

**Type de données nécessaires : Attitudes et perception du public-cible concernant la marche au ralenti**

**Méthode de collecte des données : Enquêtes téléphoniques**

*Enquête aléatoire à l'aide de questions préétablies pouvant sonder les perceptions et les idées à propos de la marche au ralenti et des normes (couper le moteur est-il la bonne chose à faire?).*

Étapes dans le processus de collecte de données :

- Préparez des questions ciblées pour l'enquête. Aux fins d'économie, inspirez-vous des enquêtes existantes :
  - o [Mississauga Baseline Resident Telephone Survey Summary Report](#)
  - o [CPPI Pre Anti-Idling Campaign Awareness Study](#)
- Déterminez la taille de l'échantillon. Plusieurs ressources en ligne peuvent vous aider à cet effet (p. ex., [Creative Research Systems](http://www.surveysystem.com/sscalc.htm) <<http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>> (en anglais seulement) ou faites une recherche Internet d'outils en ligne). Comme exemple, l'ICPP a mené une entrevue auprès de 300 personnes pendant deux jours avant la campagne et deux jours après la campagne.
- Choisissez au hasard des numéros de téléphone de votre collectivité.
- Mettez en œuvre l'enquête – demandez à parler au membre du foyer qui conduit le plus souvent.
- Analysez les résultats de l'enquête.

**Méthode de collecte de données : Groupes de discussion**

*Discussions de groupe sur la marche au ralenti. Peuvent être une bonne méthode pour obtenir une meilleure idée des messages ou du matériel pouvant être utilisés pour la campagne de réduction de la marche au ralenti.*

Étapes dans le processus de collecte de données :

- Préparez les questions pour les groupes de discussion (les groupes de discussion fonctionnent mieux si vous préparez un ensemble de questions prédéterminées à poser aux participants).
- Choisissez un endroit facilement accessible de votre collectivité ainsi que l'heure et le jour qui convient le mieux aux personnes recherchées (p. ex., pour les travailleurs, il faudra choisir un temps de rencontre le soir ou la fin de semaine).
- Déterminez et invitez les participants au groupe de discussion (proposez de huit à dix personnes, ainsi vous aurez un échantillon de six à huit participants).
- Réalisez le travail avec les groupes de discussion – assurez-vous de souligner votre appréciation du temps que les participants mettent à votre disposition en leur offrant des rafraîchissements ou un petit présent (p. ex., chèque-cadeau, allocation/rétribution).

**Méthode de collecte de données : Entrevues individuelles**

*Courts sondages de trois minutes afin de recevoir « personnellement » une rétroaction sur la connaissance des enjeux clés de la campagne, des habitudes de comportement concernant la marche au ralenti, ou les mécanismes de communication efficaces.*

Étapes dans le processus de collecte de données :

- Préparez les questions d'entrevue – soyez bref et concis.
- Choisissez l'endroit où tenir les entrevues – p. ex., les endroits où il y a un grand achalandage de gens comme les centres commerciaux.
- Formez le personnel ou les bénévoles à la réalisation d'entrevues.
- Procédez aux entrevues et gardez un suivi des réponses et des autres données utiles.