

# # OBSERVATION LOCALE



## ENRICHIR L'ANALYSE

Enrichir l'analyse par la production de données qualitatives locales

# CONTEXTE

## 2015/2016

Dans le cadre de groupes de travail menée sur l'observation des constats sont posés :

- un manque de donnée à l'échelle des QPV ;
- un besoin d'une compréhension plus fine des quartiers ;
- un besoin de formaliser l'expertise d'usage des habitants.

## 2017

Action menée sur 3 sites pilotes dans le Gard (Vauvert) et l'Hérault (Bédarieux et Lodève) avec une double approche qualitative ;

- les focus groupes (entretiens collectifs avec un échantillon ciblé de la population des quartiers) ;
- de la cartographie participative avec les habitants devant ensuite être traitée par le biais du SIG régional [OPenIG](#).

Le présent document se décline comme un guide de production de données qualitatives qui viendront enrichir votre diagnostic de territoire ou l'évaluation de votre contrat de ville.

**L'ENTRETIEN COLLECTIF**  
et la  
**CARTOGRAPHIE PARTICIPATIVE**  
sont les deux outils phares  
de cette approche méthodologique



# UNE MÉTHODE EN 4 ÉTAPES

Simple  
Rapide  
Participative

01

## FORMULER UNE PROBLÉMATIQUE

Définir une problématique qui circonscrit la question et la population concernée

03

## MOBILISER DES PERSONNES RESSOURCES

S'appuyer sur des acteurs de terrain pour mobiliser les habitants et composer les groupes de parole

## CONSTRUIRE L'ÉCHANTILLON

Définir les publics cibles qui composent les groupes de recueil de parole

02

## RECUEILLIR LA PAROLE

Interviewer et géolocaliser les vécus, pratiques, opinions

04



# PROBLÉMATISER pour questionner



## De la thématique à la problématique

Toute la démarche méthodologique qui va suivre (cibler une population, construire des guides d'entretien, bâtir une méthode de géolocalisation, etc.) repose sur votre capacité à formuler une question :

- circonscrite,
- claire, précise
- de laquelle les habitants se sentent concernés.

Pour faire le choix de votre problématique vous pouvez prendre appui sur 1) le souhait de questionner les habitants sur les actions / services que vous déployez ou 2/ la nécessité de donner du sens à un constat quantitatif issu de l'actualisation de votre diagnostic de territoire



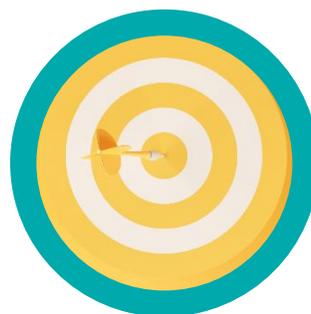
# CIBLER puis ATTEINDRE la population

## Cibler la population

Quels sont les 3 principaux publics concernés par la problématique ?

En réponse à cette question **constituez 3 groupes** : un groupe par réponse à la question précédente.

Exemple : je considère que les trois publics prioritairement concernés par l'opinion portée sur l'adéquation de l'offre jeunesse avec les besoins des habitants sont : les adolescents, les jeunes majeurs, les parents ayant des adolescents ou des enfants jeunes adultes. **Je constitue donc un groupe d'adolescents, un groupe de parents et un groupe de jeunes adultes habitant le QPV.**



## Atteindre la population

La constitution des groupes est toujours facilitée lorsqu'elle s'organise en s'appuyant sur **des acteurs qui sont en contact direct et régulier avec la population cible**

Appuyez-vous sur des personnes ressources :

- responsables des associations opératrices du contrat de ville
- médiateurs / adultes relais
- animateurs de structures d'accueil (espaces jeunes, MLI, etc.)
- correspondant de quartier
- conseils citoyens
- etc.

**ATTENTION!** Pas plus de 10 personnes par groupe



# 4

## RECUEILLIR LA PAROLE

### La phase de préparation

#### Bâtir les contours clairs d'une méthodologie reproductible

Il est important de formaliser une méthodologie et d'en **garder trace pour mesurer les écarts** :

- entre les groupes (à questions identiques réponses différentes selon le profil d'habitants) ;
- dans le temps (à questions identiques on mesure l'évolution des opinions, pratiques, etc. dans le temps et/ou suite à des changements).

#### Gardez trace :

1. des caractéristiques de chaque groupe d'habitants
2. Du guide d'entretien (vos questions posées)
3. Du guide d'animation de votre cartographie participative (codification)



# 4

# RECUEILLIR LA PAROLE

## La phase de préparation

### L'animation d'un groupe de recueil de parole : outils et logistique

#### UN LOCAL

- Une salle contenant une grande table sur laquelle poser une carte agrandie du quartier (format A0 = 84 cm sur 1m20)

#### 2. DES OUTILS D'ANIMATION

- Une carte de format A0, Recouvrir sa carte satellite d'un calque pour pouvoir écrire sur la carte
- Deux tableaux d'analyse concertée que vous aurez bâtis au préalable

#### 3. DES FOURNITURES

- Des feuilles calque format A0\*
- Du scotch
- Des gommettes autocollantes de 3 couleurs différentes
- Des feutres rouges et verts
- Des stylos billes
- Des post-it
- Un carnets de note



# 4

## RECUEILLIR LA PAROLE

### Les étapes du guide d'animation

#### Un questionnaire simplifié pour un exercice accessible à tous

Pour que le recueil de paroles soit accessible à tous, nous avons volontairement restreint la démarche à un questionnaire très simple que vous pouvez complexifier à votre guise.

Le déroulement du questionnaire doit permettre de poser sur le papier tous les éléments nécessaires à un diagnostic partagé entre les habitants impliqués dans le groupe de parole.

Ci-contre voici les étapes à suivre pour que le questionnaire en entonnoir aboutisse à un diagnostic collectif produit par les habitants eux-mêmes.



# 4

# RECUEILLIR LA PAROLE

## Les étapes du guide d'animation



1, Identification collective des critères de définition de la problématique



2, Mise en plat des a priori et représentations



3, Géolocalisation des forces, puis des faiblesses puis des manques / impensés.



4, Hiérarchisation des axes forts puis des axes faibles

5, Réflexion collective sur :

- les 2 principaux axes forts (quoi, pourquoi, comment faire encore mieux ?)
- les 2 principaux axes faibles et/ou manques (Quoi ? Pourquoi ? Comment améliorer / résoudre ?)

6, Réponse aux indicateurs de départ : sont-ils remplis, satisfaits, respectés ?



AXES FORTS A AMELIORER OU A RENFORCER		
QUOI ?	POURQUOI ?	AXES D'AMELIORATION
(Séance) L'animation autour de certains éléments fort existants dans le parc du quartier	Le parc est associé à l'image du quartier parce qu'il est présent en cœur de quartier, et qu'il hostie le sentiment du bonheur dans notre quartier. Il devrait être mis en valeur du fait social de l'animation, et il ne l'est pas. Des habitants extérieurs au quartier viennent dans le quartier, parce qu'on ne leur en donne pas l'occasion et qu'ils en ont une image fautive.	Objectif : développer le caractère du parc pour qu'il participe à améliorer le quartier, et l'image que les gens en ont. Décision collective, organiser régulièrement des petits événements participatifs, qui offrent les habitants extérieurs au quartier, qui offrent la possibilité d'occasions de communiquer collectivement sur la vie de ce quartier. Organisation d'une brocante dans le parc parce que c'est une activité qui peut plaire au plus grand nombre. Quadrupler l'espace vert, qui symbolise la détente, la rencontre, les liens et l'attachement aux habitants qui amènent l'effacement l'attachement du quartier aux yeux de tous.
2ème axe fort		
3ème axe fort		
AXES FAIBLES A AMELIORER LES MANQUES A COMBLER / IMAGINER		

INDICATEURS ÉVOQUÉS EN DÉBUT DE SÉANCE	LE CRITÈRE EST-IL SATISFAIT ?	ARGUMENTAIRE
Critère 1	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> PARTIELLEMENT <input type="checkbox"/> NON	
Critère 2	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> PARTIELLEMENT <input type="checkbox"/> NON	



Produire des données qualitatives locales

# 4

# LE GUIDE D'ANIMATION (1 sur 5)

## Définition des critères

### Exemple

La problématique : en quoi l'offre jeunesse existante répond-elle aux attentes de la population ?

### Les éléments (critères) à prendre en compte pour répondre à la question ?

La question posée aux habitants : de manière générale, (sans forcément vous référez à ce qui existe dans votre ville), que faut-il pour qu'une offre dédiée à la jeunesse (services, loisirs, accueil, accompagnement, etc.), soit satisfaisante ?

### 1. On note pêle-mêle



### 2. On classe et hiérarchise



De quoi parle-t-on ? Quels éléments va-t-on aborder ?



Avantage

Durant ce 1<sup>er</sup> temps d'échange on brise la glace et on favorise la circulation de la parole

# 4

# LE GUIDE D'ANIMATION (2 sur 5)

## Représentations et ressentis

### Exemple

La problématique : en quoi l'offre jeunesse existante répond-elle aux attentes de la population ?

### Une réponse « à chaud » et globale à la problématique

La question posée aux habitants : dites-moi quels sont les mots qui vous viennent pour décrire l'offre jeunesse telle qu'elle existe actuellement ici ?

On note pêle-mêle



### Avantage

Ce 2ème temps d'échange finit de briser la glace, favorise la circulation de la parole. L'animateur doit en profiter pour inviter les habitants à s'imprégner de la carte, se repérer en géolocalisant brièvement.

# 4

# LE GUIDE D'ANIMATION (3 sur 5)

## La géolocalisation

### Des réponses géolocalisées et explicites

La question posée aux habitants est triple :

1. Quels sont selon-vous les **atouts** / **points forts** de l'offre ? Collez les gommettes **vertes** là où se situent les points fort.
2. Quels sont selon-vous les motifs d'insatisfaction / **points faibles** de l'offre ? Collez les gommettes **rouges** là où se situent les points faibles.
3. Quels sont selon-vous les **manques**/ impensés de l'offre ? Collez les gommettes **noires** là où se situent les manques.

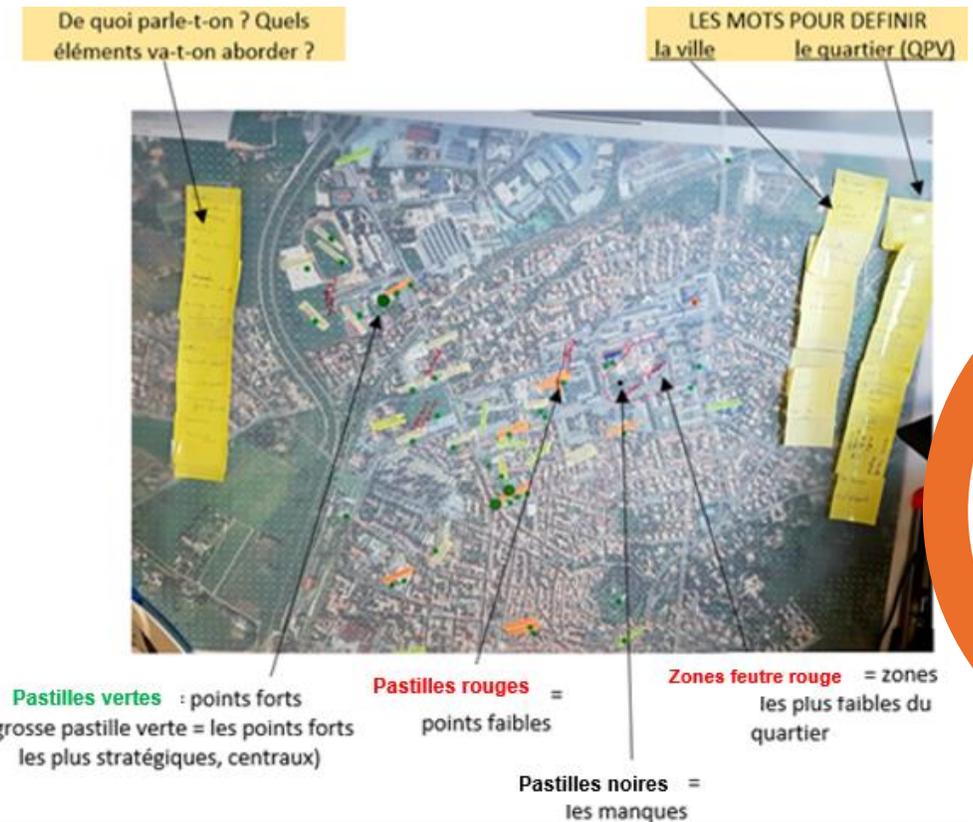
Les feutres rouges et verts servent à dessiner les zones faibles / attractives.

**ATTENTION!**

D'abord les **points forts** pour encourager la réflexion positive et constructive, puis les points faibles et enfin les manques.

**Avantage**

Ce 2ème temps d'échange finit de briser la glace, favorise la circulation de la parole. L'animateur doit en profiter pour inviter les habitants à s'imprégner de la carte, se repérer en géolocalisant brièvement.



## 4

# LE GUIDE D'ANIMATION (4 sur 5)

## Analyse et propositions

A l'aide d'un tableau que vous aurez préalablement préparé, invitez les participants à :

1. Synthétiser
2. Hiérarchiser : quels sont les principaux points forts, puis faibles et les manques ?
3. Argumenter : Quoi ? Pourquoi ? Qui est concerné ?
4. Devenir forces de propositions : comment faire mieux ? Comme faire autrement ? Comment résoudre ? Que proposer ?

AXES FORTS A AMELIORER OU A RENFORCER		
QUOI ?	POURQUOI ?	AXES D'AMÉLIORATION
<p>[Exemple] L'animation autour de petits événements non coûteux dans le parc du quartier</p>	<p><b>Constats positifs :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Le parc est très apprécié par les habitants.</li> <li>2. Le parc est associé à l'image du quartier parce qu'il est implanté en cœur du quartier, et qu'il traduit le sentiment du bon-vivre dans notre quartier. Il devrait être investi pour créer du lien social, de l'animation, or il ne l'est pas.</li> </ol> <p><b>Et pourtant :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Peu d'habitants extérieurs au quartier viennent dans le quartier, parce qu'on ne leur en donne pas l'occasion et qu'ils en ont une image faussée.</li> </ol>	<p><b>Objectif :</b> développer le potentiel du parc pour qu'il participe à améliorer la vie de quartier, et l'image que les gens en ont.</p> <p><b>Comment s'y prendre ?</b> Organiser régulièrement de petits événements conviviaux et gratuits, qui attirent les habitants extérieurs au quartier, qui animent le quartier et qui donnent l'occasion de communiquer positivement sur la vie de ce quartier.</p> <p><b>Proposition concrète :</b> Organisation d'une brocante dans le parc parce que c'est une activité populaire qui peut plaire au plus grand nombre.</p> <p><b>Quelle(s) plus-value(s) ? :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- faire vivre un espace central, qui symbolise la détente, la rencontre, les loisirs en famille, et auquel les habitants sont attachés</li> <li>- renforcer l'attractivité du quartier aux yeux de tous</li> </ul>
AXES FAIBLES A AMELIORER		
LES MANQUES A COMBLER / IMAGINER		

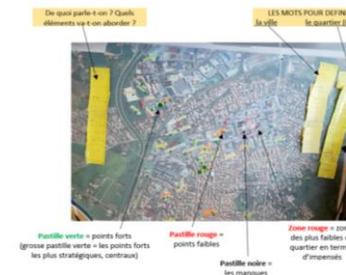


## 4

# LE GUIDE D'ANIMATION (5 sur 5)

## Synthèse et diagnostic collectif

Retour sur les critères évoqués en introduction de séance (1 sur 5). A l'aide d'un tableau que vous aurez préalablement préparé, invitez les participants à discuter de chaque critère posé.



### Exemple

INDICATEURS	L'OFFRE Y REPOND-ELLE ?	LA VILLE DE ...	LE QUARTIER DE ...
TARIFS	Partiellement	Notamment concernant le centre culturel pour lequel le mode de calcul des tarifs crée parfois des inégalités. Il est dommage que la carte multi-structures ait disparu.	
SÉCURITÉ	Non	« Catastrophique » rien n'est aux normes	
QUALITÉ	Partiellement	Beaucoup de publics oubliés, absence de prise en compte des cultures jeunes, des cultures urbaines. L'offre dédiée aux adultes est satisfaisante.	
MIXITÉ	Non	Une part de l'offre ne favorise pas du tout la mixité socio-culturelle, au contraire elle renforce l'étanchéité et la tenue à distance réciproque.	
			Un sentiment d'exclusion, sentiment que certaines activités ne s'adressent pas aux habitants du QPV (exemple centre culturel). Sentiments d'être les oubliés de l'offre avec un manque de communication sur l'existant, manque d'initiative pour « désacraliser » l'accès à certains lieux tel que l'école de musique ou le centre culturel.



# QUELQUES DERNIÈRES Recommandations



- Le groupe ne doit pas dépasser **10 personnes**.
- L'animateur doit donner **la parole à chacun**, même aux personnes les plus discrètes.
- L'animateur doit être en posture de **neutralité**.
- Le temps d'échange ne doit **pas dépasser 2 heures ou doit faire l'objet de 2 séances** (1 séance de constats et de géolocalisation, puis 1 séance d'analyse concertée).
- Pensez à **proposer un retour aux habitants** qui ont donné de leur temps (séance publique, petit document distribué, etc.).





Pour autant qu'on leur en laisse l'occasion et l'espace, les habitant-es peuvent faire bénéficier un territoire de leur expertise, leurs connaissances et leur force de propositions



# # OBSERVATION LOCALES



## ENRICHIR L'ANALYSE

Pour autant qu'on leur en laisse l'occasion et l'espace, les habitant-es peuvent faire bénéficier un territoire de leur expertise, leurs connaissances et leur force de propositions



# C&CONTACT

Villes et Territoires Occitanie

04.67.07.02.42

[contact@villesetterritaires.fr](mailto:contact@villesetterritaires.fr)

