



GUIDE ET CANEVAS DE SONDAGE ET D'ENTREVUE

Pour mieux connaître et comprendre les femmes en sport



Égale
ACTION
ÉGALITÉ PAR L'ACTIVITÉ SPORTIVE

Le présent outil a été élaboré par:

Recherche et rédaction

Béatrice Lavigne - Égale Action
Andréanne Gagné - Égale Action

Révision

Kim Dupré – Égale Action

Communications et conception graphique

Joanie Dubé - Égale Action

La réalisation de ce guide a été rendue possible grâce
au Secrétariat à la condition féminine du Québec.

Québec 

ÉGALE ACTION A POUR MISSION DE RENDRE LE SYSTÈME
SPORTIF QUÉBÉCOIS ÉQUITABLE ET ÉGALITAIRE À L'ÉGARD
DES FILLES ET DES FEMMES ET SOUTENIR CES DERNIÈRES
DANS LE DÉVELOPPEMENT DE LEUR PLEIN POTENTIEL.

OBJECTIFS

DU GUIDE

Cet outil pourra servir d'inspiration aux gestionnaires qui souhaitent élaborer une démarche de consultation auprès de leurs membres et des femmes impliquées au sein de leur organisation. Il s'agit d'une suggestion et non d'un canevas rigide. Toutefois, plusieurs des questions présentées sont issues de la littérature sur le sujet et ont été testées à travers différentes études (LaVoi, 2018; Score, 2016; Femmes et sport au Canada, 2016). De plus, la démarche proposée ici s'inspire grandement de questions qu'Égale Action a utilisées dans le cadre du projet « C'est 50/50 : pour l'avancement du leadership féminin en sport » et qui ont permis de recueillir un grand nombre de données fort pertinentes. Bref, l'objectif de ce guide est d'accompagner les organisations sportives qui désirent mieux connaître leur clientèle féminine et les besoins spécifiques des femmes dans leur sport par la mise en place d'une démarche de consultation.



POURQUOI SONDER LES FILLES ET LES FEMMES DANS VOTRE ORGANISATION ?



1 Connaître sa situation réelle en tant qu'organisation, notamment son membership de manière détaillée, les athlètes constituant une potentielle relève d'entraîneures et d'officielles;



2 Comprendre ce qui attirent les femmes vers le coaching ou l'arbitrage, par exemple leurs motivations et leurs expériences afin de mieux cibler et accompagner la relève;



3 Consulter les femmes ayant abandonné le sport, l'arbitrage ou le coaching pour mieux saisir les enjeux et les obstacles qu'elles peuvent vivre dans l'organisation.

DEUX MÉTHODES, LAQUELLE CHOISIR ?

Au moment de préparer une consultation, il est indispensable de préalablement choisir une méthode de collecte et d'analyse des données, c'est-à-dire une méthode qualitative ou quantitative. Plus simplement : réaliser des entretiens ou un sondage. Il n'y a pas une manière plus adéquate qu'une autre, le choix doit se faire selon les objectifs de la démarche, chaque méthode ayant ses pour et ses contre.

La méthode qualitative : les entretiens semi-dirigés

Cette méthode de collecte de données vise essentiellement à **comprendre et expliquer** l'expérience vécue par un individu et le sens qu'il lui donne. Cette méthode permet d'accéder à ce qui n'est pas toujours visible : les sentiments, pensées, perspectives, intentions, motivations, craintes, perceptions et expériences singulières des individus interrogés. **Les entretiens peuvent donc être un choix judicieux pour mieux saisir ce qui incite (ou non) les filles à faire du sport ou ce qui motive (ou dé motive) les femmes à devenir entraîneuse, par exemple.**

Nous parlons d'**entretiens semi-dirigés** lorsque les questions sont ouvertes et laissent place à la discussion. Éviter les questions qui se répondent par oui ou non. Une grille de questions d'entretiens est préalablement élaborée, mais l'intervieweur-euse doit faire preuve de flexibilité en instaurant une ambiance de discussion.

Toutefois, il faut prendre en considération les limites d'une telle démarche : bien que les données recueillies lors d'entretiens puissent être très riches en information, elles ne peuvent être considérées comme générales et universelles. Ne l'oublions pas, il s'agit de l'expérience d'un individu « ici et maintenant »!

La méthode quantitative : le sondage

Cette méthode de collecte de données vise essentiellement à **recueillir et mesurer** des informations pour répondre à un questionnement. Contrairement aux entrevues, les questions posées aux participant-es doivent être normalisées et fixes, c'est-à-dire transmises de la même manière à chaque personne qui doit y répondre. La formulation des questions et le cas échéant des choix de réponses est très importante et doit laisser le moins de place possible à diverses interprétations individuelles. **Le sondage peut être utile, par exemples, pour connaître combien de filles pratiquent un sport, quel est le ratio de celles qui désirent devenir arbitre ou encore quel est le degré de satisfaction de leur entraînement.**

Contrairement aux entrevues, le sondage permet de rejoindre rapidement et à moindre coût une plus grande population, ce qui permet de dresser un portrait plus concret de la situation, notamment à l'aide de statistiques. Par contre, cela présuppose que les gens comprendront les questions et qu'ils ou elles auront les informations pour y répondre. De plus, pour qu'un sondage soit pertinent, il faut s'assurer d'un taux de réponses significatif ou du moins, prendre en considération ce taux de réponses au moment de l'analyse des données.

Pour faciliter le traitement des données recueillies, il est recommandé de formuler des questions fermées qui ne demandent pas une réponse à développement.





COMMENT FAIRE ?

En guise de rappel:

- Pourquoi?
Comment?
= **Qualitatif**
- Quoi?
Combien?
= **Quantitatif**

1

Déterminer ce que l'on veut savoir :

Quel est l'objectif de la démarche?
Quelle question est sous-jacente à la consultation? Choisir la méthode la plus appropriée pour y répondre.

2

Réfléchir aux questions d'éthique :

Le questionnaire concerne-t-il un sujet qui pourrait affecter certaines personnes (penser à des ressources d'aide, vérifier avec un service juridique si la démarche nécessite un formulaire de consentement? Concerne-t-il des mineur-es? (selon l'âge, vous pourriez avoir besoin du consentement des parents) Y-a-t-il un incitatif - prix de participation, tirage, compensation financière? Peut-il compromettre la représentativité de l'échantillon? (ex : sondage mixte avec un incitatif d'un rabais dans un gym non-mixte).

**Méthode
quantitative**

**Méthode
qualitative**

3

3

Élaborer le questionnaire :

Choix des questions, formulation claire, mots utilisés simples. Assurez-vous d'avoir un seul sujet par question. Choix de réponses? S'assurer de couvrir tous les choix possibles! Déterminer la plateforme de diffusion (Googleform, SurveyMonkey, Webquest, Lime Survey, etc.).

Élaborer une grille d'entrevue:

Penser aux différents aspects que vous voulez couvrir, prévoir des questions plus larges au début des entretiens pour briser la glace. Orientez les questions vers l'expérience personnelle de la personne interviewée, sur sa trajectoire dans le sport, etc.

4

4

Cibler un échantillon →

Qui? Liste de diffusion, courriel.

Combien? Se fixer un objectif.

Quand? Penser au moment le plus propice pour assurer un bon taux de réponse. Éviter la période des vacances hivernales et estivales. Déterminer une période de temps pour répondre au questionnaire (1 semaine, 2 semaines, 3 mois?). Réfléchir aux moyens de diffusion. Garder en tête que l'échantillon doit être représentatif de ce qui est mesuré.

Cibler un échantillon →

Qui? Ne pas réfléchir en termes de représentativité, mais plutôt identifier des acteur·trices clés.

Combien? Il n'y a pas de chiffre magique pour le qualitatif, on parle généralement de saturation lorsque l'on n'apprend plus rien de nouveau lors des entretiens, ce qui vient clore la démarche.

5

Collecter les données →

Planifier un échéancier de rappel d'invitation à participer. Rédiger un résumé du projet : Pour convaincre les gens de participer, il est important de leur expliquer la valeur de la démarche, leur rappeler les buts et objectifs pour les mettre en confiance et que les participant·es sentent que leur apport est important. Demeurer disponible et ouvert aux questions tout au long de la démarche, même après la collecte des données. Prenez le temps de les remercier et prévoyez un moment pour un retour sur les résultats obtenus.

6

Analyser les données →

C'est le moment de donner sens aux données recueillies. Pour ce faire, il existe une multitude de méthodes, mais de manière générale, il s'agit de faire ressortir les principaux thèmes, les propos récurrents, les principales tendances, les chiffres frappants, les éléments communs ou discordants, etc. Bref, trouver et interpréter les réponses à vos questions.

ANNEXE A

Exemple de grille d'entretien

Thèmes	Questions	Vérification
Enjeux globaux	Selon vous, quels sont les principaux enjeux et défis pour les femmes qui font carrière en sport? En particulier pour les entraîneuses?	
	Selon vous, qu'est-ce qui motive des femmes à occuper cette profession?	
	Voyez-vous des enjeux que vous croyez spécifiques à votre sport?	
Parcours personnel	Comment avez-vous débuté dans le coaching? Quels sont vos objectifs de carrière?	Modèle? Parcours? Début? Formation? Ambition?
	Qu'est-ce que vous aimez le plus dans le rôle d'entraîneur? Qu'est-ce que vous aimez le moins?	Motivations? Volonté de continuer? Enjeux?
	Quels sont les principaux défis que vous rencontrez dans votre quotidien d'entraîneuse?	Défis particuliers en tant que femme? Difficile? Abandon possible?
Enjeux dans les organisations	Selon vous, quels sont les obstacles rencontrés par les femmes dans ce métier?	Obstacles individuels Obstacles organisationnels Obstacles institutionnels Obstacles contextuels
	Quel est, selon vous, le rôle des organisations sportives dans le cheminement de carrière des femmes dans ce métier?	
	Comment l'organisation pourrait vous supporter davantage?	Changement?

ANNEXE A (SUITE)

Exemple de grille d'entretien

Thèmes	Questions	Vérification
Pratiques organisationnelles	Quelles sont, selon vous, les pratiques organisationnelles qui favorisent (ou qui pourraient favoriser) la progression et la rétention des femmes dans cette profession/métier?	Pratiques existantes Pratiques qui pourraient être mises en place
	Quelles sont, selon vous, les pratiques organisationnelles qui entravent l'augmentation et la rétention du nombre de femmes dans ces professions?	
Conclusion	Auriez-vous d'autres commentaires, suggestions ou recommandations à faire sur le sujet?	

Inspirée de la grille du projet *C'est 50/50 : pour l'avancement du leadership féminin en sport*, grille élaborée en collaboration avec la Chaire Claire-Bonenfant – Femmes, savoirs et sociétés de l'Université Laval.

ANNEXE B

Exemple de questions de sondage

Pensez à spécifier s'il est possible de choisir plus qu'une réponse et s'il est possible de sauter ou non une question.

1. Quel est votre rôle dans l'organisation sportive?

- a. Entraîneure
- b. Officielle
- c. Athlète
- d. Bénévole
- e. Gestionnaire
- f. Autre

2. Depuis combien de temps êtes-vous impliquée dans l'organisation?

- a. Moins d'un an
- b. De 1 à 3 ans
- c. De 3 à 5 ans
- d. De 5 à 10 ans
- e. Plus de 10 ans

3. Vous intervenez à quel niveau?

- a. Local ou régional
- b. Provincial
- c. National
- d. International

4. Avez-vous une formation ou certification en lien avec votre rôle dans l'organisation? Si oui, laquelle?

ANNEXE B (SUITE)

5. À quelle fréquence participez-vous aux activités de l'organisation?

- a. Très fréquemment
- b. Occasionnellement
- c. Peu fréquemment
- d. Jamais

6. Sur une échelle de 1 à 5 (1=pas du tout prioritaire, 5= très prioritaire) comment évaluez-vous la priorité des enjeux suivants :

- a. Le recrutement de joueuses
- b. La formation d'entraîneure
- c. L'achat d'équipement
- d. La promotion du sport
- e. La recherche de financement
- f. L'organisation d'un tournoi des clubs

7. À court terme, auriez-vous de l'intérêt pour siéger sur le C.A. de la fédération?

- a. Oui
- b. Non
- c. Je ne sais pas

8. Quels changements apporteriez-vous dans l'offre de services de l'organisation?

RÉFÉRENCES

Femmes et sport au Canada (2016). « Le sport féminin : nourrir toute une vie de participation sportive », les producteurs laitiers, 36p. [en ligne]
http://www.caaws.ca/e/wp_content/uploads/2016/03/DFC-1209_ResearchPublication_FR_7Mars2016.pdf

Gauthier, Benoît et Isabelle Bourgeois (dir). (2016) Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données, 6e édition, Presses de l'Université du Québec, Québec, 670p.

LaVoi, N. (2016). Head coaches of women's collegiate teams: A report on select NCAA Division-I institutions, 2015–2016. Tucker Center for Research on Girls & Women in Sport, 1-16.

SCORE project (2016). «Gender equality in coaching. Interactive Tool kit» Co-funded by the Erasmus+ programme of the European Union, 46p.

