

Chapitre 4 : Comment administrer un questionnaire de qualité de vie ?

1. Autoévaluation ou hétéroévaluation ?

a. Les méthodes autoadministrées

Plus simples à mettre en œuvre, plus économiques, les méthodes autoadministrées transfèrent exclusivement sur le répondant la décision de participer à l'enquête, puis d'y apporter des réponses de qualité. Elles se pratiquent par courrier et de plus en plus fréquemment par internet sur un ordinateur ou depuis un support mobile (tablette ou smartphone) [1].

b. Les méthodes assistées (hétéroévaluations)

La logistique de ce type de méthodes assistées est plus lourde car il faut gérer des groupes d'enquêteurs. Toutefois, la présence de ceux-ci assure une bien meilleure capacité à recruter les répondants et, donc, des taux de réponse nettement plus élevés. Bien formés, bien suivis, les enquêteurs sont des assistants très utiles pour les personnes interviewées pour les aider à formuler des réponses de bonne qualité. Les méthodes assistées se pratiquent au téléphone ou en face à face : dans un lieu public, en cabinet ou à domicile. L'ensemble des questionnaires PROMS spécifiques et génériques précédemment cités sont le plus souvent auto-administrés, c'est-à-dire que l'enquêté remplit lui-même le questionnaire. Ceci ne nécessite aucune préparation particulière de l'enquêté. Néanmoins, il est nécessaire que l'enquêté soit en capacité de pouvoir comprendre et compléter le questionnaire. L'enquêté peut être aidé d'un proche s'il le souhaite [2]. Dans ce cas, cette information peut être enregistrée si on veut tenir compte d'un éventuel biais de désirabilité sociale.

2. Quel mode d'administration ?

Pour réaliser une enquête de qualité et maximiser le taux de réponse, il est nécessaire de bien définir les objectifs de cette dernière en amont. Pour cela, de nombreux éléments sont à prendre en compte : la cible visée, le contenu, la structuration, la diffusion, le traitement de l'enquête, ... Il est essentiel de privilégier le mode de recueil de données le plus adapté à la population ciblée : questionnaire papier, enquête en ligne, entretien en face à face ou par téléphone. Il est possible de cumuler plusieurs modes de recueil : cela permet de toucher un plus grand nombre de personnes (certains supports étant plus adaptés à certaines populations), mais cela complique un peu le processus de diffusion et d'analyse (données à saisir par exemple). Les enquêtes en ligne sont de plus en plus employées.

Il est indispensable de les réaliser via des plateformes dédiées ou de passer par des prestataires techniques, garantissant toutes les conditions de sécurité (hébergement, confidentialité des données...). Enfin, les vecteurs de diffusion de l'enquête doivent être identifiés : on peut solliciter plusieurs associations de patients, des professionnels de santé, faire une information générale lors d'une journée scientifique, utiliser différents médias (marketing digital, etc.). Il est évidemment possible (et souhaitable) de cumuler plusieurs portes d'entrée pour toucher et diversifier un maximum de patients/personnes (pas seulement des patients/personnes proches d'une association notamment).

Le choix du mode d'administration d'un questionnaire dépend de plusieurs facteurs : du type d'enquête, de la population à étudier (malades ou non) et de sa taille, des informations relevées, des délais de réalisation possibles mais aussi du budget disponible. C'est pourquoi il est recommandé d'évaluer avec minutie tous ces besoins techniques et humains.

Il est possible d'administrer un questionnaire en face à face (papier, tablettes numériques), en ligne, ou encore par téléphone. D'autres personnes font aussi le choix de diffuser un questionnaire par voie postale, méthode qui réunit à la fois un coût attrayant et une simplicité de mise en place. Néanmoins, les taux de retour sont généralement très faibles. Il existe 4 principaux moyens de diffusion [1] : en face à face, par téléphone, par courrier, en ligne.

a. Administrer un questionnaire en face à face

Ce type de collecte est généralement préconisé pour une population très ciblée comme les usagers d'un service ou les participants à un événement. Il s'agit d'un moyen privilégié pour recueillir un avis ponctuel et nécessite beaucoup de rigueur pour garantir la fiabilité des résultats. L'enquête face à face permet également d'échanger avec l'interviewé, de recueillir ses réactions, ses commentaires mais aussi de faire passer une information.

Toutefois, ce mode d'administration nécessite de réunir et de former une importante équipe d'enquêteurs, disponible sur une plus ou moins longue période. Les coûts de formation et d'immobilisation de ces personnes sont alors susceptibles d'augmenter considérablement le budget de l'étude.

Avantages :

- Particulièrement adapté aux zones de passage, aux événements, aux festivals, aux sites touristiques, etc.
- Permet d'administrer un questionnaire long
- Très bonne qualité de recueil
- Simple en termes de logistique

Inconvénients :

- Coûteux
- Long
- Nécessite des enquêteurs formés

b. Administrer un questionnaire par téléphone

L'enquête téléphonique a l'avantage de pouvoir s'adapter à des profils de personnes très variés et d'offrir la possibilité d'un échange personnalisé avec l'enquêté.

Avantages :

- Permet la dispersion géographique des répondants
- Taux de retour élevé
- Rapide
- Économique

Inconvénients :

- Nécessite des enquêteurs expérimentés
- Questionnaire bref et questions courtes
- Impossibilité de présenter des documents

Dans certains cas, il peut s'avérer judicieux de mixer les modes d'administration. Une diffusion par internet peut par exemple être associée à une enquête téléphonique.

c. Administrer un questionnaire par courrier

Incluant souvent une lettre d'accompagnement, les enquêtes par courrier consistent à diffuser le questionnaire par la poste et à laisser le soin aux répondants de le renvoyer. Il est bien entendu recommandé de prévoir un système de retour via une enveloppe T. L'enquête en ligne remplace progressivement l'enquête par courrier. Celle-ci, en perte de vitesse, représente désormais moins de 10 % des enquêtes diffusées aujourd'hui en Europe (source ESOMAR [3]).

Avantages :

- La mise en œuvre est relativement simple.
- Si l'on exclut les frais d'impression ou de reprographie, le coût est tout à fait raisonnable.
- On peut gérer une grande population sur une large zone géographique.
- L'avantage distinctif de cette méthode est le temps laissé au répondant pour réfléchir ou pour recueillir des informations qui lui sont demandées.

L'enquête par voie postale se prête bien à des questionnaires assez longs (plus de 50 questions), sur une population captive réalisée par un organisme ayant une certaine autorité ou un lien fort avec son public : entreprise de service public, organisme de tutelle, université, association, banque, collectivité locale ...

Inconvénients :

- Hormis les caractéristiques communes aux méthodes autoadministrées, notamment l'incitation faible et pas d'aide possible par l'enquêteur, l'inconvénient majeur est le très faible contrôle sur le déroulement du questionnaire : le répondant peut parcourir le document comme il le souhaite, il peut découvrir l'objectif de l'enquête plus facilement et se laisser éventuellement influencer par la lecture anticipée de certaines questions.

- Le taux de réponse est rarement très élevé. Pour les enquêtes par courrier sur une population non captive, le taux de réponse est souvent inférieur à 10 %. Sur des populations très captives, ce taux varie de 30 à 40 %. Pour les enquêtes auprès du grand public, il est assez classique de constater un taux de réponse plus élevé sur certaines catégories de répondants, comme les personnes sans activité professionnelle telles que les retraités. De même, on recueille plus massivement les avis des personnes aux comportements extrêmes, très satisfaites ou très mécontentes notamment, qui prendront d'autant plus le temps de formuler et de renvoyer leurs réponses.

d. Administrer un questionnaire en ligne

Depuis ces dernières années, les enquêtes en ligne sont fréquemment employées. La littérature indique que l'équivalence entre la passation papier et la passation électronique est acquise concernant les réponses apportées [4]. Les applications informatiques des PROMS sont aujourd'hui la norme et concernent par exemple toutes les productions de l'ICHOM (International Consortium for Health Outcomes Measurement) [5] qui n'envisage plus de passation papier.

Avantages :

- Peu coûteux
- Délais de mise en œuvre rapide
- Disponible simultanément partout dans le monde et à tout moment de la journée comme de la nuit
- Traitement et accès des résultats en temps réel
- Qualité des données (saisie automatiquement, pas de réponses multiples à une même question, pas d'erreur de saisie possible)

Inconvénients :

- Nécessaire d'identifier et d'obtenir un fichier d'adresses mails pertinent
- Le questionnaire doit être "pensé" pour le web
- Besoin d'outils spécialisés et puissants
- Complexité à s'assurer de la qualité de compréhension de l'enquête et du sérieux du répondant

Sandrine DABAKUYO-YONLI

Epidémiologiste, Unité de Recherche en Epidémiologie et Qualité de Vie, CGFL, Dijon

3. Références

1. Stéphane Ganassali. Enquêtes et analyse de données avec Sphinx. 2014 Pearson France
2. Indicateurs pour l'amélioration de la qualité et de la sécurité des soins. Aide à l'utilisation de questionnaires patients de mesure des résultats de soins dans le cadre de l'expérimentation « Episode de soins ». HAS. Septembre 2019
3. https://www.esomar.org/uploads/pdf/professional_standards/ICCESOMAR_Code_English_.pdf
4. Gwaltney CJ, Shields AL, Shiffman S. Equivalence of Electronic and Paper-and-Pencil Administration of Patient-Reported Outcome Measures: A Meta-Analytic Review. Value Health. Mars 2008;11(2):322-33.
5. Nordan L, Blanchfield L, Niazi S, Sattar J, Coakes CE, Uitti R, et al. Implementing electronic patient-reported outcomes measurements: challenges and success factors. BMJ Qual Saf. oct 2018;27(10):852-6.

4. Points clés

POINTS CLES

L'administration d'un questionnaire de QDV peut se faire selon deux modalités :

- **Autoévaluation** (méthode la plus fréquente) :
 - Le patient lit et répond par lui-même aux questions
 - L'ensemble des questionnaires qu'ils soient spécifiques ou génériques sont le plus souvent auto-administrés
- **Hétéroévaluation** :
 - Le patient est assisté par une tierce personne pour lire et/ou remplir le questionnaire
 - Au téléphone ou en face à face avec des taux de réponse nettement plus élevée
 - Mais logistique lourde car nécessite la formation et la gestion des enquêteurs

Les supports d'administration des questionnaires peuvent être :

- **En face à face**
- **Au téléphone**
- **Par courrier**
- **En ligne**