

COHÉSION SOCIALE & POPULATIONS

ÉCLAIRER ET COMPRENDRE LES MODES DE VIE

L'Agence enquête

Pour éclairer les dynamiques locales et accompagner ses partenaires dans la compréhension fine des territoires, l'Agence mobilise des méthodologies d'enquête variées, qualitatives comme quantitatives. **Focus groups, questionnaires, analyses statistiques et entretiens semi-directifs** sont les principaux outils actuellement déployés, séparément ou combinés. **Cette publication présente les méthodologies d'enquêtes mobilisées à l'Agence** pour répondre à des besoins variés : comprendre un phénomène, en saisir la complexité, en mesurer l'ampleur.

Échanges collectifs pour faire émerger des expériences partagées, désaccords ou points de vue contrastés, entretiens approfondis pour suivre des parcours, recueillir des récits, comprendre des logiques d'action ou création de repères chiffrés, **l'approche est définie en fonction de l'objet, de son échelle et du niveau de finesse attendu.**

Les enquêtes constituent **un socle essentiel pour comprendre** les modes de vie, les pratiques quotidiennes et attentes des habitants. Indispensables à la connaissance fine des territoires, elles sont **complémentaires des autres travaux** de l'Agence en apportant une dimension sensible, vécue et ancrée dans le réel.



LE FOCUS GROUP, POUR CONSTRUIRE UN REGARD COLLECTIF

Pour favoriser la compréhension fine des dynamiques locales et la construction d'un regard collectif, l'Agence mobilise régulièrement dans ses missions la méthodologie du focus group.

« La méthode des focus groups est un outil particulièrement pertinent pour saisir la complexité des réalités locales et des enjeux quotidiens des quartiers. Elle combine les avantages d'une approche qualitative, qui donne voix à la pluralité des expériences professionnelles, et d'une animation collective favorisant l'émergence de regards croisés et de diagnostics partagés. »

Ludovic Morand,
chargé d'études
Cohésion sociale et
population
à l'Agence

Le focus group, au service de l'expression libre

Méthodologie d'enquête qualitative qui consiste à réunir un petit groupe de huit à douze participants autour d'une problématique précise. Animé par un modérateur, le focus group est une approche qui permet de dépasser la simple addition des points de vue individuels. La dynamique de groupe permet en effet de croiser les points de vue, de faire émerger des idées ou des nuances parfois invisibles lors d'entretiens individuels, et d'identifier les points de convergence ou de divergence au sein d'un collectif ciblé.

À la différence d'une réunion de travail, un focus group se distingue par le fait qu'il ne présente pas d'objectif de production en tant que tel, seule l'expression libre est recherchée et encouragée. Pour cela, les séances se déroulent dans une configuration précise, sans table ni support numérique, de façon à privilégier l'écoute et la spontanéité des échanges. Les discussions sont toujours enregistrées pour une analyse au plus près de la parole exprimée, puis anonymisées dans la restitution qui en est faite.

Des rencontres qui réunissent des acteurs de terrain

Services sociaux et éducatifs, acteurs culturels, professionnels de santé, agents municipaux, commerçants, etc. La proximité des acteurs mobilisés avec la population et leur expérience quotidienne leur permettent d'apporter un regard précis sur la vie et les enjeux d'un territoire. La composition des groupes est déterminante pour favoriser la diversité des regards.



Un exemple, le diagnostic partagé des quartiers prioritaires du contrat de ville métropolitain

Depuis 2016, l'Agence anime chaque année un « focus group des professionnels » dans chacun des dix quartiers prioritaires de l'agglomération. Les échanges sont structurés autour des différentes thématiques prioritaires ciblées dans le Contrat de ville. Ces rencontres constituent un « coup de sonde » annuel permettant de recueillir les perceptions et les constats des professionnels sur chacune d'entre elles. Elles favorisent l'émergence d'un diagnostic partagé à travers une prise de recul sur l'action quotidienne des structures, et permettent de prendre le pouls de l'ambiance, des temps forts et des évolutions dans chaque quartier.

Si les résultats des séances sont pour partie reflet de leur composition, avec des constats pouvant être accentués ou au contraire laissés en retrait, la répétition de l'exercice sur un temps long permet de capitaliser sur les enseignements et de construire une observation sensible et évolutive des réalités locales. Les enseignements des séances annuelles conduites dans chaque quartier sont restitués sous la forme d'un « Baromètre des quartiers » : synthèse de quatre pages restituant les constats saillants assortis de témoignages.

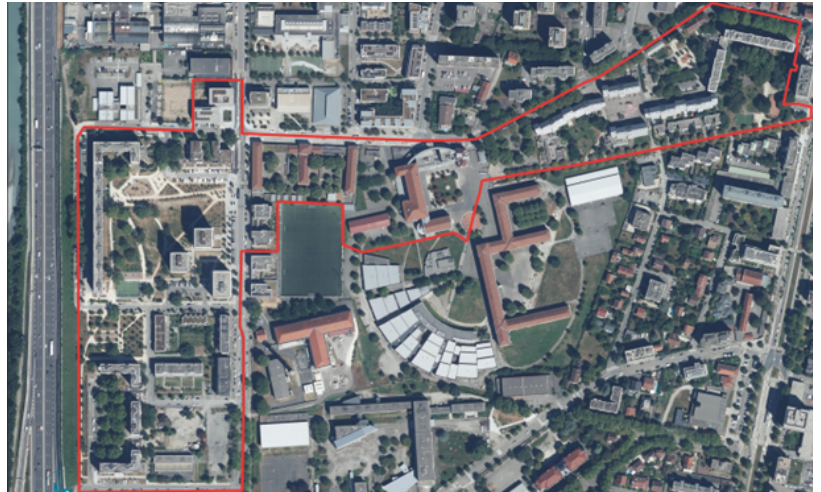
Pour aller plus loin dans cette démarche, l'Agence souhaiterait élargir la palette des points de vue recueillis. Des focus groups « habitants » pourraient être expérimentés en alternance avec ceux des professionnels pour confronter les visions et les vécus des différents quartiers.

ALLER + LOIN

Une méthodologie déployée dans des missions de l'Agence :

- [SCoT : les transitions sociétales mises en jeu. Article, nov. 2021](#)
- [Précarités rurales en Isère : un phénomène corrélié à des effets de territoire. Article, oct. 2024](#)

Exemple de support d'animation : la cartographie du quartier et de ses limites géographiques



« Baromètre des quartiers » : la synthèse des focus groups, quatre pages de constats saillants assortis de témoignages

Focus group
Des professionnels

MISTRAL - LYS ROUGE - CAMINE

11 mars 2025

11 participant-es

- Agente de développement local MDH A. France
- Coordinatrice KAPS - AFEV
- Confédération syndicale des familles
- Référente Familles, MDH
- Chargée de prévention spécialisée, CODASE
- Chargée d'accompagnement des familles, Association Le Rocher
- Chargée d'Innovations Sociales et de Développement du Territoire, Actis
- Responsable Service Adolescence, MJC Anatole France
- Chef d'équipe, Service Nature en Ville, Ville de Grenoble
- Conseillère de proximité, Mission Locale
- Co-directeur, Maison de l'enfance Bachelard

Ce focus group c'est ...
Un débat libre entre professionnels du quartier

Avec pour objectif ...
Identifier les spécificités et les enjeux majeurs du quartier

Et pour finalités ...

- Mettre à jour le diagnostic du quartier sur l'année en cours
- Alimenter la programmation du Contrat de ville

Une méthode menée chaque année qui permet...

- De se pencher sur le quartier aujourd'hui
- De saisir les évolutions au fil des ans
- De prendre du recul par rapport au calendrier professionnel (programmation, budget...)

UN CLIMAT DE TENSION QUI ATTEINT UN PAROXYSMES DANS CERTAINS SECTEURS

L'emprise du trafic de stupéfiants s'impose à nouveau comme LE sujet majeur des échanges, omniprésent dans le quotidien des habitant-es comme celui des professionnel-le-s. Certaines montées sont très fortement impactées, et le bailleur témoigne de pressions extrêmes exercées sur les habitant-es : « On a des familles qui sont parties de toute urgence. On a une famille qui nous a restitué le logement comme ça, et on sait que le logement est aux mains des dealers ». En tant que gestionnaire du parc de logements, celui-ci fait part de son côté d'une véritable perte de contrôle sur un secteur en particulier, avec une gestion « a minima » et un gel de toutes nouvelles attributions : « On n'intervient que le matin et encore, mes collègues viennent à deux, les issues de secours sont condamnées, on n'arrive même pas à les faire rouvrir... On ne sait pas combien on a d'appartements squattés, mes collègues sont menacés de mort pour essayer d'intervenir. On essaie d'assurer un minimum de sécurité... »

Le Lys Rouge, où la situation « n'est pas top du tout » avec des incendies récurrents et des fermetures de coursives pour empêcher le squat est, par contraste, présenté comme « plus stable ».

UN DURCISSEMENT DES RELATIONS AUX HABITANTS ET ACTEURS

La désertification des espaces publics par les habitant-es est un constat qui reste inchangé, voire un phénomène qui se renforce. Au Lys Rouge, un « tournant assez flagrant » est observé au cours de l'année 2024. La situation est mise en lien avec l'évolution des modes d'organisation du trafic. Les professionnel-le-s relèvent à ce titre un accroissement du malaise ressenti par les habitant-es, qui ne bénéficient plus de la forme de reconnaissance et de respect fondée sur l'interconnaissance et la proximité. « ça c'est des discours que je trouve assez récents. Ça vient peser sur leur quotidien plus qu'avant. Ils disent beaucoup que c'est difficile pour eux d'être là... »

LES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS, POUR RECUEILLIR ET ANALYSER DES EXPÉRIENCES VÉCUES

Régulièrement mobilisés par l'Agence, les entretiens semi-directifs s'attachent à restituer les propos des enquêtés dans toute leur complexité ; ils sont en cela complémentaires des enquêtes quantitatives. Ils apportent un regard qualitatif indispensable à la compréhension des dynamiques locales, donnent à voir la diversité et la richesse des vécus.

Une méthode centrée sur l'expérience individuelle

Les entretiens semi-directifs reposent sur un échange en face-à-face entre un enquêteur et un participant, habitant ou professionnel, et s'appuient sur un guide d'entretien préalablement élaboré : une liste de thèmes et de questions qui orientent la discussion, sans jamais l'enfermer.

Cette souplesse permet à l'enquêté d'aborder les sujets à son rythme, selon ses propres priorités. L'enquêteur, lui, adopte une posture d'« apprenant » : il laisse émerger l'expertise de terrain et l'expérience quotidienne de la personne rencontrée, en accompagnant le récit de relances ou demandes de précisions. L'entretien semi-directif se distingue donc par son attention particulière portée aux mots employés, aux enchaînements d'idées et à la logique propre du discours recueilli.

Souvent d'une durée d'une heure ou plus, les entretiens permettent d'entrer en profondeur dans le rapport qu'un individu entretient avec son cadre de vie, ses activités, ses relations ou encore les évolutions de son quartier.

Comprendre plutôt que mesurer

L'objectif des entretiens semi-directifs n'est pas de produire des données représentatives au sens statistique, mais de donner à voir la diversité et la richesse des vécus. C'est la significativité des propos qui est recherchée : la manière dont certains constats se répètent, se structurent ou se différencient d'une personne à l'autre.

Au fil de la démarche, un seuil de saturation est atteint, c'est-à-dire que les propos recueillis commencent à se recouper, et les nouveaux entretiens n'apportent plus d'éléments vraiment nouveaux. C'est à ce moment que l'analyse peut s'engager, en tirant parti de la densité des discours collectés pour dégager les grands enseignements.

GRENOBLE - VILLENEUVE - VILLAGE OLYMPIQUE

HABITANT DU QUARTIER,
DONNEZ VOTRE AVIS

LES VILLENEUVES
Le 1^{er}
écoquartier
populaire
GRENOBLE / ÉCHEROLLES

Dans le cadre du projet de renouvellement urbain, une enquête sur la vie dans le quartier et ses évolutions est lancée auprès d'un panel d'habitants par l'Agence d'urbanisme de la région grenobloise.

Si vous êtes prêts à nous consacrer un moment pour nous en dire un peu plus sur vous (votre arrivée, votre quotidien, votre logement, vos déplacements...)

vous pouvez contacter
le 06 37 76 24 39

Un rendez-vous vous sera proposé.

lesvilleneuves.fr

GRENOBLE MÉTROPOLIS
VILLE DE GRENOBLE
L'AGENCE

Un outil au service de l'observation des quartiers : l'exemple des Villeneuves

Dans le cadre de l'évaluation continue de la rénovation urbaine des Villeneuves, l'Agence a mis en place un dispositif d'entretiens récurrents. Tous les deux à trois ans, une soixantaine d'habitants des quartiers de la Villeneuve à Grenoble et à Échirolles sont rencontrés afin de recueillir, dans la durée, leurs perceptions et leurs vécus. Ces rendez-vous réguliers permettent de suivre leur perception des transformations liées au renouvellement urbain : le NPNRU (Nouveau programme national de renouvellement urbain) contribue-t-il à améliorer le bien-vivre dans le quartier ? Dans quelle mesure les habitants se disent-ils satisfaits des changements opérés sur le logement, les espaces publics ou les services ? Comment les

usages quotidiens évoluent-ils avec l'arrivée de nouveaux équipements et aménagements ?

Menés par une association spécialisée en sciences humaines, puis analysés par l'Agence, ces entretiens permettent de mettre en évidence des **différences de perception selon le parcours résidentiel, le milieu social ou encore l'ancienneté dans le quartier**. Ils permettent de comprendre pourquoi un habitant perçoit un changement comme une amélioration, tandis qu'un autre peut l'interpréter différemment. Ils éclairent aussi la manière dont l'image d'un quartier évolue dans le temps, au-delà des seuls indicateurs statistiques.

Parce qu'ils s'attachent à restituer la parole dans toute sa complexité, **ces entretiens enrichissent le diagnostic territorial**. Ils complètent les **enquêtes quantitatives**, en apportant un regard qualitatif indispensable à la compréhension des dynamiques locales.

« C'est un quartier qui est très agréable, je trouve qu'on a vraiment un cadre de vie super et tout. J'ai le sentiment qu'il s'est appauvri par contre, j'ai l'impression de voir des familles plus en difficulté, qu'il se dégrade aussi au niveau architectural, au niveau entretien, la piscine qui est fermée, des choses comme ça. Quand on voit l'état des immeubles, quand on passe dans la galerie en bas c'est dramatique. On a l'impression d'une sorte de... un peu d'abandon de la ville. »

Habitant de la Villeneuve



ALLER + LOIN

Une méthodologie déployée dans des missions de l'Agence :

- [Habiter un quartier en renouvellement urbain : les Villeneuves 2018-2028. Article, nov. 2021](#)



L'ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRE, POUR SONDER UN GRAND NOMBRE D'INDIVIDUS

L'enquête par questionnaire est utilisée à l'Agence pour créer de la connaissance sur un sujet d'étude inédit ou pour compléter des données existantes « sur mesure », sur une catégorie de personnes ou à une date donnée par exemple.

« Il existe des biais d'interprétation, à chaque étape : entre l'objet d'étude et la question posée, telle qu'elle est pensée par l'expert et telle qu'elle est comprise par le répondant. Entre la réponse telle que le répondant la ressent, telle qu'il la formule en tenant compte des choix imposés et l'interprétation que l'expert en fait. Cela implique pour l'analyste d'adopter une posture réflexive et critique, faite de prudence, pour intégrer les biais inhérents à l'outil de discussion qu'est le questionnaire, et produire une lecture nuancée et rigoureuse des résultats. »

Ronan Anthoine,
chargé d'études
observation
à l'Agence

Une méthode pour créer ou compléter de la connaissance

L'enquête par questionnaire peut autant être le cœur d'une mission pour l'Agence (on veut étudier un sujet par le prisme d'une enquête) qu'un complément d'analyse pour une étude plus large. Elle est mobilisée lorsque **les données ne sont pas directement disponibles** : soit le **sujet est nouveau** et il faut créer de la donnée à partir de rien, soit **la donnée n'existe pas pour la population, le territoire ou la date qui nous intéresse**. Elle permet aussi d'aller au-delà des statistiques disponibles : elle produit une connaissance de première main en sollicitant les personnes directement concernées.

Là où certaines bases de données existantes décrivent des tendances générales, **le questionnaire interroge les perceptions, le vécu, l'expérience** de catégories de population ciblées.

Trois étapes-clés

On distingue trois étapes pour conduire une enquête par questionnaire.

1) La conception : définir la population principale et l'échantillon, les méthodes d'enquête et concevoir les questions

L'enquête peut cibler des habitants « sans spécificités » ou une catégorie plus fine de la population (salariés d'une entreprise, habitants d'un quartier, tranche d'âge spécifique, usagers d'un service public, collectivité, etc.).

La méthode de collecte implique **des questions identiques pour tous les répondants**. Le format de passation (le plus souvent à distance) n'autorise pas de reformulation ou de relance de la part de l'enquêteur pour préciser le sens de la question. **La formalisation** (clarté, neutralité, simplicité des formulations) **des questions est donc une étape-clé** du dispositif dont dépend la qualité des réponses : elles doivent être dénuées d'ambiguïté, de jugement de valeur ou de double sens, en gardant en tête tous les biais d'interprétation pouvant entrer en ligne de compte.

Les modalités de réponse doivent quant à elles couvrir largement le champ des possibles en évitant d'être trop générales, afin d'être suffisamment discriminantes et rendre compte de la diversité des situations.

2) Le terrain : diffuser le questionnaire auprès de la population ciblée

3 canaux permettent de diffuser un questionnaire :

- Internet : le répondant est alors seul devant le questionnaire et y répond directement – simple à réaliser et moins coûteux, le risque de biais est en revanche plus important.
- Le téléphone, avec un sondeur – efficace, mais coûteux.
- Le face à face, avec un sondeur.

Chaque méthode dispose de ses avantages et inconvénients (liés aux coûts et biais dans les résultats) ; elles peuvent être utilisées en **complémentarité**.

3) L'analyse : vérifier la représentativité de l'échantillon et mobiliser les méthodes d'analyse statistiques appropriées

La base de réponse constitue **un matériau que l'on peut analyser sous différents angles**, selon les hypothèses ou les questions que l'on se pose. Pour que les résultats soient fiables, **l'échantillon doit être représentatif de la population étudiée**. Si ce n'est pas le cas, des méthodes de redressement peuvent être appliquées pour corriger les écarts.

L'enquête par questionnaire **permet d'obtenir une vision large et des ordres de grandeur sur un phénomène étudié**. Elle peut toutefois manquer de profondeur pour saisir et qualifier plus finement l'épaisseur des motivations et les logiques d'action, ce qui conduit, selon les questions que l'on se pose, à recourir à des approches qualitatives comme les entretiens semi-directifs ou biographiques.

Des problématiques diverses

Comment les habitants de l'aire grenobloise perçoivent-ils les risques ? Quelles sont les solutions de déplacement actuelles et futures des salariés ? Comment les jeunes de la CAPV parlent-ils de leur santé mentale et comment trouvent-ils des structures appropriées ? L'enquête par questionnaire peut permettre de répondre à des problématiques diverses.

ALLER + LOIN

Une méthodologie déployée dans des missions de l'Agence :

- [Perceptions de la ZFE : un reflet des tensions entre justice sociale, enjeux sanitaires et environnementaux. Article, août 2025](#)
- [Le RARRe 2025 « questionnaire » : les enseignements de l'enquête. Rapport septembre 2025](#)

Fiche d'identité de l'enquête du Rapport annuel sur les risques et la résilience (RARRe) 2025

FICHE D'IDENTITÉ DE L'ENQUÊTE

LE PANEL



LES DATES

NOVEMBRE 2024

L'ANALYSE

Exploitation statistique réalisée par l'Agence d'urbanisme de la région grenobloise.

LE QUESTIONNAIRE

Constitué de **35 QUESTIONS**, il interroge les habitants sur leur représentation des risques et de la résilience de leur territoire.

Administré par téléphone pour

801 RÉPONDANTS

(durée moyenne : 20 min.)

et par voie numérique

pour **203 RÉPONDANTS**.

LES RÉPONDANTS

1 004 enquêtés, représentatifs des habitants de l'aire grenobloise selon l'âge, le sexe, la densité de territoire (rural, périurbain, urbain...). L'enquête ne permet en revanche pas d'obtenir de résultats représentatifs à l'échelle de l'EPCI.

En complément, deux autres panels ont été sollicités par voie numérique en février-mars 2025 :

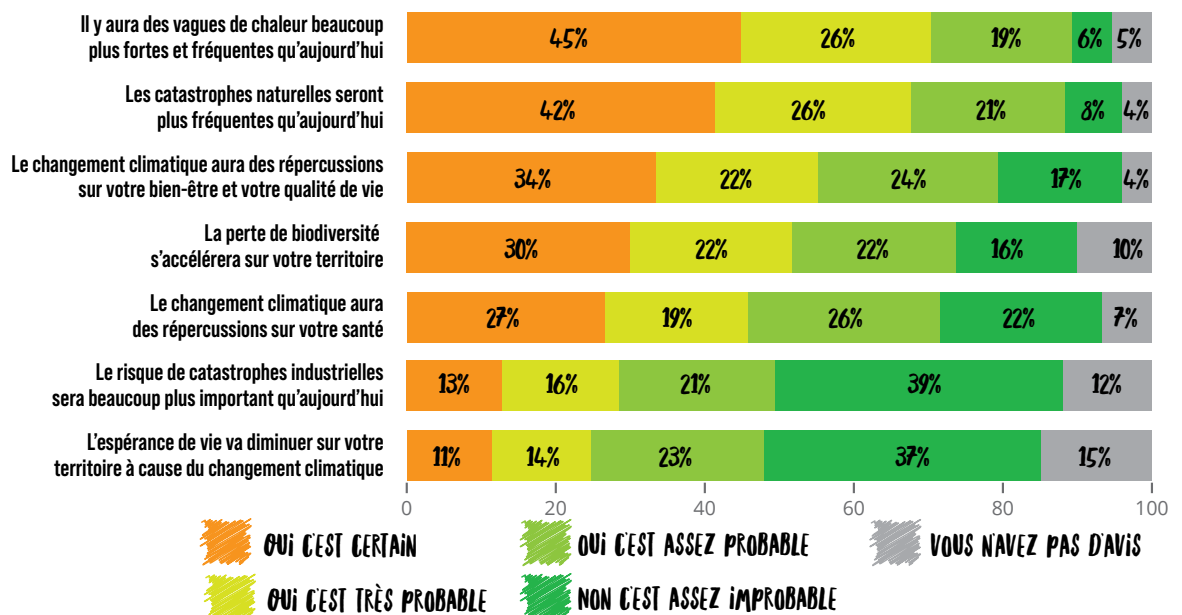
LES ÉLUS (54 répondants)

LES ENTREPRISES et ACTEURS DU MONDE ÉCONOMIQUE (55 répondants)

Analyse statistique non pertinente en raison du trop faible nombre de réponses.

Un exemple d'exploitation : les risques jugés les plus probables d'ici 10 ans par les habitants (RARRe, 2025)

D'ici 10 ans, pensez-vous que...



théma

Cette publication présente les trois méthodologies d'enquête mobilisées à l'Agence : les focus groups, les questionnaires et les entretiens semi-directifs. Répondant à des besoins variés, comprendre un phénomène, en saisir la complexité, en mesurer l'ampleur, elles permettent à l'Agence d'éclairer les dynamiques locales et accompagner ses partenaires dans la compréhension fine des modes de vie.



Retrouvez les ressources utiles
sur le site de l'Agence
L'Agence experte cohésion sociale
et populations
L'Agence veille