

FICHE 2: Évaluer les activités à destination du grand public



Commission européenne
DG Politique régionale

Bénéfices de l'évaluation

- ♦ Évalue la réussite de la promotion de la notoriété auprès du grand public et de l'amélioration de la perception:
 - o des Fonds structurels européens,
 - o du FSE et du FEDER,
 - o du Fonds de cohésion.
- ♦ Mesure l'impact général sur le grand public des activités de communication (relations publiques, publications, Internet, événements, activités médiatiques)
- ♦ Apporte un feedback permettant d'améliorer la stratégie de communication (canaux de communication appropriés, message, participation de réseaux de partenaires locaux)

Contenu des outils d'évaluation

➔ Exemples de questions et de la manière dont l'enquête pourrait se dérouler

Profil de la personne interrogée

- ♦ Grand public

Échantillon

- ♦ 16 à 65 ans
- ♦ Représentatif de la région
- ♦ Repose sur des critères tels que le l'âge, le sexe et, si nécessaire, le niveau d'éducation

Introduction

Je vous appelle au nom de [autorité de gestion]. Nous interrogeons les résidents de [région] à propos de activités soutenues par la Commission européenne dans votre région. J'aimerais vous poser quelques questions. Cela ne prendra pas plus de 5 minutes. Seriez-vous d'accord de participer?

Mesure du niveau de notoriété

Notoriété (réponses spontanées)

0.	Connaissez-vous le nom des institutions qui représentent l'Union européenne dans [votre région]?	Dans l'affirmative, veuillez les citer
----	--	--

Niveau de notoriété

1.1	Avez-vous déjà entendu parler des Fonds structurels européens?	<input type="checkbox"/> Oui, voir 2.1 <input type="checkbox"/> Non, voir 1.2
1.2	Avez-vous déjà entendu parler du Fonds social européen/FSE?	<input type="checkbox"/> Oui, voir 2.1 <input type="checkbox"/> Non, voir 1.3
1.3	Avez-vous déjà entendu parler du Fonds européen de développement régional/FEDER?	<input type="checkbox"/> Oui, voir 2.1 <input type="checkbox"/> Non, voir 1.4
1.4	Connaissez-vous un projet cofinancé par l'UE?	<input type="checkbox"/> Oui, voir 2.1 <input type="checkbox"/> Non, fin

Outils

- ♦ Enquête téléphonique (ITAO)
- ♦ Entretiens en rue

Enquête téléphonique

- ♦ Les enquêtes téléphoniques conviennent pour interviewer un large public à l'aide de quelques questions
- ♦ L'interview téléphonique assistée par ordinateur (ITAO) est un système informatique frontal interactif qui permet à l'opérateur de poser des questions par téléphone et d'encoder et de catégoriser immédiatement les réponses
- ♦ Pour être représentatif, l'échantillon aléatoire devrait comprendre entre 300 et 1000 entretiens, suivant la nature des questions
- ♦ Il est intéressant de comparer le comportement du grand public à celui de groupes cibles particuliers, tels que les participants à des programmes de formation, les directeurs d'entreprise, les représentants d'ONG ou d'autorités locales

Entretiens en rue

- ♦ Consiste à poser la même question, mais avec la possibilité de montrer le logo et d'autres éléments visuels (souvent, l'utilisation de logos permet de lancer plus facilement l'entretien)
- ♦ Utiliser une fiche guide plutôt qu'un questionnaire afin que les questions soient plus ouvertes

Mieux comprendre la manière dont votre message est perçu par le grand public

Niveau de compréhension du message

2.1	Selon vous, qu'est-ce que cela veut dire?	Question ouverte	
2.2	Des catégories seront créées à partir des réponses. L'opérateur classe les réponses en différentes catégories. L'objectif est d'avoir une synthèse de la signification perçue.	Catégories éventuelles: <input type="checkbox"/> Liées à <input type="checkbox"/> UE <input type="checkbox"/> Politique locale <input type="checkbox"/> Projet d'infrastructure <input type="checkbox"/> Projet social <input type="checkbox"/> Méprise et confusion <input type="checkbox"/> C'est une banque <input type="checkbox"/> Autre	S'il y a eu méprise concernant la signification, passez aux questions 1.2, 1.3 et 1.4 Si la signification est bien comprise, passez au 3.1

Source d'informations/canaux de communication

3.1	Où en avez-vous entendu parler? Quelle institution vous a informé?	Question ouverte	
3.2	Des catégories seront créées à partir des réponses. L'opérateur classe les réponses en différentes catégories. L'objectif est d'avoir une synthèse des canaux de communication perçus.	Catégories éventuelles: <input type="checkbox"/> Bénéficiaires <input type="checkbox"/> La personne elle-même <input type="checkbox"/> Société commerciale <input type="checkbox"/> Autre personne connue <input type="checkbox"/> Mesure liée au projet <input type="checkbox"/> Panneau d'affichage <input type="checkbox"/> Information aux stagiaires <input type="checkbox"/> Publications <input type="checkbox"/> Campagne télévisée <input type="checkbox"/> Article de journal <input type="checkbox"/> Autre	Si la personne interrogée a déjà une expérience des FS/FSE/FEDER, passez au 4.1 Sinon, passez aux questions 1.2, 1.3 et 1.4

Déterminez quels sont, selon le grand public, les bénéfiques pratiques

Expérience

4.1	Décrivez votre expérience des FS/FSE/FEDER	Question ouverte
4.2	Des catégories seront créées à partir des réponses. L'opérateur classe les réponses en différentes catégories. L'objectif est d'avoir une synthèse des bénéfiques perçus.	Catégories éventuelles: <input type="checkbox"/> Valoriser la région <input type="checkbox"/> Soutien au lancement d'une entreprise <input type="checkbox"/> Autre
4.3	Un jugement qualitatif sera attribué aux réponses	<input type="checkbox"/> Positif <input type="checkbox"/> Négatif

Indicateurs

Indicateurs de résultats – exemples
Nombre de personnes qui ont entendu parler des FS/FSE/FEDER
Nombre de personnes qui ont entendu parler d'un projet cofinancé
Nombre de personnes conscientes de la publicité relative aux FS/FSE/FEDER
Nombre de personnes qui comprennent le sens des FS/FSE/FEDER
Nombre de canaux de communication mentionnés
Classement des canaux de communication les plus reconnus
Nombre de personnes touchées via les différents canaux de communication

Enquêtes existantes

La Commission européenne suit en permanence l'évolution de l'opinion publique dans les États membres. Des enquêtes et des études abordent des sujets importants liés à la citoyenneté européenne et aux niveaux de connaissance et de sensibilisation. Les conclusions que l'on en tire peuvent contribuer aux activités d'évaluation:
http://ec.europa.eu/public_opinion/index_fr.htm

Indicateurs d'impact

- ➔ Notoriété des autorités de gestion auprès du grand public
- ➔ Proportion de l'échantillon qui bénéficie directement ou indirectement du soutien européen