



LE PRÉTEST AU MOYEN D'UN GROUPE DE DISCUSSION (OU FOCUS GROUP)

Petit guide de l'observateur

par [Claude Giroux, pubsociale.com]

Le groupe de discussion peut être utilisé au moment du prétest de campagnes sociales afin d'obtenir les réactions du public ciblé aux projets publicitaires. Il s'agit d'une technique de recherche où un animateur présente à un groupe des pièces, des idées ou des stratégies publicitaires aux personnes en leur demandant leurs opinions.

Le groupe de discussion est un outil distinct du questionnaire de sondage. Lors des groupes, on analyse autant les réactions individuelles et la dynamique des échanges que les réponses à l'animateur.

Les observateurs

La présence d'observateurs n'est pas nécessaire ou obligatoire. Dans les groupes menés en milieu naturel, dans des maisons, des restaurants, des classes, les observateurs ne sont pas là. Mais, lorsque les groupes de discussion se déroulent dans des salles conçues à cette fin, la présence d'un miroir sans tain permet la présence invisible de collaborateurs qui assistent aux discussions. Même s'il faut informer les participants de la présence de tels observateurs, les discussions se déroulent de façon plus naturelle.

L'animateur et son travail

L'animateur suit un guide de discussion tout en demeurant attentif à ce qui se passe dans chaque groupe. Il doit faciliter les échanges, créer un climat permettant aux personnes d'être à l'aise, demeurer neutre et ne pas influencer les participants. En s'aidant de notes et

d'enregistrements, c'est lui qui analyse généralement les données (verbales et non-verbales) colligées dans chaque groupe. Au besoin, il dérogera un peu de la planification anticipée. Plusieurs techniques d'analyse sont possibles, selon les objectifs poursuivis, le sujet discuté ou l'expérience de l'animateur.

Ce qui est attendu d'un observateur

1. Portez attention à ce qui se passe

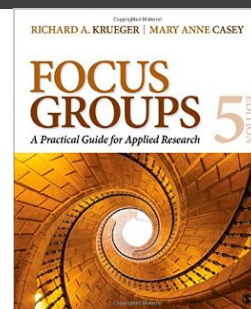
Pour bien observer, il est important d'être attentif à ce qui se passe dans la discussion. Ça peut sembler évident, mais il est souvent tentant d'échanger avec d'autres observateurs sur ce qui se passe dans un groupe. Résistez à la tentation.

2. Restez objectifs

Le sujet discuté vous intéresse probablement. Vous pouvez avoir joué un rôle important dans la création du matériel présenté. Mais vous assistez à la discussion pour entendre ce que d'autres personnes ont à dire. Gardez la tête froide, même si les propos entendus heurtent vos convictions ou blessent votre sensibilité. Vous êtes justement là pour entendre les réactions possibles, avant que la publicité ne soit diffusée. C'est l'occasion d'observer les réactions des non-spécialistes que vous souhaitez influencer.

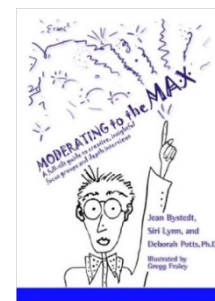
Observer Un focus group

LECTURES COMPLÉMENTAIRES ?



Focus Groups : a practical guide for applied research

Les auteurs sont des chercheurs réputés qui ont publié plusieurs articles sur le sujet. C'est un ouvrage de référence sur les groupes de discussion, pas strictement orienté vers le prétest de campagnes.



Moderating to the max : a full-tilt guide to creative insightful focus group and depth interviews

On y expose une vingtaine de techniques d'animation qui donnent une idée de la complexité de ce travail. Un document très illustré, orienté vers la pratique.

3. Attendez le dernier groupe avant de tirer des conclusions

Lors des prétests, certains groupes possèdent une dynamique particulière, distincte de celle observable dans les autres.

La composition du groupe, la progression de la discussion, l'heure, des incidents ... plusieurs éléments contribuent à orienter une discussion. Il est possible s'observer dans certains groupes des phénomènes qui ne se manifesteront dans aucun autre groupe.

Les chercheurs qui animent des prétests savent qu'il faut attendre la fin des groupes avant de tirer des conclusions. Si vous n'assistez qu'à un groupe ou à quelques rencontres, demeurez conscients de cette limite.

4. Échangez avec l'animateur après les groupes

Vous avez un point de vue différent de celui de l'animateur qui est impliqué dans les discussions. Après un groupe, vérifiez avec ce dernier s'il partage vos perceptions, suggérez des ajouts si cela vous semble pertinent. Lors des prétests, on peut souvent affiner la vision des choses en s'appuyant sur les résultats des groupes précédents. Il est toutefois important de ne pas modifier le matériel qu'on préteste dans les différents groupes : si on souhaite introduire une modification, on pourra toujours l'introduire en fin de discussion comme hypothèse à explorer (par exemple, en suggérant: « Et si on avait fait parler une

infirmière, est-ce que vous auriez trouvé le message plus crédible ? »)



7 choses à faire ou pièges à éviter !

*Quoi faire et quoi éviter avant de prendre place parmi les observateurs ?
Voici quelques suggestions pratiques.*

Portez du noir ou des couleurs foncées.

Les miroirs sans tain fonctionnent lorsque les observateurs sont dans le noir ou la pénombre, alors que les discussions se déroulent dans une pièce éclairée. Pour accentuer cette invisibilité, évitez de porter des vêtements pouvant refléter la lumière.

Évitez les articles lumineux ou les bijoux pouvant créer des reflets visibles dans la salle du groupe.

Les épingles, colliers, bracelets et autres bijoux de métal brillant ou de verre peuvent parfois être vus à travers le miroir. Les écrans ou objets émettant de la lumière (lampes de poche, écrans de portables ou d'ordinateurs, ...) ne doivent jamais être dirigés vers la glace sans tain.

Évitez de faire du bruit.

Rien de plus normal que de rire à certaines blagues ou devant certaines situations surprenantes. Mais l'insonorisation de la salle d'observation est souvent imparfaite. Évitez de perturber la discussion ou de gêner les participants en réagissant bruyamment.

Ne tentez pas d'interagir avec l'animateur ou les participants pendant la discussion.

Les observateurs sont toujours exclus de la discussion. On ne doit ni heurter le miroir, ni pénétrer dans une salle où se déroule un groupe.

Consignez par écrit vos idées et suggestions pour la rencontre avec l'animateur qui suivra.

Prenez des notes, faites des croquis, précisez l'heure à laquelle vous avez noté quelque chose.

Il sera ensuite plus facile d'en discuter avec l'animateur qui rattachera facilement vos propos au bon segment de la discussion.

Souvenez-vous que vous observez une recherche, pas un spectacle.

Les observateurs doivent souscrire aux mêmes engagements de confidentialité que les participants ou les animateurs. Les participants ont droit au respect de leurs opinions et à la confidentialité de leurs propos. Le nom des participants ou les informations personnelles qu'ils révèlent ne sont pas un sujet de conversation.

Si vous êtes un publicitaire, évitez de considérer la salle d'observation comme un lieu propice pour défendre vos idées.

La tentation sera omniprésente ... mais résistez. Ce n'est pas le moment ou le lieu pour disqualifier le recrutement des participants, le travail de l'animateur ou les commentaires hostiles à vos idées. Prenez des notes et planifiez vos interventions en prévision d'une rencontre ultérieure où les résultats du prétest seront discutés objectivement. Une attitude perçue comme professionnelle et collaborative confirmera votre compétence et de votre désir de travailler en équipe avec votre client.