

Chapitre 3 : Les techniques d'investigation qualitative

Cas d'application N°1

Le Circept de la mère de famille

Dans l'objectif d'identifier l'image que les adolescents se font de la « mère de famille », 65 d'entre eux ont été soumis à un test d'association libre. A la question : « quelle est la première chose qui vous vient à l'esprit quand on évoque « la mère de famille ? », voici les réponses qui ont été obtenues. (c'est la première association exprimée par chaque personne qui a été retenue) :

- | | |
|---------------------------------|----------------------------|
| 1 - du bon pain | 31 - une ogresse |
| 2 - un arc | 32 - un miracle |
| 3 - un paillason | 33 - une boîte à sous |
| 4 - une source | 34 - un aiguillon |
| 5 - un distributeur automatique | 35 - un ordinateur |
| 6 - un flic | 36 - un moteur de fusée |
| 7 - un tourniquet | 37 - un puits |
| 8 - un fourre-tout | 38 - un parapluie |
| 9 - un O.S. à la chaîne | 39 - un garde-chiourme |
| 10 - une huître perlière | 40 - du papier tue-mouches |
| 11 - un travailleur émigré | 41 - une esclave |
| 12 - un poids lourd en charge | 42 - une violette |
| 13 - un apprenti sorcier | 43 - un feu de bois |
| 14 - Robinson Crusoë | 44 - un pélican |
| 15 - un tuteur | 45 - une rose |
| 16 - une lampe | 46 - une balance |
| 17 - un citron pressé | 47 - une rengaine |
| 18 - une fourmi | 48 - un funambule |
| 19 - une cigale | 49 - une clef |
| 20 - un panier percé | 50 - une porte fermée |
| 21 - une reine | 51 - une pieuvre |
| 22 - un phare | 52 - un vampire |
| 23 - un amortisseur | 53 - un piège à souris |
| 24 - un caméléon | 54 - un kaléidoscope |
| 25 - un chef d'orchestre | 55 - les shadocks |
| 26 - un ramasse-miettes | 56 - une oreille |
| 27 - un ouvre-boite | 57 - un boy-scout |
| 28 - un gouffre | 58 - un duvet |
| 29 - un perroquet | 59 - un somnambule |
| 30 - une tentacule | 60 - une poupée |

61 - une vieille pantoufle
62 - un hérisson
63 - un frigidaire

64 - une garde-barrière
65 - un robot.

Il vous est demandé de procéder à l'analyse de ces réponses et d'obtenir une cartographie de l'image de la mère de famille sous forme de « Circept » ou « diagramme polaire ». Pour cela :

1. Vous ferez une analyse sémantique et /ou symbolique des associations produites par les adolescents
2. Vous en déduirez les thèmes dans lesquelles ces différentes associations peuvent être rangées. (analyse thématique)
3. Vous procéderez à la répartition de chacune des associations à l'intérieur des thèmes
4. Vous dénombrez le nombre d'associations par thème
5. Vous ordonnerez les thèmes par proximité (deux thèmes qui se suivent doivent être le plus proches possibles).
6. Vous construirez les axes de votre diagramme (un axe par thème). Vous y reporterez les intitulés des thèmes en respectant l'ordre établi et vous les graduerez à partir du centre.
7. Vous reporterez pour chaque thème, le nombre de citations relevées
8. Vous relierez enfin les points pour obtenir le circept de « la mère de famille » vue par les adolescents.
9. Quelles remarques et quelles critiques pouvez-vous faire sur ce travail.



Le circept

Le circept est un outil de représentation graphique des résultats d'une étude qualitative. A la suite d'entretiens individuels ou collectifs, le responsable de l'étude doit se livrer à une série d'analyses des enregistrements obtenus. Il cherchera successivement à :

- 1 - Identifier tous les thèmes abordés par les personnes interviewées,
- 2 - Dénombrer les citations faites pour chacun des thèmes au cours des entretiens,
- 3 - Hiérarchiser les thèmes en les regroupant dans un ordre logique.

Une fois ces travaux préliminaires effectués, le responsable marketing construira le circept, qui est un graphique polaire.

On affecte à chaque thème préalablement identifié un des axes du graphique en respectant la hiérarchie établie (on affecte par exemple l'axe «Nord» puis on répartit les autres thèmes en tournant dans le sens des aiguilles d'une montre). Chaque axe est ensuite gradué à partir du centre du graphique.

On reporte sur chaque axe l'effectif dénombré lors de l'analyse menée précédemment, et on relie les points obtenus pour obtenir le « profil » des entretiens.

