux entretiens / ateliers.
- Cet entretien durera environ 30 minutes.
- Nous aimerions en savoir plus sur la manière dont vous avez mis en œuvre le PACEA et sur l'accompagnement vous donnez aux jeunes.
- Nous aimerions également explorer ce que vous changeriez pour les encourager à maintenir une présence soutenue à la mission locale.
- Tout ce que vous direz restera confidentiel. Vous n'êtes pas obligé de répondre aux questions si vous ne le souhaitez pas, et vous pouvez aussi demander qu'on arrête l'entretien si vous le souhaitez.
- Tout cela vous paraît-il clair ?
- Avez-vous des questions ?
- Êtes-vous d'accord pour commencer l'entretien ?

Questions d'introduction

1. Est-ce que vous pouvez nous décrire votre rôle ?
2. Pouvez-vous nous parler un peu des défis auxquels votre site est confronté ?
 - a. Dans quelle mesure votre site est-il unique et différent des autres ?

PACEA - accompagnement

Nous comprenons que l'accompagnement associé avec le PACEA diffère d'une mission locale à l'autre.

3. Qui sont les jeunes qui signent un PACEA? Qu'est-ce qui les caractérise?
4. Pourquoi s'engagent-ils dans cette démarche? Qu'est-ce qui les encourage à signer le PACEA? Y-a-t-il d'autres raisons pour lesquelles ils signent le PACEA?
5. Que signifie d'avoir signé un PACEA à cette mission locale ?
 - a. Pouvez-vous nous parler un peu de l'accompagnement que les jeunes inscrits au PACEA reçoivent ici ?
 - b. Quelles obligations sont placées sur les jeunes inscrits au PACEA ?
6. À partir du moment où un jeune s'inscrit à la mission locale, pouvez-vous nous décrire le processus PACEA du début à la fin ?
 - a. Comment est-ce qu'un jeune s'inscrit à la mission locale ?
 - b. Après l'inscription du jeune à la mission locale, comment décidez-vous s'il est un bon candidat pour le PACEA ?
 - c. Le jeune est maintenant inscrit à la mission locale, et vous avez décidé qu'il

En bref...

L'entretien semi-directif est une méthode de collecte de données qualitatives où 1 interviewer fait face à 1 seul interviewé. Il vise à recueillir des informations pour explorer des comportements/des expériences, recueillir des perceptions/des motivations, tester des hypothèses... qui ne peuvent pas être captées par un questionnaire standardisé. Il utilise pour cela un guide d'entretien contenant une liste de questions utilisées de façon souple et évolutive.

Ce que ça permet...

Avec cette méthode, vous pourrez notamment comprendre :

- pourquoi les gens agissent d'une certaine façon,
- comment ils ont vécu une démarche, un parcours...
- ce que sont leurs opinions sur certains sujets et pourquoi...

La forme semi-directive, naturelle et ouverte, permet à l'interviewer de dévier de sa liste de questions initiales et d'approfondir les points d'intérêt qui peuvent émerger au cours de l'entretien, ce qui facilite l'exploration de sujets inattendus ou de réponses riches.

Points d'attention...

1) L'entretien est souvent la première phase d'une enquête car il permet de bâtir des hypothèses qui pourront être confirmées lors d'une phase quantitative, par exemple. Pour cela, les entretiens évoluent souvent dans le temps :

- les 1^{ères} entretiens, assez standardisés, servent souvent à **identifier des hypothèses de travail provisoires** ;
- la 2^e série d'entretiens permet de **se concentrer sur quelques hypothèses**, examinées en détail dans des entretiens moins standardisés ;
- la dernière série est une phase de consolidation dans laquelle vous allez a) reformuler ce que vous avez compris et b) chercher à faire réagir l'interviewé (dans une logique de vérification).

2) Dans une série d'entretiens semi-directifs, il n'y a pas à constituer d'échantillon représentatif. Seule la **variété des profils est nécessaire** : elle permet de recueillir les témoignages de personnes se trouvant dans les situations les plus différentes possibles (du point de vue des expériences, des pratiques, des représentations...). On peut commencer par une dizaine de personnes (entre 7 et 12) puis, si cela s'avère nécessaire, élargir progressivement. On n'entend souvent plus grand-chose de nouveau au-delà d'une trentaine de personne.

Comment faire...

1. Listez les profils à entendre en entretien (genre, âge, type d'usagers...). Estimez en conséquence les nombres minimum et idéal d'entretiens à mener. Attention : plus le nombre d'entretiens est faible, moins les réponses obtenues couvriront la diversité des situations qui vous intéressent.

2. Préparez à l'avance une ou des trames d'entretien comportant :

- une courte introduction qui pose le cadre et le contexte, rappelle la durée (45'), explique le déroulé, rassure la personne interrogée (un entretien peut être intimidant) ;
- un rappel que les propos seront utilisés de façon anonyme ;
- une ouverture : « Avant d'entrer dans le vif du sujet, avez-vous une question ? » ;
- la liste des questions que vous vous posez (cf. encart) ;
- un temps de parole libre à la fin de l'entretien pour que la personne interrogée puisse revenir sur certains points ou poser des questions ;
- un temps de clôture pour réexpliquer à quoi cet entretien va servir, donner les prochaines étapes et remercier pour le temps que la personne vous a accordé.

3. Faites relire la trame par au moins 2 personnes pour vérifier que les questions sont claires et compréhensibles. Testez-la en situation réelle en chronométrant l'entretien. Tient-il dans le temps imparti ? Faut-il ajuster le nombre de questions ?

4. Préparez votre message type de recrutement :

- 2-3 phrases de contexte (qui porte le projet, quels sont les objectifs) ;
- pourquoi il est important pour le projet de connaître l'expérience du public visé ;
- assurance que les propos tenus resteront anonymes ;
- modalité : en présentiel, en visio-conférence, par téléphone... ;
- durée de l'entretien (par exemple : si vous prévoyez 45', annoncez 1 heure maximum) ;
- procédure pour se porter candidat (qui contacter, comment, que préciser lors de la prise de contact – profil, jour/heures de disponibilité...). Dans certains cas (entretien téléphonique notamment), il peut être judicieux de prévoir un mode d'inscription directe sur des créneaux définis.

5. Si possible, prévoyez d'être 2 lors de l'entretien (1 animateur qui pose les questions, 1 transcripteur qui enregistre les réponses et éventuellement des éléments non-verbaux – gestes, attitudes).

6. Identifiez les canaux de recrutement à mobiliser (viviers, listes disponibles – bénéficiaires de certains dispositifs, par exemple –, sites physiques, intranet, réseaux sociaux, sites internet d'institutions...) en fonction des profils listés en 1.

Attention : les canaux que vous mobiliserez peuvent être source de **biais de recrutement** qui peuvent nuire à la validité de votre analyse/de vos conclusions. Par

exemple, certaines tranches d'âges/profils/catégories sociales sont difficiles à toucher par le biais des canaux numériques. Et évitez de contacter en masse les usagers « habituels » (même si ce sont les plus faciles à joindre).

7. Préparez une matrice d'entretiens pour exploiter les réponses des personnes (1 personne par ligne, 1 question par colonne). Ceci permet d'analyser plus facilement les résultats et d'identifier rapidement points communs et différences, ainsi que les verbatims les plus emblématiques.

	Question n°1	Question n°2	Question n°3	Question n°4
Personne 1	R1,1	R1,2	R1,3	R1,4
Personne 2	R2,1	R2,2	R2,3	R2,4
Personne 3	R3,1	R3,2	R3,3	R3,4

8. Commencez à recruter. Et si vous rencontrez quelques difficultés pour recruter certains profils, persévérez !

POUR ALLER PLUS LOIN : à compléter si nécessaire.



Focus : les questions

- listez tout d'abord toutes les informations qui vous sont nécessaires et que ce type d'entretiens peut apporter ;
- listez en regard les questions à poser ;
- regroupez les questions qui abordent une même thématique/étape temporelle ;
- organisez ces groupes de questions dans un ordre logique (du plus général au plus spécifique, dans l'ordre chronologique...);
- pour chaque groupe de questions, préparez une phrase d'introduction (« Nous allons maintenant parler de la façon dont vous avez vécu... ») ;
- adaptez le format des questions en fonction du type de réponse souhaité (questions fermées, questions à choix multiple, questions ouvertes...). Souvenez-vous qu'une question ouverte appelle en général une réponse beaucoup plus longue qu'une question fermée

Attention :

- formulez les questions avec des phrases courtes et en utilisant un langage simple et clair pour faciliter leur compréhension.
- utilisez dans votre formulation un langage neutre pour ne pas influencer les réponses ;
- étudiez le risque que certaines questions influencent les réponses ultérieures, et réorganisez l'ordre des questions si nécessaire.

Observations et Immersions

- **Forces :**

- Permettent de voir les comportements réels dans leur contexte naturel, de capter des informations non verbales et implicites
- Offrent une compréhension très concrète des situations.

- **Faiblesses :**

- Chronophages
- La présence de l'observateur peut influencer le comportement observé
- Les résultats ne sont pas facilement généralisables.









Questionnaires (Sondages)

- **Forces :**

- Idéaux pour mesurer des tendances, obtenir des chiffres généralisables sur de larges populations
- Efficaces pour comparer des groupes ou suivre des évolutions.

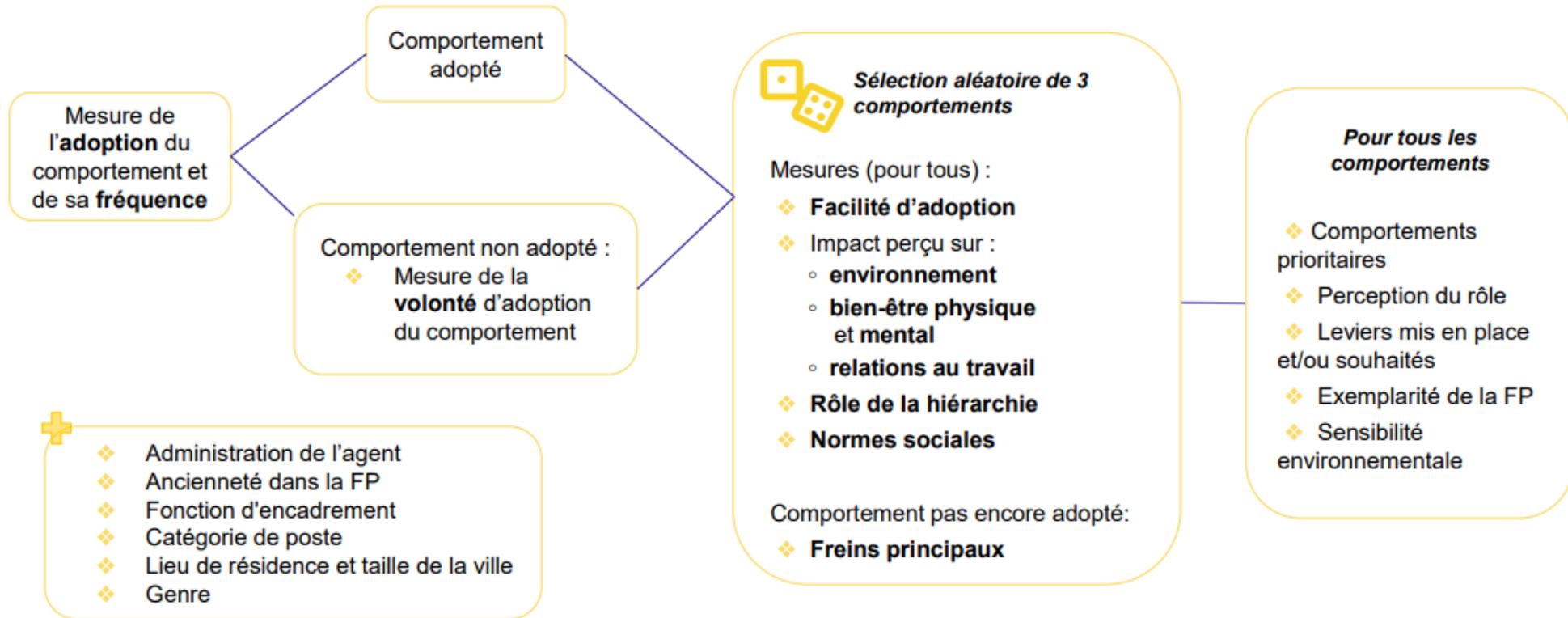
- **Faiblesses :**

- Peuvent manquer de profondeur sur le "pourquoi"
- Risques de biais si les questions sont mal formulées ou si l'échantillon n'est pas représentatif



Questionnaire sur la volonté d'adopter un comportement

Design expérimental de l'étude en ligne



- Enquête réalisée entre le 16 et le 23 juin 2023
- Etude en ligne auprès de 1321 agents (fonctionnaires et contractuels) de la fonction publique d'état et territo
- Participants indiquant travailler majoritairement dans un bureau.
- FP hospitalière et enseignants exclus.
- Enquête diffusée sur les réseaux sociaux et grâce au soutien de partenaires dans de nombreuses organisations

Analyse de Données Existantes (Documentaire, Statistiques)

- **Forces :**

- Très efficace pour les questions historiques, contextuelles ou pour des données déjà chiffrées (tendances de consommation, registres, rapports).
- Moins cher et plus rapide car les données sont déjà là.

- **Faiblesses :**

- Les données n'ont pas été collectées pour votre question spécifique, elles peuvent être incomplètes, biaisées ou pas assez détaillées.

Cap sur l'impact

Le guide pratique

Des outils pour préparer, réaliser et restituer efficacement vos projets d'innovation publique.

Juin 2025

Fiche_Analyse_Couts_Benefices

Fiche_Collecte_donnees

Fiche_Construire_un_questionnaire

Fiche_Entretien_semi_directif

Fiche_Focus_groupe

Fiche_La_Protection_Des_Donnees

Fiche_Observation_Ethnographique

Fiche_Revue_de_Litterature

L'enquête par questionnaire

CATÉGORIE : ANALYSE
DIFFICULTÉ ★★★★★

EST SOUVENT COMBINÉE AVEC : TYPE DE

En bref...

L'enquête par questionnaire est une méthode de recueil de données utilisée pour recueillir des informations sur les opinions/les attitudes/les comportements/les caractéristiques d'un grand nombre de personnes (cf. déterminer la taille d'un échantillon) à travers des questions qui peuvent être fermées ou ouvertes.

Ce que ça permet...

L'enquête par questionnaire permet de mettre des chiffres, de connaître des pourcentages, d'identifier des hiérarchies... Elle peut également permettre de mettre en évidence des corrélations, voire des relations de causalité. Elle se fait souvent après qu'une série d'entretiens a permis de mettre en évidence des questions/des thématiques importantes sur lesquelles les réponses divergent.

Points d'attention...

Il est difficile de mobiliser une personnes plus de 10 minutes pour répondre à une enquête.

Pour cette raison, ce n'est pas un bon outil pour poser des questions sur des sujets qui demandent à l'interviewé une certaine réflexion (donc du temps), comme par exemple d'imaginer des solutions à un problème, d'exprimer des attentes, de se livrer à des projections dans le futur...

Comment faire...

1. Estimez le nombre idéal de questionnaires qui devront être complétés en fonction de la population ciblée et du niveau de précision/sécurité que vous recherchez (cf. **type de données – déterminer la taille d'un échantillon**). Par exemple, si votre population est importante (10 000 personnes ou plus), vous pouvez vous assurer un bon niveau de qualité des données en interrogeant un groupe de 370/380 personnes. Mais attention : si vous souhaitez obtenir des données par sous-populations (femmes vs hommes, par exemple), il vous faudra multiplier ce chiffre par le nombre de sous-populations qui vous intéresse. Réfléchissez bien alors à l'utilité que cet effort représente.
2. Listez les profils dont vous souhaitez enregistrer les réponses (genre, âge, localisation géographique, type d'utilisateurs, activité, caractéristiques socio-économiques...), ainsi que le nombre de personnes de chaque profil que vous souhaitez dans votre échantillon.
3. Décidez si le questionnaire peut être anonyme ou si des données personnelles doivent nécessairement être

L'observation ethnographique

CATÉGORIE : ANALYSE
DIFFICULTÉ ★★★★★

EST SOUVENT COMBINÉE AVEC : ANALYSE DE DOCUMENTS, RÉALISATION D'ENTRETIENS, ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRES

En bref...

L'observation est une méthode qualitative qui consiste à observer et à documenter des comportements, des interactions, des pratiques... dans leur environnement naturel. Elle se fait par immersion.

L'objectif est de comprendre comment les choses se passent « dans le monde réel », et non pas comment elles devraient se passer « en théorie », et de déterminer les contextes qui influencent ces comportements.

Ce que ça permet...

- Elle permet notamment d'identifier :
 - les usages locaux vs globaux (innovations par exemple),
 - les usages/les pratiques qui dévient de l'intention initiale (et leurs logiques),
 - les enjeux qui ont été négligés au moment de la mise en œuvre de l'action...

- Elle est parfaite pour :
 - valider des hypothèses (issues d'une analyse documentaire, par exemple) sur le comportement,
 - observer des interactions (entre sujets et services publics, par exemple),
 - préparer le déploiement d'indicateurs de satisfaction...

Elle ne peut toutefois se faire qu'au moment de la mise en œuvre de l'expérimentation d'une solution.

Points d'attention...

Si elle est peu coûteuse techniquement, cette technique demande un investissement en temps (temps d'observation x nombre d'observations).

L'observateur joue également un rôle important. Il doit demeurer le plus neutre possible et rester le plus possible « en dehors » de l'observation de manière à avoir le minimum d'effet sur celle-ci.

Il est souvent nécessaire, après une série d'observations, d'éclairer les constats (« pourquoi vous êtes-vous comporté de cette façon ? ») et de généraliser les résultats (« dans quelle mesure mes observations sont-elles généralisables ? »), ce qui nécessite de combiner l'observation avec d'autres méthodes comme :

- des entretiens,
- une enquête par questionnaire.

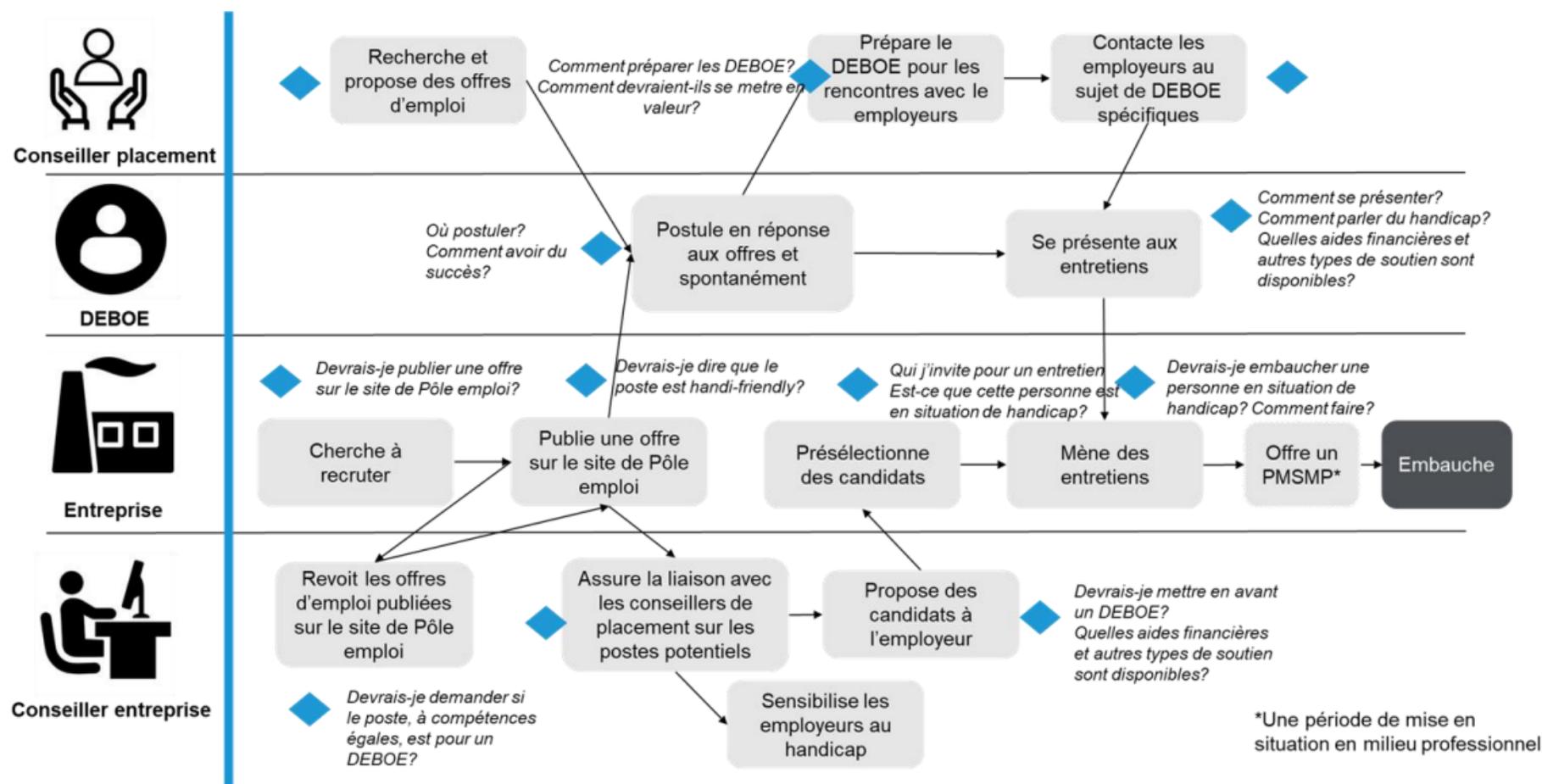
BONUS

Cartographie des acteurs et comportements

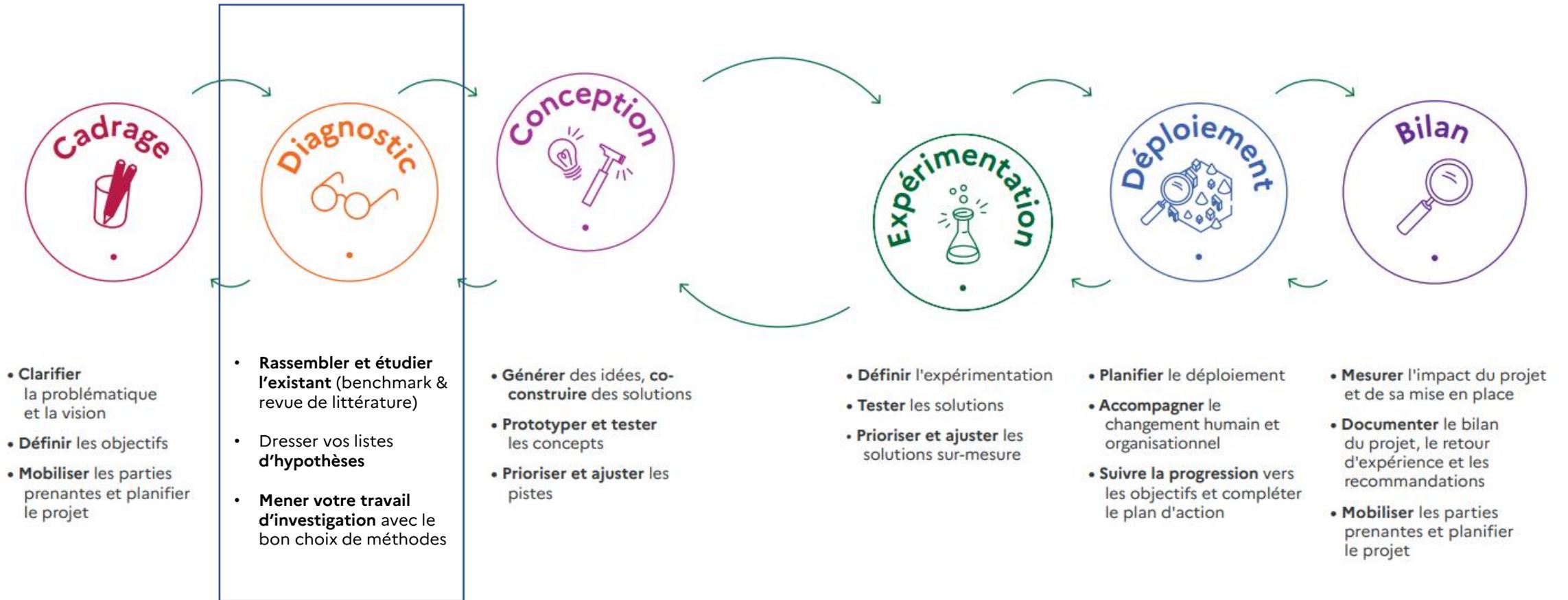
Ce projet vise à améliorer l'emploi des personnes handicapées, en améliorant leurs relations avec les employeurs potentiels.

De nombreux comportements-cible, impliquant une série d'acteurs différents, pourraient contribuer à cet objectif.

Ce diagramme fournit un aperçu de ces comportements, et des questions auxquelles les différents acteurs font face à chaque étape.



METHOLOGIE PROJET



MERCI POUR VOTRE ATTENTION