**بسم الله الرحمن الرحيم**

TOUBACHE Ali

Professeur Université Oran 2

Master marketing industriel

Cours Etude de marché

**ETUDES DE MARCHE QUANTITATIVES :**

**DE L’ENQUETE AU RAPPORT**

**3**

**MODE D’ECHANTILLONNAGE**

Lorsqu’on étudie le comportement d’une population donnée il n’est pas toujours possible d’effectuer une étude exhaustive compte tenu de sa taille mais également des contraintes de réalisation spatiales et temporelles. C’est pourquoi souvent les études s’orientent vers une analyse d’un sous-ensemble de la population appelé échantillon, pour ensuite tirer des enseignements au niveau de la population entière. Deux approches principales sont utilisées : Les approches probabilistes ou encore aléatoires, les approches empiriques.

Les approches aléatoires reposent sur un principe simple. Tout élément de la population traitée doit avoir une probabilité non nulle d’appartenir à l’échantillon. Le tirage peut être global comme il peut se dérouler selon un protocole lorsqu’on prend en considération des strates ou un itinéraire :

* Sondage aléatoire : Un  tirage au hasard est effectué directement à partir de la base de sondage caractérisant la population mère
* Sondage stratifié : Utilisée lorsque la population à une faible homogénéité compte tenu des caractères étudiés. Un découpage en sous groupes ou strates est effectué en utilisant des variables connues pour chaque unité de la base de sondage et corrélées (c'est-à-dire ayant un lien significatif) avec la variable que l’on étudie.
* Sondage par grappes/ La population étudiée est répartie selon un découpage géographique effectué de manière aléatoire par un tirage au hasard. Ensuite tous les individus faisant partis deq zones choisies sont intégrées dans l’échantillon.
* Sondage à plusieurs degrés : La population étudiée est décomposée en sous ensembles (unités primaires), eux même décomposés en sous ensembles (unités secondaires) et ainsi de suite selon le nombre de degré retenus dans la démarche.

Les approches empiriques ne reposent pas sur les résultats de la théorie des probabilités. Elles sont effectuées à partir d’un choix fondé sur une connaissance des caractéristiques de la population qui sont prises en considération pour définir l’échantillon, elles sont considérées comme des démarches reposant sur un choix raisonné.

* Méthodes des quotas : L’échantillon est construit comme un modèle réduit de la population compte tenu de la connaissance statistique de sa répartition selon certaines variables jugées importantes pour la , ou les variables étudiées. Soit on dispose d’information sur chacune des variables prises séparément et alors on utilise les quotas marginaux, soit on a une information sur les relations liant les variables et on utilisant alors les quotas croisés. La première est plus facile à effectuer car le choix des répondants est facilité.
* Méthode des itinéraires : Elle définit un chemin à suivre par l’enquêteur avec des points d’arrêt pour réaliser des interviews. En cas d’absence ou de refus à un point d’arrêt l’enquêteur va au point suivant et ainsi de suite jusqu’à la fin du trajet qui a été préalablement défini.
* Echantillon de convenance : Il prend en considération la facilité d’accés pour définir l’échantillon à interroger. Par exemple les étudiants d’une cité universitaire pour une étude sur l’utilisation des téléphones portables.
* Echantillon boule de neige : A partir d’un groupe de personnes interrogées on cherche à obtenir les noms d’autres personnes qui seront également interrogées. Ainsi de suite jusqu’à ce que l’on obtienne la taille de l’échantillon souhaitée.

**MODE DE REALISATION D’UNE ENQUETE**

Il y a différentes manières de réaliser une étude sur le terrain. Les modes d’administration envisageable sont le face à face, l’envoi postal, le téléphone et internet (par e-mail mais aussi à distance) . Ces modes peuvent être combinés en fonction des contraintes mais aussi des ressources disponibles. Chaque mode présente des avantages et des inconvénients que nous reprenons dans le tableau suivant.

**Tableau n°3** : Avantages et inconvénients des modes d’administration

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Mode  Critère | Face à face | Courrier | Téléphone | Internet par e-mail | Internet on line |
| Souplesse et flexibilité | Forte | Limitée | Relative | Relative | Assez forte |
| Rapidité | Assez | Réduite | Oui | Oui | Oui |
| Non réponses | Les plus faibles | Elevées | Variables | Assez élevées | Variables |
| Personne interrogée | Maîtrise | Dépend du répondant | Maîtrise | Dépend du répondant | Relative maîtrise |
| Dispersion spatiale | Liée à coûts | Forte | Forte | Forte | Forte |
| Personnes utilisées | Significatif | Faible | Modéré | faible | Variable |
| Coût | Frais de déplacement | Frais poste | Frais téléphone | Faible | Faible |
| Contrôle de l’enquêteur | Difficile et coûteux | Non concerné | Possible | Non concerné | Possible |

.

La réalisation de l’enquête peut nécessiter l’utilisation d’enquêteurs qu’il conviendra selon le mode d’administration choisi de recruter (profil à définir), de former éventuellement, à la conduite des entretiens et au pilotage des questionnaires, et enfin de contrôler.

**DEPOUILLEMENT**

Deux types de non réponses peuvent être observées selon qu’elles concernent :

* La totalité du questionnaire ( ) Le traitement de la première situation dépend du mode premier cas cela dépen
* Une partie du questionnaire ( ).

Le dépouillement a pour finalité de rendre utilisable les réponses obtenues. Il se traduit par :

* La lecture des questionnaires qui ont été renseignés
* L’identification des questionnaires incomplets, suspects et leur mise à l’écart si c’est nécessaire
* La prise en considération des questionnaires pour lesquels la part des non réponses est jugée limitée et dont les réponses fournies ne posent pas de problèmes de pertinence.

La validation des questionnaires permet ensuite le traitement des données. Les non réponses peuvent être totales (refus, incapacité ou encore absence) comme elles peuvent être partielles (refus, incompréhension, oubli de l’enquêteur). Deux démarches peuvent être utilisées :

* La réduction de la taille de l’échantillon. Précisons que lorsqu’on a affaire à des classes ou des strates on opère par extraction en supprimant des questionnaires dans les catégories surreprésentées dans l’échantillon.. Les questionnaires retirés le sont généralement par tirage au sort.
* Par substitution c’est à dire en remplaçant des questionnaires en surnombre par des questionnaires dans les catégories sous représentées lorsqu’ils sont disponibles.

Lorsque ce n’est pas possible il est possible d’utiliser deux démarches pour assurer le traitement des non réponses : le redressement et l’imputation. Le choix de la démarche se fait compte tenu de l’importance des non réponses, de leurs caractéristiques (localisation par exemple) et des ressources disponibles :

* Le redressement peut se faire par la relance des non répondants comme il peut se faire par l’utilisation de critères pour faire face aux problèmes de sur représentation ou de sous représentations de certaines classes de l’échantillon. Le redressement de l’échantillon dépend de la méthode d’échantillonnage (aléatoire ou empirique) pour que les arbitrages effectués soient en cohérence avec le mode de tirage retenu.
* L’imputation intervient lorsque qu’il n’est pas possible de recontacter les non répondants ou de faire un complément d’enquête. Différentes solutions sont possibles, le tableau qui suit les reprend :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Situation** | **Type d’imputation** | **Méthodes d’imputation utilisée** |
| Lorsque la non réponse au questionnaire est intégrale on utilise les réponses des questionnaires renseignés pour définir une valeur plausible  Lorsque la non réponse au questionnaire est partielle on donne aux variables non renseignées une valeur jugée acceptable sans modifier les valeurs des variables pour lesquelles il y a une réponse | Trois possibilités valables pour les deux situations :   * Déterministe lorsque la déduction de la valeur est possible * En utilisant le questionnaire jugé le plus proche au vu de certaines variables (on parle de proche voisin) * A partir d’un modèle qui permet de calculer les valeurs manquantes | Trois manières de calculer les valeurs manquantes qui sont valables pour les trois types d’imputation:   * Par la moyenne en prenant pour valeur manquante la moyenne obtenue à partir des non réponses * Par utilisation d’un donneur interne ou « Hot deck » en tirant au hasard un questionnaire renseigné dont on reprend les réponses * Par utilisation d’un donneur externe ou « Cold deck » en reprenant un questionnaire d’une enquête précédente |

**TRAITEMENT, ANALYSE DES RESULTATS**

Le traitement statistique des données permet d’obtenir des tableaux de résultats. Nous avons :

* Les tris à plat portant sur une seule variable
* Les tris croisés portant généralement sur deux variables

Les outils de l’analyse statistiques sont utilisés compte tenu des préoccupations de l’étude. Ils donnent lieu à analyse et permettent ensuite de rédiger le rapport. Ces analyses permettent :

* L’interprétation des résultats par l’utilisation des tests statistiques. Par exemple le test du khi deux qui permet de savoir s’il y a une liaison significative entre différentes variables.
* L’analyse des données multi variées pour laquelle on distingue les méthodes descriptives et les méthodes explicatives

**RAPPORT FINAL**

Le rapport final a pour vocation de permettre à l’entreprise de tirer profit de l’enquête effectuée. C’est un rapport qui est synthétique et qui peut s’appuyer sur des documents plus détaillés. Il est destiné aux décideurs et doit faciliter le processus de prise de décision. Il reprend les objectifs recherchés, la démarche utilisée et les principaux résultats. Il propose des recommandations qui mettent en évidence les choix éventuels (variantes) tout en indiquant leurs avantages et leurs inconvénients.